

태국 소매유통매장을 점령하는 한국 제품들

방콕사무소

태국 최대의 유통기업 Central Food Retail

- Central Food Retail은 태국의 최대 유통기업으로 산하에 Central Food Hall 8개점, Tops Supermarket 108개점, Family Mart 1101개점, Tops Daily 69개점, Tops Superstore 7개점 등 총 1,431개의 소매유통매장을 운영하고 있다.
- Central Food Retail의 주요 고객층은 태국의 중상위층으로, 가격이 상대적으로 높은 우리 농식품의 현지 유통확대에 영향을 미칠 중요한 기업으로 평가되고 있다.



한국식품 종합행사 현장

Central Food Retail이 개최하는 한국식품 종합행사

- Central Food Retail은 매년 7월마다 한국식품 종합행사를 개최하고 있으며, 올해 행사는 7월 11~31일까지 Central Food Retail 전국 124개 매장에서 대대적으로 진행되었다. 올해는 특별히 Central Food Retail의 CEO가 행사장을 방문하여 한국식품을 통한 매출확대에 높은 관심을 나타내기도 했다.
- 이번 행사에는 Food Hall과 Tops Supermarket에 입점한 다양한 한국 식품업체들이 참가하였다. 전시된 품목들은 라면, 과자, 음료, 소스, 주류, 떡볶이, 냉동만두, 아이스크림, 포도(거봉, 샤인머스켓) 등이었으며 별도의 판매대와 시식행사 등을 통해 활발한 판매활동을 진행하였다.

한국제품의 Central Food Hall 진출 현황

- Central Food Hall에 신선농산물을 납품하는 경우 CFR 바이어를 통해 샘플검수, 가격협상 등이 가능하다. CFR 바이어와 직접 미팅하는 것이 가장 빠른 방법이지만, 상당한 사전 미팅조율 기간이 필요하다.
- 일반 가공식품의 경우에는 태국 현지의 한국식품 수입 납품벤더를 통해 상품제안, 입점조건 등이 이루어지는 것이 통상적이다.
- 현재 Central Food Hall 산하 매장에서는 냉동만두, 아이스크림, 유명 캐릭터를 활용한 제품 등이 판매중이다. 특히 라면의 경우 현지라면의 매출을 위협할 정도의 위

치를 확보하고 있다. 이에 현지 라면제조업체에서는 제품 패키지에 'Korean Flavor'를 표기하는 등 유사상품을 런칭하여 마케팅에 집중하고 있다.

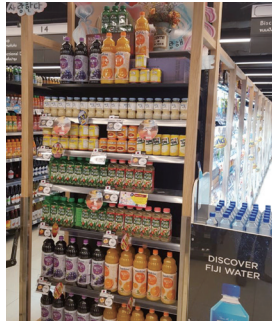
태국 유통망에 대한 이해와 대처가 필요

- 태국은 동남아국가 중에서 유통망이 가장 현대적으로 발달한 국가로 평가되고 있다. 그만큼 유통망 입점 시스템이 선진화 되어 있고, 유통의 바이파워가 굉장히 높은 편이다.
- 따라서 새로운 품목을 제안할 때 유통 바이어들은 가장 먼저 마케팅펀딩(마케팅 지원방법)을 요청하는 것이 다반사이다. 게다가 태국 소매유통매장에 입점하더라도 지속적인 매출이 발생하지 않으면 바로 퇴출되기 십상이기 때문에 더욱 주의가 요구된다.
- 수출이 성사되더라도 현지 수입바이어와의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 매출확대를 위한 다양한 제안을 하고, 제품에 대한 바이어의 관심을 독려하는 등 각별한 노력이 필요하다.

Central Food Hall에 입점한 한국 농식품



김치



음료



김



과자



주류



소스