

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-28

품목 | 과일 블렌딩티(Fruit Blended Tea)

HS CODE | 2106.90-9099

국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|--------------------------------|----|
| 1. 미국 과일 블렌딩티 경쟁기업 선정 | 23 |
| 2. 미국 과일 블렌딩티 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 24 |
| 3. 미국 과일 블렌딩티 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 26 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|-------------------|----|
| 1. 샵갈릴(Shopgalil) | 32 |
| 2. 월마트(Walmart) | 35 |
| 3. 하겐(Haggen) | 38 |



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
--------	----





HS CODE : 2106.90-9099

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

미국 과일 블렌딩티 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존



마우이 망고

월마트

블랙베리 애플 사이드
다이제스티브 어웨이크닝

크로거

써던 블렌즈 허니드
파치 티

A사 영국 티

고트 티 워드 블랙 체리
프루트 엑스트랙트

블루베리 그린

오프라인 주요 경쟁제품

인퓨전 페퍼민트 & 레몬
(아마드 티)가격 3.49달러
(4,825원)

중량 30.0g

'포장, 홍보문구 현지화
경쟁력 있는 가격'트와이닝스 와일드 베리스
(트와이닝스)가격 5.99달러
(8,281원)

중량 40.0g

'현지인들이 선호하는
브랜드'

경쟁기업 3개사 분석

아마드 티

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

트와이닝스

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

비글로우 티

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

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

홍보 현지화

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

경쟁력파악

100g당 가격

단위 : 달러

16.66 16.67

고객사
제품 경쟁제품(10개)
평균

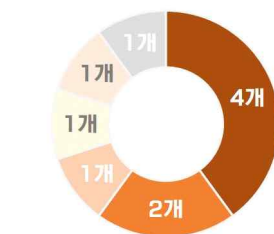
중량

단위 : g

90 33

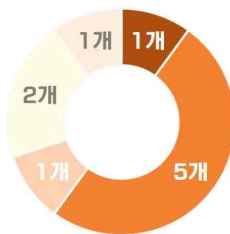
고객사
제품 경쟁제품(10개)
평균

원산지



■ 미국 ■ UAE ■ 폴란드
■ 캐나다 ■ 일본 ■ 한국

제공횟수



■ 21회 ■ 20회 ■ 18회
■ 16회 ■ 15회

요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 16.67달러(23,044원)로 고객사 제품과 거의 일치함
- 2) 고객사 제품 중량(90g)은 경쟁제품 평균(32.7g)보다 많은 편으로 포장 중량 줄여 현지화 가능

Point 02.

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

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 선정
2. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	C사 ¹⁾ 로이티 그린애플
제품 종류	과일 블렌딩티 (침출차/잎차)
소비자가격	14.99달러 (20,722원 ²⁾)
중량	90g (30g x 3)
포장	박스/알루미늄캔
맛	천연사과향
특징	그린애플이 가미된 뛰어난 향미

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: C사 로이티 그린애플
 - 제품 종류: 과일 블렌딩티 (침출차/잎차)
 - 소비자 가격: 14.99달러 (20,722원)
 - 중량: 90g (30g x 3)
 - 포장 형태: 박스/알루미늄캔

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 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



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

Step 04. 조사 및 분석



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

1) 고객사를 'C사'로 표기

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
 아마존	산선식품, 가공식품, 생활용품, 의류, 가전, 잡화 등
 월마트	산선식품, 가공식품, 생활용품, 가전제품, 의류, 건강뷰티 등
 크로거	산선식품, 가공식품, 생활용품, 가전, 의류 등

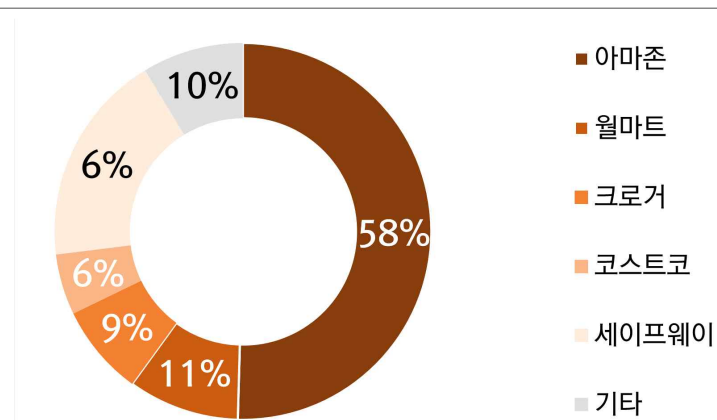
▶ 과일 블렌딩티 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 과일 블렌딩티 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳의 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존, 월마트, 크로거 모두에서 미국 업체의 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨. 아마존의 상위 인기 제품 중에는 한국 제품도 포함되어 있는 것으로 조사됨

[표 2.1] 2022년 미국 인기 온라인 쇼핑몰 점유율



자료: 스탯티스타(Statista)

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 기준)³⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	과일 블렌딩티	티에스타 티 (Tiesta Tea)	마우이 망고 (Maui Mango)	미국	8.97달러 (12,400원)	155.9g	
2	과일 블렌딩티	티 포르테 (Tea Forte)	허벌 리트리트 (Herbal Retreat: A Collection of Organic Relaxation Teas)	미국	25.00달러 (34,560원)	32g	
3	과일 블렌딩티	A사	A사 영귤 티 (Tangerine Tea)	한국	14.99달러 (20,722원)	30g	

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

월마트 입점 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	과일 블렌딩티	요기 티 (Yogi Tea)	블랙베리 애플 사이다 다이제스티브 어웨이크닝 (Blackberry Apple Cider Digestive Awakening)	미국	2.99달러 (4,133원)	29g	
2	과일 블렌딩티	셀레stial 시즈닝스 (Celestial Seasonings)	TRUE 블루베리 (True Blueberry)	미국	8.49달러 (11,736원)	45g	
3	과일 블렌딩티	온리 네추럴 (Only Natural)	고트 티 워드 블랙 체리 프루트 엑스트랙트 (Gout Tea with Black Cherry Fruit Extract)	미국	12.39달러 (17,127원)	28g	
크로거 입점 상위 3개 제품 리스트(인기 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	과일 블렌딩티	루지안느 티 (Luzianne Tea)	써던 블렌즈 허니드 피치 티 (Southern Blends Honeyed Peach Tea)	미국	3.49달러 (4,824원)	36g	
2	과일 블렌딩티	하니앤손스 (Harney & Sons)	블루베리 그린 (Blueberry Green)	미국	7.31달러 (10,105원)	40g	
3	과일 블렌딩티	부다 티 (Buddha Teas)	에키나시아 엘더베리 블렌드 (Echinacea Elderberry Blend)	미국	47.08달러 (65,083원)	216g	

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

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

4) 조사일(2024.07.25) 기준

5) 조사일(2024.07.25) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁶⁾

인구	약 3,954만 명
면적	약 423,967km ²

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

캘리포니아는 미국 서부의 태평양 연안을 따라 위치한 주(州)로 미국을 구성하는 50개주 가운데 인구가 가장 많은 주임. 경제 역시 미국 내 최대 규모로 자체 국내총생산(GDP)이 전 세계 5위 규모임. 인구의 4분의 3이 로스앤젤레스, 샌프란시스코, 샌디에이고 등 주내 대도시에서 거주함. 여러 지역과 국가 출신이 주민들이 섞여 있어 다양한 인종과 문화를 보유함. 로스앤젤레스는 미국에서 한인들이 가장 많이 모여 사는 지역이기도 함. 샌프란시스코의 실리콘밸리를 중심으로 세계 최고 수준의 컴퓨터, 전자기기 제조업이 발달했으며 농업, 임업, 수산업 및 에너지 발전과 관광업, 서비스업도 지역 경제에 기여하고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 아시안/한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/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, 브리टे니커 백과사전

2. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 1

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 에이치 마트(Hmart), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
- 과일 블렌딩티: 찻잎에 과일 등을 섞어서 만든 티

▶ 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

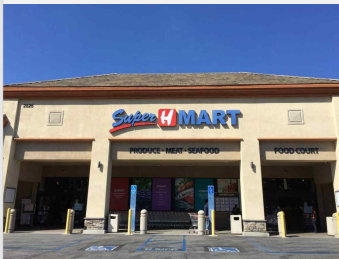
[표 2.4] 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		과일 블렌딩티 (침출차/잎차)
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)	종이상자/티백·포일백	종이상자 외포장, 티백·포일백 내포장 형태
맛		제품의 맛
인증		제품의 인증
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
수입자		제품의 수입자
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 과일 블렌딩티 경쟁제품 현지조사 결과

- ▶ **미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트**
미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 월마트와 타겟, 아시안/한인마트인 에이치마트를 방문함. 월마트는 미국의 대표적인 글로벌 유통업체로 전 세계 10,500개 이상의 매장을 보유함. 타겟은 미국의 유통업체이자 슈퍼마켓 체인으로 미국 내 1,956개 이상의 매장을 운영함. 에이치마트는 미국 최대 아시안마트 체인으로 한국 등 다양한 아시아 식료품을 취급함

[표 2.5] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	에이치마트 (H-Mart)	월마트 (Walmart)	타겟 (Target)
방문 매장 전경			
구분	아시안/한인마트	하이퍼마켓/슈퍼마켓	하이퍼마켓/슈퍼마켓
조사 제품 수	5개	4개	1개
조사 매장 특징	· 미국 최대 아시아 마켓 체인 · 1982년 설립됐으며 미국 전역 97개 이상 매장 운영	· 1962년 설립된 미국의 대표적인 유통업체 · 미국 전역 4,000여 개, 전 세계 10,500개 이상의 매장 보유	· 미국의 유통업체로 대형 슈퍼마켓 체인 운영 · 1902년 설립돼 전역에 매장 1,956개 운영

▶ 매장마다 취급 경쟁제품 달라, 10개 중 8개 온라인 매장 입점

에이치마트, 월마트, 타겟 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 매장마다 취급하는 과일 블렌딩티 경쟁제품이 달랐음. 한국 제품은 아시안/한인마트인 에이치마트에서만 판매하고 있는 것으로 조사됨. 경쟁제품 10개 중 8개 제품이 온라인 매장에서 판매되고 있으며, 5개 제품은 미국의 주요 3대 온라인 쇼핑몰인 아마존, 월마트, 크로거에 모두 입점한 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

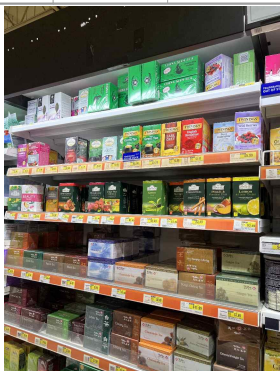
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	과일 블렌딩티
① 인퓨전 로즈힙, 히비스커스, 체리 (아마드 티)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
② 트와이닝스 와일드 베리스 (트와이닝스)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
③ 인퓨전 페퍼민트 & 레몬 (아마드 티)	○ (에이치마트)	○ (아마존)	○
④ 히비스커스 맛차 (스기모토 티 컴퍼니)	○ (에이치마트)	×	○
⑤ 감잎차 (B사)	○ (에이치마트)	×	○
⑥ 오가닉 라즈베리 리프 (트래디셔널 메디시널)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑦ 레몬 진저 (이스트 웨스트 티 컴퍼니)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑧ 진저 피치 튜메릭 (비글로우 티)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑨ 그레이트 밸류 피치 루이보스 (월마트)	○ (월마트)	○ (월마트)	○
⑩ 굿 & 개더 오가닉 피치 허니 (타겟)	○ (타겟)	○ (월마트)	○

(*) 현지 판매 과일 블렌딩티 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 에이치마트(H-Mart)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국, 아시아, 서양 등 다양한 지역의 식료품 및 생활용품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보			에이치마트는 1982년 설립된 한인마트이자 최대 규모의 아시아 슈퍼마켓 체인임. 미국 전역에 97개 이상의 매장을 운영하고 캐나다, 영국 등에도 진출함. 한국 식료품과 생활용품을 중심으로 다양한 아시아 식품 및 서양 식료품을 취급함		
	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		과일 블렌딩티 제품군 그룹 진열		
	상·하단 제품 구성		상·하단: 과일티, 허브티 제품		
	브랜드 국적 구성		미국, 영국, 대만, 한국		
	주요 브랜드		아마드 티, 트와이닝스, 텐렌 티		
제품 판매 정보					
	인퓨전 로즈힙, 히비스커스, 체리 (아마드 티)	트와이닝스 와일드 베리스 (트와이닝스)	인퓨전 페퍼민트 & 레몬 (아마드 티)	히비스커스 맛차 (스기모토 티 컴퍼니)	감잎차 (B사)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현재어)	인퓨전 로즈힙, 히비스커스, 체리 (Infusion Rosehip, Hibiscus & Cherry)	트와이닝스 와일드 베리스 (Twinings Wild Berries)
제조사 (현재어)	아마드 티 (Ahmad Tea FZ - LLC)	트와이닝스 (Twinings)
제품 종류	과일 블렌딩티(티백)	과일 블렌딩티(티백)
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	UAE	폴란드
포장 형태 (외부/내부)	종이상자/티백	종이상자/티백
맛	로즈힙, 히비스커스, 체리	와일드베리
인증	(-)	Kosher
홍보문구	100% 천연 재료로 만든 산뜻하고 상큼한 제품	300년 이상의 경험
기타 표기사항	GMO Free, KF, Vegan	(-)
수입자	Ahmad Tea	Twinings USA
원료 및 첨가물	로즈힙, 히비스커스, 천연 향료, 체리	천연 딸기, 라즈베리, 블루베리, 블랙커런트 향과 기타 향, 로즈힙, 히비스커스, 오렌지 잎, 사과 조각, 감초 뿌리, 구운 치커리 뿌리

Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	인퓨전 페퍼민트 & 레몬 (Infusion Peppermint & Lemon)	히비스커스 맛차 (Hibiscus Matcha)
제조사 (현지어)	아마드 티 (Ahmad Tea FZ - LLC)	스기모토 티 컴퍼니 (Sugimoto Tea Company)
제품 종류	과일 블렌딩티(티백)	과일 블렌딩티(파우더)
중량	30g	42g
소비자가격	3.49달러 (4,825원)	13.99달러 (19,340원)
100g당 가격	11.63달러 (16,082원)	33.31달러 (46,047원)
제공횟수	20	21
원산지	UAE	일본
포장 형태 (외부/내부)	종이상자/티백	종이상자/포일백
맛	페퍼민트, 레몬	히비스커스, 나한과
인증	(-)	USDA Organic, Kosher
홍보문구	100% 천연 재료로 만든 산뜻하고 상큼한 제품	생동감 넘치는 모습, 활기찬 느낌
기타 표기사항	GMO Free, KF, Vegan	(-)
수입자	Ahmad Tea	Sugimoto Seicha USA
원료 및 첨가물	페퍼민트, 레몬 과일, 허브 인퓨전	유기농 말차, 유기농 히비스커스 분말, 유기농 수도사 열매 추출물

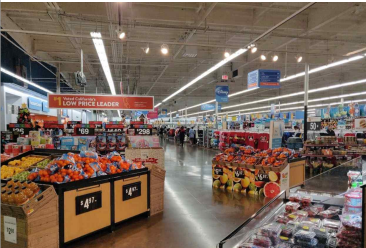
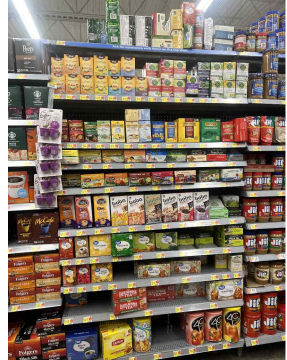
Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ⑤
제품 사진	
제품명 (현지어)	감잎차 (Persimmon Leaf Tea)
제조사 (현지어)	B사
제품 종류	과일 블렌딩티(티백)
중량	15g
소비자가격	4.99달러 (6,898원)
100g당 가격	33.27달러 (45,988원)
제공횟수	15
원산지	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이상자/티백
맛	감잎
인증	HACCP
홍보문구	(-)
기타 표기사항	농협보험, 식품인 전통
수입자	Grand Supercenter Inc
원료 및 첨가물	감잎

Shop ② 월마트(Walmart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공 식품, 냉동식품, 생활용품, 가전제품, 의류잡화, 유아용품, 건강뷰티 용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			월마트는 1962년 설립된 미국의 대표적인 유통업체로 하이퍼마켓 체인을 운영함. 미국 내 4,000여 개의 매장을 포함하여 전 세계적으로 10,500개 이상의 매장 운영. 다양한 식료품과 생활용품, 가전, 의류잡화를 판매함		
	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		과일, 허브 블렌딩티 제품군 진열		
	상·하단 제품 구성		상 하단: 과일티, 허브티		
	브랜드 국적 구성		미국, 영국		
	주요 브랜드		요기, 트와이닝스, 비글로우 티, 그레이트 밸류		
제품 판매 정보					
	오가닉 라즈베리 리프 (트래디셔널 메디시널)		레몬 진저 (이스트 웨스트 티 컴퍼니)	진저 피치 튜메릭 (비글로우 티)	그레이트 밸류 피치 루이보스 (월마트)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현재어)	오가닉 라즈베리 리프 (Organic Raspberry Leaf)	레몬 진저 (Lemon Ginger)
제조사 (현재어)	트래디셔널 메디시널 (Traditional Medicinals)	이스트 웨스트 티 컴퍼니 (East West Tea Company LLC)
제품 종류	과일 블렌딩티(티백)	과일 블렌딩티(티백)
중량	24g	36g
소비자가격	5.17달러 (7,147원)	4.68달러 (6,470원)
100g당 가격	21.54달러 (29,779원)	13.00달러 (17,971원)
제공횟수	16	16
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	종이상자/티백	종이상자/티백
맛	기분 좋은 마일드 & 탄닌	레몬
인증	USDA Organic	USDA Organic
홍보문구	기분 좋은 마일드 & 탄닌	건강한 소화 지원
기타 표기사항	Non-GMO, Certified B	Non-GMO, Certified B
수입자	Traditional Medicinals	East West Tea Compnay LLC
원료 및 첨가물	유기농 라즈베리 잎	유기농 생강 뿌리, 레몬그라스, 감초 뿌리, 레몬 껍질, 페퍼민트 잎, 후추, 레몬 향, 구연산

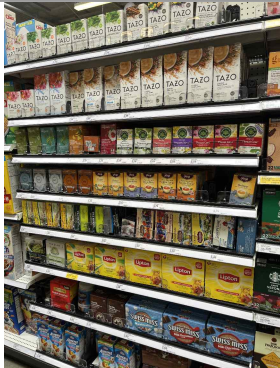
Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	진저 피치 튜메릭 (Ginger Peach Turmeric)	그레이트 밸류 피치 루이보스 (Great Value Peach Rooibos)
제조사 (현지어)	비글로우 티 (Bigelow Tea)	월마트 (Walmart)
제품 종류	과일 블렌딩티(티백)	과일 블렌딩티(티백)
중량	27g	37g
소비자가격	3.52달러 (4,866원)	2.48달러 (3,428원)
100g당 가격	13.04달러 (18,022원)	6.70달러 (9,266원)
제공횟수	18	20
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	종이상자/티백	종이상자/티백
맛	복숭아	루이보스, 복숭아
인증	(-)	(-)
홍보문구	나만을 위한 시간	(-)
기타 표기사항	Gluten Free, Non-GMO	Great Value
수입자	Bigelow Tea	Walmart
원료 및 첨가물	로즈힙, 생강, 사과, 천연 복숭아 및 카이엔 고추 향, 카모마일, 히비스커스, 강황, 치커리 뿌리, 계피, 카다멈, 아니스, 울 스파이스, 후추, 오렌지 껍질, 복숭아	루이보스, 오렌지 껍질, 로즈힙, 하슨 베리, 천연 감미료, 블랙베리 잎, 히비스커스, 구연산

Shop ③ 타겟(Target)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 생활용품,
의류잡화, 건강뷰티 제품,
육아용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			타겟은 미국의 유통업체로 슈퍼마켓 체인을 운영하고 있음. 1902년 설립돼 현재 미국 전역에 1,956개 매장을 보유함. 각종 식료품과 생활용품, 가전, 의류, 건강뷰티 제품, 육아용품 등을 취급함
	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		과일 허브 블렌딩티 제품군
	상·하단 제품 구성		상·하단: 과일티, 허브티
	브랜드 국적 구성		미국
	주요 브랜드		그레이트 벨류, 트레이디셔널 메디시널, 요기
제품 판매 정보			
	굿 & 개더 오가닉 피치 허니 (타겟)		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



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

1. 미국 과일 블렌딩티 경쟁기업 선정

▶ 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어 있는 글로벌 기업 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 글로벌 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사 중 트와이닝스는 1706년부터 318년째 사업을 이어오고 있어 가장 오래된 업력을 보유함. 나머지 2개사는 평균 약 58년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 비글로우 티는 1945년 설립돼 79년의 업력을 지님. 아마드 티는 1986년 설립되어 38년째 사업을 진행하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 과일 블렌딩티 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 과일 블렌딩티 동일 품목 수를 조사한 결과, 비글로우 티가 총 136개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 트와이닝스가 88개, 아마드 티가 44개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 과일 블렌딩티 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 ⁷⁾ 수
아마드 티	영국	38년	44개
트와이닝스	영국	318년	88개
비글로우 티	미국	79년	136개

자료: 미국 진출 과일 블렌딩티 경쟁기업 3개사 분석

7) 과일 블렌딩티(티백, 찻잎, 파우더 형태 제품)

2. 미국 과일 블렌딩티 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
	과일 블렌딩티 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
온라인	아마존, 월마트, 크로거

3. 미국 과일 블렌딩티 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 온/오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 아마드 티와 트와이닝스는 에이치마트, 비글로우 티는 월마트에 입점한 것으로 조사됨. 아마드 티, 트와이닝스, 비글로우 티 3개사 모두 미국의 인기 온라인 쇼핑몰인 아마존, 월마트, 크로거 3곳에 입점해 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 3개사 모두 영어로 된 글로벌 계정의 소셜 미디어 채널을 보유하고 있음. 아마드 티, 트와이닝스, 비글로우 티 모두 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 등 4개 SNS 플랫폼을 통해 콘텐츠를 자주 업로드하며 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 품질 등을 강조

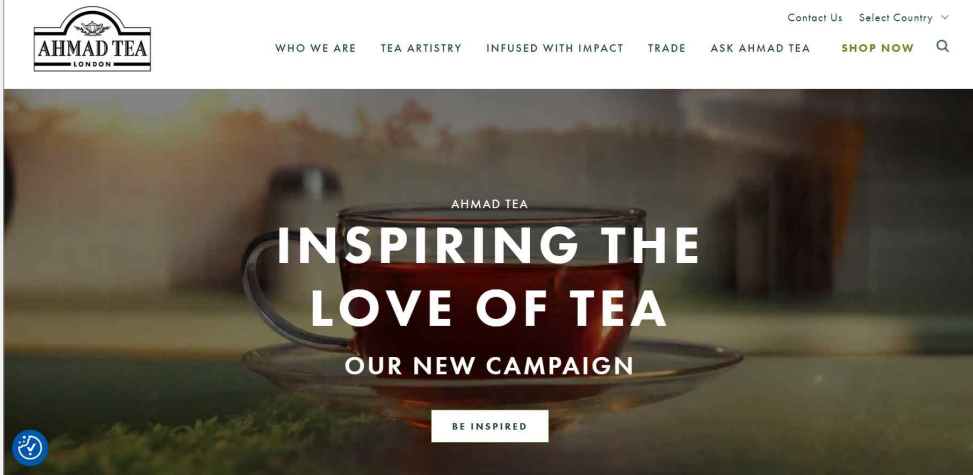
미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 품질 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. 아마드 티는 차의 품질 및 과일향과 맛을 표현하는 문구를 사용함. 트와이닝스는 차의 다양한 맛, 전문가의 선정을 거친 품질을 강조함. 비글로우 티는 차의 풍미와 품질, 프리미엄 포장을 설명하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 미국 과일 블렌딩티 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
아마드 티	- 오프라인 매장 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국/글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램 - 유튜브 - 페이스북 - 트위터	- 고품질 홍차 - 입맛을 돋우는 과일의 상큼한 단맛 - 진짜 과일조각과 시그니처 향료로 만든 - 뜨겁게 마셔도 차갑게 마셔도 맛있는	
트와이닝스	- 오프라인 매장 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국/글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램 - 유튜브 - 페이스북 - 트위터	- 고품질 홍차 - 상쾌한 녹차 - 다양한 과일 허브 추출물 - 트와이닝스의 마스터 블렌더가 전문적으로 선정	
비글로우 티	- 오프라인 매장 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국/글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램 - 유튜브 - 페이스북 - 트위터	- 최고 품질의 차 재료를 신중하게 엄선 - 신선함과 풍미를 지키기 위한 프리미엄 호일 포장 - 언제나 최고의 차 경험을 선사	

자료: 미국 진출 과일 블렌딩티 경쟁기업 3개사 분석

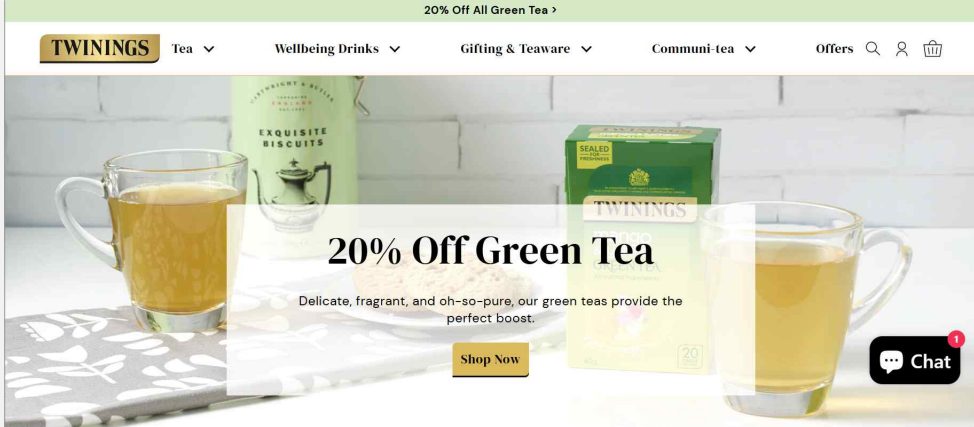
① 아마드 티

기업 기본 정보	기업명	아마드 티		
	기업 설명	영국의 차 제조유통 업체로 전 세계 80여개 국에 차를 수출함. 다양한 종류의 과일차, 홍차, 허브차 등을 판매하며 영국 최대 식음료 시상식인 '그레이트 테이스트 어워즈'를 여러 차례 수상함		
	위치	Ahmad Tea Ltd., Winchester Road, Chandlers Ford, Hampshire, UK		
	규모	동일 품목 수	44개	
설립연도		1986년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 크로거		제품명	인퓨전 로즈힙, 히비스커스, 체리 (Infusion Rosehip, Hibiscus & Cherry)
			중량	40g
			소비자가격	3.49달러 (4,825원 ⁸⁾)
			제품 종류	과일 블렌딩티
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	미국 전용 및 영어로 된 글로벌 홈페이지와 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/트위터/유튜브(글로벌)		
	게시 주기	(페이스북) 2~3일에 1건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 차 제조법 소개, 국가별 쇼핑물 연결		

사진자료: 현지조사원 자료, 아마드 티 홈페이지

8) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 트와이닝스

기업 기본 정보	기업명	트와이닝스		
	기업 설명	영국의 차 제조유통 업체로 1706년 런던에 영국 최초 티룸 설립을 시작으로 300년 넘는 역사를 가진 글로벌 기업으로 성장함. 각종 과일차, 허브차, 티타임 식기를 판매함. 식음료 시상식 '그레이트 테이스트 어워드', 관광명소 시상식 '트래블러스 초이스 어워드' 등에서 수상함		
	위치	216 Strand, London, UK		
	규모	동일품목 수	88개	
설립연도		1706년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 크로거		제품명	트와이닝스 와일드 베리스 (Twinings Wild Berries)
			중량	40g
			소비자가격	5.99달러 (8,281원)
			제품 종류	과일 블렌딩티
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	미국 전용 및 영어로 된 글로벌 홈페이지와 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
				
	홍보 채널	자사 홈페이지 (미국/글로벌), 인스타그램/트위터/페이스북/유튜브(글로벌)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 관련 뉴스 소개, 구매 링크 연결		

사진자료: 현지조사원 자료, 트와이닝스 홈페이지

③ 비글로우 티

기업 기본 정보	기업명	비글로우 티			
	기업 설명	미국의 차 제조유통 업체로 1945년 설립부터 현재까지 비글로우가(家)에서 3대에 걸쳐 완전한 가족 경영을 하고 있음. 각종 허브티, 과일티를 취급하며 차를 재배하는 대형 농장인 '찰스턴 티 가든'을 개방해 운영함			
	위치	Bigelow Tea, Corporate Headquarters, 201 Black Rock Turnpike, Fairfield, CT 06824			
	규모	동일 품목 수	136개		
설립연도		1945년			
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 크로거		제품명	진저 피치 튜메릭 (Ginger Peach Turmeric)	
			중량	27g	
			소비자가격	3.52달러 (4,866원)	
			제품 종류	과일 블렌딩티	
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용		
	홍보 현지화	● (상)	미국 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용		
홍보 방식	 Search Sign Up for Email Contact Us SHOP TEA ABOUT OUR TEA THE BIGELOW STORY OUR IMPACT WHAT'S BREWING Drinking More Water Just Got Easier Not drinking enough water? We have you covered! Bigelow Botanicals Cold Water Infusions create a gentle herbal infusion by using real fruit and herbs steeped in cold water. Save 20% On Bigelow Botanicals- Use Code HYDRATION20 At Checkout 				
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 인스타그램/페이스북/유튜브/트위터(글로벌)			
	게시 주기	(페이스북) 1~3일에 1건			
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 차 효능 설명, 구매 링크 연결			

사진자료: 현지조사원 자료, 비글로우 티 홈페이지

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 샵갈릴(Shopgalil)
2. 월마트(Walmart)
3. 하겐(Haggen)

Interview ①

9)



샵갈릴(Shopgalil) National Sales Representative

샵갈릴 (Shopgalil)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1985년 설립된 미국의 식료품 전문 유통 업체
 - 식료품, 음료, 향신료, 간식류, 가정용품 등 700여종의 품목 취급
 - 글로벌 고급 미식 및 특산 식품을 미국 전역으로 배송

담당자 정보

National Sales
Representative

고객사 제품 정보

소비자가격 14.99달러
(약 20,722원¹⁰⁾)

중량 90g

포장 형태 알루미늄 캔/박스

마케팅 솔로건 그린애플이 가미된 뛰어난 향미

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

고객사의 제품은 독특한 그린애플 맛으로 많은 소비자들에게 호감을 얻을 수 있을 것입니다. 가격 측면에서는 90g에 14.99달러(약 20,722원)로 타 제품에 비해 높은 편입니다. 당사에서 판매하는 아마드 티(Ahmad Tea)사의 피치 & 패션푸르트 티(Peach & Passion Fruit) 제품은 20개의 티백으로 구성되어 180g, 4.49달러(약 6,207원)에 판매 중입니다. 고객사의 제품은 알루미늄 캔 포장으로 내구성이 뛰어나지만, 많은 소비자들은 더 편리한 티백을 선호하는 경향이 있습니다. 마케팅 측면에서는 고객사 제품이 천연 향료와 한국산이라는 점을 강조하면 수입 제품에 관심있는 소비자들에게 어필할 수 있습니다. 반면, 경쟁사들은 오랜 시장 경험으로 브랜드 인지도가 강하다는 장점이 있습니다. 고객사가 편리한 포장 형태와 다양한 맛을 제공하여 여러 취향에 맞춘다면 더 많은 소비자들이 선호할 것입니다. 웰니스 트렌드가 증가함에 따라, 제품의 천연 성분과 첨가물이 없다는 점을 강조하는 것도 건강을 중시하는 다양한 소비자들에게 매력적인 선택지가 될 것입니다.

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

수입 유통업체가 고려하는 주요 사항은 맛, 향 프로파일, 그리고 다양한 맛의 제공 여부입니다. 미국 소비자들은 맛에 매우 까다롭기 때문에, 미국인의 입맛에 맞는 맛을 제공하는 것이 판매에 매우 중요합니다. 제품의 포장과 브랜드도 지대한 영향을 미칩니다. 포장은 고객이 제품에 대해 처음 접하는 부분이므로, 시각적으로 매력적이어야 하기 때문입니다. 마지막으로 유통업체는 소매업체가 이윤을 남길 수 있고 소비자에게 가치를 제공할 수 있는 적절한 가격을 원합니다. 이러한 모든 요소의 균형을 맞추는 것이 과일 블렌딩티를 선택하는 데 중요한 요인입니다.

9) 사진자료: 샵갈릴(Shopgalil) 공식 홈페이지

10) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 현지 소비자들 사이의 과일 블렌딩티에 대한 인식과 구매 요소는 무엇인가요?

최근 트렌드에 따르면, 미국 소비자의 독특한 맛을 지닌 차에 대한 관심이 증가하고 있습니다. 때문에 과일, 허브, 향신료와 같은 재료로 자연스럽게 맛을 낸 차에 대한 수요도 늘고 있고, 피부 미용, 소화 개선 등 건강적 효능을 가진 다양한 차가 출시되고 있습니다. 제품을 구매할 때 미국 소비자들은 우선적으로 맛을 고려합니다. 그 외에 중요한 요소로는 천연 재료 사용 여부, 준비의 용이성, 포장 및 제품 중량이 있습니다. 제품의 가격 또한 중요한 역할을 합니다. 마지막으로 소비자들은 신뢰할 수 있는 브랜드의 제품을 선호합니다.

Q4. 현지 과일 블렌딩티 시장에서 인기 있는 경쟁 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

인기 블렌딩티 제품의 마케팅은 주로 온라인 채널을 통해 이루어지며, 두 가지 주요 영역에 중점을 두고 있습니다. 첫 번째는 소셜 미디어 마케팅이고, 두 번째는 콘텐츠 마케팅입니다. 소셜 미디어 마케팅의 일환으로 게시물, 그래픽 및 동영상을 제작하여 브랜드의 존재감과 가치를 높입니다. 반면 콘텐츠 마케팅은 웹사이트의 블로그 게시물을 통해 이루어지며 차의 효능, 다양한 제품의 종류, 최고 품질의 차를 구별하는 방법 등 고객에게 유용한 정보를 제공합니다.

Q5. 미국 시장에서 과일 블렌딩티 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

제품을 홍보하고 고객을 설득하는 가장 좋은 방법은 특별 할인 및 프로모션을 제공하는 것입니다. 하지만 이러한 프로모션이 효과를 발휘하기 위해서는 제품과 브랜드에 대한 최소한의 인지도가 필요합니다. 따라서 소셜 미디어를 통해 브랜드와 제품을 알리는 작업이 선행되어야 합니다. 고객이 브랜드와 제품에 대해 알고 있을 때, 할인과 같은 프로모션이 효과적입니다. 고객이 브랜드에 대해 알지 못한다면, 아무리 큰 할인을 제공해도 구매로 이어질 가능성이 적습니다. 따라서 브랜드와 제품에 대한 인지도를 먼저 구축한 후, 할인 등을 제공하는 것이 중요합니다.

Q6. 외국 기업의 현지 납품 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

수입업체가 항구에서 차 제품의 선적 절차를 완료한 후, 창고로 옮겨 보관합니다. 이후 중앙 창고에서 제품을 협력 지역 유통업체로 배송합니다. 경우에 따라 수입업체가 유통업체 역할을 함께 맡기도 하며, 이 경우 제품을 도매업체나 소매업체에 직접 전달합니다. 종종 대형 소매업체가 수입업체로부터 직접 구매하는 경우도 있습니다. 시간이 지남에 따라 공급망에서 중간 단계가 줄어들고 있으며, 점점 더 많은 소매업체가 직접 제품을 조달해 이익을 증가시키고 과정에서 시간을 절약하고자 합니다.

Q7. 고객사 과일 블렌딩티가 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

대형 식료품 소매업체와 직접 관계를 구축하는 것이 가장 시장 도달 범위가 넓은 방법입니다. 그러나, 전문 유통업체와 협력하여 진입하는 것이 더 실용적일 수 있습니다. 이러한 유통업체는 클라이언트가 제품을 적절한 소매업체와 위치에 배포하도록 지원하므로, 클라이언트가 모든 소매업체에 직접 제품을 보내는 것보다 더 효율적입니다. 또한 현지 유통업체는 미국 시장에 대한 이해가 깊기 때문에 해외 기업의 시장 진출을 효과적으로 도울 수 있습니다.

Interview ②

11)



월마트(Walmart) Senior Manager

월마트 (Walmart)

- 유형: 소매 체인점
- 업체 특징:
 - 1962년 아칸소주에서 설립된 미국의 다국적 소매기업
 - 미국 50개주 전역, 24개국에 10,000개 이상의 매장 운영
 - 210만 이상의 직원을 고용하고 있는 세계 최대 민간 고용주

담당자 정보

Senior Manger

고객사 제품 정보

소비자가격 14.99달러
(약 20,722원)

중량 90g

포장 형태 알루미늄 캔/박스

마케팅 슬로건 그린애플이 가미된 뛰어난 향미

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

고객사의 제품은 미국 시장에서 좋은 반응을 얻을 가능성이 큼니다. 특히 제품의 그린애플 맛은 미국인들이 선호하는 가벼운 맛입니다. 가격도 적절하며 알루미늄 캔 포장도 매력적입니다. 또한 천연 성분을 강조하고, 설탕이나 화학 첨가물이 없다는 점을 홍보한 것도 좋습니다. 비교 제품으로는 하와이안 아일랜드 티 컴퍼니(Hawaiian Islands Tea Company)의 티 망고 마우이(Tea Mango Maui)가 있습니다. 경쟁 제품과 비교했을 때, 고객사의 제품은 건강 지향적이며 설탕이 첨가되지 않고 천연 성분으로 만들어졌다는 점에서 차별화됩니다. 전반적으로 컴팩트한 포장, 천연 맛, 청정 라벨이 건강을 중시하는 미국 소비자들에게 잘 부합합니다. 포장을 천연 성분 사용과 같은 제품의 장점을 강조하는 방향으로 디자인하는 것을 제안합니다. 이 분야의 브랜드들은 포장 그래픽에 중점을 두기 때문에, 고객사도 이를 중요하게 여기고 전략적으로 디자인하여 강한 첫인상을 남겨야 합니다.

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

바이어들은 제품의 맛과 풍미를 중요하게 고려합니다. 블렌딩된 차는 미국인의 취향에 맞는 강하고 생생한 과일 풍미를 지녀야 하므로 샘플을 통해 과일 맛이 강하게 느껴지는지를 테스트합니다. 특히 과일 블렌딩티의 경우 제품의 설명에 대한 신뢰성과 진성이 매우 중요합니다. 제품의 성분과 원산지를 명확히 하는 것은 바이어가 소매업체에게 제품의 신선함과 건강 기능을 보증하는 데 도움이 됩니다. 이 두 가지 요소는 과일 블렌딩티의 경우 특히 중요하며 이 외에는 가격, 수량, 공급과 같은 일반적인 고려사항을 다룹니다.

Q3. 현지 소비자들 사이의 과일 블렌딩티에 대한 인식과 구매 요소는 무엇인가요?

최근 몇 년 동안 많은 미국 소비자들 사이에서 건강과 웰니스가 우선순위가 되었습니다. 그 결과 향산화 효과가 있거나, 진정 효과를 제공하는 차 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 고객들은 자신의 건강 목표에 맞는 구매 결정을 내립니다. 동시에 제품의 가격도 중요한 요소로, 고품질이면서도 가격이 적절한 옵션이 고객에게 매력적이며, 이를 통해 더 자주 소비할 수 있게 됩니다. 또 이전에 언급한 바와 같이 제품의 출처와 성분에 대한 투명성도 매우 중요합니다. 소비자들은 이러한 정보를 통해 제품에 대한 신뢰를 가지기 때문입니다.

Q4. 현지 과일 블렌딩티 시장에서 인기 있는 경쟁 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

건강에 관심이 많은 젊은층과 중장년층 고객과 소통하기 위해 디지털 광고가 광범위하게 활용되고 있습니다. 인스타그램과 같은 소셜 플랫폼은 제품의 상쾌함과 풍미를 전달하기 위해 사용됩니다. 이 외에도 많은 브랜드가 웰빙 잡지에 정기적으로 게시하고 팟캐스트를 활용하여 제품에 대한 인지도를 높이고 있습니다. 또한 고객에게 차 문화에 대해 전달하고 차와 다양한 블렌드 등에 대해 교육하기도 합니다. 이렇게 브랜드는 차 경험에 대한 경험을 구축하기 위해 노력하고 있습니다.

Q5. 미국 시장에서 과일 블렌딩티 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

소매점과 제휴하여 가격 할인, 샘플 제공 등의 프로모션 행사를 제공하거나 카페 및 레스토랑과 협력하여 차를 체험하는 캠페인을 진행할 수 있습니다. 이러한 프로모션은 이벤트, 식사, 티 파티 등 다양한 형태로 진행될 수 있습니다.

Q6. 외국 기업의 현지 납품 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

제품이 FDA 규정에 따른 모든 식품 안전 및 라벨링 기준을 충족하는지 확인하는 것으로 납품 절차가 시작됩니다. 제품이 미국에 도착하면 수입자는 제품을 현지 창고로 배송하여 상품 상태를 확인하고 재고를 저장합니다. 이후 필요할 때마다 제품을 소매점으로 배송하며 유통 과정이 완료됩니다.

Q7. 고객사 과일 블렌딩티가 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

슈퍼마켓 체인을 통해 제품을 유통하는 것을 제안합니다. 슈퍼마켓에는 차와 음료를 위한 전용 공간이 있어 고객이 제품을 쉽게 발견할 수 있습니다. 슈퍼마켓 입점을 통해 제품은 소비자에게 직접 접근할 수 있으며, 동시에 미국 여러 지역에서 제품을 판매할 수 있습니다.

Interview ③

12)



하겐(Haggen) Food Service Sales Manager

하겐 (Haggen)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1933년 설립된 워싱턴주에 본사를 둔 소매 체인
 - 제빵류, 유제품, 식료품, 냉동식품, 즉석 가공품 등 식료품 취급
 - 2016년 알버트슨스 (Albertsons)에 매각 후 15개 매장 운영

담당자 정보

Food Service
Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 14.99달러
(약 20,722원)

중량 90g

포장 형태 알루미늄 캔/박스

마케팅 그린이애플이 가미된
솔로건 뛰어난 향미

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

고객사 제품은 그린이애플에서 우리나라는 훌륭한 천연의 맛을 갖추고 14.99달러(약 20,722원)라는 합리적인 가격으로 판매하고 있습니다. 제품의 주요 타겟층인 20~40대 여성 소비자들은 제품의 상쾌한 맛을 분명히 좋아할 것입니다. 스타벅스(Starbucks)의 티바나 비치 벨리니 허브 티(Teavana Beach Bellini Herbal Tea)는 고객사 제품보다 가격은 더 높지만, 파인애플과 망고 같은 여러 열대 과일을 포함해 더 복잡한 맛을 가지고 있습니다. 그린이애플에만 집중한 고객사 제품과 달리 다양한 허브, 과일, 꽃 및 시트러스 성분을 사용한다는 점이 가장 큰 차이점입니다. 그린이애플 외에도 추가적인 맛을 개발한다면 더 많은 고객을 유치하는 데 도움이 될 것입니다. 새로운 맛의 개발은 고객에게 다양한 선택지를 제공하고, 한 가지 맛에만 지루해져서 다른 브랜드로 바꾸는 것을 방지해 소비자의 관심을 유지할 수 있습니다.

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

바이어는 재고 관리와 공급업체와 좋은 관계 유지에 많은 주의를 기울입니다. 주요 고려사항에는 신뢰할 수 있는 제품 소싱, 일관된 품질 관리, 그리고 정시 배송이 포함됩니다. 이 외에도, 수입업체는 소비자의 수요를 매우 중요하게 생각하여 결정을 내릴 때 맛의 트렌드와 타겟 시장에 대한 소비자 선호도를 기반으로 합니다. 제품의 적절한 가격을 책정 하는 것 역시 공급망 전체에서 수익을 보장하기 위해 중요합니다. 즉, 수입업체는 품질, 가용성 및 합리적인 가격을 보장하는 공급업체와의 대량 거래를 우선시하여 과일 블렌딩티 판매를 극대화하려고 합니다.

Q3. 현지 소비자들 사이의 과일 블렌딩티에 대한 인식과 구매 요소는 무엇인가요?

미국에서 차 소비는 계속 증가하고 있으며, 특히 프리미엄 및 기능성 차 유형이 주목받고 있습니다. 많은 소비자들이 일반적인 홍차와 녹차를 넘어서는 새로운 맛을 찾고 있습니다. 동시에, 건강상의 이점이 있는 기능성 차와 유기농 허브, 베리 또는 다른 과일이 포함된 차가 인기를 끌고 있습니다. 소비자들은 맛이 좋으면서도 가격 대비 가치가 있는 차 제품을 선호합니다. 제품의 접근성은 모두에게 중요합니다. 제품을 쉽게 구할 수 있어야 소비자들은 차를 정기적으로 즐길 수 있고, 기업은 안정적으로 판매를 유지할 수 있습니다.

Q4. 현지 과일 블렌딩티 시장에서 인기 있는 경쟁 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

인기 제품들은 주로 온라인 채널을 통해 마케팅을 진행하고 있습니다. 온라인 채널에는 상호작용이 활발한 웹사이트, 소셜 미디어, 블로그, 포럼 등이 포함됩니다. 즉, 활발한 온라인 활동을 통해 형성한 존재감이 효과적인 마케팅과 소비자들에게 제품의 구매를 부추기는 영감의 핵심 요소입니다. 마지막으로 제품의 사용자 리뷰가 미래의 성장과 성공에 중요한 역할을 하고 있습니다.

Q5. 미국 시장에서 과일 블렌딩티 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

소셜 미디어에서 웰니스 관련 인플루언서들과 협력하는 것을 제안합니다. 인플루언서들과의 협력은 브랜드 인지도를 높이고 젊은 고객들의 유치에 도움이 될 것입니다. 또 봄철 디톡스, 여름 리프레시먼트와 같은 시즌별 캠페인과 연계된 프로모션을 만들어 차와 관련된 경험을 퍼뜨리는 것도 좋습니다. 마지막으로 매력적인 선물 세트를 제작하는 것도 잠재 고객에게 제품을 소개하는 혁신적인 방법이 될 수 있습니다.

Q6. 외국 기업의 현지 납품 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

해외 공급업체들은 먼저 현지 시장의 요구를 맛, 트렌드, 규정 및 수요에 대한 연구를 통해 평가합니다. 이들은 수입업자와 협력하여 국경 간 거래에 필요한 관세, 라이선스 및 문서를 정확히 처리합니다. 컨테이너는 포장되어 현지 항구로 배송되며, 수입업자들은 통관 및 운송을 조정합니다. 공급업체들은 일반적으로 대형 주문을 처리하며, 이 주문들은 유통업체에게 전달됩니다. 유통업체는 제품을 저장하고 소매 체인, 독립 상점 및 전자상거래 플랫폼에 주기적으로 재배포합니다.

Q7. 고객사 과일 블렌딩티가 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

식음료 전문 수입업체와 파트너십을 맺는 것을 제안합니다. 수입업체와의 협력을 통해 미국 전역의 많은 소매점에 공급하는 수입업체의 기존 유통 네트워크를 활용할 수 있기 때문입니다. 이는 다른 방법보다 고객사가 훨씬 쉽고 효율적으로 소매점에 제품을 배치하는 데 도움이 될 것입니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

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 인퓨전 로즈힙, 히비스커스, 체리 (아마드 티)
- ② 트와닝스 와일드 베리스 (트와닝스)
- ③ 인퓨전 페퍼민트 & 레몬 (아마드 티)
- ④ 히비스커스 맛차 (스기모토 티 컴퍼니)
- ⑤ 감잎차 (B사)
- ⑥ 오가닉 라즈베리 리프 (트래디셔널 메디셔널)
- ⑦ 레몬 진저 (이스트 웨스트 티 컴퍼니)
- ⑧ 진저 피치 튜메릭 (비글로우 티)
- ⑨ 그레이트 밸류 피치 루이보스 (월마트)
- ⑩ 굿 & 개더 오가닉 피치 허니 (타겟)

▶ 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격, 16.67달러

고객사 제품 100g당 가격은 약 16.66달러(23,025원¹³⁾)로 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 16.67달러(23,044원)와 거의 일치함. 그러나 경쟁제품 중 고객사와 동일한 파우더류 제품(4번)의 100g당 가격은 33.27달러(45,992원)로 고객사 제품에 비해 높은 수준임을 확인하여 고객사 제품이 동일 종류 경쟁제품 대비 가격 경쟁력 있는 것으로 조사됨

[표 5.1] 미국 과일 블렌딩티 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/100g)



13) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 인퓨전 로즈힙, 히비스커스, 체리 (아마드 티)
- ② 트와이닝스 와일드 베리스 (트와이닝스)
- ③ 인퓨전 페퍼민트 & 레몬 (아마드 티)
- ④ 히비스커스 맛차 (스기모토 티 컴퍼니)
- ⑤ 감잎차 (B사)
- ⑥ 오가닉 라즈베리 리프 (트래디셔널 메디셔널)
- ⑦ 레몬 진저 (이스트 웨스트 티 컴퍼니)
- ⑧ 진저 피치 튜메릭 (비글로우 티)
- ⑨ 그레이트 밸류 피치 루이보스 (월마트)
- ⑩ 굿 & 개더 오가닉 피치 허니 (타겟)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 32.7g

고객사 제품은 총 중량 90g으로 과일 블렌딩티 경쟁제품 10개의 평균 중량인 32.7g보다 다소 높은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 과일 블렌딩티 경쟁제품 10개 평균 중량의 약 275% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 편차가 매우 큼을 확인할 수 있음. 고객사는 다양한 소비자의 수요를 충족시키기 위해 여러 중량의 제품을 출시하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 미국 과일 블렌딩티 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

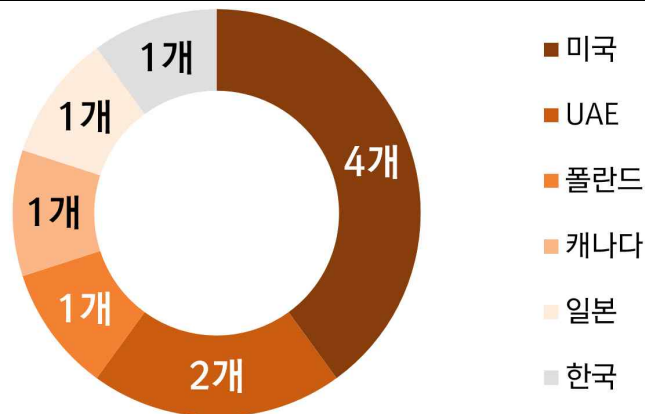


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 원산지, 미국

미국에서 판매되고 있는 과일 블렌딩티 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 중 4개 제품이 미국산 제품임을 확인함. 그 외 UAE산 제품 2개와 폴란드, 캐나다, 일본, 한국산 제품 각 1개가 조사됨

[표 5.3] 미국 과일 블렌딩티 원산지 경쟁력 분석

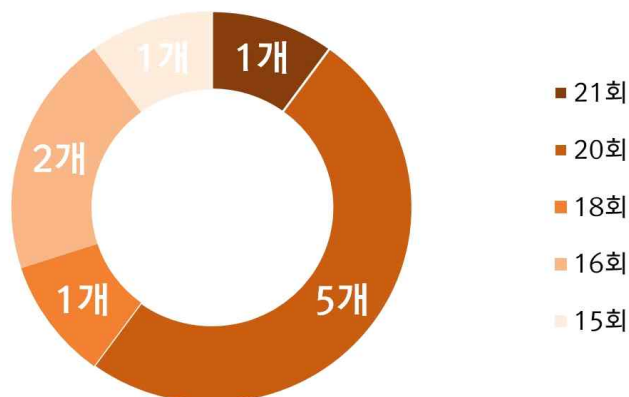


4) 제공횟수

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개의 제공횟수, 20회

미국에서 판매 중인 과일 블렌딩티 10개의 제공횟수를 조사한 결과 10개 중 5개 제품의 제공횟수가 20회임을 확인함. 그 외 제공횟수가 16회인 제품 2개와 제공횟수가 21회, 18회, 15회인 제품 각 1개가 조사됨

[표 5.4] 미국 과일 블렌딩티 제공횟수 경쟁력 분석

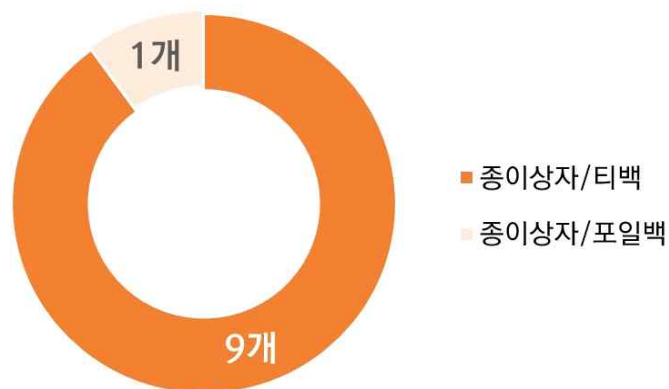


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 9개 종이상자/티백 사용

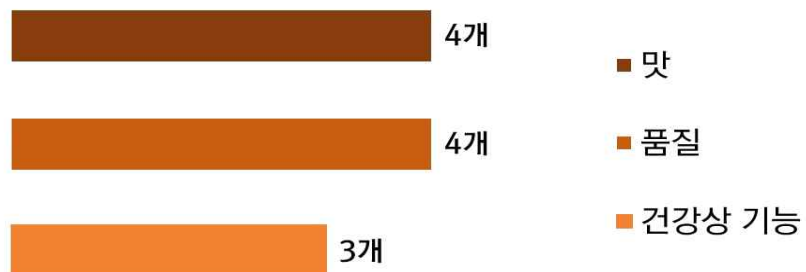
미국에서 판매 중인 과일 블렌딩티 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 9개 제품이 종이상자/티백 포장을 사용한 것을 확인함. 고객사와 동일한 파우더류 경쟁제품은 종이상자/포일백 포장을 사용한 것으로 조사됨

[표 5.5] 미국 과일 블렌딩티 포장 형태 경쟁력 분석

6) 홍보문구¹⁴⁾

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 4개 제품, 맛 관련 홍보문구 활용

미국에서 판매 중인 과일 블렌딩티 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 4개 제품이 '자연의 품미', '기분 좋은 맛' 등 맛과 관련된 문구를 활용한 것으로 확인됨. 또 다른 4개 제품은 '100% 자연산' 등 제품의 품질을 강조하는 문구를 사용한 것으로 조사됨. 그 외에 '건강한 소화를 도움' 등 제품의 건강상 기능을 나타내는 홍보문구가 사용된 것을 확인함

[표 5.6] 미국 과일 블렌딩티 홍보문구 경쟁력 분석¹⁵⁾

14) 한 제품에 두 개 이상의 홍보문구를 표기한 제품이 있음

2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) SNS 마케팅 분석

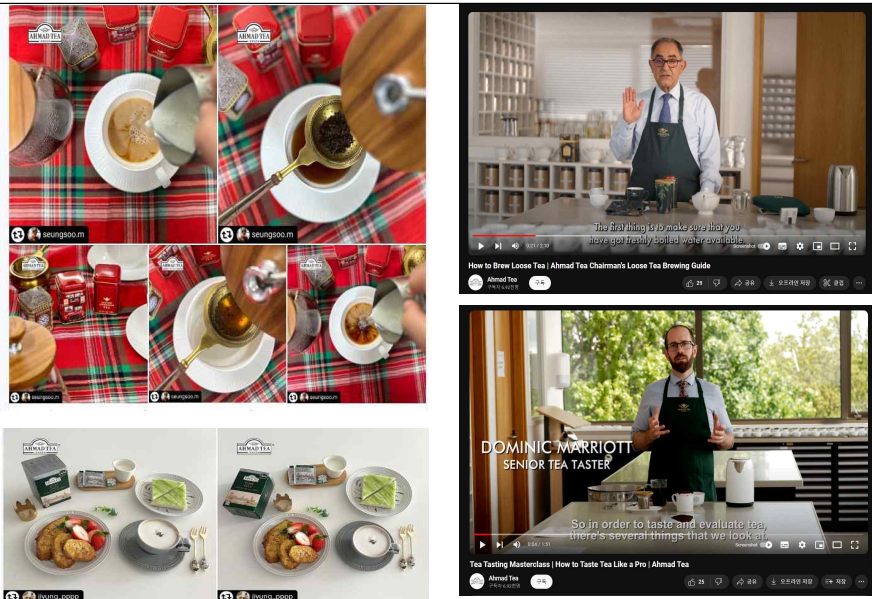
▶ 벤치마킹 기업, SNS 통해 소비자 참여 유도

아마드 티(Ahmad tea)의 SNS 채널 분석 결과, 제품 소개와 소비자 참여에 초점을 맞춘 콘텐츠가 돋보임을 확인함. 자사 제품을 이용한 티타임을 촬영하는 이벤트는 많은 소비자의 참여를 유도하며 인기를 끌었으며, 트렌디한 요소가 담긴 짧은 길이의 영상을 게시하여 소비자들과의 친밀감을 강화하고 있음. 또한 주기적으로 신제품에 대한 정보와 이를 활용한 레시피를 공유함으로써 브랜드와 제품에 대한 소비자들의 흥미를 유지하고 있음

유튜브 게시물 예시



[표 5.7] 미국 과일 블렌딩티 기업 마케팅 벤치마킹



▶ 벤치마킹 기업, 전문성과 신뢰도 높은 정보 제공

아마드 티(Ahmad tea)의 유튜브 채널 분석 결과, 기업의 회장 라힘 아프샤르(Rahim Afshar)를 비롯한 기업의 임원진이 직접 제품을 소개하며 소비자들과 신뢰를 쌓고 있음. 또 전문성을 갖춘 티 테이스터(Tea Taster)들이 좋은 차를 고르는 법과, 차의 향을 즐기는 법 등 소비자들이 차에 대한 좋은 경험을 쌓을 수 있도록 정보를 공유함을 확인함

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, Worth, Affordable 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Quantity, Portion, Size 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Love, Best, Choice 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Bitter, Sweet, Fruity 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Premium, Superior 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 과일 블렌딩차 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	450건
제품명	티에스타 티-블루베리 와일드 차일드 (Tiesta Tea-Blueberry Wild Child)		
제품 종류	과일 블렌딩티(파우더)	소비자가격	7.95달러 (10,990원)
중량	1.8oz	포장	재밀봉 파우치
특징	믿을 수 있는 진짜 천연 재료로 만든 고품질 제품 티백을 버리고 프리미엄 차로 여유로운 생활을 즐기세요. 최고의 차 경험을 위한 전 세계에서 온 양질의 재료		

● 조사 제품

사이트	아마존
분석 건수	450건
제품명	티에스타 타-블루베리 와일드 차일드
제품 종류	과일 블렌딩티 (파우더류)
소비자가격	7.95달러 (10,990원)
중량	1.8oz
포장	재밀봉 파우치
성분	믿을 수 있는 진짜 천연 재료로 만든 고품질 제품 티백을 버리고 프리미엄 차로 여유로운 생활을 즐기세요. 최고의 차 경험을 위한 전 세계에서 온 양질의 재료

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 과일 블렌딩티 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 488점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 ‘제품 선호도’에 대한 긍정 점수가 413점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 미국 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 과일 블렌딩티 제품에 대하여 맛과 제품 선호도에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	121	20
맛	488	10
제품 선호도	413	7
중량	55	28
품질	162	9
종합	1,239	455

▶ **선호 요인: 맛과 품질 인기, 차의 맛과 높은 품질을 좋아해**

과일 블렌딩티 제품의 최대 선호 요인은 맛으로 제품의 풍미가 만족스럽다는 리뷰가 상당수 확인되었음. 또한 품질에도 만족한다는 리뷰와 천연 재료 사용에 대한 선호 의견도 확인됨

“This is a high quality product, with bold flavor. Not too sweet or bitter, the tea is fresh and it taste great. I was given a sample by someone, and I had to buy my own. I’ll be buying it often now.”

“대담한 풍미를 가진 고품질의 제품입니다. 달거나 쓰지도 않고 차가 신선하고 맛이 좋습니다 누군가에게 샘플을 받았는데 바로 구매해야 했어요. 앞으로 자주 구매할 것 같아요,”

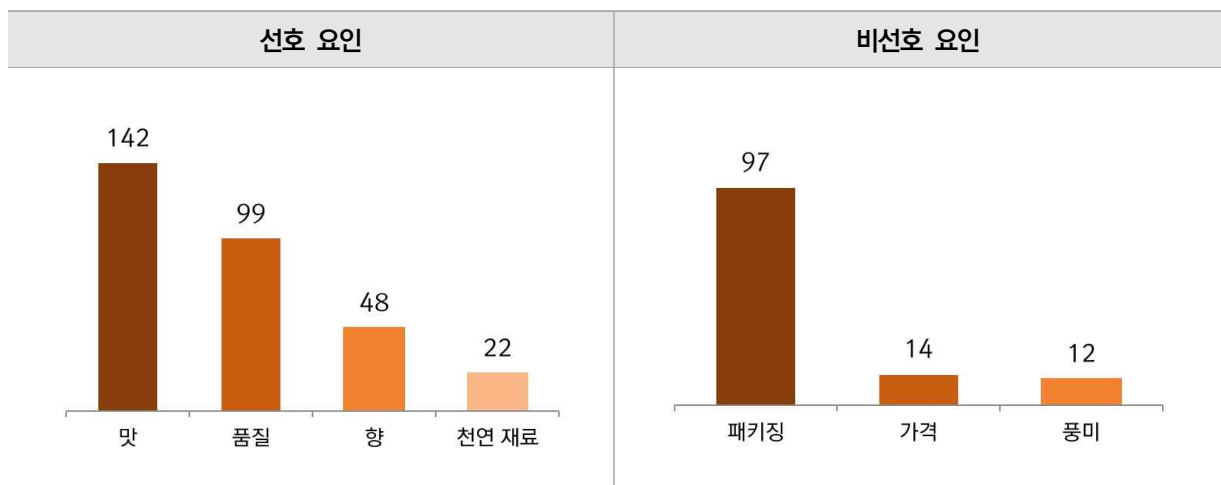
▶ **비선호 요인: 패키징과 가격에 대한 불만 요인**

과일 블렌딩티 제품의 최대 비선호 요인은 가격과 패키징인 것으로 조사됨. 패키징의 경우 재밀봉 파우치 내 내용물이 부쉘린 상태로 배송된 점에 대해 언급한 것으로 나타남

“It came with the contents completely cracked, I guess the thin bubble wrap packaging wasn't enough. A little disappointed.”

“내용물이 완전히 깨진 채로 왔습니다. 얇은 버블 랩 포장으로는 충분하지 않은 거 같아요. 조금 실망스러웠습니다.”

[표 5.11] 미국 과일 블렌딩티 온라인 인기제품 선호·비선호 요인 분석



[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. 에이치마트 홈페이지 (www.hmart.com)
8. 타겟 홈페이지 (www.target.com)
9. 아마드 티 홈페이지 (www.ahmadtea.com)
10. 트와이닝스 홈페이지 (www.twinnings.co.uk)
11. 비글로우 티 홈페이지 (www.bigelowtea.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 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 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea