

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-08
품목 | 소주(Soju)
HS CODE | 2208.90-4000
국가 | 몽골(Mongolia)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 몽골 소주 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 몽골 소주 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 몽골 소주 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 몽골 소주 경쟁기업 선정 | 23 |
| 2. 몽골 소주 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 24 |
| 3. 몽골 소주 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 26 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 에브리데이(Everyday) | 32 |
| 2. 지에스25(GS25) | 34 |
| 3. 아르바인 운데스(Arvain Undes) | 36 |



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	39
2. 기업 마케팅 벤치마킹	43

※ 참고문헌	44
--------	----





HS CODE : 2208.90-4000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

몽골 소주 경쟁력분석

온라인 인기 제품

쇼피



A사 소주

이마트



A사 석류 소주

노민



D사 소주



A사 요거트 소주



A사 청포도 소주



B사 자두 소주

오프라인 주요 경쟁제품

A사 수박 소주
(A사)



가격 8,850투그릭
(3,452원)

용량 360ml

'온/오프라인 유통채널 확보'

달빛 딸기 소주
(C사)



가격 9,199투그릭
(3,588원)

용량 360ml

'한국 지역 특산주 제조기업'

경쟁기업 3개사 분석

A사

포장 현지화 ①

홍보 현지화 ①

온/오프라인 매장 입점

B사

포장 현지화 ①

홍보 현지화 ①

온/오프라인 모두 입점

C사

포장 현지화 ①

홍보 현지화 ①

오프라인 매장 입점

포장 현지화

- 상(현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중(기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하(기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상(현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중(글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하(기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

100ml당 가격

단위 : 투그릭

571

2,581

고객사 제품
경쟁제품(10개)
평균

용량

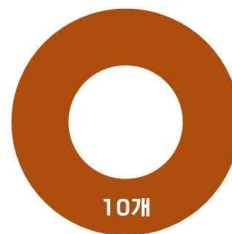
단위 : ml

360

360

고객사 제품
경쟁제품(10개)
(블라인드)
평균

포장 형태



유리병

기타 표기사항



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 2,581투그릭(1,007원), 평균 용량은 360ml으로 나타남
- 2) 경쟁제품 10개의 유통기한은 모두 10년, 포장형태는 모두 유리병으로 고객사 제품의 현황과 유사함

Point 02.

- 1) 경쟁제품 10개 조사 결과 다양한 과일맛이 확인되어 현지에서는 과일맛 소주의 인기가 높음을 알 수 있음
- 2) 경쟁제품 조사 결과 10개 중 7개 제품의 도수가 12~13% 수준이며, 고객사 또한 이러한 도수가 진입에 유리할 것으로 예상

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 몽골 소주 경쟁제품 선정
2. 몽골 소주 경쟁제품 조사지표 선정
3. 몽골 소주 경쟁제품 현지조사 결과

4. 몽골 소주 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	맑을린
제품 종류	소주
소비자가격	2,054투그릭 (801원)
용량	360ml
특징	숙취에 효과가 있는 '산소' 용존 공법 적용으로 맛이 깔끔하고 부드러움

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 맑을린
 - 제품 종류: 소주
 - 소비자 가격: 2,054투그릭(801원)
 - 용량: 360ml
 - 특징: 숙취에 효과가 있는 '산소' 용존 공법 적용으로 맛이 깔끔하고 부드러움

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopyy)
 2. 이마트(Emart)
 3. 노민(Nomin)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품 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: 하이퍼/슈퍼마켓, 편의점
 - 아시안/한인마트
- 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

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 소주 경쟁제품군 선정

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

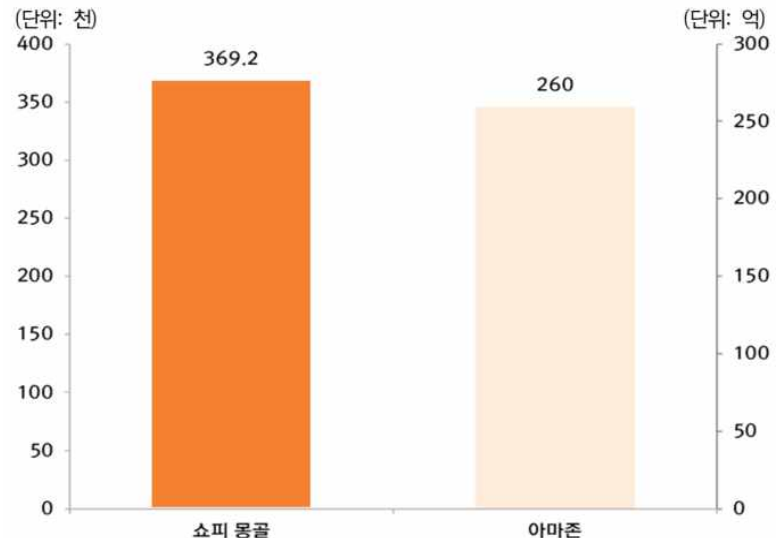
▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 몽골 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존에서는 경쟁제품 확인이 불가능하였음. 이에 경쟁제품 확인이 가능한 온라인 쇼핑몰 이마트, 노민에서 추가 조사를 진행하였으며 모두 한국산 소주가 주요 인기 제품인 것을 확인함

몽골 주요 온라인 쇼핑몰

사이트명	취급 종류
	식료품,
shopy mart	건강뷰티 용품,
소피 몽골	생활용품, 의류
	액세서리,
	육아용품 등
amazon	건강, 미용,
아마존 몽골	패션, 생활용품,
	유아용품, 식품,
	전자제품 등
emart	식품, 생활용품,
	위생용품,
	화장품,
이마트	애완용품 등
NOMIN E SHOP	패션, 가전제품,
노민	가구, 생활용품,
	식료품 등

[표 2.1] 몽골 온라인 쇼핑몰 월평균 방문 수



자료: 스탯ISTA(Statista), 시밀러웹(Similarweb)

[표 2.2] 몽골 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

소피 입점 상위 3개 제품 리스트(판매 비율 기준)¹⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	소주	A사	A사 소주	한국	9,660투그릭 (3,767원 ²⁾)	360ml	
2	소주	A사	A사 요거트 소주	한국	9,660투그릭 (3,767원)	360ml	
3	소주	A사	A사 청포도 소주	한국	9,660투그릭 (3,767원)	360ml	

1) 조사일(2024.11.12) 기준

2) 1투그릭=0.39원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 몽골 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

이마트 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	소주	A사	A사 석류 소주	한국	8,050투그릭 (3,139원)	360ml	
2	소주	A사	A사 청포도 소주	한국	8,850투그릭 (3,451원)	360ml	
3	소주	A사	A사 복숭아 소주	한국	8,850투그릭 (3,451원)	360ml	
노민 입점 상위 3개 제품 리스트(판매 비율 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	소주	D사	D사 소주	한국	9,288투그릭 (3,622원)	360ml	
2	소주	B사	B사 자두 소주	한국	9,358투그릭 (3,649원)	360ml	
3	소주	B사	B사 딸기 소주	한국	9,348투그릭 (3,645원)	360ml	

자료: 쇼피(Shopee), 이마트(Emart), 노민(Nomin) 홈페이지
 사진 자료: 쇼피(Shopee), 이마트(Emart), 노민(Nomin) 홈페이지

3) 조사일(2024.11.12) 기준

4) 조사일(2024.11.12) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 몽골 울란바토르 정보

인구	171만 3,307명 ⁵⁾
면적	4,704.4km ² ⁶⁾

▶ 몽골 울란바토르, 방문지역으로 선정

몽골 인구의 약 49%는 수도인 울란바토르에 거주하고 있음. 인구가 집중된 울란바토르는 몽골 경제의 중추적인 역할을 수행하며, 몽골 GDP의 상당 부분을 차지함. 경제중심지인 수도 울란바토르에는 월 1천만 원 이상 생활비를 소비하는 상류층이 인구의 1%를 차지하며, 이러한 상류층이 고급 외제차, 최고급 수입제품의 소비시장을 함께 형성하고 있음. 1990년 수교 이후부터 한국과 몽골 양국의 교역이 본격적으로 확대되었고, 2022년 1~8월 기준 양국 교역액은 3억 달러를 기록해 전년 동기 대비 20% 증가한 실적을 기록함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼/슈퍼마켓, 편의점, 아시안/한인마트 고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼/슈퍼마켓, 편의점, 아시안/한인마트를 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 몽골 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	이마트(E-Mart), 미니 하이퍼마켓(Minni Hypermarket), 산사르 슈퍼마켓(Sansar Supermarket), 캄버리지 슈퍼마켓(Khanburgedei Supermarket), 노민(Nomin)
편의점	지에스25(GS25), 씨유(CU)
아시안/한인마트	MK마트(MK Mart), 벨마트(Bell Mart), 피스 슈퍼마트(Peace Supermart)
온라인	쇼피(Shopyy), 아마존(Amazon), 이마트(E-Mart), 노민(Nomin)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 유엔데이터(UN DATA)

6) 자료: 세계스마트시티기구(WeGO)

2. 몽골 소주 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 소주 : 고농도의 주정(에탄올)을 물로 희석하여 만든 희석식 소주

▶ 몽골 소주 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 몽골 소주 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		소주
용량	용량(ml)	제품의 포장 단위
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품에 표기된 맛
포장 형태		유리병
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
수입자		제품의 수입자
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
유통기한		제품의 유통기한
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 몽골 소주 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 몽골 울란바토르에 위치한 편의점, 하이퍼마켓 겸 한인마트, 백화점 내 슈퍼마켓

몽골 울란바토르에 위치한 편의점 지에스25, 하이퍼마켓 겸 한인마트인 이마트, 백화점 내 슈퍼마켓인 노민을 방문함. 지에스25는 2021년 몽골에 진출해 현재는 100여 개 매장을 운영하고 있음. 이마트는 2016년 몽골에 진출한 뒤 4개 매장을 운영하고 있으며 현지에도 한국 매장의 스타일을 적용함. 노민은 몽골 노민 국영 백화점 안에 위치한 슈퍼마켓으로 글로벌 브랜드가 다수 입점해 있고 관광객의 방문율이 높음

[표 2.5] 몽골 방문 매장 및 특징

방문 매장명	지에스25 (GS25)	이마트 (Emart)	노민 (Nomin)
방문 매장 전경			
구분	편의점	하이퍼마켓 겸 한인마트	백화점 내 슈퍼마켓
조사 제품 수	1개	5개	4개
조사 매장 특징	- 한국 GS리테일이 운영하는 편의점 체인 2021년 몽골 진출 이후 100여 개 매장 운영	- 한국 신세계그룹 산하 슈퍼마켓 체인 2016년 몽골 진출해 4개 매장 보유	- 몽골 노민 국영 백화점 내 위치한 슈퍼마켓 - 글로벌 브랜드가 다수 입점했으며 관광객 방문율이 높음

▶ 경쟁제품 10개 중 7개, 복수 매장에서 판매 중

지에스25, 이마트, 노민 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 소주 경쟁제품 10개 중 7개 제품이 복수의 매장에서 중복 판매되고 있는 것으로 확인됨. 또한 7개 제품이 온라인 매장에서 판매 중인 것으로 확인되었으며, 이 중 3개 제품은 몽골의 주요 온라인 쇼핑몰인 쇼피, 이마트, 노민 3곳 모두에 입점한 것으로 조사됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

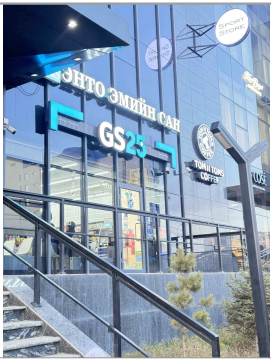
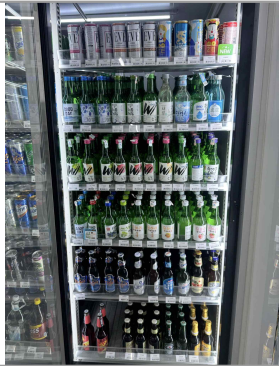
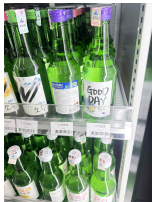
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	소주
① A사 블루베리 소주 (A사)	○ (지에스25, 노민)	○ (쇼피, 이마트, 노민)	○
② A사 청포도 소주 (A사)	○ (이마트, 노민)	○ (쇼피, 이마트, 노민)	○
③ A사 수박 소주 (A사)	○ (지에스25, 이마트, 노민)	○ (쇼피, 이마트, 노민)	○
④ B사 소주 (B사)	○ (지에스25, 이마트)	○ (노민)	○
⑤ A사 망고 소주 (A사)	○ (이마트, 노민)	○ (이마트, 노민)	○
⑥ B사 딸기 소주 (B사)	○ (이마트, 노민)	○ (노민)	○
⑦ 달빛 딸기 소주 (C사)	○ (노민)	×	○
⑧ 달빛 청포도 소주 (C사)	○ (노민)	×	○
⑨ B사 청포도 소주 (B사)	○ (지에스25, 노민)	○ (노민)	○
⑩ 달빛 요거트 소주 (C사)	○ (노민)	×	○

(*) 현지 판매 소주 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 지에스25(GS25)

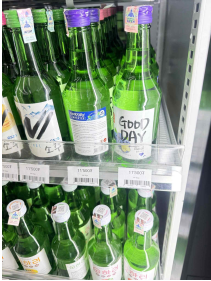
매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
식품, 음료, 간식 및 즉석
먹거리 등을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보			지에스25는 한국의 GS리테일 산하 편의점 체인으로 몽골에는 2021년 진출한 이후 현재 100여 개 매장을 운영하고 있음. 한식을 비롯한 각종 즉석 먹거리와 음료를 판매하며 매장 내 취식과 무료 와이파이 서비스를 제공함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	울란바토르
		상세주소	Paragon Center 1st Floor, 3rd Khoroo, Khan-Uul District, Ulaanbaatar, Mongolia
매장 내부			
매대 분석	매대 분류		복도식 매대
	진열 방식		주류 제품군 진열
	상·하단 제품 구성		상단: 소주/하단: 맥주
	브랜드 국적 구성		한국
	주요 브랜드		A사, B사, D사, E사
제품 판매 정보			
	A사 블루베리 소주 (A사)		

사진자료: 현지조사원 자료

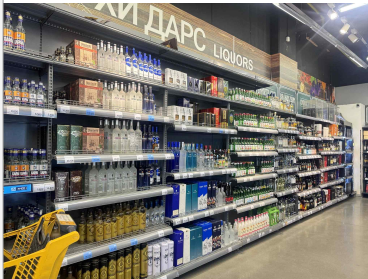
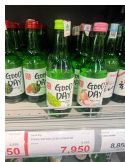
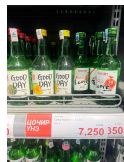
Shop ① 지에스25(GS25)

	경쟁제품 ①
제품 사진	
제품명 (현지어)	A사 블루베리 소주
제조사 (현지어)	A사
제품 종류	소주
용량	360ml
소비자가격	11,500투그릭 (4,485원)
100ml당 가격	3,194투그릭 (1,246원)
원산지	한국
맛	블루베리
포장 형태	유리병
기타 표기사항	21+, Alc. 13.5%
수입자	(-)
홍보문구	(-)
유통기한	10년
원료 및 첨가물	블루베리 주스, 블루베리 추출물, 블루베리 알코올, 정제수, 효소

Shop ② 이마트(Emart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 제품을 비롯한 각종
식료품과 생활용품을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

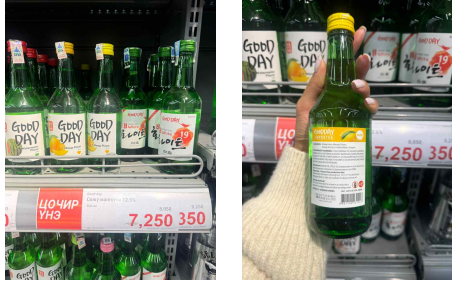
브랜드 기본 정보			이마트는 한국 신세계그룹이 운영하는 슈퍼마켓 체인으로 몽골에는 2016년 진출한 뒤 현재 4개 매장을 보유함. 매장 구성, 판매 품목 등에 한국 매장의 스타일을 적용했으며, 한국 제품을 포함해 다양한 식료품과 생활용품, 의류 등을 판매함		
	조사 제품 수: 5개				
매장 정보					
	위치	도시(지역)	울란바토르		
		상세주소	Emart Chinggis, Tokyo Street 23, (13381), 12th Sub District, 1st Khoroo, Bayanzurkh District, Ulaanbaatar, Mongolia		
매장 내부					
	매대 분류		복도식 매대		
매대 분석	진열 방식		소주 제품군 진열		
	상·하단 제품 구성		상단: 소주/하단: 막걸리		
	브랜드 국적 구성		한국		
	주요 브랜드		A사, B사, D사		
제품 판매 정보					
	A사 청포도 소주 (A사)	A사 수박 소주 (A사)	B사 소주 (B사)	A사 망고 소주 (A사)	B사 딸기 소주 (B사)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 이마트(Emart)

	경쟁제품 ②	경쟁제품 ③
제품 사진		
제품명 (현지어)	A사 청포도 소주	A사 수박 소주
제조사 (현지어)	A사	A사
제품 종류	소주	소주
용량	360ml	360ml
소비자가격	8,850투그릭 (3,452원)	8,850투그릭 (3,452원)
100ml당 가격	2,458투그릭 (959원)	2,458투그릭 (959원)
원산지	한국	한국
맛	청포도	수박
포장 형태	유리병	유리병
기타 표기사항	21+, Alc. 12.5%	21+, Alc. 13.5%
수입자	(-)	(-)
홍보문구	(-)	(-)
유통기한	10년	10년
원료 및 첨가물	청포도 주스, 청포도 추출물, 청포도 알코올, 정제수, 효소	수박 주스, 수박 추출물, 수박 알코올, 정제수, 효소

Shop ② 이마트(Emart)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	B사 소주	A사 망고 소주
제조사 (현지어)	B사	A사
제품 종류	소주	소주
용량	360ml	360ml
소비자가격	9,350투그릭 (3,647원)	8,050투그릭 (3,140원)
100ml당 가격	2,597투그릭 (1,013원)	2,236투그릭 (872원)
원산지	한국	한국
맛	(-)	망고
포장 형태	유리병	유리병
기타 표기사항	Alc. 16%	21+, Alc. 12.5%
수입자	(-)	(-)
홍보문구	World's No.1 Spirits	(-)
유통기한	10년	10년
원료 및 첨가물	정제수, 주정, 과당, 쌀 증류식 소주원액(쌀: 국산)	망고 주스, 망고 추출물, 망고 알코올, 정제수, 효소

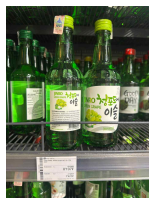
Shop ② 이마트(Emart)

	경쟁제품 ⑥
제품 사진	
제품명 (현지어)	B사 딸기 소주
제조사 (현지어)	B사
제품 종류	소주
용량	360ml
소비자가격	9,350투그릭 (3,647원)
100ml당 가격	2,597투그릭 (1,013원)
원산지	한국
맛	딸기
포장 형태	유리병
기타 표기사항	Alc. 13%
수입자	(-)
홍보문구	(-)
유통기한	10년
원료 및 첨가물	물, 중성 증류주(쌀), 자당, 고과당 옥수수 시럽, 구연산, 딸기 향료

Shop ③ 노민(Nomin)

매장 정보

- 유형: 백화점/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 생활용품, 가전제품,
의류 액세서리, 건강뷰티 용품
등을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			노민은 몽골의 노민 홀딩(Nomin Holding) 국영 백화점 안에 위치한 슈퍼마켓임. 울란바토르 중심지의 국영 백화점 'State Department Store'가 1층에 위치해 있음. 글로벌 브랜드가 다수 입점해 있으며, 관광객의 방문율이 높음	
	조사 제품 수: 4개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	울란바토르	
		상세주소	Nomin United, Chinggis Avenue, Khan-Uul District, Ulaanbaatar, Mongolia 17042	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		주류 제품군 진열	
	상·하단 제품 구성		상단: 소주/하단: 맥주	
	브랜드 국적 구성		한국	
	주요 브랜드		A사, B사, 달빛	
제품 판매 정보				
	달빛 딸기 소주 (C사)	달빛 청포도 소주 (C사)	B사 청포도 소주 (B사)	달빛 요거트 소주 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 노민(Nomin)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	달빛 딸기 소주 (Сөжү Dalbit гүзээлзгэнэ жимсний амттай)	달빛 청포도 소주 (Сөжү Dalbit усам үзэм жимсний амттай)
제조사 (현지어)	C사	C사
제품 종류	소주	소주
용량	360ml	360ml
소비자가격	9,199투그릭 (3,588원)	9,199투그릭 (3,588원)
100ml당 가격	2,555투그릭 (997원)	2,555투그릭 (997원)
원산지	한국	한국
맛	딸기	청포도
포장 형태	유리병	유리병
기타 표기사항	Alc. 12%	Alc. 12%
수입자	노민 푸드 (Nomin Foods LLC)	노민 푸드 (Nomin Foods LLC)
홍보문구	Refreshing, Clean, Smooth	Refreshing, Clean, Smooth
유통기한	10년	10년
원료 및 첨가물	물, 에탄올, 액상과당, 에리스리톨, 구연산, 효소변형 스테비아, 딸기 농축액, 딸기 향료	물, 에탄올, 액상과당, 에리스리톨, 구연산, 효소변형 스테비아, 청포도 농축액, 청포도 향료

Shop ③ 노민(Nomin)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진	 	 
제품명 (현지어)	B사 청포도 소주	달빛 요거트 소주 (Сөжү Dalbit иогуртта й)
제조사 (현지어)	B사	C사
제품 종류	소주	소주
용량	360ml	360ml
소비자가격	9,358투그릭 (3,650원)	9,199투그릭 (3,588원)
100ml당 가격	2,599투그릭 (1,014원)	2,555투그릭 (997원)
원산지	한국	한국
맛	청포도	요거트
포장 형태	유리병	유리병
기타 표기사항	Alc. 13%	Alc. 12%
수입자	(-)	노민 푸드 (Nomin Foods LLC)
홍보문구	(-)	Refreshing, Clean, Smooth
유통기한	10년	10년
원료 및 첨가물	정제수, 주정, 기타과당, 설탕, 구연산, 사과산, 합성향료(청포도향 3종), 청포도 농축액(칠레)	물, 에탄올, 액상과당, 에리스리톨, 구연산, 효소변형 스테비아, 요거트 향료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 몽골 소주 경쟁기업 선정
2. 몽골 소주 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 몽골 소주 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 몽골 소주 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 현지 진출 기업 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 현지화가 잘 되어 있는 현지 진출 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 중 A사와 B사는 평균 97년간 사업을 진행하고 있는 것으로 확인됨. B사는 1924년 설립돼 가장 오래된 100년의 업력을 보유하고 있으며, A사는 1929년 설립 이후 95년째 사업을 이어오고 있음. C사는 자사의 주류를 제조하는 영농조합법인이 2013년부터 11년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 소주 동일 품목 종류 조사

몽골에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 소주 동일 품목 수를 조사한 결과, C사가 총 51개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 A사가 20개, B사가 16개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 소주 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
A사	한국	95년	20개
B사	한국	100년	16개
C사	한국	11년	51개

자료: 몽골 진출 소주 경쟁기업 3개사 분석

2. 몽골 소주 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
	23년도 기업 매출액
	직원 수
	23년도 기업 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	소주 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	지에스25, 이마트, 노민
온라인	쇼피, 이마트, 노민

3. 몽골 소주 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 몽골 온/오프라인 매장 진출

몽골에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. A사와 B사는 지에스25, 이마트, 노민 등 방문매장 3곳에 모두 진출함. C사는 노민 한 곳에 입점한 것으로 조사됨. A사는 몽골의 인기 온라인 쇼핑몰인 쇼피, 이마트, 노민 3곳 모두에 입점해 제품을 유통하고 있음. C사는 온라인 쇼핑몰에는 입점하지 않은 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

몽골 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 특히 B사는 한국어, 영어, 중국어, 일본어로 된 자사 홈페이지를 운영하고 있음. C사는 영어로 된 글로벌 홈페이지를 보유함. A사는 한국 홈페이지를 운영하며 다른 언어로 된 글로벌 홈페이지는 없는 것으로 조사됨

이와 함께 경쟁기업의 소셜미디어 채널 운영 현황을 조사한 결과, 3개사 모두 인스타그램 등 소셜미디어 채널을 운영하고 있는 것으로 확인됨. B사는 한국 및 글로벌 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 운영하며 브랜드 스토리, 제품의 레시피 등 고객의 흥미를 끄는 콘텐츠를 자주 업로드하여 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음. A사도 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등에서 적극적인 SNS 마케팅을 진행하고 있지만 모두 한국 계정임. C사는 글로벌 인스타그램 계정을 보유하고 있으나 업데이트가 비정기적이고 게시물도 자주 올라오지는 않는 것으로 조사되었음

3개사 모두 몽골 현지용 홈페이지나 몽골어 계정의 SNS 채널은 운영하고 있지 않는 것으로 확인되었음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛과 목넘김 등의 품질 강조

몽골 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 품질 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. A사는 제품의 깔끔한 맛 부드러운 목넘김을 표현하는 문구를 사용함. B사는 제품의 과일 맛과 부담없는 도수를 강조함. C사는 제품의 상쾌하고 부드러운 목넘김 및 다양한 과일 맛 보유를 강조하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 몽골 소주 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	- 오프라인 매장 - 지에스25 - 이마트 - 노민 - 온라인 매장 - 쇼피 - 이마트 - 노민	- 자사 홈페이지 (한국) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 시그니처 도수 16.5는 유지하면서 부드러운 목넘김과 깔끔한 맛 - 72시간 산소숙성과 과당 Zero로 더 깔끔해진	
B사	- 오프라인 매장 - 지에스25 - 이마트 - 노민 - 온라인 매장 - 이마트 - 노민	- 자사 홈페이지 (한국/중국/일본/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국/글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 이슬같이 깨끗한 다음날 참이슬 - 달콤한 청포도가 깨끗한 이슬을 만나 한층 맛있어진다 - 13도의 도수로 부담없이 즐길 수 있어	
C사	- 오프라인 매장 - 노민	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램	- 가볍고 상쾌한 느낌을 유지하며 한 모금 한 모금마다 과일 맛을 느낄 수 있어 - 깨끗하고 상쾌하고 부드러운 - 19가지 맛	

자료: 몽골 진출 소주 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 한국의 주류업체로 소주와 매실주 등을 제조해 판매함. 소주를 회사명 대신 A사, 화이트, 특소다 등의 상품 자체 명칭으로 출시하는 방식을 처음 시작함. 소주의 도수를 낮추고 맛을 다양화하는 방식으로 적극적인 소주 시장의 변화를 모색함		
	위치	경남 창원시 마산회원구 봉암공단2길 6		
	규모	동일품목 수	20개	
		설립연도	1929년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 지에스25 이마트 노민 〈온라인 매장〉 쇼피 이마트 노민		제품명	A사 수박 소주
			용량	360ml
			소비자가격	8,850투그릭 (3,452원 ⁷⁾)
			제품 종류	소주
현지 진출 방법	포장 개선	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화 미진행	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)		
	게시 주기	(인스타그램) 주 2~3건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 안내, 제조과정 설명, 캐릭터 소개		

사진자료: 현지조사원 자료

7) 1투그릭=0.39원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사			
	기업 설명	B사는 한국의 주류업체로 소주, 맥주 부문 한국 내 정상 위치를 차지하고 있음. 글로벌 브랜드 성장을 추구하며 전 세계 82개국에 제품을 수출함. 1924년 설립된 B사와 1933년 설립된 하이트맥주가 2011년 통합해 B사를 출범함			
	위치	서울 강남구 영동대로 714 (청담동)			
	규모	동일 품목 수	16개		
설립연도		1924년			
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 지에스25 이마트 노민 〈온라인 매장〉 이마트 노민		제품명	B사 청포도 소주	
			용량	360ml	
			소비자가격	9,358투그릭 (3,650원)	
			제품 종류	소주	
현지 진출 방법	포장 개선	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화		
	홍보 글로벌화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용		
홍보 방식					
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/중국/일본/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(한국/글로벌)			
	게시 주기	(인스타그램) 주 3~4건			
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 안내, 생산과정 설명, 공장 안내			

사진자료: 현지조사원 자료

③ C사

기업 기본 정보	기업명	C사		
	기업 설명	C사는 한국의 지역 특산주 제조 수출업체로 충청북도 충주에 공장을 둔 영농조합법인이 생산하는 소주 등 각종 주류를 취급함. 자사의 청주 ‘동학1957’은 2018년 개최 평창동계올림픽에서 공식 판매주로 선정됨		
	위치	4F, 38 Jungang-daero 1793beon-gil, Geumjeong-gu, Busan		
	규모	동일 품목 수	51개	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 노민		제품명	달빛 딸기 소주 (Сөжү Dalbit ГҮЗЭЭЛЗГЭНЭ ЖИМСНИЙ АМТТАЙ)
			용량	360ml
			소비자가격	9,199투그릭 (3,588원)
			제품 종류	소주
		현지 진출 방법	포장 개선	① (중)
홍보 글로벌화	① (중)		글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
				
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램(글로벌)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 생산 과정 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 에브리데이(Everyday)
2. 지에스25(GS25)
3. 아르바인 운데스(Arvain Undes)

Interview ①



8)

에브리데이(Everyday) Import Manager

에브리데이 (Everyday)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1995년에 설립된 소매업체로 디저트, 면류, 백주, 테킬라, 칵테일, 위스키, 소주, 와인, 스낵 등을 취급하고 있음
 - 몽골 울란바토르에 위치하며, 한국산 주류를 포함한 다양한 제품을 수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Import Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 2,054투그릭
(801원⁹⁾)

용량 360ml

인증 KCG 인증

마케팅
슬로건 한국의 대표 주류

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 포장, 원료, 홍보문구 측면에서 전문가 의견 부탁드립니다.

현지 소비자들은 제품의 포장이나 원료보다 가격에 더 관심이 많습니다. 고객사 소주의 포장은 일반적이며, 소비자들은 이에 대해 크게 신경 쓰지 않을 가능성이 높습니다. 소비자들에게 가장 중요한 것은 소주를 자신이 생각하는 최적의 가격에 구매하는 것입니다.

Q2. 몽골 소비자에게 인기있는 한국산 소주는 무엇인가요?

몽골 소비자들 사이에서 가장 인기 있는 소주 제품은 요거트 소주입니다. 요거트 소주 칵테일은 크림이하고 부드러운 맛 덕분에 인기를 끌고 있습니다. 이 음료는 알코올 강도를 낮춰 알코올 내성이 약한 사람들도 부담 없이 즐길 수 있으며, 새콤달콤한 맛이 매력적으로 다가와 많은 소비자들에게 사랑받고 있습니다.

Q3. 현재 몽골 시장에서 유통 중인 한국산 소주의 수출단가는 어떻게 형성되나요?

수출단가를 직접적으로 말씀드리는 것은 영업 비밀 등의 이유로 어렵습니다. 다만 바이어 입장에서 가장 유의하는 수출단가 형성 요소는 물류 비용입니다. 물류 비용이 총 가격에 포함되는지가 중요한 고려사항이며, 이러한 비용 포함 여부에 따라 각 수입업체의 수입가에 차이가 발생합니다. 그리고 이는 현지 시장에서도 가격 차이로 이어질 가능성이 큰 부분입니다.

8) 사진자료: 에브리데이(Everyday) 공식 홈페이지

9) 1달러=1,335.30원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 몽골 현지에서 한국산 소주의 주요 수요층(연령대, 성별, 선호도 등)은 어떻게 되나요?

소주의 주요 소비층은 21세에서 35세 사이의 남성들로, 주로 바나 레스토랑에서 사교 목적으로 음주를 즐기는 경향이 있습니다. 이 연령대 소비자들은 외국 문화에서 온 새로운 맛과 경험에 개방적이어서, 한국 소주와 같은 수입 주류에 관심이 많습니다.

Q5. 한국산 소주 제품을 몽골로 수입 시 고려해야 할 사항은 무엇인가요?

가능한 한 낮은 가격으로 책정하는 것이 핵심입니다. 소주를 수입할 때는 최소한의 가격으로 제공할 수 있는 포장과 품질 상태가 중요한 고려 사항이기 때문입니다. 수입의 주요 목표는 품질 좋은 제품을 소비자에게 최대한 낮은 가격으로 제공하는 것이며, 이를 통해 판매자들은 이윤을 유지하면서도 매출을 확보하고자 합니다.

Q6. 몽골에서 한국산 소주를 판매할 수 있는 적절한 유통채널을 추천 부탁드립니다.

레스토랑을 추천합니다. 주요 소비자 그룹은 친구들과 어울려 마시는 것을 선호하기 때문에, 레스토랑은 소주를 즐기기에 최적의 장소입니다. 주류 소매점도 적합한 유통채널이 될 수 있지만, 소주를 직접 경험해볼 수 있다는 점에서 레스토랑이 더 효과적인 유통채널입니다.

Q7. 한국산 소주 또는 주류 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

몽골에서 판매되지 않는 소주를 수입하는 데 집중하고 있습니다. 한국에는 과일 소주 등 다양한 종류의 소주가 있기 때문에, 그 중 몽골 시장에 없는 제품을 발굴하려 노력하고 있습니다. 또한, 이러한 독특한 소주가 현지 소비자들 쉽게 지불할 수 있는 가격으로 제공되도록 하고 있습니다.

Interview ②

10)



지एस25(GS25) Foreign Trade Manager

지एस25 (GS25)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2018년에 설립된 소매업체로 편의점을 운영하고 있음
 - 몽골 울란바토르에 위치하며, 한국의 다양한 제품을 취급하고 있음

담당자 정보

Foreign Trade Manager

고객사 제품 정보

소매가격 2,054투그릭
(801원)

용량 360ml

인증 KCG 인증

마케팅 슬로건 한국의 대표 주류

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 포장, 원료, 홍보문구 측면에서 전문가 의견 부탁드립니다.

고객사 소주 제품과 관련하여 한가지 말씀을 드리자면, 현지에서 발생하는 고객 불만은 대부분 제품 가격에 관한 것이라는 점을 유의해 주셨으면 합니다. 이외의 불만은 거의 없으며, 고객사 제품이 기존의 일반 소주들과 비슷하기 때문에 가격 외의 문제는 발생하지 않을 것으로 보입니다. 또한, 가격에 대한 불만은 환율과 물류비용 상승으로 인한 것이므로 특별한 해결책이 없기 때문에 현재로서 고객사 제품에 대해 해줄 수 있는 추가적인 조언 사항이 없습니다.

Q2. 몽골 소비자에게 인기있는 한국산 소주는 무엇인가요?

몽골에서 가장 인기 있는 소주는 A사와 B사입니다. 이 두 제품은 현지에서 쉽게 구할 수 있어 소비자들에게 잘 알려져 있으며, 맛도 높이 평가받고 있습니다. 해당 제품은 부드러운 맛으로 유명해 현지 소비자들의 취향에 잘 맞는 것으로 보입니다.

Q3. 현재 몽골 시장에서 유통 중인 한국산 소주의 수출단가는 어떻게 형성되나요?

소주 수출 단가는 물류 비용과 목표 수익을 기준으로 결정됩니다. 현지에서는 가능한 한 저렴한 가격에 제품을 수입하려고 하며, 여기에 줄이기 어려운 물류 비용이 추가됩니다. 이로 인해 수입 가격이 영향을 미치며, 일부 경우에는 판매 촉진을 위해 수익 마진을 낮추기도 합니다.

Q4. 몽골 현지에서 한국산 소주의 주요 수요층(연령대, 성별, 선호도 등)은 어떻게 되나요?

현지 소주의 주요 소비자 그룹은 21세에서 30세 사이의 남성들로, 한국 대중문화와 쇼의 영향을 많이 받은 젊은 층입니다. 이들은 소주만의 독특한 맛을 좋아하며, 다른 음료와는 다른 특별한 느낌을 주면서도 합리적인 가격으로 수입 음료를 즐길 수 있다는 점에서 소주에 매력을 느끼고 있는 것으로 보입니다.

Q5. 한국산 소주 제품을 몽골로 수입 시 고려해야 할 사항은 무엇인가요?

주요 고려 사항은 소비자에게 다양한 종류의 소주를 제공하는 것입니다. 선택지가 다양하면 소비자들은 여러 옵션을 즐길 수 있어 소주에 대한 관심을 지속적으로 유지할 수 있습니다. 반면, 종류가 제한적이면 소비자들이 더 다양한 옵션이 있는 다른 음료로 쉽게 이동할 수 있으며, 같은 음료를 반복해서 마시는 것이 지루하게 느껴질 수 있기 때문입니다.

Q6. 몽골에서 한국산 소주를 판매할 수 있는 적절한 유통채널을 추천 부탁드립니다.

소주 제품을 판매하기에 가장 적합한 유통채널은 24시간 운영되는 매장입니다. 소주의 주요 고객층인 젊은 소비자들은 하루 중 언제든지 소주를 구매하고, 갑작스럽게 구매 결정을 내리는 경우도 많기 때문에, 언제든지 쉽게 구매 가능한 매장에 소주를 판매하는 것이 적절합니다. 이를 통해 높은 판매 성과를 기대할 수 있습니다.

Q7. 한국산 소주 또는 주류 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

소주의 알코올 도수와 원산지가 중요한 요소입니다. 몽골에서 알코올 도수가 높은 보드카가 매우 흔하다는 점을 고려할 때, 유통업체들은 소주의 낮은 알코올 도수가 소비자들에게 가벼운 주류로서 차별화된 매력을 갖는다고 보고 있습니다. 또한, 한국산이라는 점도 중요한 판매 포인트로 작용해, 유통업체들은 한국에서 직접 수입한 고품질 정품 소주를 제공하는 데 주력하고 있습니다.

Interview ③

11)



아르바인 운데스(Arvain Undes) Sales Manager

아르바인 운데스 (Arvain Undes)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 소매업체로 맥주, 보드카, 와인, 소주 및 수입 주류를 취급하고 있음
 - 몽골 울란바토르에 위치하며, 한국에서 수입한 주류를 판매하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 2,054투그릭
(801원)

용량 360ml

인증 KCG 인증

마케팅 슬로건 한국의 대표 주류

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 포장, 원료, 홍보문구 측면에서 전문가 의견 부탁드립니다.

고객사 제품은 현지의 다른 경쟁제품과 비슷하며, 크게 문제될 만한 요인은 찾기 어렵습니다. 몽골 소비자들은 소주를 구매할 때 가격을 가장 중요하게 고려하며 포장은 모든 제품에서 비슷하게 느껴져 큰 고려 대상이 아닙니다. 따라서 고객사 제품 또한 가격이 합리적이어야만 구매로 이어질 것이며, 예산에 맞지 않으면 소비자들은 다른 옵션으로 쉽게 전환하는 경향이 있습니다.

Q2. 몽골 소비자에게 인기있는 한국산 소주는 무엇인가요?

몽골에서 가장 인기 있는 소주는 대부분의 소매점에서 판매되는 참 소주입니다. 이 제품은 브랜드 가치와 독특한 맛으로 잘 알려져 있으며, 가격도 합리적입니다. 소비자들은 참 소주에 대해 긍정적인 반응을 보이고 있습니다.

Q3. 현재 몽골 시장에서 유통 중인 한국산 소주의 수출단가는 어떻게 형성되나요?

수출 단가 형성에 영향을 주는 주요 요인은 세금과 물류비입니다. 먼저, 몽골에서는 주류에 높은 세율이 적용되어 세금이 수출 단가에 영향을 미칩니다. 또한, 수입 과정에서 발생하는 물류비도 가격 인상의 주요 원인입니다. 이 두 가지 비용이 기본 가격 외에 추가로 가격을 높이는 중요한 요소로 작용해, 제품을 소비자에게 제공하기 위해 이윤을 조정할 수밖에 없는 상황입니다.

Q4. 몽골 현지에서 한국산 소주의 주요 수요층(연령대, 성별, 선호도 등)은 어떻게 되나요?

소주는 주로 25세에서 35세 사이 연령층에서 인기가 높습니다. 이 연령층에는 소주를 정기적으로 구매하는 고객이 많으며, 합리적인 가격대의 수입 주류에 대해 잘 알고 있고 새로운 제품을 시도하는 것을 좋아합니다. 소주는 다양한 풍미 옵션을 제공하기 때문에 이들 사이에서 특히 인기를 끌고 있습니다.

Q5. 한국산 소주 제품을 몽골로 수입 시 고려해야 할 사항은 무엇인가요?

소주를 수입해 현지에 도착할 때까지 본연의 맛이 최상의 상태로 유지되는지 고려하는 것이 중요합니다. 소주는 다른 제품과 차별화되는 독특한 맛이 주요 판매 요인이기 때문에, 이 맛이 저하되면 판매에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다.

Q6. 몽골에서 한국산 소주를 판매할 수 있는 적절한 유통채널을 추천 부탁드립니다.

가장 적합한 유통채널은 슈퍼마켓과 레스토랑입니다. 이 두 채널 모두 소주를 찾는 소비자층이 있어 소주 판매를 촉진할 수 있습니다. 따라서 높은 판매를 달성하기 위해 두 유통채널을 통해 제품을 제공하는 것이 중요합니다.

Q7. 한국산 소주 또는 주류 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

적절하고 안정적인 공급이 가장 중요한 고려 요소입니다. 유통업체들은 신뢰할 수 있고 제때 제품을 배송하는 공급업체와의 거래를 선호합니다. 이러한 요소들은 소주 제품이 소매업체에 꾸준히 공급되는 데 필수적입니다. 만약 공급업체가 배송을 지연하면, 유통업체는 더 신뢰할 수 있는 파트너를 찾게 될 것입니다. 또한, 수입 제품의 특성상 소비자들은 현지 정품의 맛을 기대하기 때문에, 유통업체에게는 신뢰할 수 있는 공급업체와의 파트너 관계가 매우 중요합니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100ml당 가격

경쟁제품(제조사)

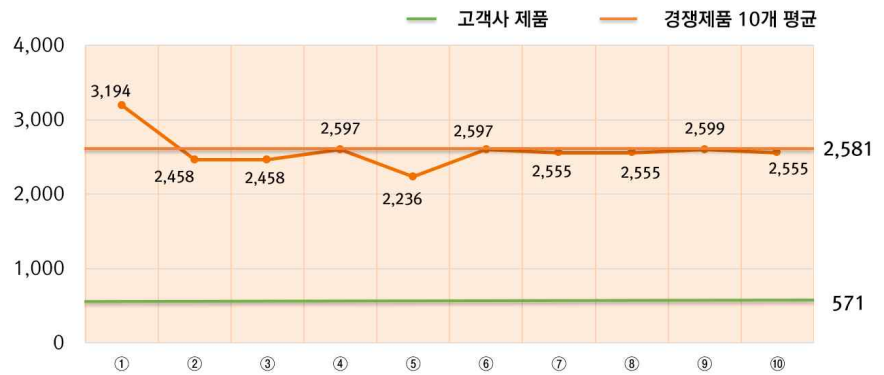
- ① A사 블루베리 소주 (A사)
- ② A사 청포도 소주 (A사)
- ③ A사 수박 소주 (A사)
- ④ B사 소주 (B사)
- ⑤ A사 망고 소주 (A사)
- ⑥ B사 딸기 소주 (B사)
- ⑦ 달빛 딸기 소주 (C사)
- ⑧ 달빛 청포도 소주 (C사)
- ⑨ B사 청포도 소주 (B사)
- ⑩ 달빛 요거트 소주 (C사)

▶ 경쟁제품 10개의 100ml당 평균 가격, 2,581투그릭

몽골에서 판매되고 있는 소주 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 2,581투그릭(1,007원¹²⁾)으로 나타남. 고객사 제품의 100ml당 가격은 571투그릭(223원)으로 현지 유통되는 경쟁제품 대비 매우 저렴한 가격임. 고객사는 이와 함께 운송 및 통관 등 추가 비용과 현지 세금 등을 고려하여 실제 유통에 적합한 판매가격을 산정할 수 있음

[표 5.1] 몽골 소주 가격 경쟁력 분석

(단위: 투그릭/100ml)



12) 1투그릭=0.39원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 용량

● 경쟁제품(제조사)

- ① A사 블루베리 소주 (A사)
- ② A사 청포도 소주 (A사)
- ③ A사 수박 소주 (A사)
- ④ B사 소주 (B사)
- ⑤ A사 망고 소주 (A사)
- ⑥ B사 딸기 소주 (B사)
- ⑦ 달빛 딸기 소주 (C사)
- ⑧ 달빛 청포도 소주 (C사)
- ⑨ B사 청포도 소주 (B사)
- ⑩ 달빛 요거트 소주 (C사)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 용량, 360ml

소주 경쟁제품 10개의 평균 용량은 360ml로 조사됨. 10개 제품 모두 용량이 360ml로 동일한 것으로 확인됨. 소주 용량은 이와 같이 360ml가 현지 수요에 부합한다고 볼 수 있으며 고객사 제품 역시 용량이 360ml로 이러한 현황과 일치하므로 추가적인 용량 구성의 변경은 현재로서는 고려할 단계가 아닌 것으로 확인됨

[표 5.2] 몽골 소주 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

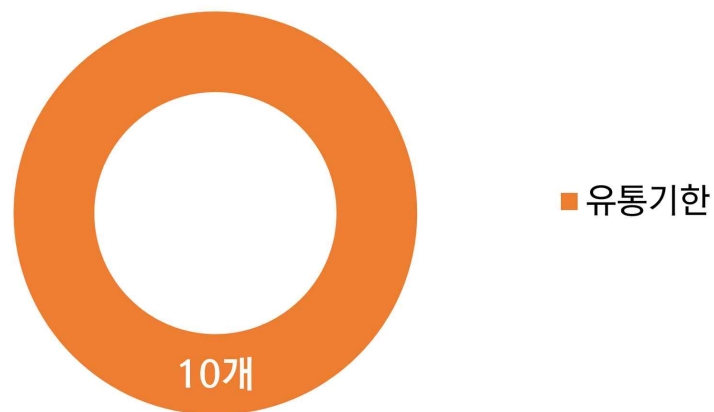


3) 유통기한

▶ 경쟁제품 10개, 유통기한 모두 10년

몽골에서 판매되고 있는 소주 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 모두 10년으로 나타남. 소주는 제품 특성상 유통기한이 길며, 현지에서도 이처럼 긴 유통기한이 당연하다는 인식이 존재하므로 고객사 제품 또한 현지 시장 진출 시 경쟁력 확보를 위해 이러한 유통기한을 표기하는 것을 권장함

[표 5.3] 몽골 소주 유통기한 경쟁력 분석

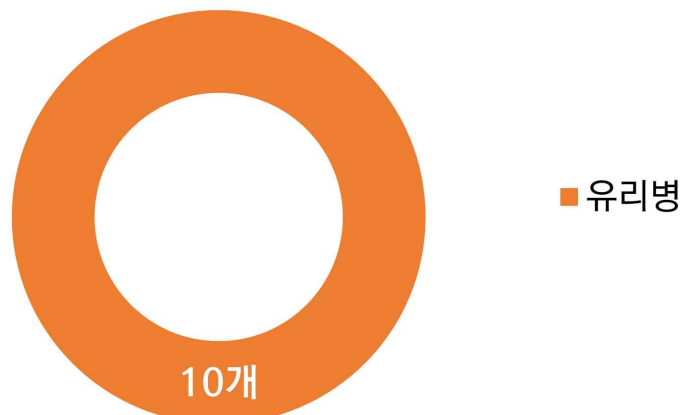


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두 유리병

몽골에서 판매 중인 소주 경쟁제품 10개 제품 모두 포장 형태가 유리병으로 확인됨. 현지 시장에서 소주는 유리병에 담기는 형태가 일반적이며 고객사 제품 역시 포장 형태가 유리병으로 이러한 현황과 일치함

[표 5.4] 몽골 소주 포장 형태 경쟁력 분석

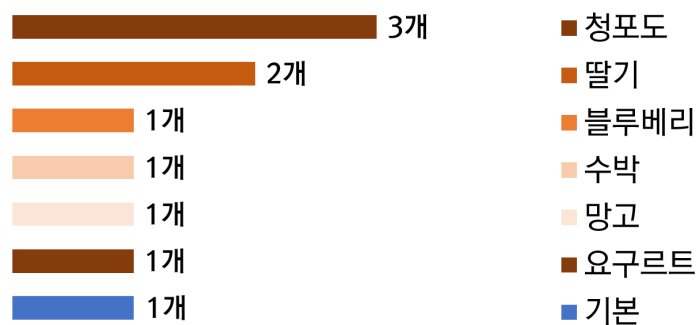


5) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개, 다양한 맛 보유

몽골에서 판매 중인 소주 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 다양한 과일 맛을 보유한 것으로 확인됨. 청포도 맛이 3개로 가장 많았고 딸기 맛 2개, 블루베리 맛 1개, 수박 맛 1개, 망고 맛 1개, 요거트 맛 1개, 기본 맛 1개로 나타남. 현지에는 다양한 종류의 맛을 가진 소주 제품이 유통되고 있으며, 특히 과일 맛 소주에 대한 수요가 높다고 볼 수 있음

[표 5.5] 몽골 소주 맛 경쟁력 분석

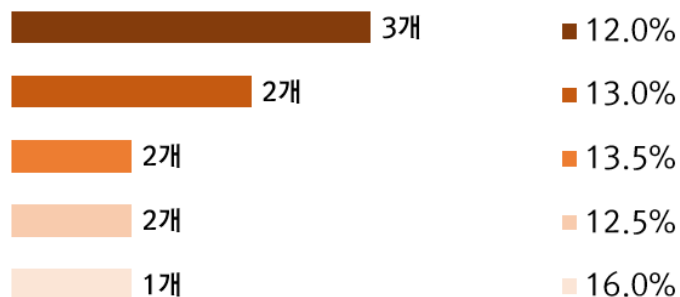


6) 기타 표기사항(도수)

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개, 12.0~13.0% 도수 표기

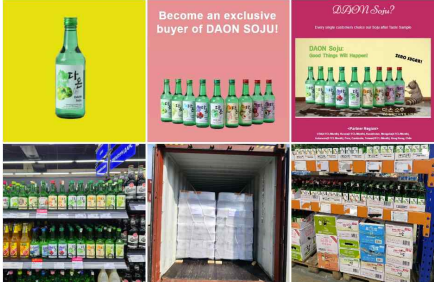
몽골에서 판매 중인 소주 경쟁제품 10개의 기타 표기사항(도수)을 조사한 결과, 7개 제품의 도수가 12.0~13.0%로 나타남. 12.0%가 3개로 가장 많았으며 그다음으로는 13.0% 2개, 13.5% 2개 등이 확인됨. 이를 통해 현지에서는 한국과 다르게 비교적 낮은 도수의 소주를 선호하며, 고객사 또한 제품의 도수를 12.0~13.0% 사이로 맞추는 경우 시장 진입에 유리할 것으로 분석됨

[표 5.6] 몽골 소주 기타 표기사항(도수) 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 소주 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	C사
	기업 설명	C사는 한국의 주류 수출업체로 충청북도 충주에 공장을 둔 영농조합법인이 생산하는 소주 등 각종 지역 특산주를 취급함. 다운, 달빛, 설하 등의 소주 브랜드를 보유하며 19가지 다양한 과일 맛 소주를 선보임. 자사가 제조한 청주 '동학1957'은 2018년 평창 동계 올림픽에서 공식 판매주로 선정됨. 클린 사업장, HACCP, ISO 9001 품질경영시스템 인증을 취득함
주요 마케팅 전략	제품 생산 공정· 품질관리 기준 소개	 자사 제품의 생산 공정을 사진·영상으로 소개하고 품질 관련 인증을 공개해 생산 과정과 품질에 관한 소비자 신뢰감 형성
	홍보 글로벌화	  글로벌 홈페이지 및 영문 카탈로그로 자사 브랜드와 제품 정보 제공 글로벌 계정의 인스타그램 계정 운영
	판매채널	오프라인 매장(노민)
요약	홍보채널	자사 홈페이지(글로벌) SNS 플랫폼(인스타그램)
	홍보문구	제품의 다양한 맛과 상쾌하고 부드러운 목넘김 강조

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 몽골 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
2. 몽골 통계청 홈페이지 (www.1212.mn)
3. 스탯ISTA 홈페이지 (www.statista.com)
4. 시밀러웹 홈페이지 (www.similarweb.com)
5. 쇼피 홈페이지 (www.shoppymart.mn)
6. 이마트 홈페이지 (www.emartmall.mn)
7. 노민 홈페이지 (www.e-shop.nomin.mn)
8. 지에스25 홈페이지 (www.gs25.mn)
9. A사 홈페이지
10. B사 홈페이지
11. C사 홈페이지

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.18

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