

2015 농식품 해외시장 맞춤조사

중국 어묵 시장조사



Product : Fish cake

Content

I. 경쟁제품 현황	3
------------	---

II. 유통구조	14
----------	----

I

경쟁제품 현황

1. 중국 방문매장 정보

2-1. 중국 어묵 경쟁제품 가격현황(1차 조사)

2-2. 중국 어묵 경쟁제품 가격현황(2차 조사)

3-1 중국 어묵 매장 담당자 인터뷰(1차 조사)

3-2 중국 어묵 매장 담당자 인터뷰(2차 조사)

4. 중국 경쟁제품 현황 조사결과

※ 1차 현지조사 결과, 프리미엄 어묵류 제품이 많지 않아 일반 어묵과 한국산 어묵에 대한 조사로 대체함

※ 1차 현지조사와 2차 현지조사는 다른 날에 이루어졌으며, 인터뷰 질문 구성 또한 상이하므로, [중국 어묵 경쟁제품 가격현황]과, [중국 어묵 매장 담당자 인터뷰]는 1차와 2차 현지조사별로 분류 작성하였음

1. PRODUCT INFORMATION - 중국 방문매장 정보

SHOP #1. BHG Market Place(Chengfu점, 북경 국제무역센터점)

	Chengfu 점	북경 국제무역센터점
이미지		
	< 매장 전경 >	< 매장 전경 >
		
	< 매장 내 어묵 판매대 전경 >	< 매장 내 어묵 판매대 전경 >
Contact point	Tel : +86 10 6266 6205	Tel : +86 10 5957 5234 / +86 10 5957 8000
	Add : 北京市成府路28号华联商厦B1层	Add : 北京市成府路-88号华联商厦B1层
기업 정보	규모 - 연간 매출액 약 5억 위안 (2010년 기준) - 중국 현지 내 80여 개의 점포 보유 (2010년 기준) - 본 유통업체 매장 총 직원 수는 약 5,600여 명 (2010년 기준) - 1996년에 설립되었으며, 중국 최대의 체인 슈퍼마켓 중 하나임 - 최근 편리하고 효율적인 제품과 서비스를 고객에게 제공하기 위해 전자 상거래도 도입함 - 북경 화련 슈퍼마켓은 중국 전역의 주요 도시에 높은 품질의 다양한 식품을 제공하고 있음	
매장 정보	- 본 유통매장에서는 한국산 어묵은 판매하고 있지 않음 - 판매담당자에 따르면, 가장 인기 있는 어묵 제품은 香海鱼豆腐烧烤味임	- 판매담당자에 따르면, 본 매장에서는 프리미엄 어묵 제품을 판매하고 있으며, 취급하는 여러 종류의 어묵 제품들 중, 새우 어묵제품이 절반이라고 함
인터뷰 내역	"사람마다 입맛이 달라 특별히 잘 팔리는 어묵 제품은 없고, 전반적으로 판매율은 비슷하다." 李 (수산부 판매원)	"사람마다, 지역마다 모두 차이가 있겠지만, 주로 매운 맛의 제품을 선호한다." Mr.李 (판매원)

SHOP #2. Jinshilian Supermarket

		
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 어묵 판매대 전경 >	
Contact point	Tel : +86 10 8267 3355 Add : 海淀区成府路35号	
기업 정보	규모 ※ 본 매장은 베이징 하이엔구에 위치한 한인매장으로서 체인 매장이 아니며, 별도의 규모 정보는 공개되지 않음 - 한인 마켓으로서, 다양한 한국산 식품이 판매되고 있음 - 편의점 유통채널로, 24시간 운영하고 있음	
매장 정보	- 본 유통업체의 고객층은 마트 주변 현지인들과 한국인들임 - 판매담당자에 따르면, 어묵의 셀링포인트로는 맛과 가격임 - 본 유통매장의 어묵 판매 제품은 한국산만 판매되고 있음	
인터뷰 내역	“본 매장 내 어묵 제품은 맛이 다 비슷하기 때문에 비교적 값이 싼 어묵이 잘 판매되고 있다.” (어묵 판매원)	

SHOP #3. Green Tree

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 어묵 판매대 전경 >				
Contact point	Tel : +86 10 6231 7269			
	Add : 成府路五道口地铁站步行街			
기업 정보	규모	※ 본 매장은 베이징 하이옌구에 위치한 한인매장으로서 체인 매장이 아니며, 별도의 규모 정보는 공개되지 않음		
	- 중국 베이징 하이옌구에 위치하고 있음 - 한인 마켓으로서, 다양한 한국산 식품이 판매되고 있음 - 편의점 유통채널로, 24시간 운영하고 있음			
매장 정보	- 현지 담당자에 따르면, 중국인들은 한국산 어묵 제품들의 맛이 서로 별다른 차이가 없다고 느끼기 때문에, 주로 가장 싼 것을 구매하는 편임 - 어묵 구매 주요인으로는 맛이 좋고 한국식 떡볶이 재료로 활용하기 위해 구매하고 있음 - 어묵의 경우, 국내산과 수입산 모두 큰 차이가 없고 비슷하여 비교적 저렴한 중국산을 선호함			
인터뷰 내역	"본 매장 내 어묵 제품은 한국인과 중국인 모두에게 인기가 좋다. 독특한 맛과 저렴한 가격이 제품 키워드가 될 것으로 생각한다."			
李先生 (어묵 판매원)				

SHOP #4. D-MART

		
이미지	< 매장 전경 >	
		
< 매장 내 어묵 판매대 전경 >		
Contact point	Tel : +86 10 8243 2355	
	Add : 成府路五道口地铁站步行街	
기업 정보	규모	※ 본 매장은 베이징 하이엔구에 위치한 한인매장으로서 체인 매장이 아니며, 별도의 규모 정보는 공개되지 않음
	- 중국 베이징 우다오코우역에 위치한 한인 슈퍼마켓 - 한국 및 중국의 다양한 식료품 및 생활용품을 판매하고 있음	
매장 정보	- 현지 담당자에 따르면, 본 유통업체의 고객층은 마트 주변 현지인들이 주 고객층임 - 무엇보다 깨끗하고 정돈이 잘 되어 있어 고객들에게 쇼핑하기 편리한 환경을 제공하지만 주차장이 크고 넓게 구비되어 있지 않다는 단점이 있음 - 본 유통업체의 어묵 판매 제품은 한국산만 판매되고 있음	
인터뷰 내역	“어묵의 구매요인은 맛과 가격일 것 같다.” 张 (어묵 판매원)	

SHOP #5. Carrefour(까르푸, 家乐福)

		
이미지	< 매장 전경 >	
		
	< 매장 내 어묵 판매대 전경 >	
Contact point	Tel : +86 10 5296 3298 Add : 北京海淀区北三环西路大钟寺中坤干广广场地下二层	
기업 정보	규모 - 매장 수: 하이퍼마켓 236개(2013년 기준) - 직원 수: 60,000명(2013년 기준) - 계약 체결한 중국 현지 공급업체 수: 20,000개 이상(2013년 기준) - 프랑스계 유통기업으로 국제적 하이퍼마켓 체인점을 갖고 있는 다국적 기업임 - 1995년 북경에 최초로 설립되었으며 본 매장과는 별도로 2016년까지 6개의 물류 배송센터를 추가 건설할 예정임 - 중국 소비자들의 문화 등을 연구, 확실한 현지화 전략을 꾀하여 중국 내 대형마트 시장 점유율을 확대해 나감	
매장 정보	- 현지 담당자에 따르면 본 매장에서는 새우, 오징어, 쇠고기를 원료로 한 어묵 제품을 취급함 - 본 매장의 제품 취급요인은 맛, 식감, 가격임	
인터뷰 내역	“젊은이들은 수입산 제품을 선호하는 것 같은데 나 같은 사오십 대 중년들은 국내산을 선호한다.” 李 (어묵 판매원)	

SHOP #6. WU MART



이미지

< 매장 전경 >



< 매장 내 어묵 판매대 전경 >

Contact
point

Tel : +86 8241 8070

Add : 北京市海淀区学院南路15号院9号楼

기업
정보

규모

- 2012년 12월 31일 중국 내 103개 매장 설립. 그중 11개는 화동지역, 92개는 화북지역에 설립됨
- 2006년 2월 중국 체인점 마트인 메이리엔메이(美廉美) 매입

- 중국 베이징 우다오코우역에 위치한 한인 슈퍼마켓
- 한국 및 중국의 다양한 식료품 및 생활용품을 판매하고 있음
- 북경 내 시장점유율 35% 차지

매장
정보

- 현지 담당자에 따르면 본 매장에서는 생선, 쇠고기, 해삼을 원료로 한 어묵 제품을 취급함
- 본 매장의 제품 취급요인은 저렴한 가격과 제품의 맛임

인터뷰
내역

“주로 국내산을 선호하나 수입산도 맛있고 가격이 저렴하면 찾는 사람이 많이 있을 것 같다”

Ms.隋
(어묵 판매원)

SHOP #7. RT MART(大润发)



이미지

< 매장 전경 >



< 매장 내 어묵 판매대 전경 >

Contact
point

Tel : +86 10 5199 4538

Add : 北京市朝阳区民族园路2号

기업
정보

규모

- 2013년 기준 335억 6,700만 위안의 매출규모를 기록함
- 185개 매장을 보유하고 있으며 2, 3, 4선 도시로 적극 확장하고 있음

- 대만 룬타이그룹(潤泰集團) 계열의 마트로 영문명인 Run Tai를 축약하여 RT-Mart라고 불림
- 1997년 상하이에 처음 점포를 열었으며, 중국에 진출한 외국 유통업체 중 후발주자에 속함
- 본사 경영과는 별개로 지역 특색에 맞춰 지점별 경영방식을 취할 수 있도록 운영되고 있음

매장
정보

- 현지 담당자에 따르면 본 매장에서는 쇠고기, 버섯, 오이, 생선을 원료로 한 어묵 제품을 취급함
- 본 매장의 제품 취급요인은 저렴한 제품의 맛과 가격임

인터뷰
내역

"본 매장에서 판매하고 있는 어묵들이 중국인들이 선호하는 맛이다. 우리는 판매가 잘 되지 않으면 바로 빼버린다.

Mrs. 刘
(어묵 판매원)

SHOP #8. Uni Mart

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 어묵 판매대 전경 >
Contact point	Tel : +86 10 6227 1019 Add : 海淀区西直门门北大街32号枫蓝国际购物中心心B1楼(文慧桥东北侧)
기업 정보	규모 - 매장 수: 3,900개 - 대만계 마트로 베이징에 최초로 설립했으며 약 3,900개 마트 개설 - 2015년 북경에 10개 마트가 입점 될 예정임
매장 정보	- 현지 담당자에 따르면 본 매장에서는 쇠고기, 버섯, 오이, 생선을 원료로 한 어묵 제품을 취급함 - 본 매장의 수입산 제품 취급요인은 제품의 맛임
인터뷰 내역	"본 매장에서는 소비자들이 짭짤한 맛의 어묵이 선호한다." 李 (어묵 판매원)

2-1. PRODUCT INFORMATION - 중국 어묵 경쟁제품 가격현황 (1차 조사)

중국 BHC Market Place (Chengfu점) 가격 현황 (2015년 9월 10일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
福州鱼丸 (푸저우(福州) 어묵)	泰州安井食品有 限公司 (Taizhou Yasui Food Co., Ltd.)	중국	500g	16.4위안 (g당 0.03위안)	
仿墨鱼丸 (모조 어묵)			500g	16.4위안 (g당 0.03위안)	
经典牛肉丸 (클래식 쇠고기 어묵)	海霸王(汕头) 食品有限公司 (Sea King (Shantou) Food Co., Ltd.)		500g	12.98위안 (g당 0.02위안)	
香海鱼豆腐 烧烤味 (생선 두부 바비큐맛)	温州香海食品有 限公司 (Wenzhou Hong Sea Food Co.)		100g	7.8위안 (g당 0.07위안)	
香海鱼豆腐 辣味 (생선 두부 매운맛)			100g	7.8위안 (g당 0.07위안)	
31°鲜鱼豆腐 原味(原味型) (생선 두부 일반형)	盐津铺子食品有 限公司 (Yanjin shop Food Co., Ltd.)		85g	8.9위안 (g당 0.10위안)	

2015년 9월 10일 기준 중국 1위안 = 186.90원

중국 BHC Market Place 가격 현황 (2015년 9월 10일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
鱼饼 (사각 어묵)	象山南方水产食品有限公司 (위해천우식품 유한공사)	한국	400g	16위안 (g당 0.04위안)	
동원 순갈치 어묵	(주)동원 F&B		200g	10.2위안 (g당 0.05위안)	
东园鱼饼条 (동원 부산어묵)			500g	25위안 (g당 0.05위안)	
釜山鱼糕 (부산어묵)			410g	10.2위안 (g당 0.02위안)	

중국 Green Tree 가격 현황 (2015년 9월 10일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
鱼糕 (大串联海鲜饼) (꼬치어묵)	청도해지촌내집 식품유한공사 (青岛海地村我家食品有限公司)	한국	720g	40위안 (g당 0.05위안)	
동원 건강한 바다의 맛 부산어묵	(주)동원F&B		200g	13.5위안 (g당 0.06위안)	
鱼糕 (海地村海鲜饼) (부산 어묵)	청도해지촌내집 식품유한공사 (青岛海地村我家食品有限公司)		400g	12위안 (g당 0.03위안)	
동원 고소하고 부드러운 순갈치어묵	(주)동원F&B		200g	23.5위안 (g당 0.11위안)	
대림선어묵 9가지 약속 부산어묵	사조대림		274g	18위안 (g당 0.06위안)	

중국 D Mart 가격 현황 (2015년 9월 10일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
대림선 어묵 9가지 약속 부산어묵	사조대림	한국	274g	15.3위안 (g당 0.05위안)	
思潮鲜四角鱼 饼 (대림선 부산 어묵)			330g	12.8위안 (g당 0.03위안)	
思潮海鱼饼 (대림선 부산어묵)			200g	7.6위안 (g당 0.03위안)	
思潮釜山鱼饼 综合 (대림선 부산 어묵 종합2)			500g	19위안 (g당 0.03위안)	

2-2. PRODUCT INFORMATION - 중국 어묵 경쟁제품 가격현황 (2차 조사)

중국 BHC Market Place (국제무역센터점) 가격 현황 (2015년 10월 12일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
手打牛筋丸 (수제 암소 힘줄)	多鱼食品有限公司 (Multi Fish Food Co., Ltd)	중국	500g	46.8위안 (g당 0.09위안)	
手打香菇贡丸 (버섯 미트볼)			250g	23.8위안 (g당 0.10위안)	
八爪鱼味鱼球 (낙지 어묵)			170g	19.5위안 (g당 0.11위안)	
墨鱼味鱼丸 (오징어어묵)			500	55.8위안 (g당 0.11위안)	

2015년 10월 12일 기준 중국 1위안 = 182.72원

중국 Carrefour(까르푸, 家乐福) 가격 현황 (2015년 10월 12일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
墨鱼丸 (오징어 어묵)	北京北方渔夫食品有限公司 (Beijing North Fisherman Food Co., Ltd)	중국	160g	10.6위안 (g당 0.07위안)	
龙凤珍饿鱼丸 (봉황 완자)	浙江龙凤食品有限公司 (Zhejiang Dragon Food Co., Ltd)	중국	160g	14.8위안 (g당 0.09위안)	
粤式虾皇球 (광둥 새우 완자)			160	22.5위안 (g당 0.14위안)	
台式包心贡丸 (돼지고기 완자)			180g	14.8위안 (g당 0.08위안)	

Fish cake : China

台式香菇贡丸 (버섯 완자)	浙江龙凤食品有限公司 (Zhejiang Dragon Food Co., Ltd)	중국	120g	10.8위안 (g당 0.09위안)	
台式鱼籽球 (씨알 완자)			160g	14.8위안 (g당 0.09위안)	
芝士鱼皇 (치즈 고기왕)	浙江鱼极食品有限公司 Zhejiang fish pole food Co., Ltd.	중국	160g	19.9위안 (g당 0.12위안)	
蟹糕鱼皇 (게살 고기왕)					
玉子鱼皇 (생선 고기왕)					

중국 WU MART 가격 현황 (2015년 10월 12일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
墨鱼丸 (오징어 어묵)	福建海壹食品饮料有限公司 (Fujian sea One Food & Beverage Co.)	중국	500g	10.99위안 (g당 0.02위안)	
港式撒尿牛肉味肉丸 (홍콩 스타일 쇠고기 미트볼)					
福州鱼丸 (복주 물고기 완자)					
海参丸 (해삼 완자)	福建安井食品股份有限公司 (Fujian Yasui Food Co., Ltd)	중국	500g	13.99위안 (g당 0.03위안)	
爆汁小鱼丸 (국물용 완자)					
撒尿肉丸 (고기 완자)					

중국 RT MART(大润发) 가격 현황 (2015년 10월 12일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fish cake					
章鱼丸 (어묵장)	福建海壹食品饮 料有限公司 (Fujian sea One Food & Beverage Co.)	중국	500g	12.8위안 (g당 0.02위안)	
淡水丸 (민물생선어묵)					
鱼豆腐 (생선 두부)					
鲍鱼味鱼片 (생선 두부)					
撒尿肉丸 (고기 완자)	福建安井食品股 份有限公司 (Fujian Yasui Food Co., Ltd.)			13.9위안 (g당 0.03위안)	

Fish cake : China

香菇贡丸 (버섯 어묵)	福建安井食品 股份有限公司	중국	500g	13.9위안 (g당 0.03위안)	
仿章鱼丸 (장 모방 물고기)					
鱼豆腐 (생선 두부)					
包心鱼卷 (패킷 심장 생선 롤)					
海参丸 (해삼 완자)					
福州鱼丸 (푸저우 어묵)					

중국 Uni Mart 가격 현황 (2015년 10월 12일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지 ³⁾
Fish cake					
仿章鱼丸 (어묵 포름장)	安井鱼丸系列	중국	500g	18.8위안 (g당 0.04위안)	
闽南脆丸 (바삭 완자)					
鱼丸 (어묵)					
亲亲肠等 (친숙한 장0)					

3) 본 매장 제품의 이미지의 경우, 판매 담당자가 사진을 찍지 못하게 하여 온라인 조사로 대체하였음

3-1. PRODUCT INFORMATION - 중국 어묵 매장 담당자 인터뷰(1차 조사)

※ 중국 BHG Market Place (Chengfu점) 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 어묵 제품 판매 추이가 어떠한지

- 꾸준히 판매가 잘 되고 있지만 앞으로의 판매 추이는 예상하기 어렵다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 중국산만 판매되고 있으며, 사람들마다 입맛에 다르기 때문에 모든 제품이 인기가 있다.

☐ 한국산 어묵 제품이 판매되고 있는지

- 당사 매장에서 판매되는 한국산 어묵 제품을 판매하고 있지 않는다.

※ 중국 Jinshilian Supermarket 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 어묵 제품 판매 추이가 어떠한지

- 안정적이다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 한국의 사각어묵 제품이 인기가 있다.

☐ 한국산 어묵 제품이 판매되고 있는지

- 한국산만 판매되고 있으며, 象山南方水产食品有限公司, (주)동원 F&B, 威海天宇食品有限公司 브랜드 제품이 있다.

※ 중국 Green Tree 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 어묵 제품 판매 추이가 어떠한지

- 떡볶이 재료로 쓰기 위해 찾는 고객들이 많아 수요가 높다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 사람들의 입맛과 취향이 다르기 때문에 특정한 제품이 인기가 있지는 않으며, 모든 제품이 인기가 있다.

☐ 한국산 어묵 제품이 판매되고 있는지

- 당사 매장에서는 한국산 어묵을 판매하고 있다.

※ 중국 D-MART 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 어묵 제품 판매 추이가 어떠한지

- 꾸준히 판매가 잘 되고 있지만 앞으로의 판매 추이는 예상하기 어렵다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 모든 제품이 수요가 높다.

☐ 한국산 어묵 제품이 판매되고 있는지

- 당사 매장에서 판매되는 한국산 어묵 제품만 판매하고 있다.

3-2. PRODUCT INFORMATION - 중국 어묵 매장 담당자 인터뷰(2차 조사)

※ 중국 BHG Market Place (북경 국제무역센터점) 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 매장 내 제품의 인기가 어떠한지

- 제품의 수요는 꾸준한 편이다.

☐ 제품 종류별 점유율은 어떠한지

- 새우어묵이 50%, 기타 제품이 50% 정도이다

☐ 본 매장의 소비자들은 어떤 맛을 선호하는지

- 사람마다, 지역마다, 모두 천차만별이다. 그런데 주로 매운 맛을 선호하는 편이다.

☐ 소비자들이 제품을 찾는 이유는 무엇이라고 생각하는지

- 맛이 좋아서 찾는다고 생각한다.

☐ 본 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇이라고 생각하는지

- 제품의 식감과 맛이다.

※ 중국 Carrefour(까르푸, 家乐福) 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 매장 내 제품의 인기가 어떠한지

- 그저 그렇다(还行)

☐ 제품 종류별 점유율은 어떠한지

- 새우, 오징어, 쇠고기 제품이 각각 30%, 30%, 40% 정도이다.

☐ 본 매장의 소비자들은 어떤 맛을 선호하는지

- 짭짤한 맛을 선호하는 편이다. (단 건 좋아하지 않는다.)

☐ 소비자들이 제품을 찾는 이유는 무엇이라고 생각하는지

- 맛이 좋아서 그렇다고 생각한다. (어묵은 휘귀 먹을 때 꼭 넣어먹는다. 본 매장의 경우, 소비자들이 주로 휘귀를 먹을 때 넣으려고 구입한다.)

☐ 본 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇이라고 생각하는지

- 제품의 가격이 가장 중요하다고 생각한다. 가격이 부담스러울 정도라면 잘 찾지 않을 것이다.

※ 중국 WU MART 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 매장 내 제품의 인기가 어떠한지

- 꽤 괜찮은 편이다.

☐ 제품 종류별 점유율은 어떠한지

- 쇠고기, 생선, 기타 제품이 각각 50%, 40%, 10% 정도이다.

☐ 본 매장의 소비자들은 어떤 맛을 선호하는지

- 주로 휘귀 먹을 때 넣기 위해 구입하기 때문에, 살짝 마라한 맛을 선호한다.

☐ 소비자들이 제품을 찾는 이유는 무엇이라고 생각하는지

- 맛이 좋아서 구입한다고 생각한다.

☐ 본 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇이라고 생각하는지

- 가장 중요한 것은 제품의 가격, 맛은 그 다음이라고 생각한다.

※ 중국 RT MART(大润发) 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 매장 내 제품의 인기가 어떠한지

- 괜찮은 편이다. 많이들 구입한다.

☐ 제품 종류별 점유율은 어떠한지

- 생선 제품, 쇠고기, 기타 제품이 각각 50%, 40%, 10% 정도이다.

☐ 본 매장의 소비자들은 어떤 맛을 선호하는지

- 사람마다 다 다르지만, 본 매장에서 취급하는 어묵들의 맛은 다 중국인들이 좋아하는 맛이라고 볼 수 있다. 본 매장의 경우 판매가 잘되지 않으면 바로 빼버린다.

☐ 소비자들이 제품을 찾는 이유는 무엇이라고 생각하는지

- 맛이 좋아서 그렇다고 생각한다. 주로 휘귀에 넣어 먹으려고 구입한다.

☐ 본 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇이라고 생각하는지

- 제품의 맛과 가격이라고 생각한다.

※ 중국 Uni Mart 어묵 판매 담당자 인터뷰

☐ 매장 내 제품의 인기가 어떠한지

- 꽤 괜찮은 편이다.

☐ 본 매장의 소비자들은 어떤 맛을 선호하는지

- 어묵 같은 경우 짭짤한 맛을 선호한다.

☐ 본 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇이라고 생각하는지

- 국내산보다 비싼 수입산 제품이 경쟁에서 이기려면 맛에 초점을 맞춰야 할 것 같다.

4. PRODUCT INFORMATION - 중국 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

1차 조사

- 중국 주요 슈퍼마켓 BHG Market Place, Jinshilian Supermarket, Green Tree, D-MART 등 4곳을 방문 조사한 결과, 어묵 판매 제품은 한국산이 많으며, 다른 국가와 비교했을 때 가격과 품질이 나쁘지 않은 편으로 평가 받고 있음
- 또한 중국 내에서 어묵은 독특한 맛과 가격 정도에 따라 앞으로의 인기추이가 달라질 것으로 예상됨
- 조사 대상 중 BHG Market Place 매장을 제외한 모든 매장에서 한국산 어묵을 판매하고 있으며, 매장 모두 한국산 어묵 제품이 주를 이루고 있었음
- 중국 현지 내 어묵 제품 형태는 비닐 포장 형태로 다수 판매되고 있음. 또한 g 당 3~30엔으로 다양한 가격대로 판매되고 있음

2차 조사

- 북경 국제무역센터에 위치한 BHG Market Place, Carrefour(까르푸), WU MART, RT MART, Uni Mart와 같은 유명 슈퍼마켓을 방문 조사한 결과, 프리미엄 어묵 제품으로 모두 중국산 제품을 취급하고 있었음
- 어묵 제품들은 모두 비닐로 진공 포장되어 판매되고 있으며 가격대는 g당 0.02위안에서 0.14위안으로 다양하게 형성되어 있음
- 주원료로는 생선, 쇠고기, 오징어, 새우 등이 있음
- 매장 판매사원들에 따르면 소비자들이 어묵 제품을 찾는 이유는, 중국인들이 즐겨먹는 휘귀에 넣어먹기 위해서 라고 하며 주로 매운맛 혹은 짭짤한 맛을 선호한다고 함. 또한, 인기요인으로는 공통적으로 제품의 식감을 꼽음
- 추가 조사한 5개 매장 중, 2개 매장은 제품의 인기가 그저 그러하다고 답했으며 나머지 매장의 판매사원들은 소비자들이 자주 찾는다고 하였음. 언급한 가공 어묵제품의 성공요인으로는 제품의 가격과 식감이 있음

II

유통구조

1. 중국 어묵 유통구조
2. 중국 냉동 수산식품 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 어묵 유통구조 및 현황

“중국 냉동 수산식품, 수입업체-도매-소매 유통 일반적”

- 중국에서 수입산 냉동 수산식품은 크게 수입업체, OEM, 전문 벤더를 통해 제품을 유통시킬 수 있음
- 수입산 냉동 수산식품은 일반적으로 수입업체를 통해 도매상을 거쳐 소매시장에 유통되는 것이 일반적임. 도매상의 경우 크게 냉동 물류창고시설을 보유하고 있는 전업 도매상과 일반식품을 유통하는 일반 도매상으로 구분할 수 있음
 - 대련, 천진 등 연해지역을 중심으로 수입업체와 전업 도매상을 겸하고 있는 업체들도 일부 있음
 - 영세한 기업은 OEM 거래를 통해 대기업에 납품을 진행하고 있음. OEM 냉동 수산식품들은 도매상이나 벤더를 통해 소매상 또는 마트/백화점을 거쳐 소비자에게 유통되고 있음
 - 한편, 전문 벤더를 통한 마트/백화점 진출도 고려해볼 수 있음. 이 경우, 다른 유통경로와는 달리 비교적 대량발주가 가능하다는 이점이 있음

KEY INFO

중국인들의 삶이 고도화됨에 따라 슈퍼마켓, 하이퍼마켓과 같은 현대 유통채널이 재래 유통채널을 잠식하고 있으며 현재 전체 유통 규모의 약 60% 차지

< 중국 어묵 유통구조도 >



출처 : 인터뷰 및 문헌조사 결과를 토대로 조사자 작성

□ 중국 내 업종별 주요 소매업체 브랜드는 다음과 같음

< 중국 업종별 주요 소매업체 >

구분	현지기업	외자계 기업
하이퍼마켓	- RT Mart	- Carrefour - Wal-Mart
슈퍼마켓	- Darunfa - Tesco - Hao you duo - Yichu lianhua - Jinkerong - Lianhua	- Wumei - Lotus
편의점, 미니마켓 (100m ² 이하 소형점포)	- 24Hours - Kuaike	- 7-Eleven - Family Mart

출처: 자체조사 종합

□ 한편, 최근 인터넷 쇼핑 사이트가 새로운 냉동식품 판매처로 떠오르고 있음

KEY INFO

최근 타오바오, 이하오디엔 등 인터넷 쇼핑사이트가 새로운 냉동 수산식품 판매처로 떠오르고 있음

- 타오바오, 이하오디엔 등 대형 인터넷 쇼핑 사이트에서 냉동 수산식품의 신선배송 서비스를 제공하기 시작하면서 냉동 수산식품의 수요가 급증하고 있는 추세임
- 타오바오 데이터에 따르면, 최근 1년간 냉동 수산식품이 가장 많이 팔린 지역은 상해, 광저우, 베이징 등으로 연해지역이 수요가 많은 편임

< 중국 주요 온라인 쇼핑몰 >

타오바오		- 알리바바 그룹에서 나온 C2C 온라인 쇼핑몰로 한국의 G마켓과 비슷함 - 현재 세계 3위 안에 드는 온라인 유통업체이며 회원 수가 약 4억 5,000명에 이름 - 의류부터 식품까지 다양한 제품들을 판매하고 있음 - 저렴한 가격 때문에 많은 한국 소비자 들이 이용하기도 함
수닝이고우		- 수닝그룹에서 나온 C2C 온라인 쇼핑몰이며 뛰어난 공급망 관리 및 지원으로 많은 소비자들이 이용하고 있음 - 식품을 비롯하여 의류, 가전제품, 생활용품 등 다양한 제품들을 판매하고 있음 - 어플로도 구매가 이루어지고 있어 소비자들에게 편리함 제공

출처: 자체조사 종합

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 냉동 수산식품 유통채널별 점유율

“중국 냉동 수산식품, 슈퍼마켓/하이퍼마켓이 강세”

KEY INFO

중국 수산물 소비 시장에서 신선 수산물과 냉동 수산물이 차지하는 비중은 각각 23.7% 14.8%로 냉동 수산물보다 신선 수산물을 소비하는 사람이 더 많은 것으로 나타남

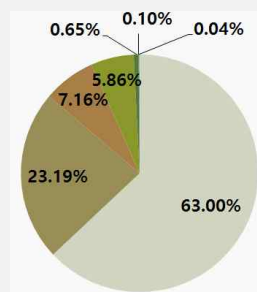
□ 글로벌 리서치기관인 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국 내 냉동 수산식품(Frozen fish/seafood) 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 유통채널은 63.00%를 차지한 슈퍼마켓/하이퍼마켓으로 파악됨

- 슈퍼마켓/하이퍼마켓에 이어 개인 소매상이 23.19%로 2위를 차지, 편의점이 7.16%로 3위, 전문 소매상이 5.86%로 4위, 그 외에 채널들은 1% 이내의 낮은 점유율을 차지함

- 2011년 이후 개인 소매상의 유통 점유율이 지속적으로 낮아지는 가운데, 슈퍼마켓/하이퍼마켓과 편의점의 유통 점유율은 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

KEY INFO

2014년 중국 냉동 수산식품 유통채널별 점유율 그래프



■ 슈퍼마켓/하이퍼마켓
 ■ 개인소매점
 ■ 편의점
 ■ 전문 판매점
 ■ 서비스 스테이션
 ■ 백화점(면세점 포함)
 ■ 창고형 할인매장
 출처: Data Monitor

< 중국 냉동 수산식품 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널 ⁴⁾	2011	2012	2013	2014
슈퍼마켓/하이퍼마켓	61.97	62.42	62.71	63.00
개인 소매상	23.56	23.42	23.31	23.19
편의점	7.03	7.08	7.12	7.16
전문 소매상	6.67	6.31	6.08	5.86
서비스 스테이션	0.63	0.64	0.64	0.65
백화점(면세점 포함)	0.10	0.10	0.10	0.10
창고형 할인매장	0.04	0.04	0.04	0.04

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4) 유통채널

- 슈퍼마켓/하이퍼마켓 (Supermarkets/Hypermarkets) : 식료품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 E-Mart를 예로 들 수 있음
- 개인소매점 (Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 편의점 (Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 전문 판매점 (Specialist Retailers) : 한가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점들 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션 (Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 백화점(Department Stores) : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 MARKS & SPENCER를 예로 들 수 있음
- 창고형 할인매장 (Cash & Carry and Warehouse clubs) : 매장을 단순화해 창고형으로 꾸미고 식품, 생활용품 등 각종 상품들을 시중가보다 파격적으로 싼값에 묶음형으로 판매하는 매장으로 Costco를 예로 들 수 있음

