

# 随便选,随便抽

마음대로 고르고 펴

20197009 중국학과 고겸

20197010 중국학과 봉수현



# 목차



- 기업소개
- 시장분석
- 경쟁기업
- SWOT 분석 - 제품소개
- STP 전략
- 4P-MIX
- 결론
- 참고문헌
- Q&A

# 기업소개



# 기업소개

## 액상형 전자담배

니코틴이 들어있는 액상을 기화시켜 흡입하는 방식.

- 장점) 1.ライター나 흡연중에 재나 꾀초가 발생되지 않는 편리함.  
2. 찌(궤련형) 담배 대비 냄새가 적다는 장점을 가지고 있다.

단점) 비싼 초기 비용, 흡입감에 대한 흡연자들의 낮은 만족감 등

## 궤련형 전자담배

담뱃잎이 포함된 전용 스틱을 기기에 접촉하여 흡입하는 방식.

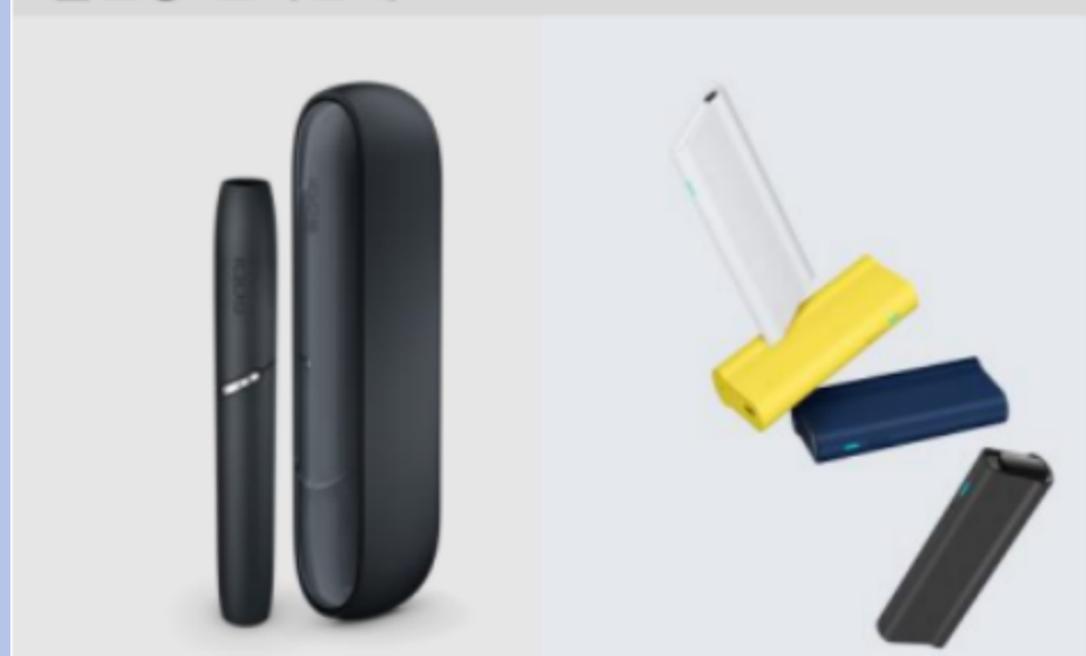
장점) 높은 담배 흡입 타격감과 소비자의 기호에 맞는 궤련 선택

단점) 궤련형 담배 특유의 냄새가 발생

## 액상형 전자담배



## 궤련형 전자담배



# 기업소개

- 전자담배 기계, 액상 판매기업

중국은 세계 최대 흡연 국가

전자담배에 대한 방대한 소비 잠재력 보유

건강 의식이 높아져 있는 중국을 타겟

건강한 액상으로 피우면 피울수록 건강UP

귀여운 디자인, 가벼운 전자담배



# 시장분석

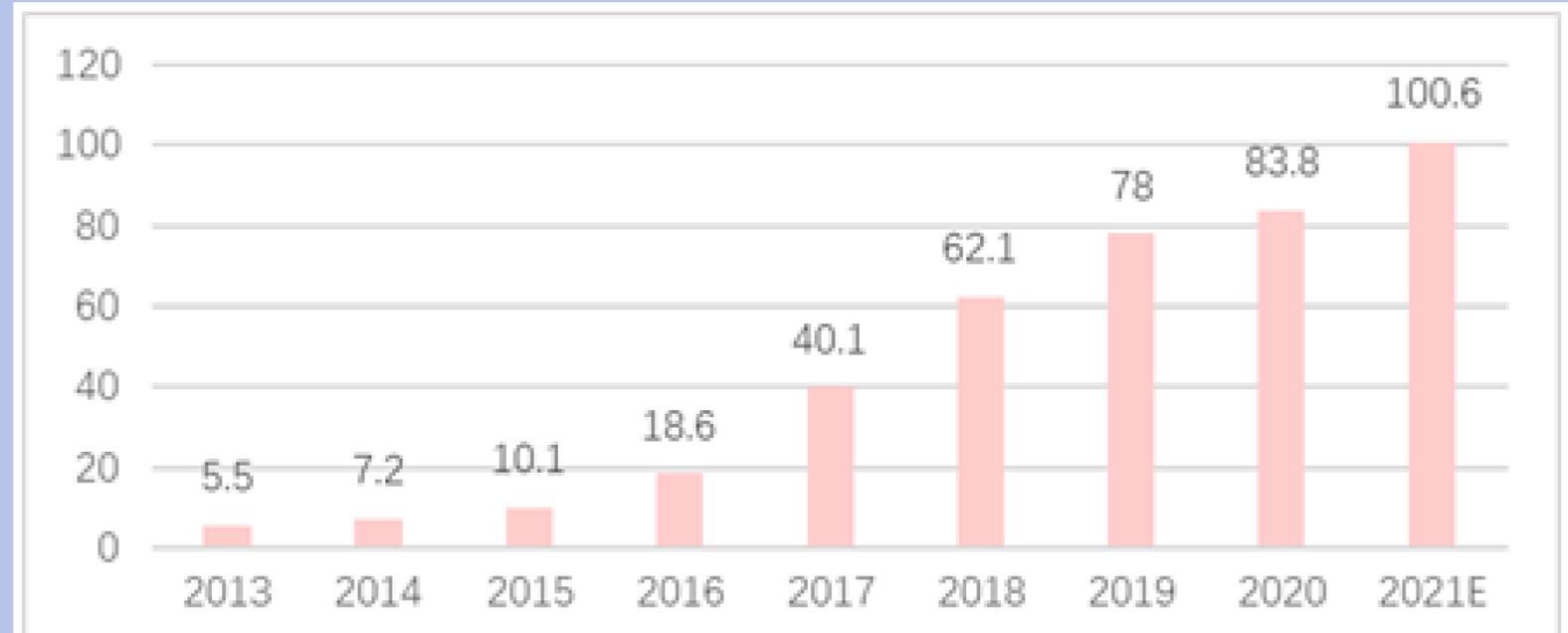


# 시장 분석

중국 전자담배 시장규모는 매년 지속 성장

- 중국은 전 세계 90%의 전자담배를 생산 하는데 주로 OEM 생산으로 대부분 수출 중심.
- 2022년 생산량은 시장규모만 300억 달러 수준을 넘어설 것으로 전망.
- 중국 전자담배 흡연자 규모가 전체 흡연자의 약 10% 수준까지 성장 할 경우 시장규모는 1000억 달러로 새로운 수요 시장이 창출 될 것으로 예상.

2013-2021 중국 전자담배 시장 규모 및 예측

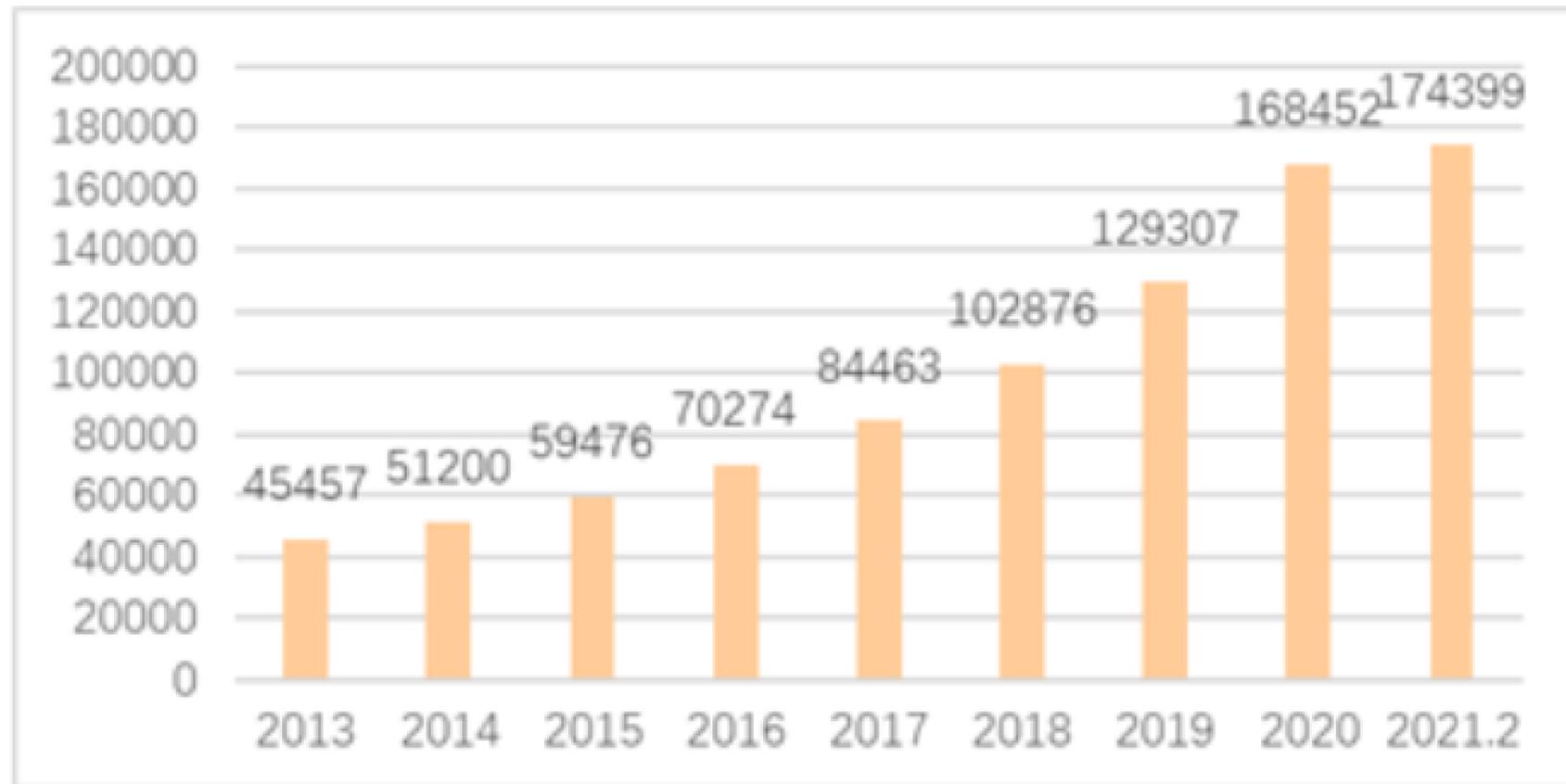


자료원: iiMedia Research

# 시장 분석

<2013-2021.2 중국 전자담배 기업 수 변화 추이>

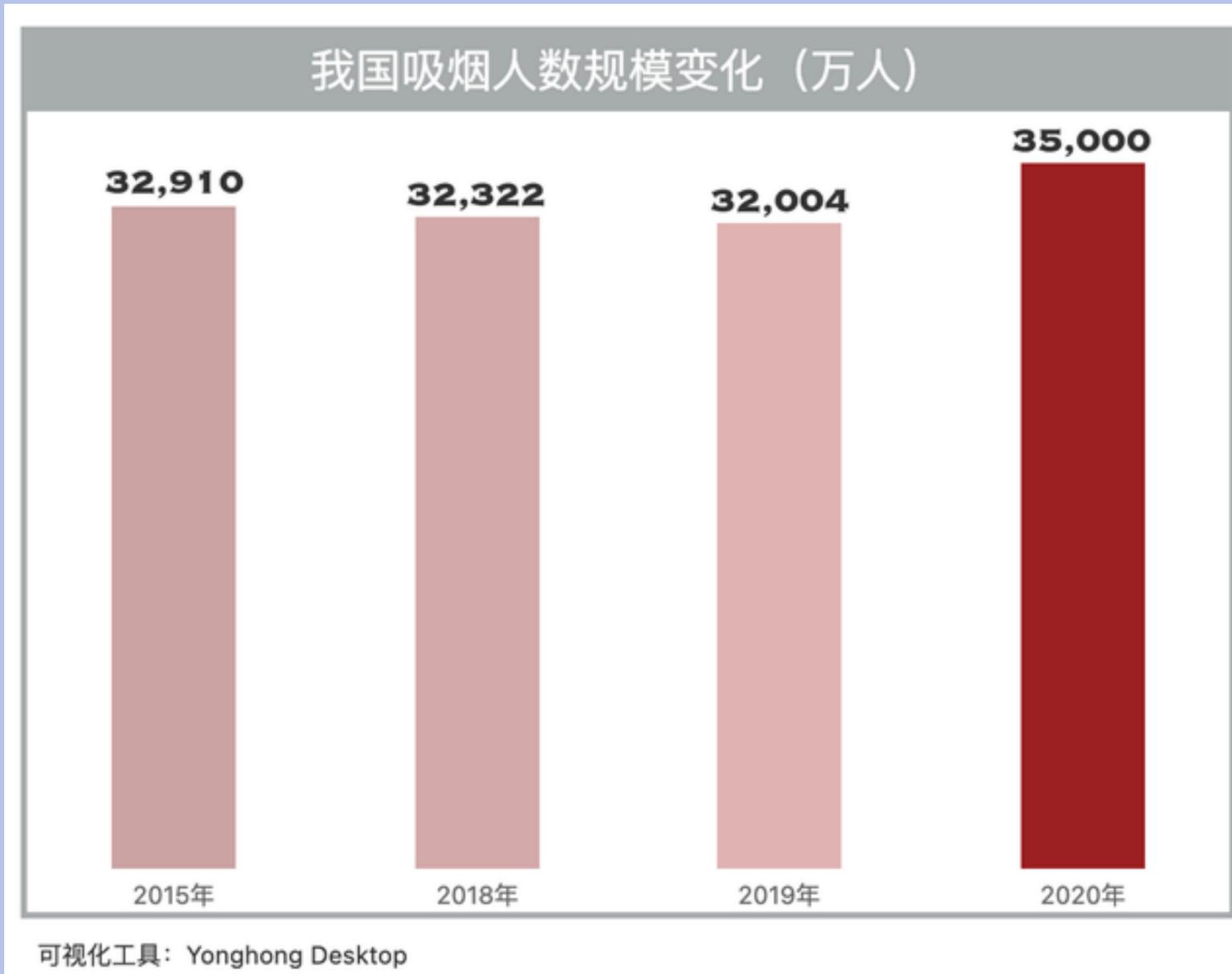
(단위:개)



[자료:iiMedia Research]

- 중국 전자담배 기업 수가 꾸준히 증가
- 13년~21년 45457→174399, 13만 기업 ↑
- 전자담배가 꾸준한 인기를 얻고 있음을 알 수가 있음.

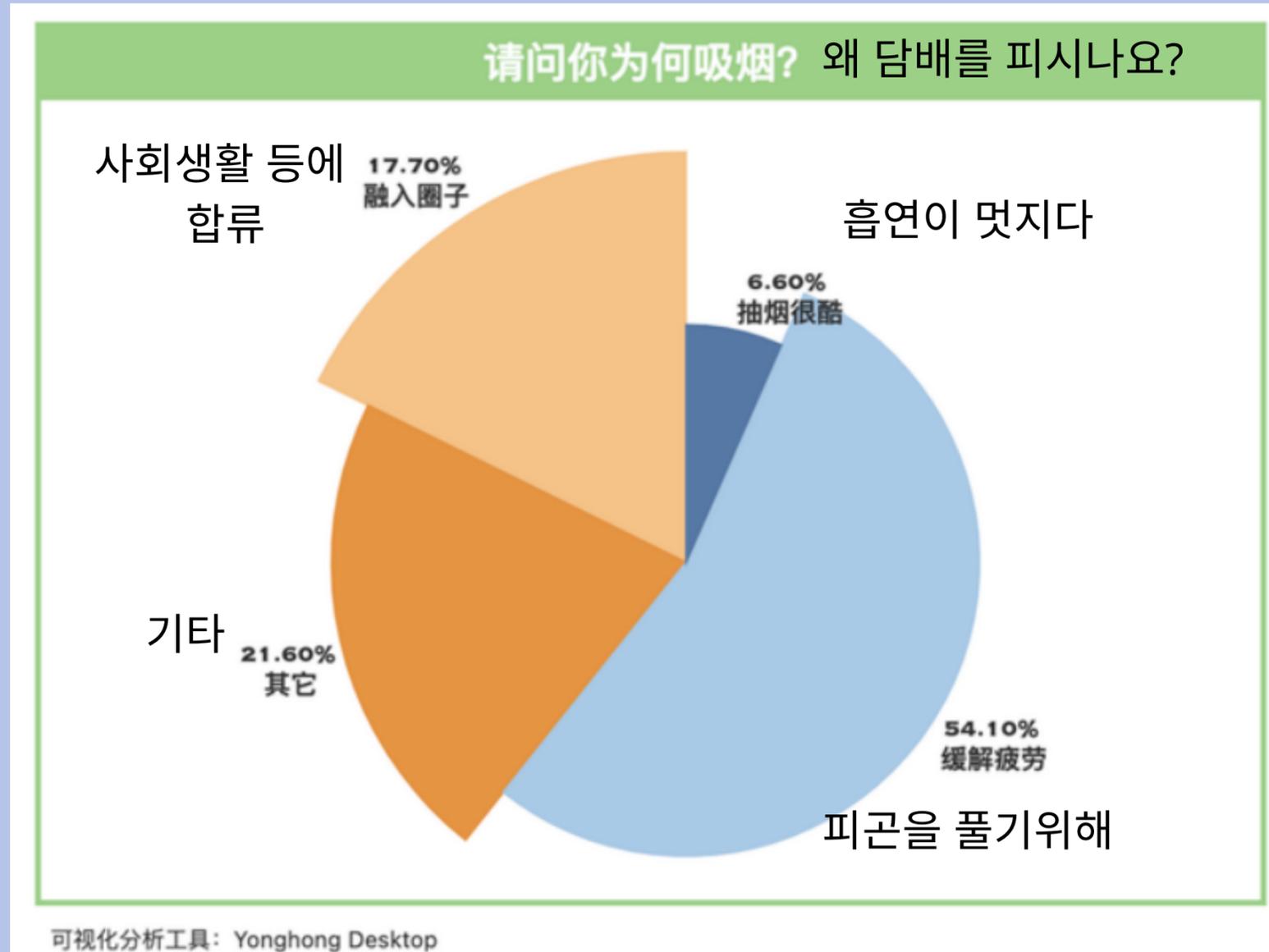
# 시장 분석



- 3억여명의 흡연자 중 미성년자 포함.
- 15세 이상은 26.6%의 흡연율을 보임.
- 매년 100만 명 이상이 흡연으로 사망.
- 7억 여명이 간접 흡연으로 고통받고 있음.

-중국의 흡연자 수는 나날이 증가

# 시장 분석

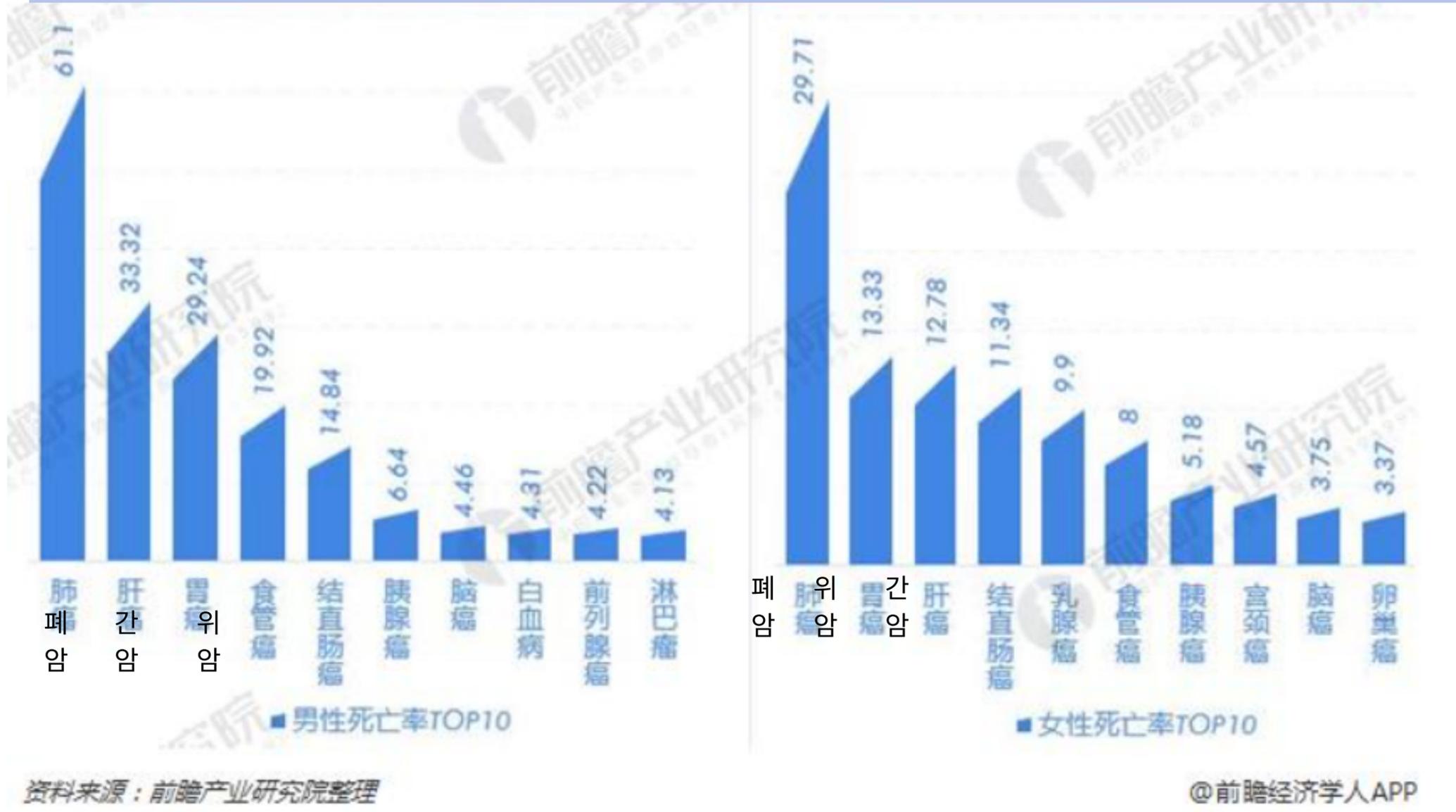


- 54%는 피로를 풀기 위해
- 17.7%는 친구, 사회 생활 등을 하면서 소외되지 않기 위해
- 6.6%는 단순히 흡연이 멋져 보이기 때문
- 21.6%는 기타의 이유

# 시장 분석

## 2019유형별 종양 사망률

단위 : %



- 남성 폐암, 간암, 위암
- 여성 폐암, 위암, 간암
- 남성61%, 여성30% 모두 폐암에 인한 사망률이 제일 크다.

# 시장 분석

## 중국 흡연자 담배종류 선호



- 기본적인 담배가 큰 인기를 끌고 있음
- 전자담배는 그 중 30%로 희망이 없지 않다고 생각

注: 本题为多选, 因此各选项相加超过100%

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

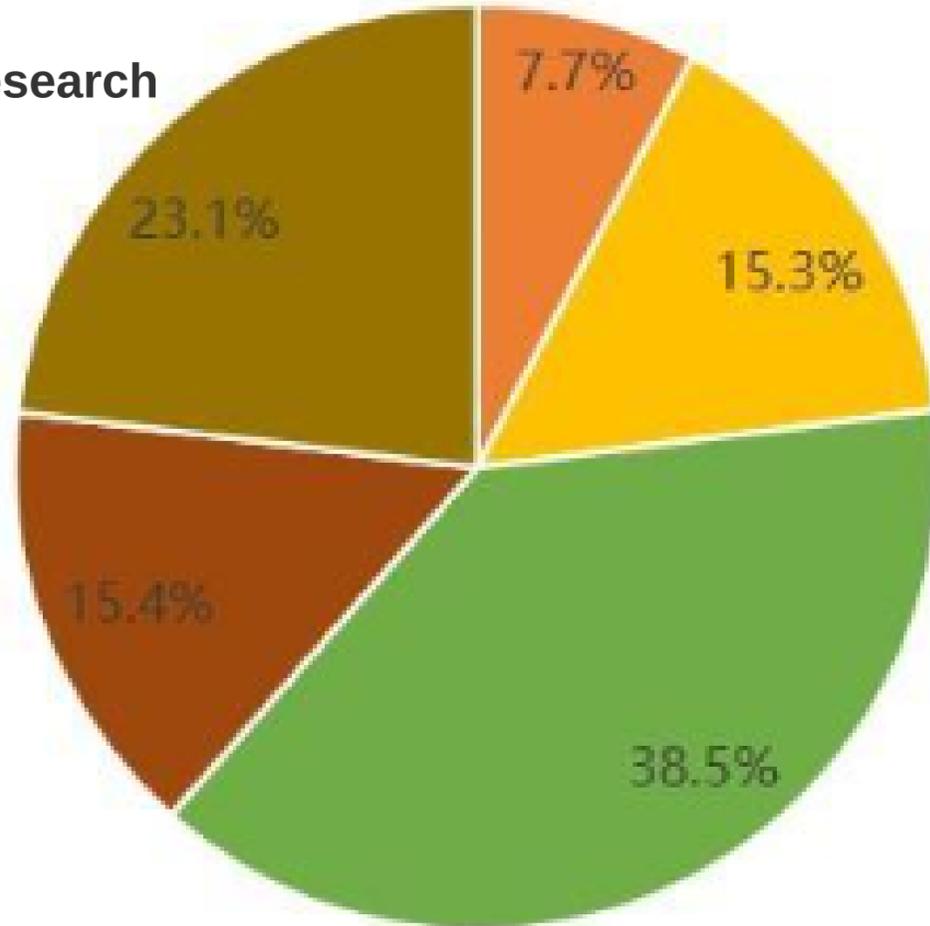
样本量: N=1286; 调研时间: 2019年2月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

# 시장 분석

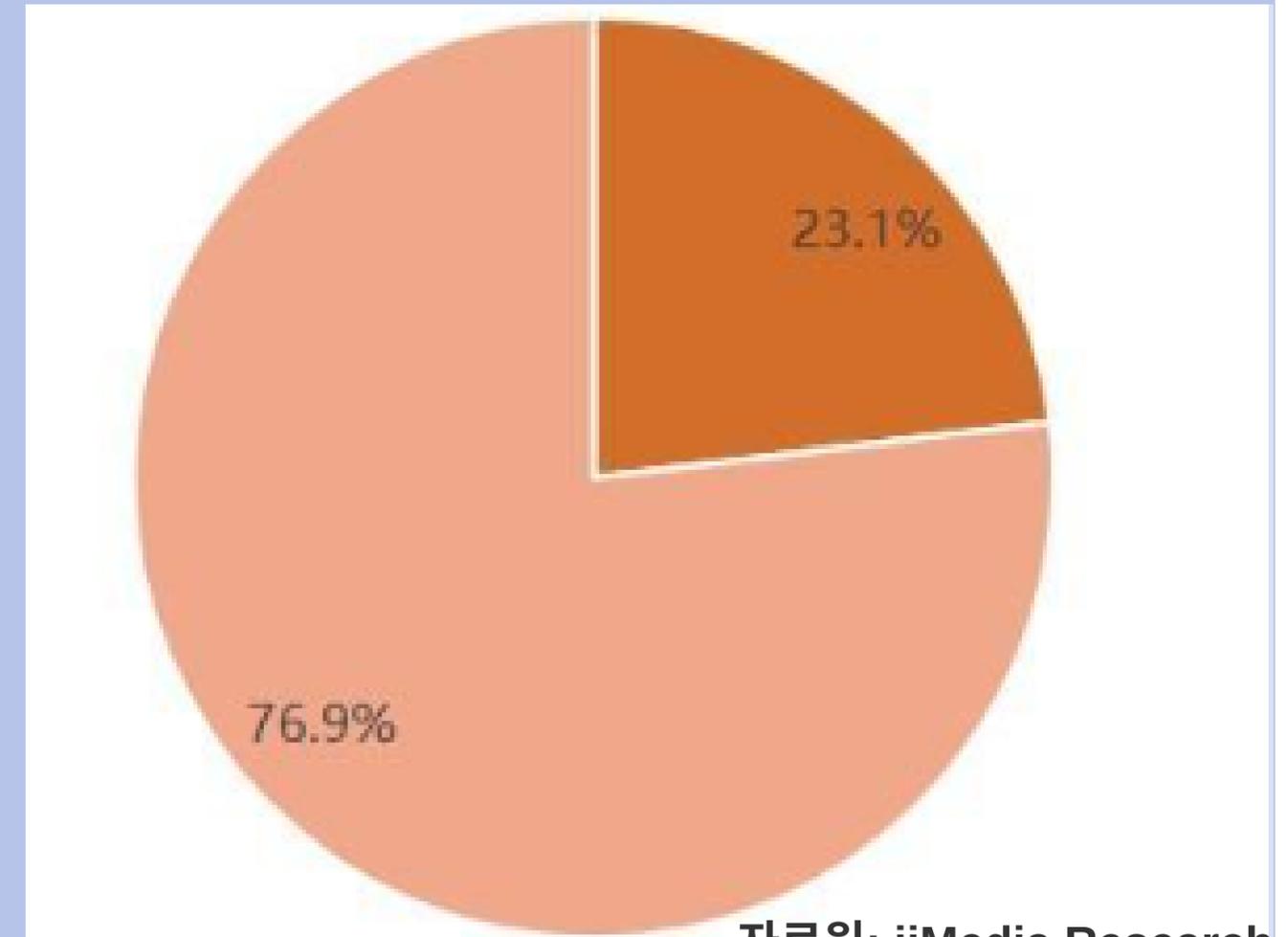
## 중국 전자담배 사용연수 상황

자료원: iiMedia Research



偶尔抽, 无固定频率    1-2년    2-5년    5-10년    10년이상  
가끔씩 피움    10년이상

## 중국 전자담배 사용자 금연현황



자료원: iiMedia Research

有过戒烟意愿或行为    没有过戒烟意愿或行为  
담배를 끊을 의향이나 행동이 있다    담배를 끊을 의향이나 행동이 없다

# 시장 분석

## 2020년 전자담배 흡연자 비중

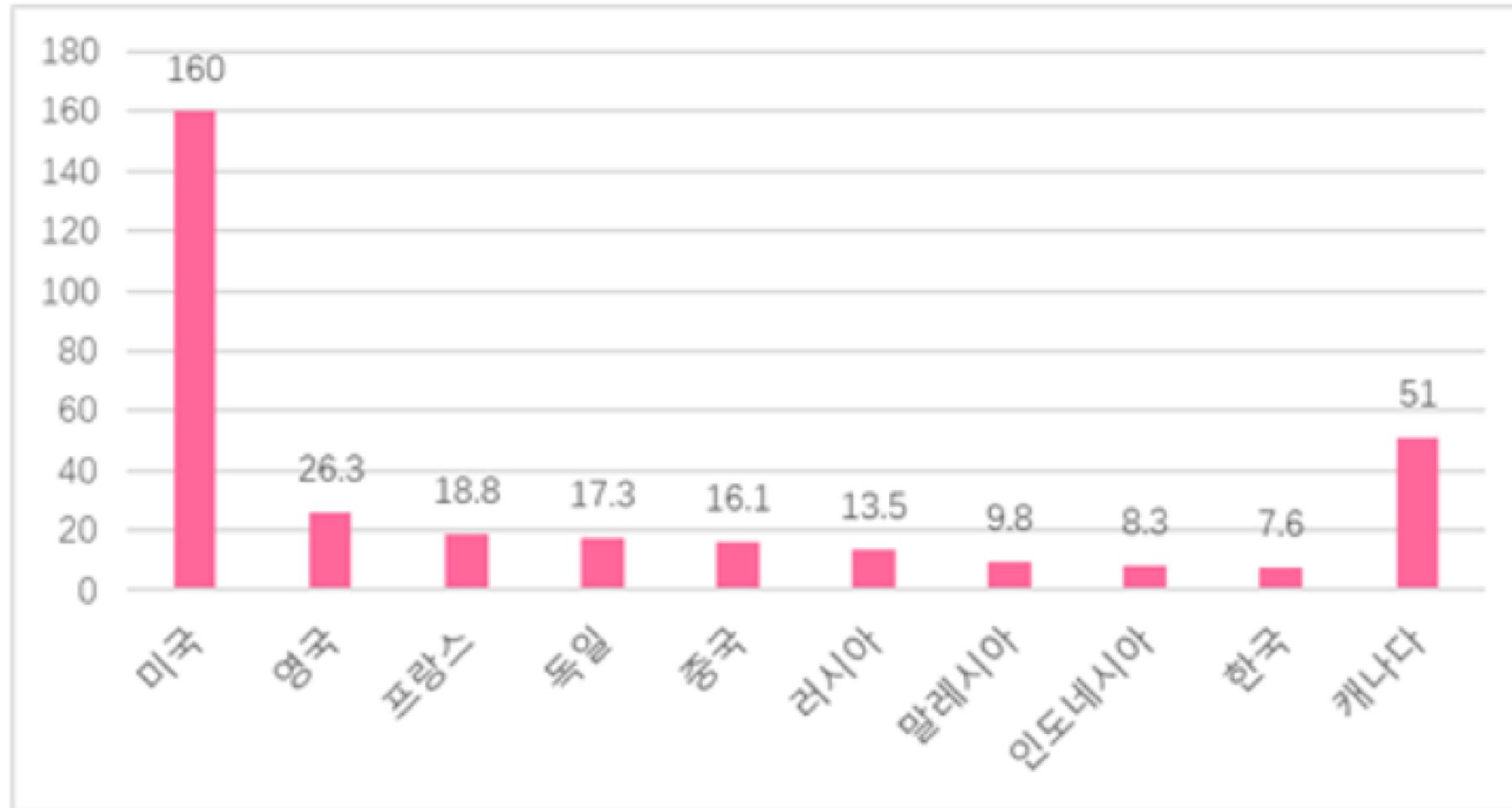


- 흡연률 1위 국가인 중국에서의 흡연자 비율
- 중국 흡연자 중 0.6% 뿐
- 다른 국가들에 비해서 전자담배 흡연률이 작음
- 환경 보호에 대한 사회의 목소리가 높아짐, 많은 흡연자에 따라 점점 더 많은 소비자들이 전자 담배를 사용하고자 할 것

# 시장 분석

## <2019년 전세계 전자담배 매출액 TOP10>

(단위:억 달러)

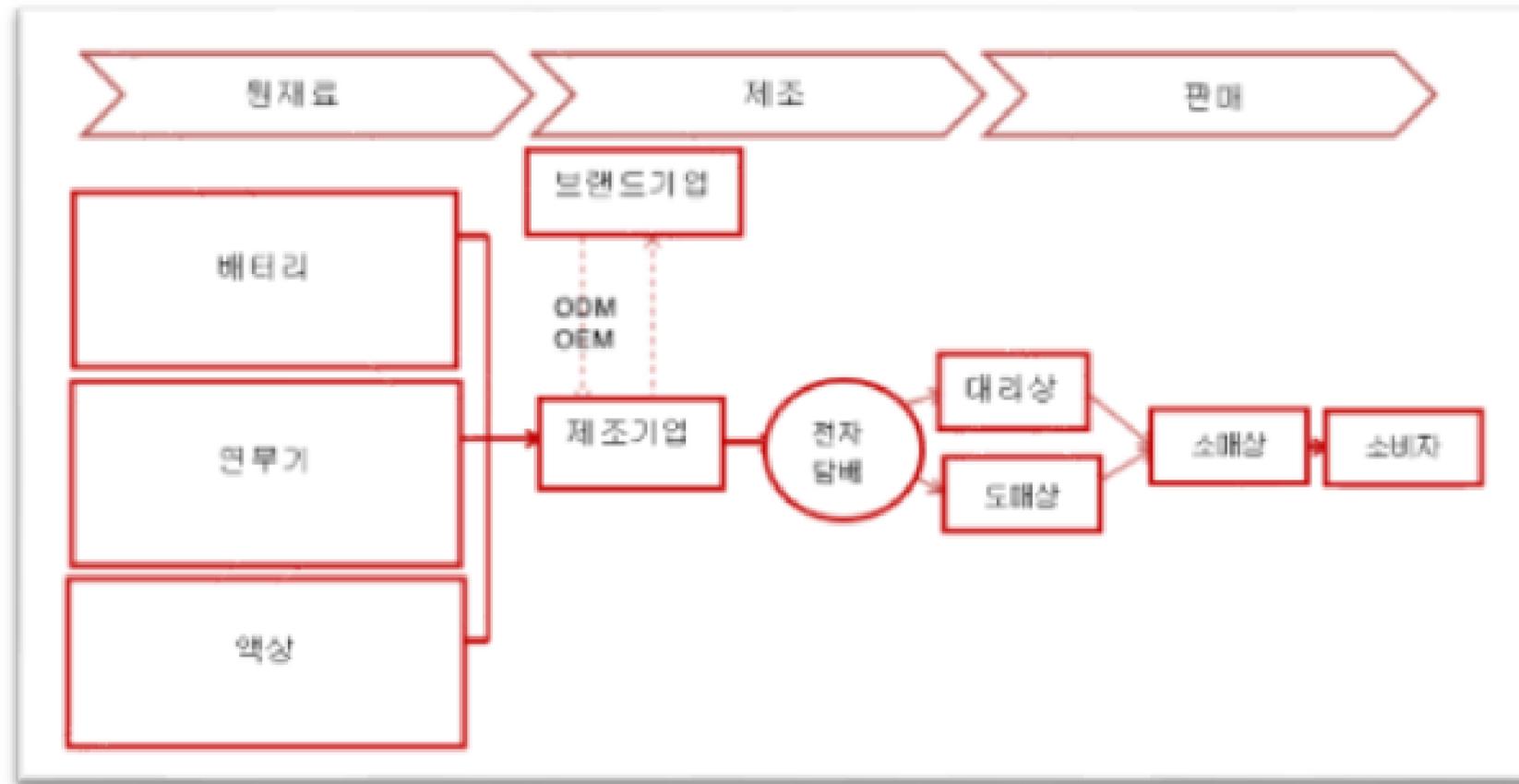


[자료:eccc-china]

- 16억 달러(대략 2조)로 전세계 전자담배 매출액 중위권을 차지하고 있음

# 시장 분석

전자담배 유통구조도



자료원: 중상정보망(中商情报网)

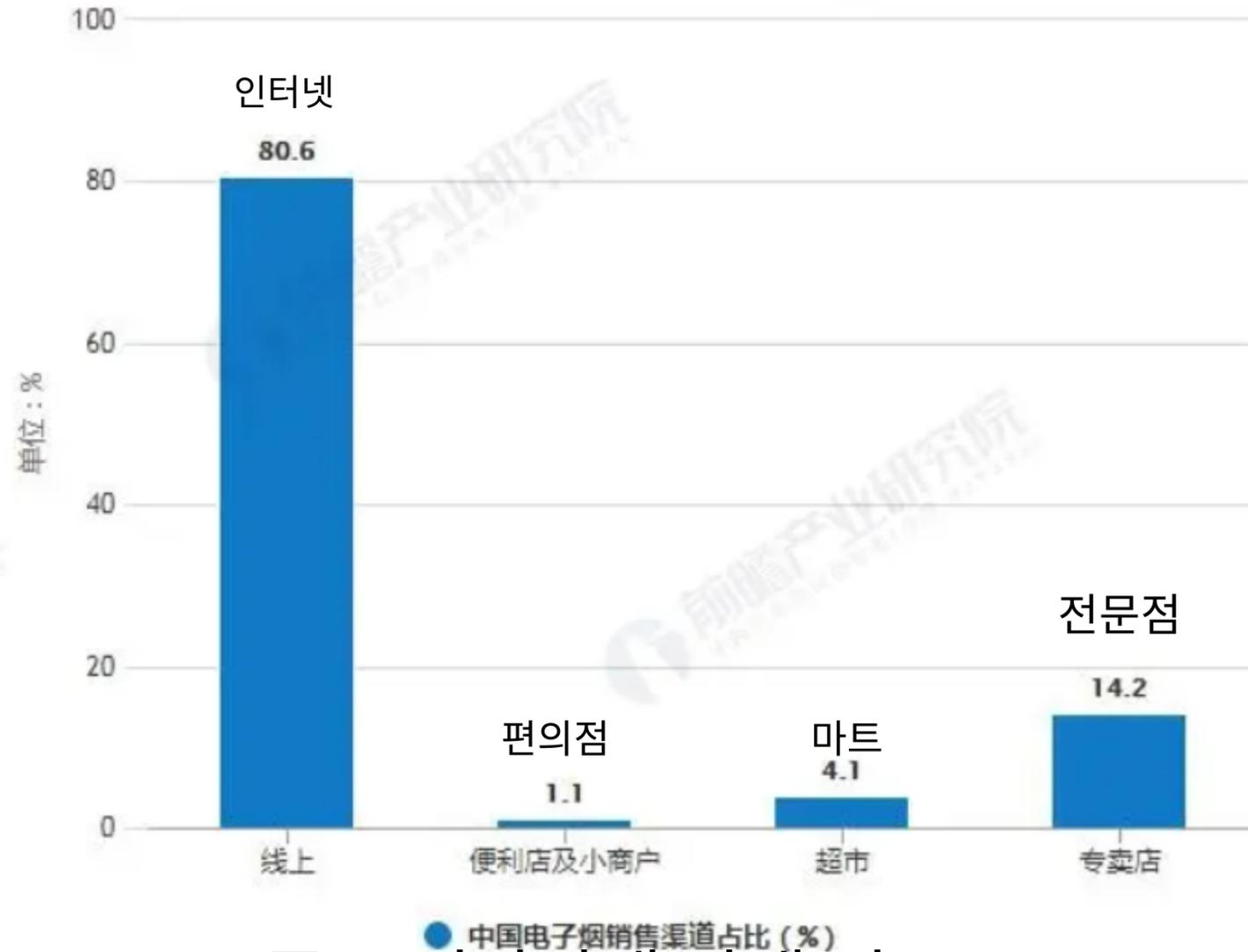
- 유통구조

- 전자담배의 제조 중심은 중국  
수요 중심은 구미지역

원재료 공급상이 배터리, 연무기, 액상 등 재료를 제공하면 전자담배 제조사에서 디자인에 따라 전자담배를 생산해 대리상 및 도소매상을 거쳐 소비자에게 전달.

소매상일 경우 전자담배 브랜드숍, 대형슈퍼, 편의점, 디지털제품매점, 핸드폰 매점, 오프라인 체험점 및 약국 등이 있음

# 시장 분석



중국 전자담배 판매 경로

@ 前瞻经济学人APP

## 온라인 판매 금지 전

- 80.6 % 인터넷 판매가 주요 판매 경로
- 14.2% 전문점에서 판매가 두 번째 경로

# 시장 분석

 Alibaba.com

淘宝网  
Taobao.com

天猫  
TMALL.COM



 JD.COM

- 전자담배가 B2B, B2C의 형태로 온라인 판매
- 중국 주요 온라인 판매 채널은 알리바바,타오바오, 티몰, 징둥 등이 있음.

# 시장 분석

www.sedaily.com > newsview

'청소년 흡연 막자', 중국 전자담배 온라인 판매 금지 - 서울경제

북경일보 캡처화면./연합뉴스중국이 청소년 흡연을 막기 위해 전자 담배에 대한 대대적인 판매 제한 정책을 벌이면서 온라인 판매를 금지해 일주일 만에 중국 온라인 마켓에서 전자담배가 종적을 감췄다.9일 신경보(.

- 청소년 흡연 문제
- 최근 전자 담배가 온라인 판매가 금지가 되었음
- 오프라인으로 판매경로 변환추세

# 경쟁기업



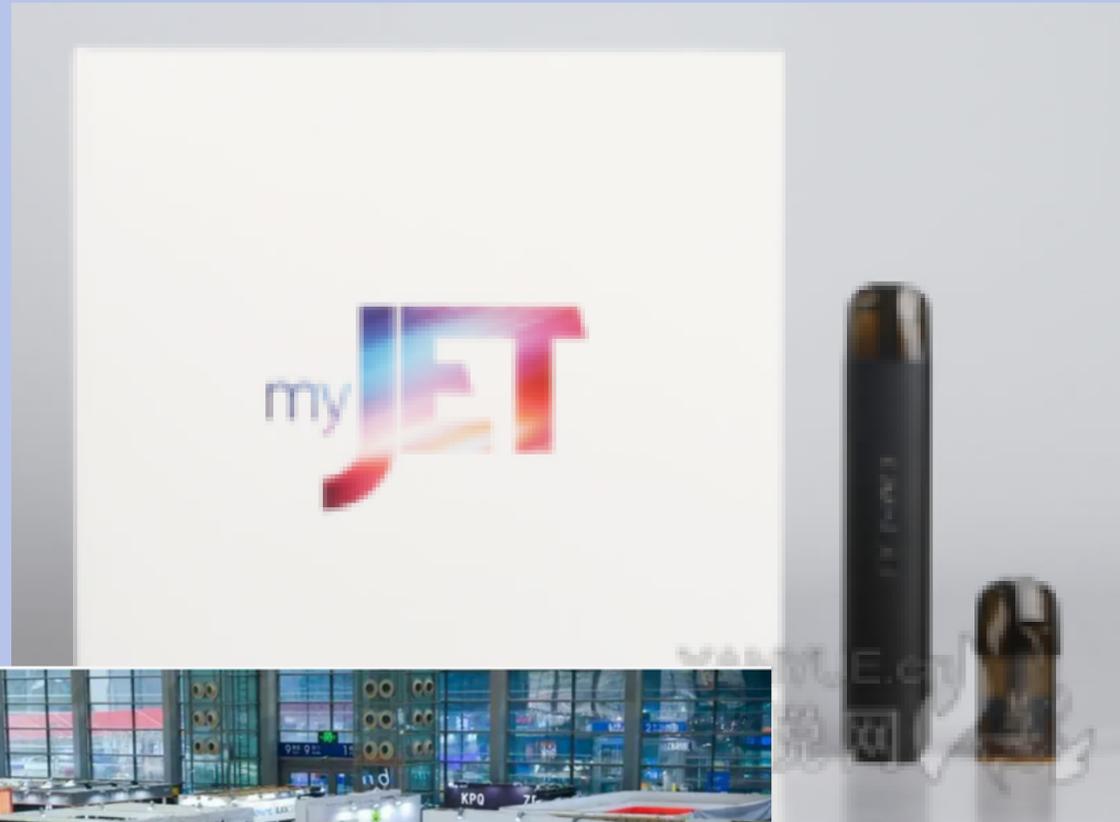
# 경쟁기업



선전아이웨이푸스과기유한회사  
(深圳艾维普思科技有限公司)

- 대표 브랜드명: SMOK
- 매장내 체험존과 완벽한 애프터 서비스로 소비자의 호평을 받고 있음
- 2010년에 설립됐으며, 연구개발, 생산, 판매, 서비스 일체화된 전자담배 제조상 및 브랜드 운영 영상
- 해당 브랜드의 주요 타깃 시장은 미국, 영국, 프랑스 등 선진국 위주

# 경쟁기업

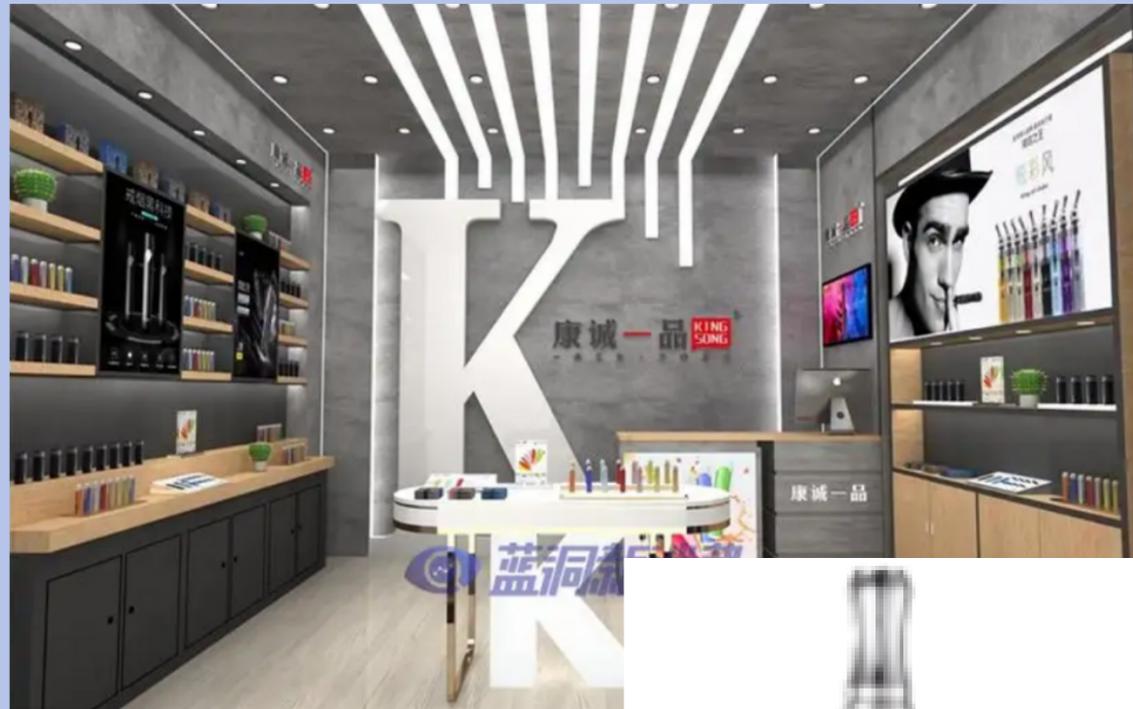


상주어우판얼전자과기유한회사  
(常州市欧凡尔科技有限公司)

- 대표 브랜드명: OVALE
- OVALE는 개성,패션, 건강의 이미지를 갖춘 전자담배 브랜드임
- 이탈리아에 소재한 어우판얼(欧凡尔) 그룹은 전자담배 연구개발, 생산 및 판매를 주력으로 하는 다국적 기업으로 세계 20여개 국가에 진출하고 30여 개 국가에 500개의 전문 판매점을 보유



# 경쟁기업



선전캉청이핀 과기유한회사  
(深圳市康誠一品科技有限公司)

- 대표 브랜드명: KINGSONG
- KINGSONG는 친환경 이미지를 강조하는 유명 전자담배 브랜드
- 홍콩에 소재한 본사 홍콩허웬그룹 (香港合元集團)이 생산한 제품, 전 세계 70여개 국가에 수출

# SWOT분석



# Strength

- 소지가 편함
- 니코틴 의존도 완화
- 흡연 후 깔끔한 뒷처리
- 다양한 맛으로 질리지 않은 연초 금연
- 깔끔한 디자인
- 극소량 니코틴
- 무상A/S 1년
- 드립팁 뚜껑개발
- 건강까지 챙길 수 있는 전자담배

# Weakness

- 비싼 초기 비용
- a/s의 시간 소요
- 중국 첫 진출로 인한 낮은 인지도
- 현재 오프라인만 판매 가능
- 연초에 비해 낮은 타격감
- 중국 정부의 전자담배를 포함한 전체 담배 시장에 강력한 제재
- 다양한 맛에 익숙해져 금연할 수 없는 위험성

# Opporunity

- 담배 가격 인상
- 공공 장소 담배규제 지지
- 중국 전자담배 보급률 증가
- 중국인들의 전자담배 인정도
- 중국의 전자담배 기계 안전성 논란으로 해외브랜드 선호
- 연초 금연을 위해 전자담배를 택하는 중국인들의 비율 상승
- 중국당국의 '금연령' 발표 후 전자담배 업계에 대한 긍정적 인 시각
- 중국 국민들의 담배 유해물질에 대한 위험 의식의 증가로 금연 대용품으로서 잠재력 보유

# Threat

- 국산 전자담배 선호
- 전자담배 세계시장 점유율이 낮음
- 세계 최대의 담배 생산국이자 소비국
- 전자담배 시장을 장악하고 있는 기타 브랜드
- 중국 보건기구에서 전자담배 위해성을 지적
- 중국 정부가 전자담배의 온라인판매 및 홍보 금지 정책
- 중국의 연초 담배 가격이 다른나라에 비해 상대적으로 저렴

**Strength**

# Strength

- 소지가 편함



# Strength

- 니코틴 의존도 완화

2015년 영국보건국은 “전자담배는 전통적 연초담배에 비해서 95%가량 더 안전하다”고 평가했고, 이후 영국 왕립 의사회는 전자담배를 기존의 니코틴 패치나 껌 같은 보조제처럼 금연의 보조 도구로 사용하고 있다.

이는 금연을 위해 전자담배를 택하는 소비자가 늘었기 때문이다. ‘2019년 중국 전자담배 산업연구 및 상업투자 분석 보고’ 자료를 보면, 중국 소비자들이 전자담배를 이용하는 이유로는 니코틴 의존도 완화(55%)란 응답이 가장 많았다.

전자담배가 금연에 도움을 주는지에 대한 질문에는 절반 이상(52%)이 ‘도움이 된다’고 답했다.

# Strength

- 흡연 후 깔끔한 뒷처리



- 최근 연구결과에 따르면 바다에 흘러들어가는 플라스틱 빨대보다 일반담배의 꽂초가 더 많음.
- 이 둘이 끼치는 악영향은 담배꽂초가 더욱 심각.
- 전자담배에서 나오는 대부분의 쓰레기  
특히, 액상 병은 완전히 재활용이 되기 때문에 그냥 버려지는 경우는 없음.



# Strength

- 다양한 맛으로 질리지 않게 연초 금연

전자담배에는 간접흡연 피해가 거의 없고, 흡연의 대표적인 독성물질인 타르와 일산화탄소가 거의 없으므로 당장 금연이 어려운 흡연자에게 금연으로 가는 징검다리로 권장해야 한다

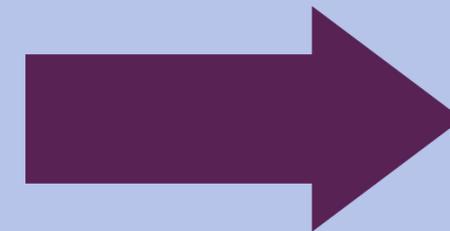


# Strength

- 깔끔한 디자인



무겁기만하고 촌스러운 이미지



# Strength

- 깔끔한 디자인



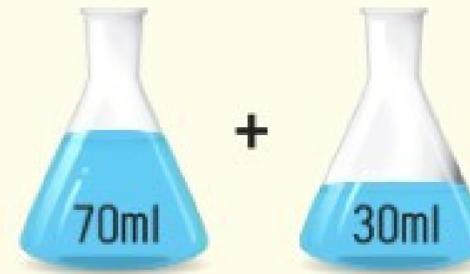
가벼우면서도 스타일을 더하다!

# Strength

- 극소량 니코틴
- PG의 비율이 높을수록 타격감과 목넘김이 강함
- VG가 높을수록 부드러움 목넘김 표현(연기량도 표현 함)
- 전자담배 액상 레시피  
극소량으로 니코틴첨가, 향료 대신 건강에 좋은 식품의 농축액 첨가,  
적은 니코틴으로 타격감이 낮기 때문에 첨가물 멘솔(목에 시원함을 줄 수 있는것) 사용  
(희망시 멘솔 추가 가능)

## 베이스 액상

PG 40ml + VG 30ml



베이스 액상  
(PG+VG)

향료

## 향료

청사과 20ml + 복숭아 10ml

## 첨가물

아이스멘솔블라썸 5ml

## 니코\*

20방울 - 50방울 사이

1. 준비된 PG와 VG를 비율로 섞어 베이스 액상을 만듭니다.
2. 베이스 액상을 100ml 공병에 넣고, 원하는 향료 30ml 를 넣습니다.
3. 마구 흔들어 섞은 뒤 하루 정도 숙성을 시킵니다.  
(단, 일주일 이상 숙성시 본연의 맛을 즐길 수 있습니다.)

\* 첨가물의 경우는 아주 소량으로 넣으시면 됩니다.

향료를 섞으시는 비율은 기호에 맞게 해주시면 됩니다. (1~3가지 종류)

\* 니코○ 첨가는 100ml 기준 20방울~25방울 4~5mg/ml 50방울 10~12mg/ml 정도 나옵니다.

니코○ 문의는 비밀문의게시판을 이용해주세요. (2ml 퓨어 니코○)

\* 레시피는 메리가 직접 만들어보고 시연해본 위주로 정보 공유합니다.

# Strength

- 무상 A/S
- 전자담배 매장, 백화점, 편의점 등  
우리기업 제품이 입고된 곳과 협업
- 고객이 보증서를 가져오면 1년 안에  
무상수리
- 무상수리기간이 지났을 경우  
고객이 소정의 금액만 지불하면  
최신버전의 제품으로 교체가능



**Weakness**

# Weakness

- 현재 오프라인만 판매가능

전자담배의 큰 장점 중

- 다양한 맛의 호기심
- 냄새가 배지 않는 장점
- 타르가 없음

→ 이는 흡연율을 높일 수 있는 원인이 됨  
세계 최대 흡연국가 되지 않기 위해  
중국 당국은 이를 통제하기 위한 정책 시행

→특히 미성년자의 신체적, 정신적 건강보호를  
강화하긴 위한 조치방법으로  
온라인 판매를 금지함.

## <중국 전자담배 관리감독 정책 정리>

2019.11	“미성년자를 전자담배의 위험으로부터 보호하기 위한 추가방안” 《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》	전자담배 온라인 판매 금지
2019.11	“청소년 흡연 감독 업무 강화에 관한 알림” 《关于进一步加强青少年控烟工作的通知》	전자담배의 유해성을 전파, 전자담배를 금연 수단으로의 마케팅 금지, 청소년에게 전자담배 판매 금지.
2020.7	“전자담배 시장 전문 검사 행동 방안” 《电子烟市场专项检查行动方案》	전자담배 온라인 판매 금지, 온라인 허위광고 삭제, 미성년자 전자담배 구매 방지를 위하여 판매시 연령확인 등 조치 실시

[자료 : GUOYUAN SECUTIRES]

# Weakness

- 중국 정부의 전자담배를 포함한 전체 담배 시장에 강력한 제재

<중국 전자담배 관리감독 정책 정리>

2021.3	“중화인민공화국 연초 전매법 실시 조항 수정에 관한 결정(의견 수집안)” 《关于修改<中华人民共和国烟草专卖法实施条例>的决定（征求意见稿）》	전자담배 관리 법치화 추진, 전자담배 관리 효율화, 전자담배 등 신형 담배 제품 품질은 권렬형 담배(卷烟) 조항을 참고하여 관리	2021.6	“미성년자를 담배의 위험에서 부터 보호하고 건강한 성장 지켜주기 행동 방안” 《保护未成年人免受烟侵害“守护成长”专项行动方案》	엄격하게 전자담배의 시장을 관리하고 온라인 감독을 지속적으로 실시하며 전자담배 오프라인점의 합법적인 경영을 인도
2021.5	“중국 흡연 건강 위험 보고서 2020” 《中国吸烟危害健康报告2020》	전자담배는 안전하지 않고 건강에 유해. 청소년에게 해로우며 청소년이 권렬형 담배를 피우도록 유도할수 있다.	2021.11.26	“중화인민공화국 연초전매법 실시조항(2021년)” 《中华人民共和国烟草专卖法实施条例（2021版）》	전자담배 관리 법치화 추진, 전자담배 관리 효율화, “전자담배 등 신형 담배 제품 품질은 권렬형 담배(卷烟) 조항을 참고하여 관리 실시” 조항 추가

[자료 : GUOYUAN SECUTIRES]

**Opporunity**

# Opportunity

- 공공 장소 담배 규제 지지

왕귀창(王國強) 위생계획생육위 부주임은 "간접흡연 피해를 줄이려고 도시별로 지난 몇년간 금연정책을 실시 해 큰 성과를 거뒀다"며 "13억 인구 중 간접흡연으로 고통받는 7억4천만명의 피해를 줄이겠다"고 밝혔다.

중국 상하이市는 2017년 3월 1일부터 역대 최고로 엄격한 금연정책이라고 평가되는 신(新) '상하이시 공공장소 흡연통제 조례'(上海市公共场所控制吸烟条例)를 시행해, 원칙상 본인의 자택을 제외한 모든 실내에서 흡연을 금지

새롭게 제정된 제 18조를 살펴보면 다음과 같다.

-실내에서의 흡연은 금지된다. 공공장소에서 영업을 하는 사업자들은 실내흡연을 금지한다는 경고문을 붙여서 정확히 고지하도록 하여야 한다.

-공공장소 외부에 설치된 흡연장소는 보행자의 통로에 위치해서는 않는다. 담배자판기 역시 공공장소에 설치를 하지 못한다.

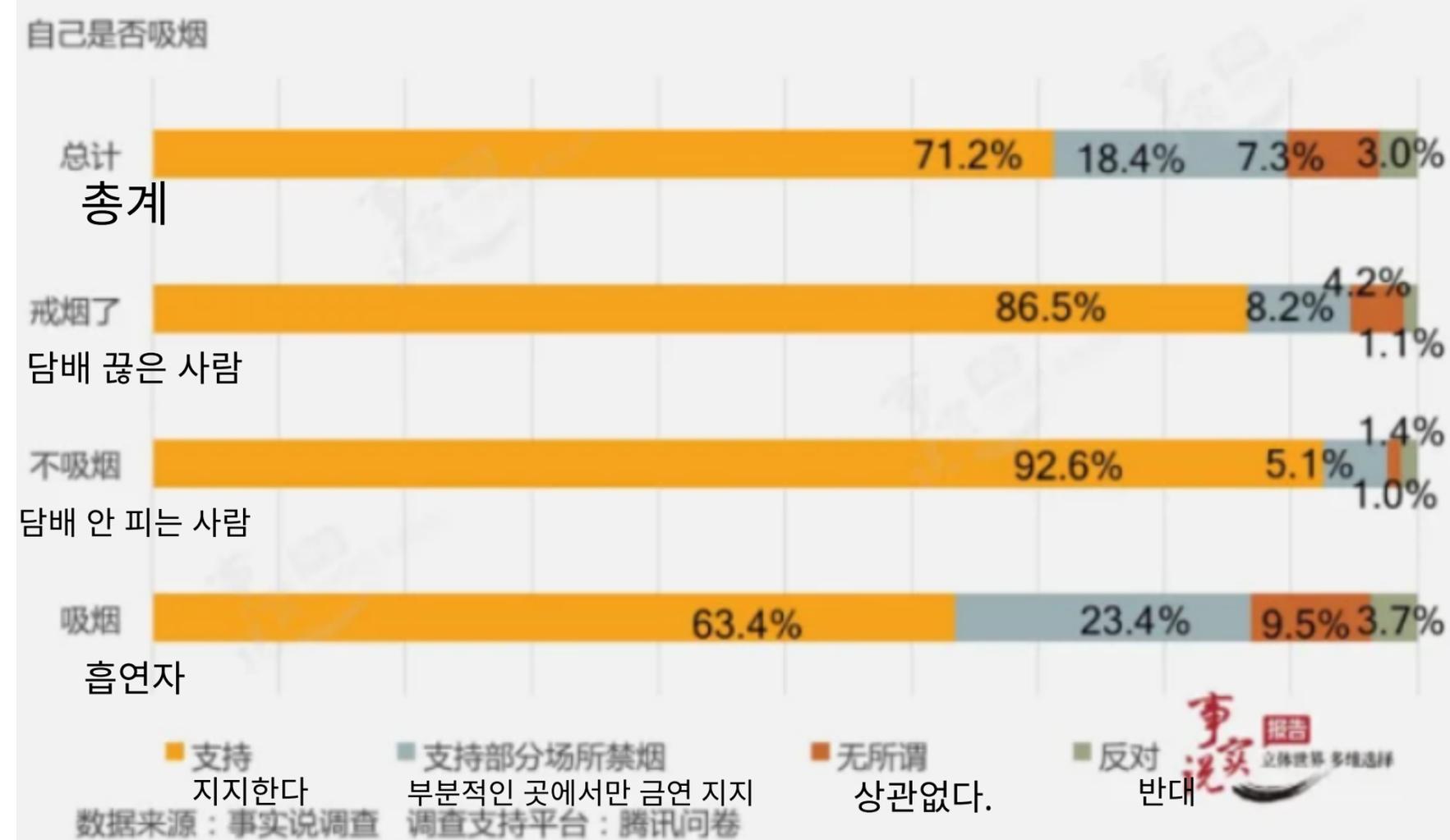
-공공장소에서 사업하는 자들은 흡연자인 직원들에게 금연할 수 있도록 흡연이 건강에 해롭다는 교육을 하여야 한다.



# Opportunity

공공장소 전면 담배규제를 지지하는가?

你支持公共场所全面控烟吗？



- 공공 장소에서 포괄적인 담배 통제 지지
- 담배를 피우든 안 피우든 대부분의 사람들이 담배 없는 세상을 원함

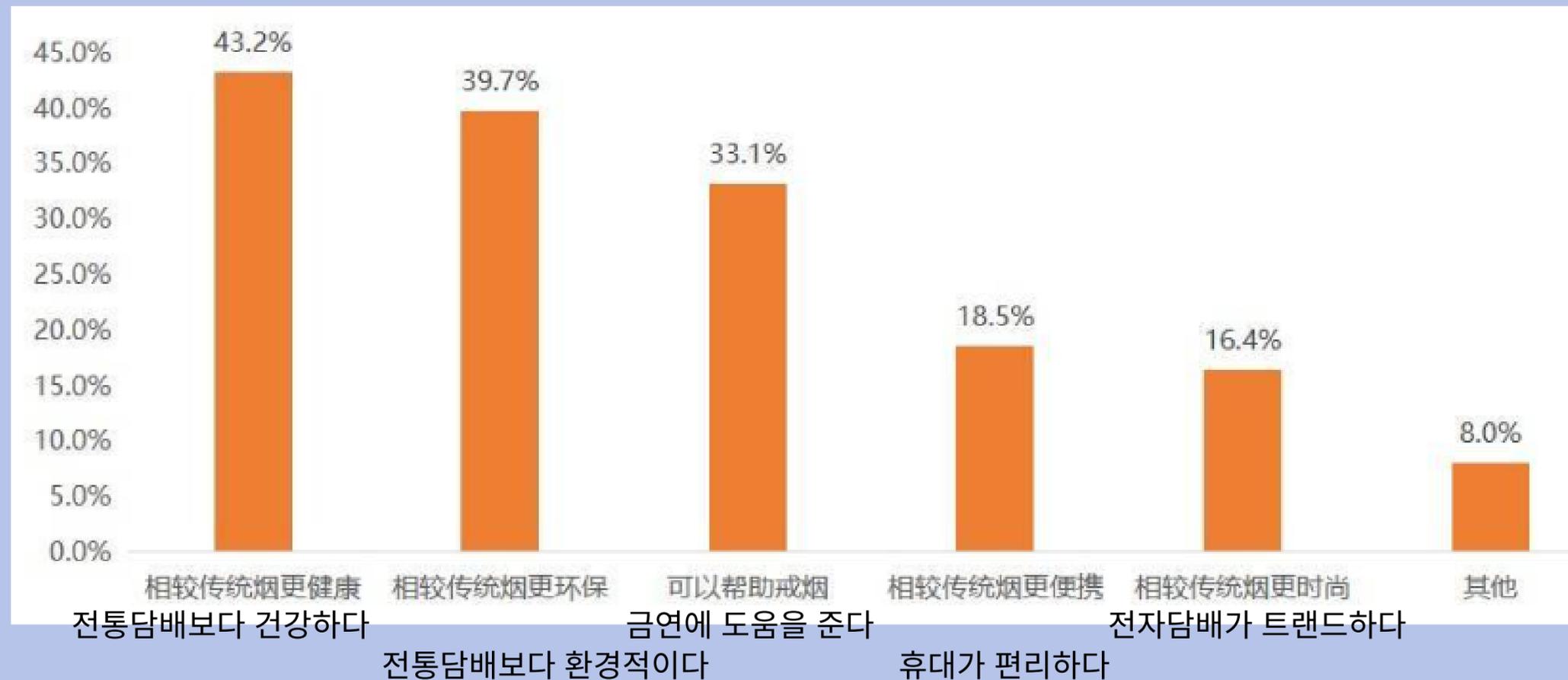
# Opporunity

- 공공 장소 담배 규제 지지
- 이전보다 강력해진 금연정책
  - 이번 조례로 모든 공공장소 실내에서 금연이 의무화
  - 과거 허용됐던 공항, 철도역, 부두 등의 대합실에 설치되었던 흡연실도 모두 철거될 예정
- 실내 장소 뿐만 아니라 이하 6종류 실외장소에서도 흡연 금지
- 위반시 50~200위안(8300~33000원)의 벌금 부과

# Opportunity

- 중국인들의 전자담배 인정도
  - 담배보다 건강하다고 43.2%, 환경보호가 가능하다 39.7%로 전자담배에 대한 인식이 매우 좋음을 알 수 있다.
  - 전자 담배가 건강과 환경의 변화 까지 불러올 수 있다고 생각하는 중국 흡연자들

## 중국흡연자들이 전자담배에 대한 인정도



# Opportunity

- 담배 가격 인상

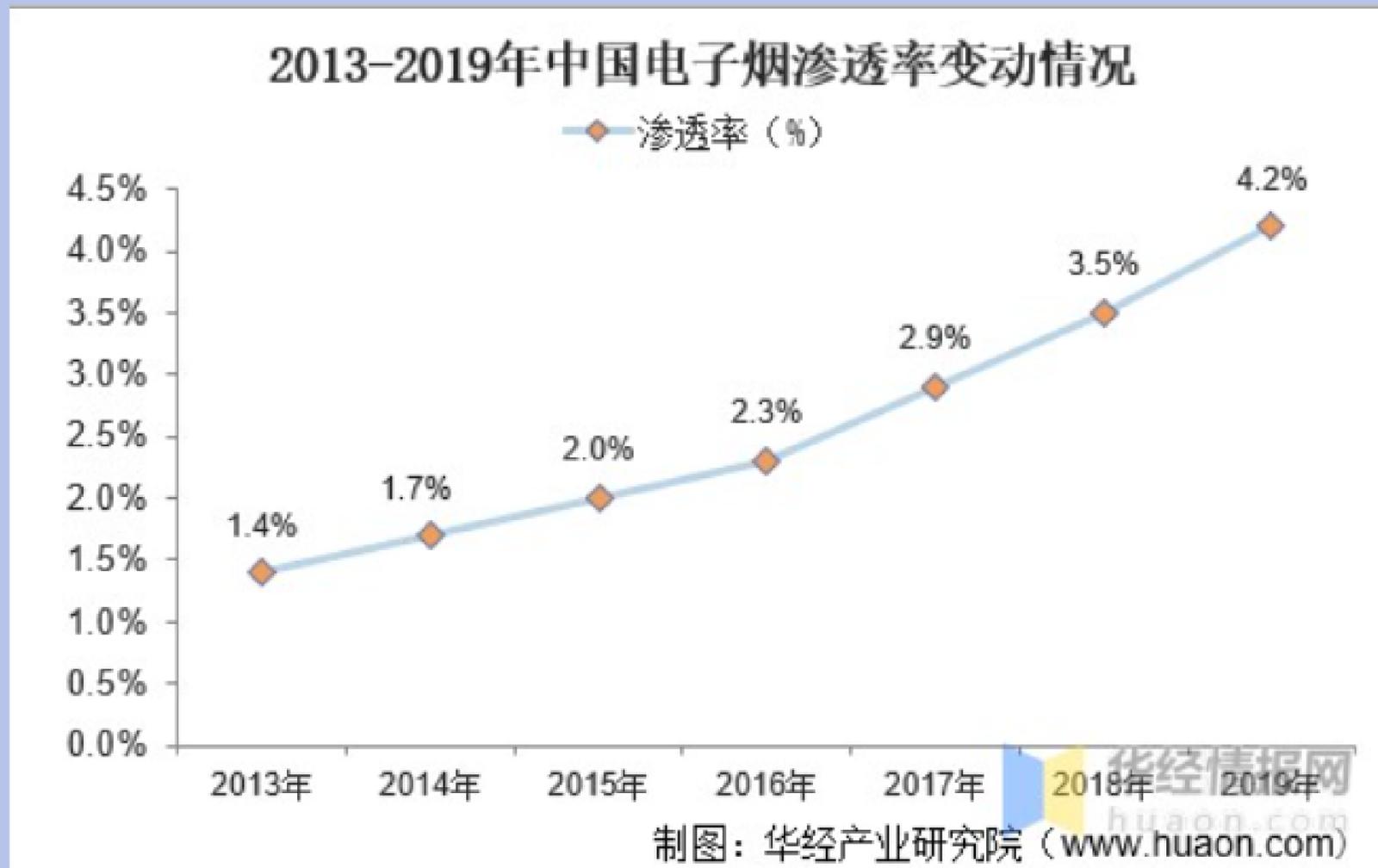
图表：我国吸烟人数超3亿 将推动提高烟草制品税收及价格



- 중국의 흡연자 수가 3억명이 초과 함으로서 담배의 세금을 인상할 것이라고 하는 정부에서 내린 결정이다

# Opportunity

- 중국 전자담배 보급률 증가

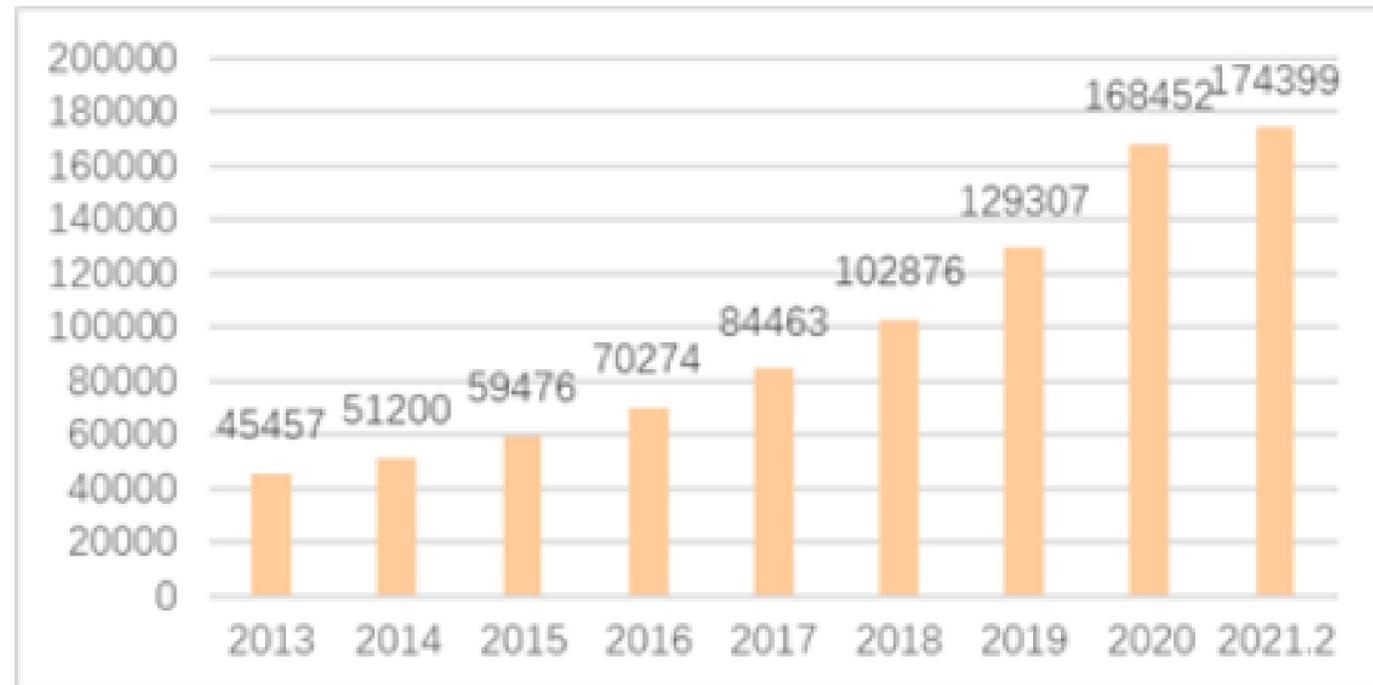


- 수년간의 담배 위험 선전하에 전자 담배 보급률 급속히 증가
- 2013년 1.4%에서 2019년 4.2%로 증가
- 현재, 중국의 많은 흡연자, 대체 시장은 광대한 전자 담배의 수용이 점차 개선으로 전자 담배 보급률은 미래에 계속 증가 할 것
- 기본적으로 일반 담배를 대체 할 것으로 예상

# Opportunity

- 중국 전자담배 기업 수 증가

<2013-2021.2 중국 전자담배 기업 수 변화 추이>  
(단위:개)



[자료:iiMedia Research]

- 중국 전자담배 기업 수가 꾸준하게 증가함
- 13년 45,457개 → 21년 174,399개 ↑
- 전자담배가 중국에서의 인기가 증가하고 있음을 알 수 있음.

# Opportunity

- 중국의 전자담배 기계 안정성 논란으로 해외브랜드 선호

중국은 세계에서 가장 많은 흡연자 중 하나이지만, 현재 국내 전자 담배 시장 보급률은 전체적으로 낮다.

## ‘20분 만에 평’...폭발위험 중국산 불량 전자 담배 유통업자 적발

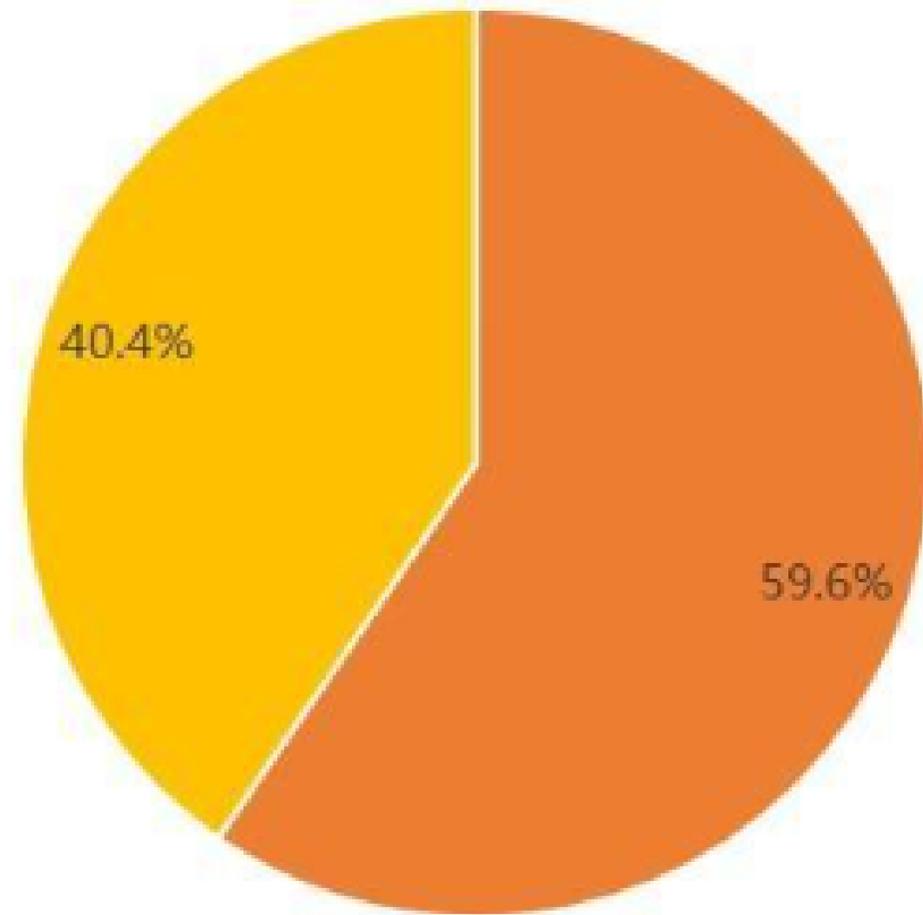
중국 전자담배 시장이 아직 무법천지라는 점도 해외브랜드에게는 기회다. 안전성 논란에 소란스럽고 불법, 가짜제품 판매 등이 성행하는 것이 현재 중국 전자담배 시장의 현실이다. 제품을 믿을 수 없으면 구매욕구도 꺾이는 것이 인지 상정. 이에 중국 소비자들이 믿고 구입할 수 있는 국제적 검증을 받은 전자담배, 정품인증 등을 내세우는 것도 시장 선점의 승기를 잡을 수 있는 포인트로 꼽히고 있다.

**Threat**

# Threat

- 중국흡연자의 전자담배 생산지 선호

图3-14 2019中国烟民电子烟选购产地偏好

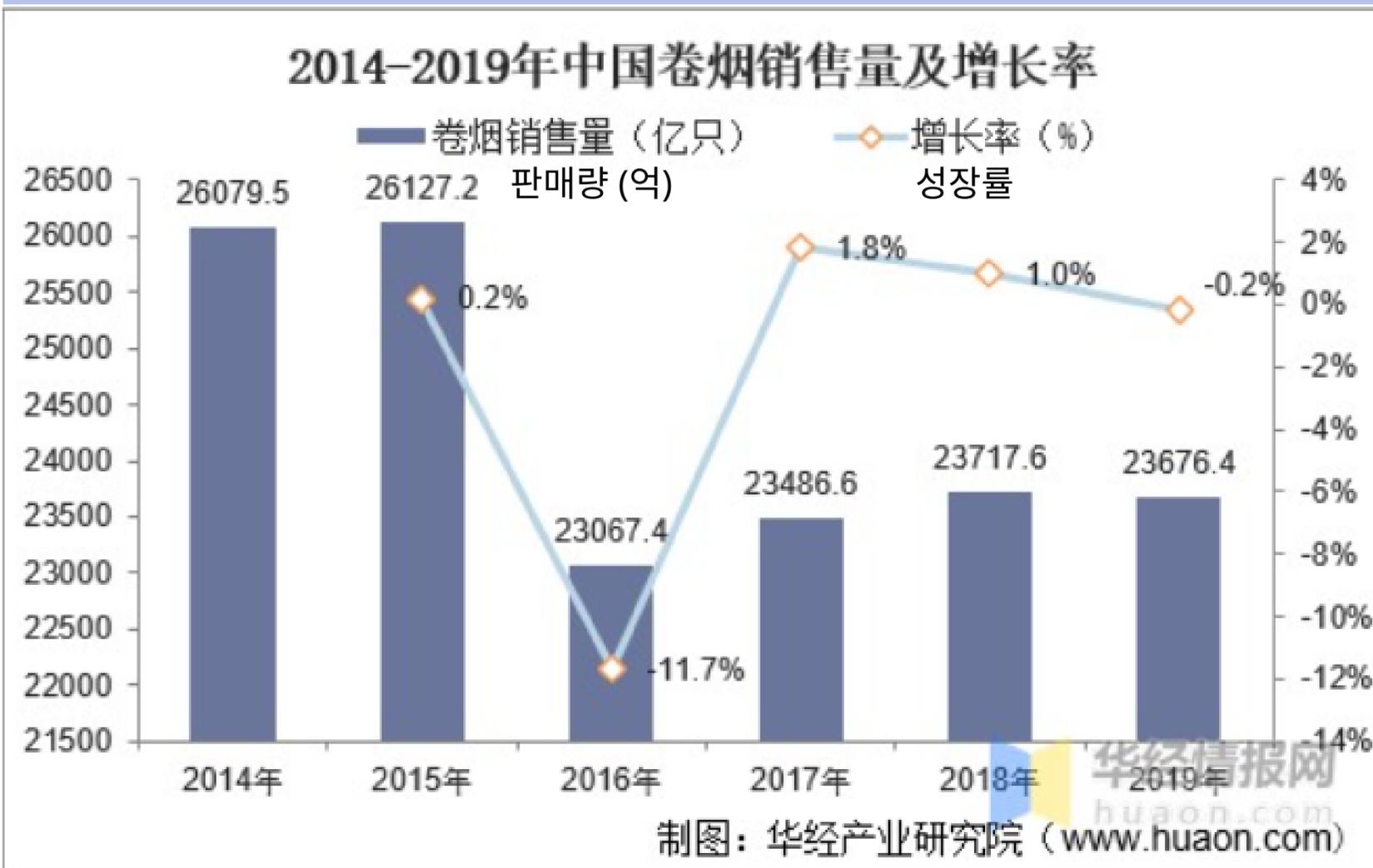


■ 国产 ■ 进口  
국산 수입

- 60%정도가 국내 전자담배를 선호
- 40.4%는 수입 전자담배가 사용 기대치에 더 부합하다고 생각

# Threat

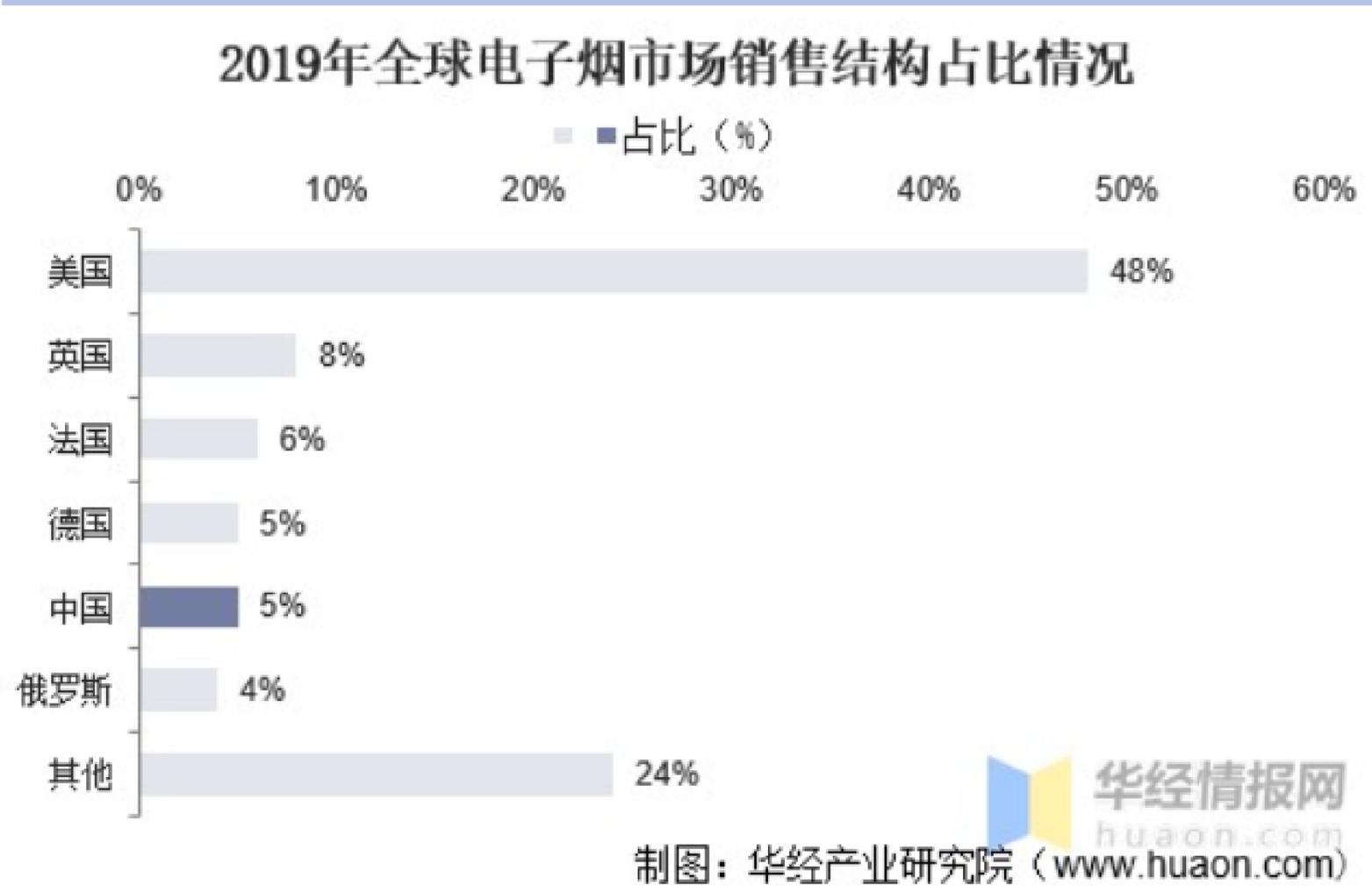
## 2014-2019 중국담배 판매량 및 성장률



- 흡연은 점차 사람들의 마음에 유해하고 담배 판매도 전반적으로 감소 추세
- 단, 중국은 세계에서 가장 큰 담배 생산 및 소비자 국가이며 담배 판매는 여전히 높은 수준에 있음.
- 2019년 중국의 담배 판매량은 23676억 4000만 장으로 전년 대비 0.2% 감소

# Threat

## 2019 전국중국담배 판매구조 비율상황



- 미국이 48%로 큰 판매비율을 가지고 있음
- 중국은 5%로 다른 나라에 비해서 비율이 현저히 작은 것을 확인 할 수 있다.

# STP 전략



# STP전략

성별	남		여	
연령	20대	30대	40대	50대
도시 분류	내몽골	구이저우	안후이	윈난

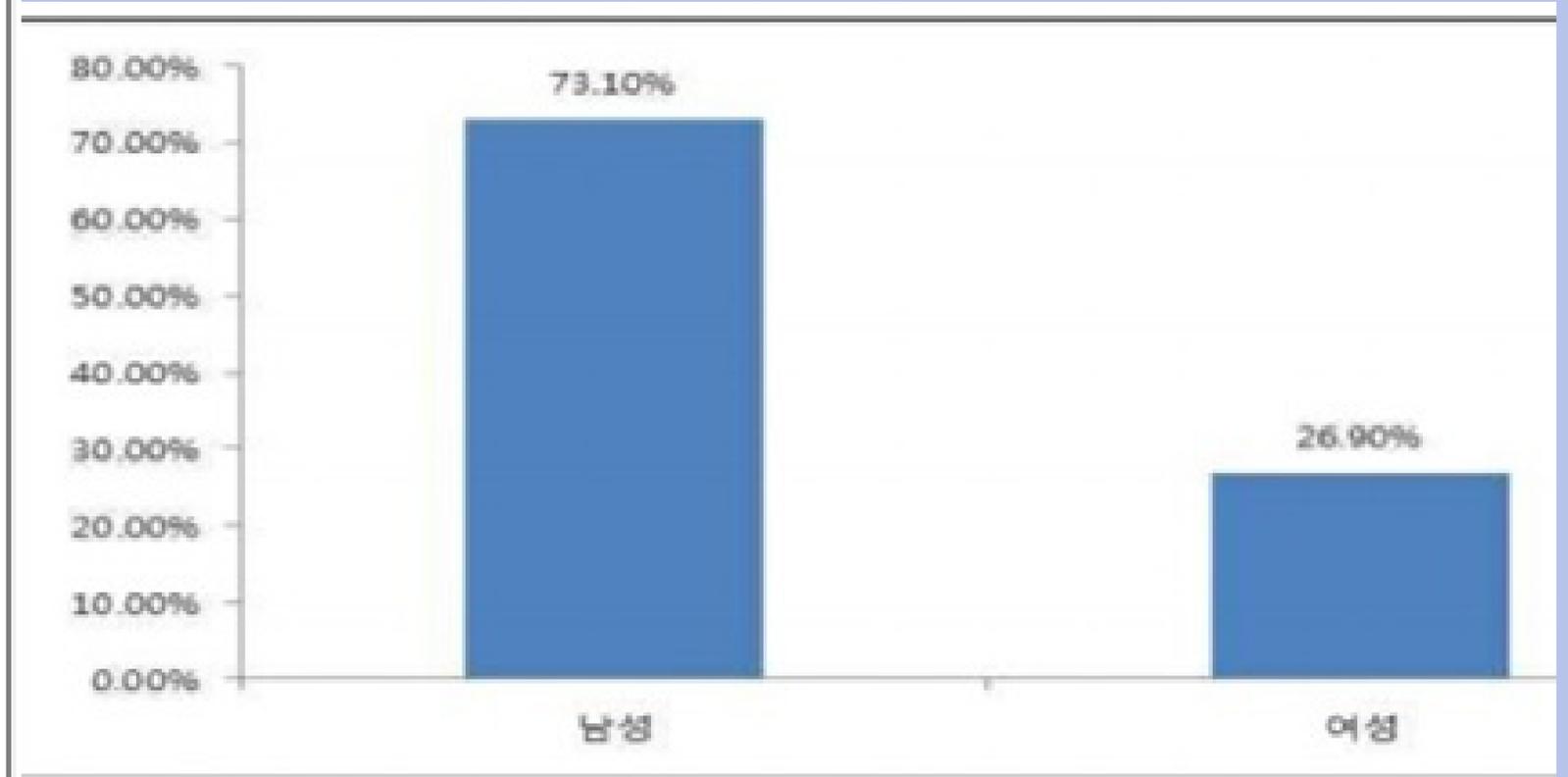
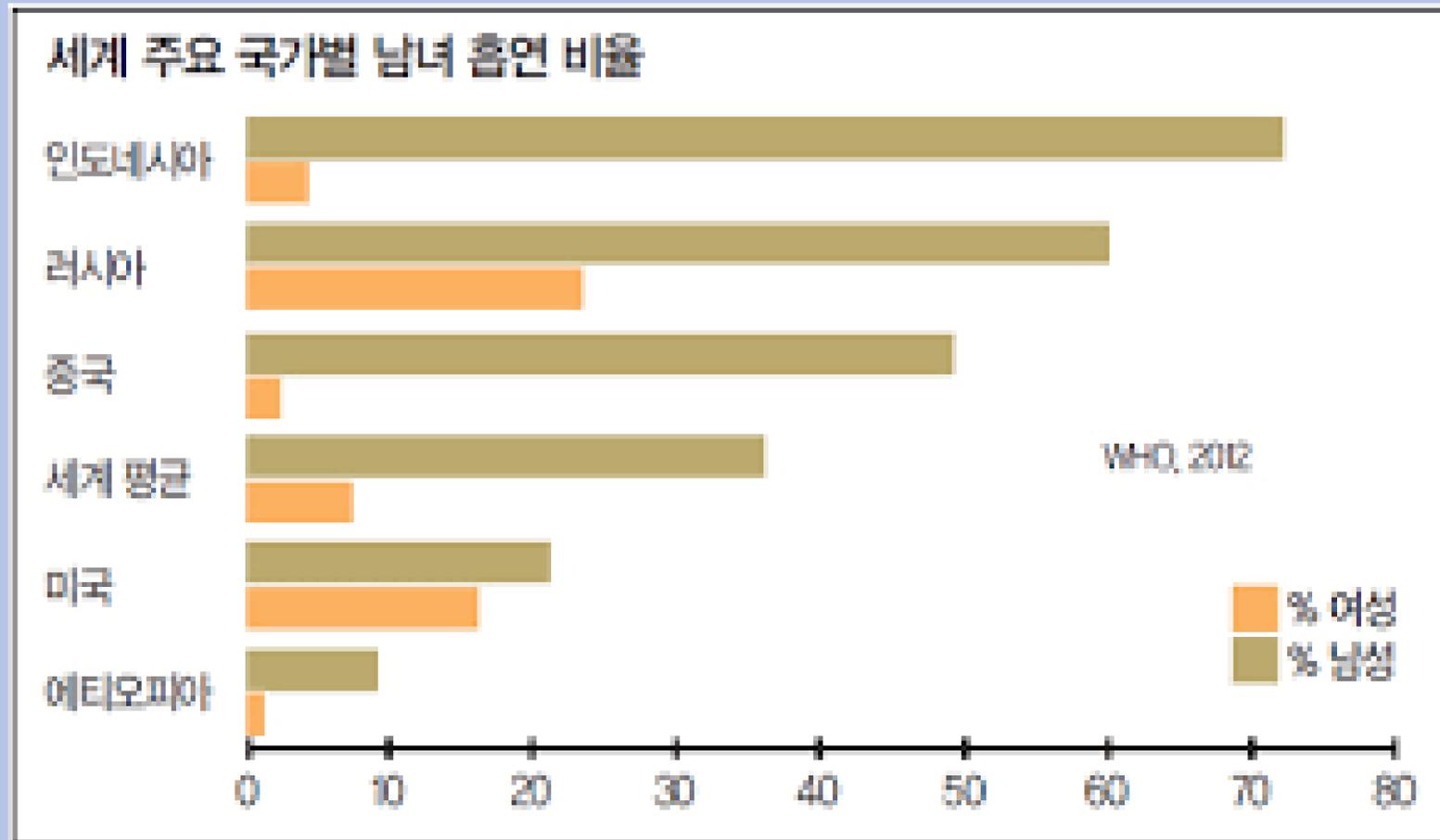
# STP전략

성별	남		여	
연령	20대	30대	40대	50대
도시 분류	내몽골	꾸이저우	안후이	윈난

# 성별

## 흡연율: 남성>여성

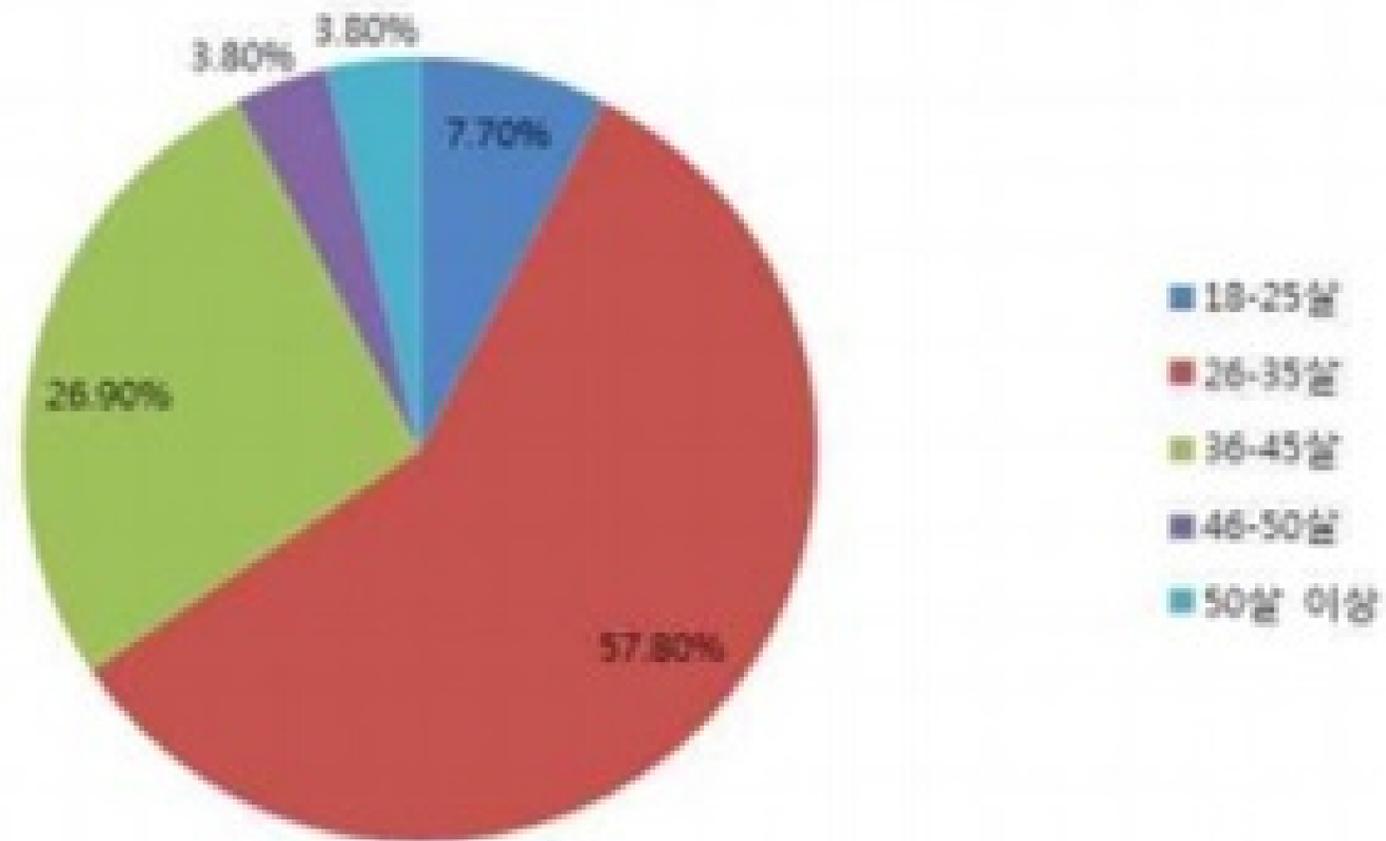
2019년 중국 전자담배 소비자 성별 분포



iiMedia Research

# 연령

2019년 중국 전자담배 소비자 연령 분포

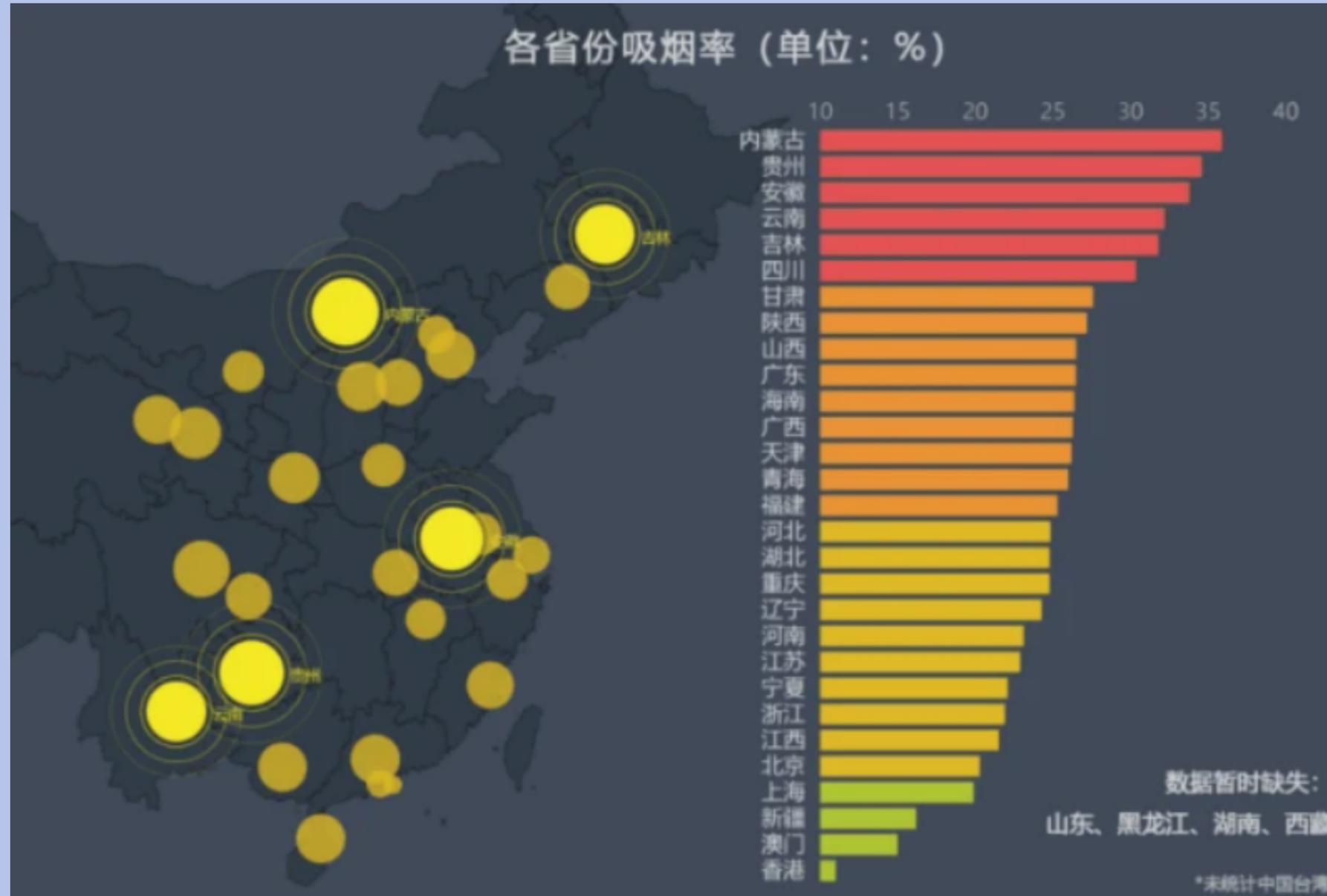


iiMedia Research

- 회식이나 술자리 등 친목모임에서의 흡연 권유
- 장시간 근무, 사회 생활에서의 스트레스를 풀기 위함
- 감정을 조절해주는 매개체
- 간접 흡연의 노출이 많은 곳에서 호기심으로 시작

# 도시

## 각 지역(성) 흡연률



- 흡연률이 35%이상인 내몽골
- 흡연률이 34%인 꾸이저우
- 흡연률이 33%인 안후이
- 흡연률이 32%인 윈난
- 4개의 지역을 점차 점령 후 점차 매장을 늘려갈 것.

# Positioning

- 다양한 맛은 느껴보고, 텁텁함은 사라지고
- 스트레스 이젠 건강으로 피우자!
- 머문 자리도 아름다운 건강한 시민의식
- 취향에 맞게 바꿀 수있는 케이스
- 건강을 되찾고 상쾌함도 더하고

# 4P-Mix



# Product

향뿐만이 아닌 농축액으로 건강하게



꿀+레몬

달달함과 상큼함이 만났다!  
풍부한 비타민과 항산화 작용까지



라임 +모히또

마음까지 상쾌해지다!  
구취제거와 심신 안정의 효과



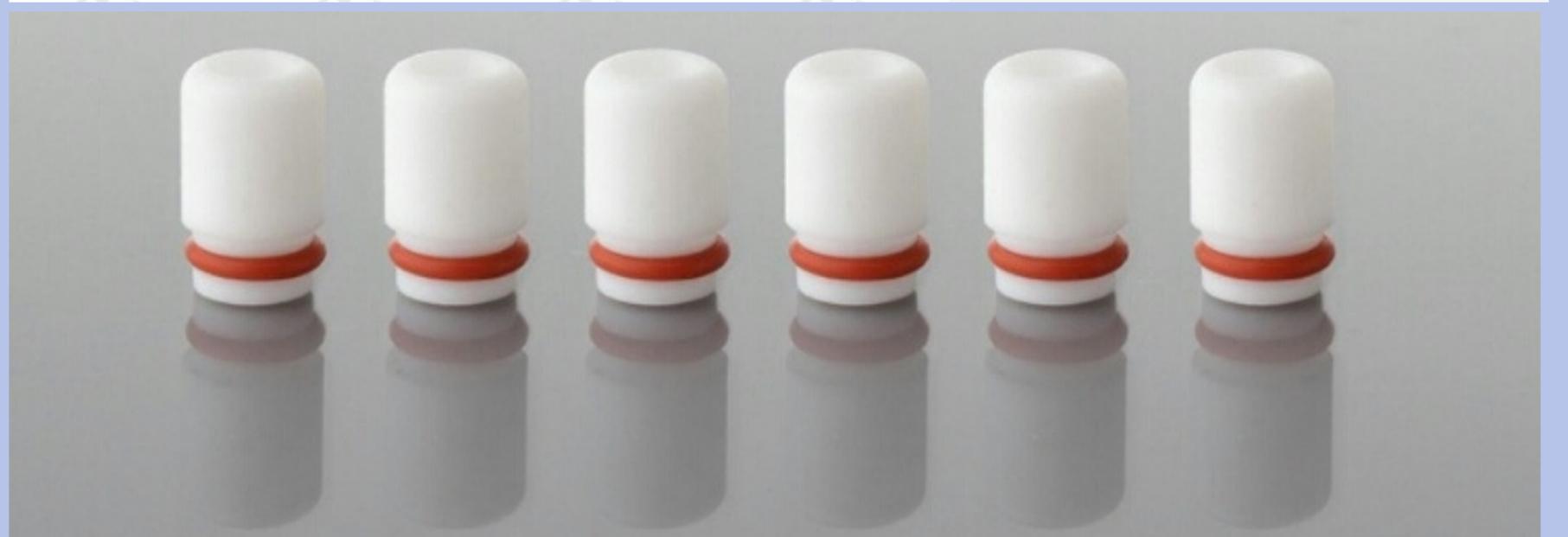
홍삼+도라지

면역력 증진 항암효과로  
건강까지 챙긴다!

# Product

## 드립팁 뚜껑 개발

- 위생적인 전자담배를 생각해  
입으로 호흡하는 부분에 뚜껑을  
자주 교체할 수 있도록 플라스틱  
뚜껑 증정 또는 구매
- 세척 후 건조만 시키면 되는 편리함
- 한정판 에디션 캐릭터 판매



# Product

## 작고 화려한 디자인에 온도 조절까지



- 작으면서 화려한 디자인까지
- 화려한 디자인으로 여성고객 확보
- 작은 전자담배로 주머니에 쏙
- 호흡기부분에 뚜껑을 덮으면 전자담배처럼 보이지 않는 효과
- 온도 조절(50~400도)로 흡연자 흡연 스타일 고려

# Product

## 다양한 케이스 판매 스타일 변화



# Price

## 중국 전자담배기계 가격비교

smok	859元(대략 16만원)
OVALE	369元(대략6.9만원)
kingsong	240元(대략4.4만원)
随便选,随便抽	325元(대략6만원)

# Price

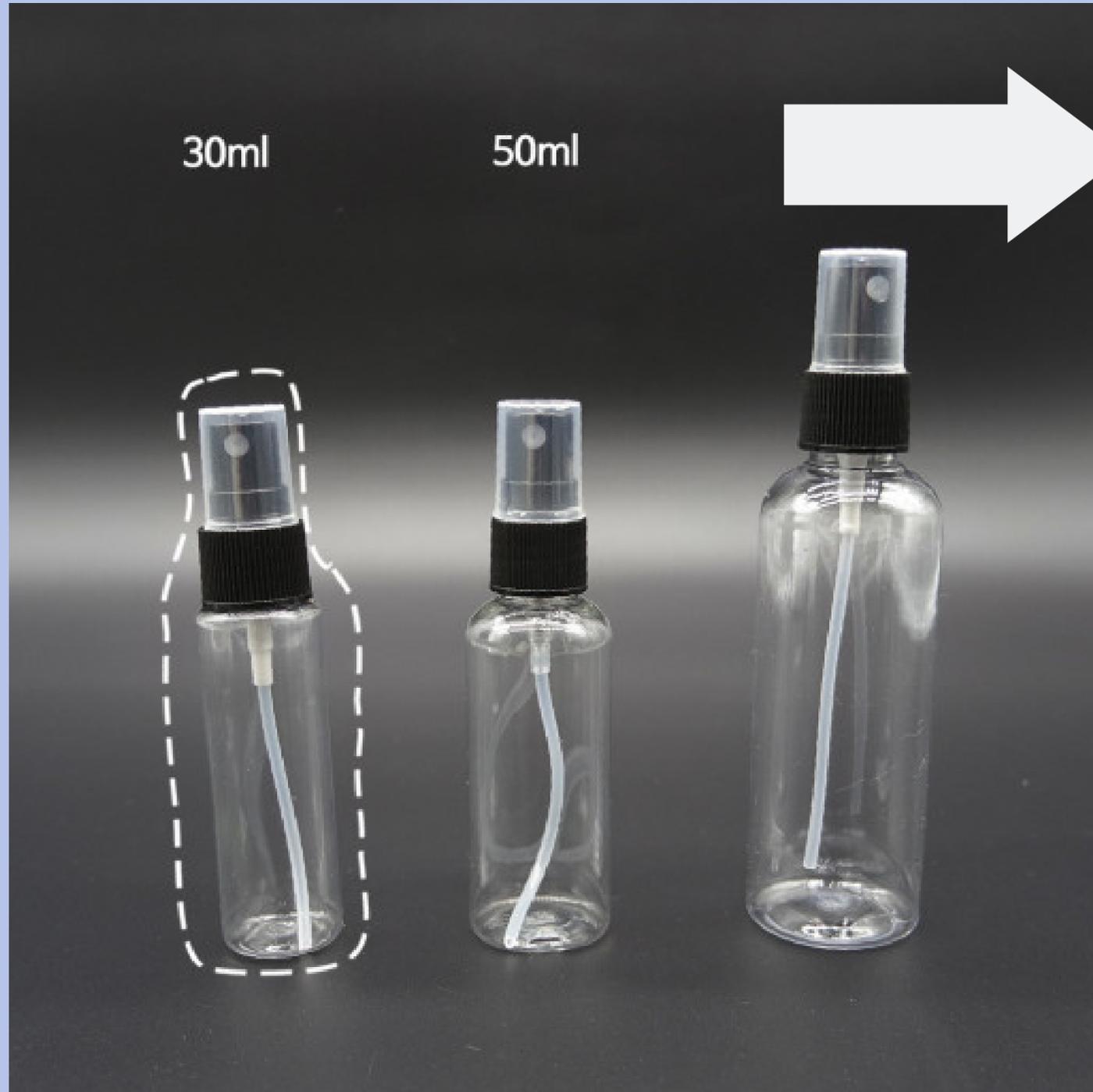
중국 액상 가격



30ml=15,970원

1ml=532원

# Price



## 농축액 액상 가격

75ml

30ml=68.9元(12,800원)

1ml=426원

50ml=100元 (18,592원)

1ml=372원

75ml=130元(24,169원)

1ml=322원

※전자담배 구매시 액상 30ml증정

※이벤트 기간 액상 3+1 진행

# Promotion



전자 담배 박람회에서 현장 시연, 다양한 기기, 액상, 케이스,  
액상만드는 과정 등을 볼 수 있도록 할 것



# Promotion



전자담배 대여

전자담배를 대여를 해줌으로서 자신에게 맞는지

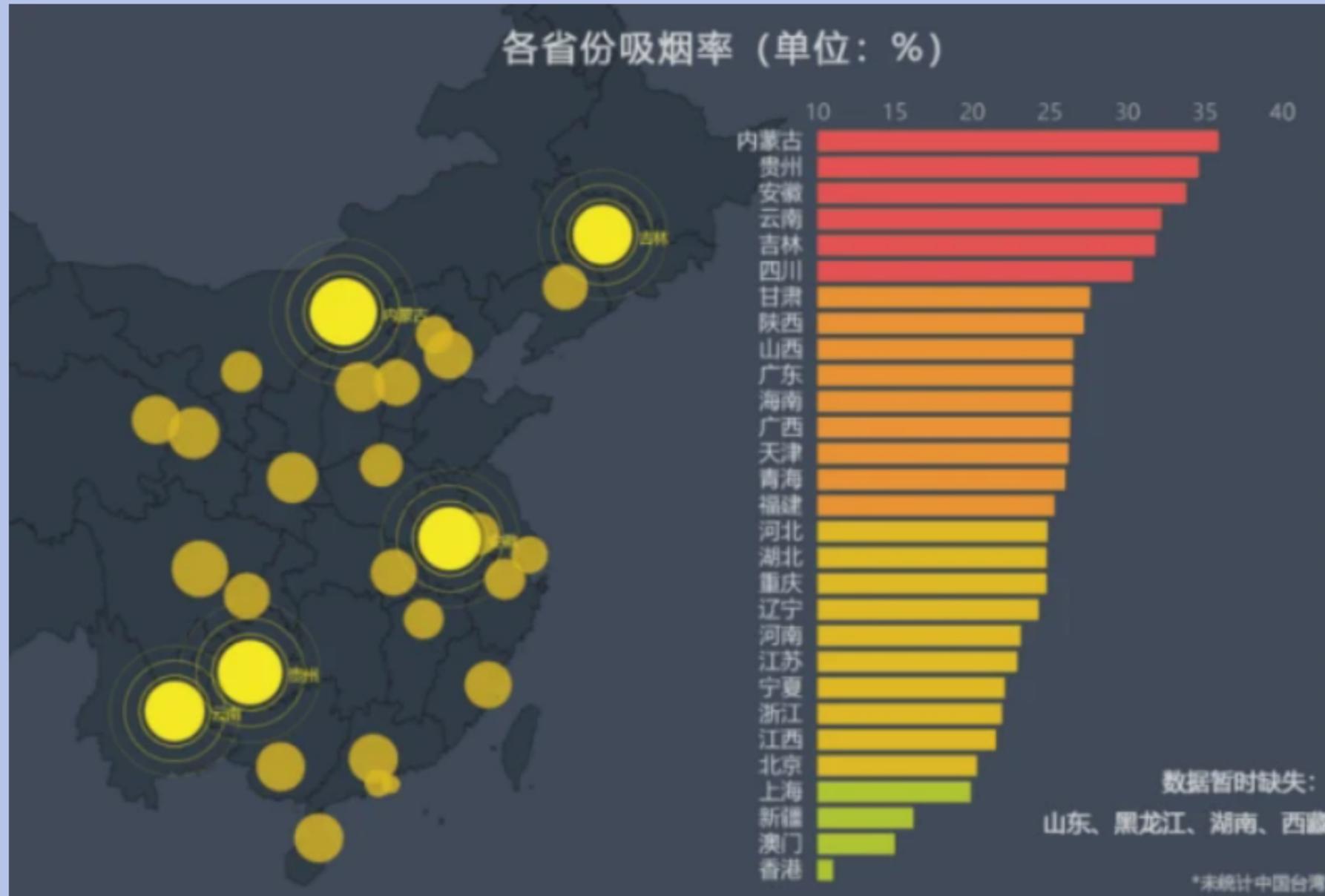
테스트를 해볼 수 있도록 대여서비스진행

액상 맛 별로 3ml 증정

2주간 25元(대략 5천원)

※고장 및 분실시 보상필요

# Place



내몽골, 구이저우, 안후이, 윈난에 오프라인 매장 설립

# Place



- Lawson, Family Mart 등 유명 편의점 안에 작은 테이블만으로 운영하여 a/s 및 기기, 액상 판매

# 출처



- [https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE\\_NO=3&MENU\\_ID=430&CONTENTS\\_NO=1&bbsGbn=254&bbsSn=254&pNttSn=166202](https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=430&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=254&bbsSn=254&pNttSn=166202)
- <https://www.ajunews.com/view/20210607075144229>
- <https://www.iimedia.cn/c460/77558.html>
- <https://www.iimedia.cn/c1061/81031.html>
- <https://zhuanlan.zhihu.com/p/376716568>
- <https://www.kita.net/cmmrcInfo/rsrchReprt/ovseaMrktReprt/ovseaMrktReprtDetail.do?pageIndex=1&no=40117&classification=&type=2>
- [https://biz.chosun.com/international/international\\_economy/2021/06/29/KLCBJCSKZRBQVCWF5F5ZDO5I54/](https://biz.chosun.com/international/international_economy/2021/06/29/KLCBJCSKZRBQVCWF5F5ZDO5I54/)
- <https://www.ajunews.com/view/20210527100628525>
- <https://www.mirrasia.com/single-post/2014/04/30/%EC%A4%91%EA%B5%AD%EB%82%B4%EB%A5%99-%EA%B8%88%EC%97%B0%EB%A0%B9%EC%9C%BC%EB%A1%9C-%EC%9D%B8%ED%95%9C-%EC%A0%84%EC%9E%90%EB%8B%B4%EB%B0%B0-%EB%B9%84%EC%A6%88%EB%8B%88%EC%8A%A4-%EA%B8%B0%ED%9A%8C-%EC%B0%BD%EC%B6%9C%EC%B6%9C%EC%B2%98-hktdc>

- <http://www.knnews.co.kr/news/articleView.php?idxno=1313427>
- <https://news.zum.com/articles/46705879>
- [https://m.blog.naver.com/smart\\_lk/221392179264](https://m.blog.naver.com/smart_lk/221392179264)
- <http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&code=117&artid=201510191815531>
- [https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE\\_NO=3&MENU\\_ID=180&CONTENTS\\_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=192737](https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=192737)
- <https://www.yna.co.kr/view/AKR20150707063100097>
- <https://creativeideadesign.tistory.com/266>

- <https://xw.qq.com/cmsid/20210227A066UX00?f=newdc>
- [http://www.gov.cn:8080/xinwen/2014-12/11/content\\_2789525.htm](http://www.gov.cn:8080/xinwen/2014-12/11/content_2789525.htm)
- <https://xueqiu.com/8126729077/183673197>
- <https://zhuanlan.zhihu.com/p/376716568>
- <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/180918-be058768.html>
- [https://www.sohu.com/a/303689371\\_533924](https://www.sohu.com/a/303689371_533924)

감사합니다.