

# Mystic Spice 프리미엄 차이 티 시장 분석 보고서

작성자: Contoso Beverage 마케팅 책임자

## 소개

Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 전 세계 시장에서 사업을 운영 중인 고급 음료 생산과 유통 전문 업체 Contoso Beverage 에서 출시한 신제품입니다. 인도에서 처음 생산되어 전 세계 시장에서 인기를 얻은 향료차인 Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 취향에 따라 우유, 향신료, 감미료 등을 추가하여 핫/아이스로 즐길 수 있는 음료입니다. 면역력과 소화력을 높여 주고 염증을 줄여 주는 차이 티는 몸에도 매우 좋은 음료입니다. 그리고 오래 전부터 숙박 업체에서 제공되어 왔으며 친한 친구에게 대접하거나 휴식이 필요할 때 마시는 등 역사/문화적으로도 중요한 차입니다.

이 보고서에서는 라틴 아메리카 지역을 중심으로 Mystic Spice 프리미엄 차이 티의 시장 분석 결과를 제공합니다. 이 보고서에서 다루는 내용은 다음과 같습니다.

- Mystic Spice 프리미엄 차이 티의 제품 설명, 특징 및 이점
- 라틴 아메리카 지역 차이 티 관련 시장 추세 및 수요
- 라틴 아메리카 지역 차이 티 경쟁업체 분석
- 라틴 아메리카 지역 차이 티 유통 채널
- 라틴 아메리카 지역 차이 티 프로모션 계획 및 전략
- 프로모션 계획의 예상 결과 및 관련 문제점
- 라틴 아메리카 지역 차이 티 판매에 향후 활용 가능한 권장 사항 및 결론

# 제품 설명

Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 인도산 차이 티의 전통과 맛을 그대로 살려 간간하게 만든 혼합차입니다. 집에서도 인도의 다채로운 풍광을 느끼며 전통 인도 차이 티의 맛을 맛볼 수 있습니다. Mystic Spice 프리미엄 차이 티의 제품 설명, 특징 및 이점이 아래 표에 요약되어 있습니다.

제품 이름	제품 설명
Mystic Spice 프리미엄 차이 티	인도산 차이 티의 전통과 맛을 그대로 살려 간간하게 만든 혼합차인 Mystic Spice 프리미엄 차이 티의 진한 맛과 향기를 느껴보세요. 집에서도 인도의 다채로운 풍광을 느끼며 전통 인도 차이 티의 맛을 맛볼 수 있습니다.
주요 특징	주요 이점
전통 차의 맛을 느낄 수 있는 혼합차: Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 계피, 카더멈, 정향, 생강, 후추 등 Contoso Beverage 가 엄선한 향료와 고급 블랙티 잎으로 만든 고급 제품입니다. 인도의 전통 레시피가 적용되어 진한 맛을 느낄 수 있습니다.	몸에 좋은 원료 사용: Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 몸에 좋은 천연 원료로 만든 제품입니다. 소화에 좋은 생강과 카더멈, 혈당을 낮춰 주는 계피, 항산화를 촉진해 주는 정향 등의 원료가 사용됩니다.
진한 맛과 향: 톡 쏘는 진한 향과 활력을 주는 깊은 맛을 자랑하는 Mystic Spice 프리미엄 차이 티를 매일 아침 마시면 하루를 활기차게 시작할 수 있습니다. 그리고 하루 일과를 마치고 편안하게 쉴 때도 아주 좋습니다. 다양한 맛이 완벽하게 조화를 이루는 Mystic Spice 프리미엄 차이 티와 함께하면 편안한 휴식을 취할 수 있습니다.	다양한 음용 방식: Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 취향에 따라 우유 등을 추가해 핫/아이스로 즐길 수 있습니다. 다양한 음용 방식을 확인할 수 있도록 간편한 차 내리기 지침이 포함되어 있습니다.
지속 가능성을 고려한 원료 조달: 최고 품질의 제품을 만드는 동시에 지속 가능성을 높이기	럭셔리한 패키지: Mystic Spice 프리미엄 차이 티는 멋진 디자인의 환경 친화적 패키지로

<p>위해 Mystic Spice 프리미엄 차이 티에는 소규모 농장이 공급한 원료가 사용됩니다.</p>	<p>제공되므로 나를 위한 작지만 럭셔리한 선물로 구매할 수도 있고 차를 좋아하는 분께 선물하기도 좋습니다.</p>
<p>고객 만족 보장: Contoso Beverage 는 고객들이 당사 제품을 만족스럽게 이용할 수 있도록 만족도 보장 프로그램을 운영하고 있습니다. Mystic Spice 차이 티에 만족하지 못하신다면 개선해야 하는 부분을 즉시 알려 주시기 바랍니다.</p>	<p>적합한 구매 대상: 티 애호가, 건강한 음료를 원하는 소비자, 톡 쏘는 따뜻한 음료를 좋아하는 소비자, 전통 인도 차이 티의 진한 향미를 느껴 보려는 소비자</p>

## 시장 추세 및 수요

몸에 좋으며 이국적인 천연 제품의 수요가 증가하고 있는 라틴 아메리카 시장은 차이 티를 판매하기에 매우 적합한 지역이라 할 수 있습니다. 그리고 라틴 아메리카 지역에는 아르헨티나, 칠레, 우루과이 등 차를 즐겨 마시는 국가가 많으며 마테차의 인기가 매우 높습니다. 차이 티는 카페인 함유율은 커피와 비슷하지만 커피보다 더욱 다채로운 맛을 느낄 수 있으므로 차와 커피를 즐겨 마시는 소비자가 모두 선호할 가능성이 높습니다. 또한 차이 티는 단 음료를 함께 즐기기를 좋아하는 라틴 아메리카 소비자의 생활 방식과 취향에도 적합합니다.

Grand View Research 의 보고서에 따르면 2019 년 추산 전 세계 차이 티 시장 규모는 미화 19 억 달러 규모였으며, 2027 년 CAGR(연평균 성장률)은 2020 년 대비 5.5% 높아질 것으로 예상됩니다. 또한 라틴 아메리카 지역은 차이 티 판매량이 가장 빠르게 늘어나고 있는 지역 중 하나이며 2027 년 CAGR 은 2020 년 대비 6.2%나 늘어날 것이라고 합니다. 라틴 아메리카 지역 차이 티 판매량 증가의 주요 요인은 다음과 같습니다.

- 몸에 좋은 유서깊은 차이 티에 대한 인지도 상승
- 중산층 소비자의 가처분 소득 증가 및 소비력 상승
- 도시 지역 젊은층에서 높아지고 있는 스페셜티/프리미엄 티의 인기

- 유통 채널이 확대되어 슈퍼마켓, 카페, 온라인 플랫폼 등의 다양한 채널에서 차이 티 제품 구매 가능
- 즉석 음료, 인스턴트 차, 유기농 제품 등 획기적인 새로운 맛과 음용 방식 등장

## 경쟁업체 분석

다양한 분야로 구분되어 있는 라틴 아메리카 지역의 차이 티 시장에서는 여러 현지 업체와 다국적 기업이 시장 점유율을 높이기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있습니다. 해당 지역의 주요 차이 티 경쟁업체는 다음과 같습니다.

- Tetley: 라틴 아메리카 지역 점유율이 높으며 특히 브라질에서는 시장 점유율 1 위 자리를 지키고 있는 영국의 차 판매업체입니다. 티백, 잎차, 즉석 음료 등 다양한 형식으로 제조된 홍차, 녹차, 허브티 등의 여러 가지 차이 티 제품을 판매합니다. 합리적인 가격대의 Tetley 차이 티 제품은 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 플랫폼 등의 광범위한 유통 채널에서 구매 가능합니다. Tetley 의 강점은 높은 브랜드 인지도/우수한 제품 품질/다양한 형식이고 약점은 획기적인 제품 특성과 차별화 요소 부족입니다.
- Teavana: Starbucks 의 자회사인 미국의 차 판매업체입니다. 멕시코, 콜롬비아, 페루 등의 여러 라틴 아메리카 국가에서 사업을 운영하고 있습니다. Teavana 는 마살라 차이, 루이보스 차이, 차이 라테 등의 독특한 고급 차이 티 제품을 잎차와 즉석 음료 형식으로 제공하고 있습니다. Teavana 의 차이 티 제품은 가격대가 높은 편이며 주로 Starbucks 매장, 전문점, 온라인 플랫폼 등에서 구매 가능합니다. Teavana 의 강점은 우수한 제품 품질/획기적인 제품 특성/효율적인 고객 서비스이고 약점은 비싼 가격과 제한적인 유통 채널입니다.
- David's Tea: 칠레, 코스타리카 등의 몇몇 라틴 아메리카 국가에서 사업을 운영하는 캐나다의 차 판매업체입니다. David's Tea 는 펄킨 차이, 초콜릿 차이, 터메릭 라테 등의 독특하고 다양한 차이 티 제품을 잎차와 사췌 형식으로 제공하고 있습니다. 가격대가 시장 평균 수준인 David's Tea 의 차이 티 제품은 자체 매장, 온라인 플랫폼,

일부 전문점 등에서 구매 가능합니다. David's Tea 의 강점은 다양한 맛과 향/독특한 포장이고 약점은 제한적인 유통 채널과 낮은 브랜드 인지도입니다.

- 현지 브랜드 라틴 아메리카 지역에서는 Mate Factor, Chai Mate, Chai Brasil 등의 현지 브랜드도 차이 티 제품을 판매하고 있습니다. 이러한 브랜드는 현지 소비자의 취향에 맞는 익숙한 맛의 제품을 만들고 있으며 마테, 과라나, 아사이 등 현지에서 생산되는 원료가 가미된 차이 티 제품을 판매합니다. 가격 경쟁력이 높은 이러한 브랜드의 차이 티 제품은 슈퍼마켓, 건강 식품 매장, 카페 등의 다양한 채널에서 구매 가능합니다. 이러한 브랜드의 강점은 합리적인 가격/손쉬운 구매/현지 소비자의 높은 친화도이고 약점은 다국적 기업에 비해 낮은 제품 품질과 일관성/획기적인 제품 특정 부족입니다.

라틴 아메리카 지역 차이 티 시장 점유율(추정치)은 다음과 같습니다.

브랜드	시장 점유율(%)	가격 책정 전략
Tetley	25	저가
Teavana	15	프리미엄
David's Tea	10	평균 수준 가격
현지 브랜드	50	경쟁력이 높은 가격

## 유통 채널

라틴 아메리카 지역의 각 차이 티 유통 채널에서는 서로 다른 방식으로 차이 티 제품을 최종 고객에게 제공 및 판매합니다. 라틴 아메리카 지역의 차이 티 유통 채널은 소매 업체, 도매 업체, 유통업체의 세 가지 유형으로 분류할 수 있습니다.

소매 업체는 슈퍼마켓, 편의점, 전문점, 카페, 온라인 플랫폼 등 소비자에게 차이 티 제품을 직접 판매하는 업체입니다. 차이 티 제품을 가장 쉽게 살펴보고 구매할 수 있는 채널인 소매 업체는 소비자의 차이 티 제품에 대한 인식, 취향 및 구매 방식에 영향을 줄 수 있습니다.

또한 소매 업체는 디스플레이, 간판, 선반 등을 활용해 차이 티의 프로모션과 판촉을 지원할 수도 있습니다. 라틴 아메리카 지역의 주요 차이 티 제품 소매 업체로는 Walmart, Carrefour, Oxxo, Starbucks, Amazon 등이 있습니다.

도매 업체는 제조업체나 유통업체에서 차이 티 제품을 대량 구매하여 소매 업체나 기타 중개 업체에 판매하는 기업입니다. 시장 수요를 충족하는 차이 티 제품을 공급하는 채널인 도매 업체는 차이 티 제품 관련 대량 구매 할인, 보관, 운송 서비스를 제공할 수 있습니다. 도매 업체에서는 차이 티 제품 관련 시장 정보, 피드백, 신용 편의 서비스도 제공할 수 있습니다. 라틴 아메리카 지역의 주요 차이 티 제품 도매 업체로는 Cencosud, Grupo Pao de Acucar, La Anonima, Makro 등이 있습니다.

유통업체는 제조업체나 도매 업체를 대신하여 차이 티 제품을 소개 및 유통하는 기업입니다. 다양한 시장과 지역 내의 차이 티 제품 이동과 판매를 지원하는 "대행사"라 할 수 있는 유통업체는 차이 티 제품 관련 마케팅, 영업, 애프터세일즈 서비스를 제공할 수 있습니다. 또한 유통업체는 소매 업체/소비자와의 관계를 수립 및 유지하며 차이 티 제품 관련 기술/물류 지원을 제공합니다. 라틴 아메리카 지역의 주요 차이 티 제품 유통업체로는 Unilever, Nestle, Coca-Cola, PepsiCo 등이 있습니다.

## 프로모션 계획 및 전략

라틴 아메리카 지역 차이 티 프로모션 계획과 전략의 목표는 다음과 같습니다.

- 대상 고객의 차이 티 인지도 및 관심도 높이기
- 다른 음료와 차별화된 독특한 맛을 제공하며 몸에도 좋은 천연 고급 제품으로 차이 티 소개
- 다양한 채널과 인센티브를 활용하여 차이 티 시음 진행 및 구매 유도
- 마케팅 참여를 유도하고 피드백을 수집하여 차이 티 소비자 확보 및 충성도 개선

라틴 아메리카 지역 차이 티 프로모션 계획과 전략에서는 다음과 같은 여러 가지 방법을 함께 활용할 예정입니다.

- 쉽게 기억할 수 있는 차이 티 브랜드 이름과 로고 제작
- 차이 티의 이점과 특징, 관련 스토리를 제시하는 웹 사이트 및 소셜 미디어 사이트 개발
- SEO, SEM, 이메일 마케팅, 인플루언서 마케팅을 활용해 잠재 고객을 확보하는 디지털 마케팅 캠페인 시작
- 슈퍼마켓, 카페, 건강 식품 매장 등 전략상 적합한 여러 장소에서 차이 티 무료 샘플 및 쿠폰 배포
- 소비자들이 가족, 친지와 함께 차이 티를 시음해 볼 수 있는 다양한 행사와 대회 개최
- 차이 티를 적극 홍보하려는 현지 업체 및 조직과 협력

라틴 아메리카 지역 차이 티 프로모션 계획 및 전략의 구현 기간은 12 개월, 예산은 10 만 달러입니다. 웹 사이트 트래픽, 소셜 미디어 방문율, 이메일 확인율, 전환율, 판매량, 고객 만족도, 고객 유지율 등의 핵심 성과 지표를 사용하여 계획을 모니터링하고 평가할 예정입니다.

## 예상 결과 및 관련 문제점

라틴 아메리카 지역 차이 티 프로모션 계획과 전략의 예상 결과는 다음과 같습니다.

- 대상 고객의 차이 티 인지도 및 관심도 20% 상승
- 해당 지역의 차이 티 시장 점유율 10% 상승
- 해당 지역의 차이 티 판매량 및 매출 15% 상승
- 해당 지역의 차이 티 고객 만족도 및 유지율 25% 상승

라틴 아메리카 지역 차이 티 프로모션 계획과 전략 추진 과정에서 발생 가능한 문제점은 다음과 같습니다.

- 타 음료에 비해 비싸 가격 부담이 높은 차이 티 제품
- 특정 대상층의 낮은 차이 티 인지도
- 허브티, 녹차, 홍차와 같은 기타 차 제품 대비 경쟁력

- 특정 국가의 차이 티 제품 출시와 판매 규모 확대를 어렵게 만들 수 있는 규제 및 문화 관련 장애 요인
- 차이 티 원료 공급과 품질에 영향을 줄 수 있는 환경적/사회적 문제

## 권장 사항 및 결론

시장 분석, 경쟁업체 분석, 유통 채널 및 프로모션 계획과 전략을 고려할 때 라틴 아메리카 지역 차이 티 판매에 향후 활용 가능한 권장 사항 및 결론은 다음과 같습니다.

- 타 음료 대신 음용 가능한 몸에 좋으며 이국적인 제품인 차이 티는 라틴 아메리카 시장에서 판매량 증가 가능성이 높은 제품입니다.
- 다양한 방식으로 음용 가능하며 진한 맛을 느낄 수 있는 고급 제품이자 여러 고객층이 다양한 상황에서 즐길 수 있는 음료로 차이 티를 소개하고 마케팅을 진행해야 합니다.
- 진한 향기와 맛, 몸에 좋은 원료 등 차이 티만의 특징과 이점을 활용하여 기타 차 제품과의 차별화 요소를 제시해야 합니다.
- 온/오프라인 방식을 동시 활용하여 차이 티의 대상 고객을 확보하고 참여를 유도함으로써 충성도와 만족도가 높은 고객층을 확보해야 합니다.
- 가격, 인지도, 경쟁업체 제품, 규제, 지속 가능성 등 차이 티와 관련된 문제점과 위험 요인을 해결해야 합니다.

요약하자면, 차이 티는 몇 가지 문제점과 위험 요인을 해소하면 라틴 아메리카 시장에서 성공을 거둘 가능성이 매우 높은 제품입니다. 이 보고서에 요약되어 있는 프로모션 계획과 전략을 활용하면 이러한 문제를 해결하여 원하는 결과를 달성할 수 있습니다. 단, 계속해서 변화하는 시장 상황과 고객의 피드백에 따라 프로모션 계획과 전략을 지속적으로 모니터링, 평가 및 조정해야 합니다.