

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202407-06
품목 전복죽(Abalone Porridge)
HS CODE 2104.10-9000
국가 홍콩(Hong Kong)
구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약 03

II. 경쟁제품

- 1. 홍콩 전복죽 경쟁제품 선정 05
- 2. 홍콩 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정 10
- 3. 홍콩 전복죽 경쟁제품 현지조사 결과 11

III. 경쟁기업

- 1. 홍콩 전복죽 경쟁기업 선정 25
- 2. 홍콩 전복죽 경쟁기업 현지화 분석 기준 26
- 3. 홍콩 전복죽 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 28

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- 1. 굿즈투바이(Goods2Buy) 37
- 2. 항싱푸드트레이딩(Hang Shing Foods Trading) 40
- 3. 위에싱트레이딩(Yue Shing Trading Co., Ltd.) 42

V. 경쟁력파악

- 1. 제품 경쟁력 검증 46
- 2. 벤치마킹 제품 분석 50
- 3. 기업 마케팅 벤치마킹 52



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	징동닷컴 (JD.com)	공천쯔레이마이바우위저우 (江船长藜麦鲍鱼粥)	공천쯔
		바우위하이신저우 (鲍鱼海鲜粥)	저우시유이
	글로벌 지마켓 (Gmarket)	B브랜드 전복죽 (ABALONE RICE PORRIDGE)	C사
		Y브랜드 전복죽 (ABALONE RICE PORRIDGE)	D사
	에이치케이 티비몰 (HKTVMall)	B브랜드 전복죽 (bibigo 鲍鱼粥)	C사
		전복죽 (即食鲍鱼粥)	O사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

B브랜드 쌀 전복죽 (C사)		Y브랜드 백합죽 (D사)	
	가격 23홍콩달러 (4,050원)		가격 26홍콩달러 (4,578원)
	중량 280g		중량 420g
글로벌 한국 식품 브랜드, 20g의 가벼운 제품 패키지		현지어로 표기된 레시피, 현지화된 포장 디자인	

■ 경쟁 기업 3개사 분석

C사		D사		A사	홍콩 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 3개사 중 1개사, 포장 및 홍보문구 홍콩 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 3개사, 한국 및 글로벌 자사홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	한국	한국		
포장 현지화	●	○	○		
홍보 현지화	●	●	●		
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	오프라인만 활용		
홍보 채널	자사 홈페이지 (한국/글로벌)	자사 홈페이지 (한국/글로벌), SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지 (한국/글로벌) SNS 플랫폼(글로벌)		
포장 현지화 ● 상(현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용) ● 중(기존 유통 제품 디자인 문구 현지화) ○ 하(기존 유통 제품 그대로 출시) 홍보 현지화 ● 상(현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용) ● 중(글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용) ○ 하(기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)					

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(10g당) (10.59홍콩달러 (약 1,865원))	○	죽 10개			원산지 (한국)	●	한국산	중국산	대만산	
		7.70홍콩달러 (약 1,356원)					8개	1개	1개	
중량(g) (320g)	●	죽 10개			재료 (전복)	●	고기	해산물	기타	
		약 316.3g					4개	3개	3개	
포장 형태 (플라스틱파우치)	●	종이 커버/플라스틱 용기	플라스틱 파우치	금속 캔	보관방법 (냉동보관)	○	실온 보관			
		5개	4개	1개			10개			

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 높은 편이며, 중량 또한 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 5개가 제품을 조리한 후 먹을 수 있는 플라스틱 용기를 채택함
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 1개사는 제품 포장 디자인 문구를 홍콩 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 한국 및 글로벌 자사홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II 경쟁제품

1. 홍콩 전복죽 경쟁제품 선정
2. 홍콩 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정
3. 홍콩 전복죽 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 홍콩 전복죽 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	전복죽
제품 종류	전복죽
소비자가격	33.50홍콩달러 (5,900원 ¹⁾)
중량	320g
포장	플라스틱 파우치
특징	청정바다 수도 완도산 전복 등 국내산 원재료 사용 식감을 살린 냉동 말키트로 레토르트 식품 대비 영양소 파괴가 적음

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 전복죽
 - 제품 종류: 전복죽
 - 제품 가격: 33.50홍콩달러(5,900원)
 - 중량: 320g
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 징둥닷컴(JD.com)
 2. 글로벌 지마켓(Gmarket)
 3. 에이치케이티비몰(HKTV mall)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 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: 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 1홍콩달러=176.09원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

● 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 징동닷컴	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 글로벌 지마켓	식품, 음료, 의류, 화장품, 가전제품 등
 에이치케이 티비몰	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등

▶ 전복죽 경쟁제품군 선정

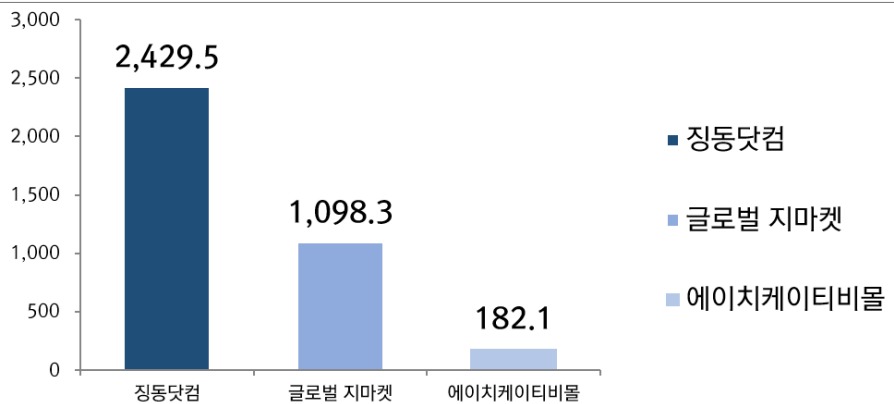
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 전복죽 제품의 경쟁제품군으로 전복죽 및 기타 죽 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 징동닷컴에서는 중국산 제품이 인기였으며, 글로벌 지마켓과 에이치케이티비몰에서는 한국산 제품이 인기있는 것으로 조사됨

[표 2.1] 2022년 홍콩 온라인 쇼핑몰 순이익

(단위: 백만 달러)



자료 : 이커머스디비(E-commerce DB) 홈페이지

[표 2.2] 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

징동닷컴 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석 조리 식품	공첸펑 (江船长)	공첸펑레이마이바우위저우 (江船长藜麦鲍鱼粥)	중국	34.00홍콩달러 (약 5,969원)	250g	
2	즉석 조리 식품	저우시유이 (粥事如意)	바우위하이신저우 (鲍鱼海鲜粥)	중국	135.00홍콩달러 (약 23,772원)	300g*5개	
3	즉석 조리 식품	강시유 (京诗悦)	영보우파옹바우위바앗보우저우 (养补坊鲍鱼八宝粥)	중국	76.00홍콩달러 (약 13,383원)	300g*6개	

[표 2.2] 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

글로벌 지마켓 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석 조리 식품	C사	B브랜드 전복죽 (ABALONE RICE PORRIDGE)	한국	136.41홍콩달러 (약 24,020원)	420g*8개	
2	즉석 조리 식품	D사	Y브랜드 전복죽 (ABALONE RICE PORRIDGE)	한국	142.33홍콩달러 (약 25,063원)	285g*10개	
3	즉석 조리 식품	D사	Y브랜드 전복죽 (ABALONE RICE PORRIDGE)	한국	438.29홍콩달러 (약 77,178원)	420g*20개	
에이치케이티비몰 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석 조리 식품	B브랜드	B브랜드 전복죽 (bibigo 鮑魚粥)	한국	36.00홍콩달러 (약 6,339원)	420g	
2	즉석 조리 식품	O사	전복죽 (即食鮑魚粥)	한국	53.90홍콩달러 (약 9,491원)	285g*2개	
3	즉석 조리 식품	O사	오즈키친 즉석 전복죽 (韓國即食鮑魚粥)	한국	35.00홍콩달러 (약 6,163원)	450g	

자료: 징동닷컴(JD.com), 글로벌 지마켓(Gmarket), 에이치케이티비몰(HKTV mall) 홈페이지

사진 자료: 징동닷컴(JD.com), 글로벌 지마켓(Gmarket), 에이치케이티비몰(HKTV mall) 홈페이지

3) 조사일(2024.06.29) 기준

4) 조사일(2024.06.29) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 홍콩 정보⁵⁾

인구	735만 명
인구밀도	3,598명/km ²
면적	1,148km ²

▶ 홍콩, 방문지역으로 선정

홍콩은 1997년 7월 1일부터 독립적인 행정권 및 입법권, 사법권, 판결권을 행사하는 중화인민공화국의 특별행정구로 지정되었음. 중국 남동쪽 끝에 위치하며 홍콩섬, 란타우섬, 구룡반도, 신계와 더불어 수백 개의 외곽 섬들로 이루어져 있음. 동아시아를 기준으로 중심에 위치해 짧은 비행시간으로도 아시아의 모든 주요 시장에 닿을 수 있으며, 이러한 지리적인 장점을 바탕으로 작은 면적에도 경제적으로 중요한 위치를 점하고 있음. 낮은 세율과 최소한의 정부 개입으로 자유 무역을 취하고 있으며, 홍콩의 무역 경제 규모는 전 세계 10위에 해당함. 특히 홍콩섬과 구룡반도 사이에 있는 빅토리아 항구는 세계적으로 유명한 항구로 알려짐

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 홍콩 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	테이스트(Taste), 웰컴(Wellcome), DS 그로서리(DS Groceries), 마켓 플레이스 바이 제이슨스(Market Place by Jasons)
아시안/한인마트	한인홍(韓印紅), 신세계 마트(New World Mart)
온라인	징둥닷컴(JD.com), 에이치케이티비몰(HKTV mall), 글로벌 지마켓(Gmarket)

■ 고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 홍콩 정부 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 테이스트(Taste), 한인홍(韓印紅), DS 그로서리(DS Groceries), 웰컴(Wellcome)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 전복죽 및 기타 죽: 곡식을 물에 끓여낸 음식
- 고객사 요청에 따라 전복죽과 기타 죽(게살죽, 소고기죽, 새우죽, 야채죽 등) 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 홍콩 전복죽 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	전복죽, 기타 죽
① B브랜드 쌀 전복죽 (C사)	○ (테이스트, 한인홍)	○ (에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)	○
② H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)	○ (테이스트, 한인홍)	○ (에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)	○
③ H브랜드 소프트밀 버섯야채죽 (C사)	○ (테이스트, 한인홍)	○ (에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)	○
④ H브랜드 누룽지 닭백숙죽 (C사)	○ (한인홍)	○ (에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)	○
⑤ H브랜드 소프트밀 단호박죽 (C사)	○ (한인홍)	○ (에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)	○
⑥ H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)	○ (한인홍)	○ (에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)	○
⑦ Y브랜드 백합죽 (D사)	○ (한인홍)	○ (징동닷컴, 글로벌 지마켓)	○
⑧ 특 삼계죽 (A사)	○ (한인홍)	○ (글로벌 지마켓)	○
⑨ 코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 (세이케이)	○ (DS 그로서리, 웰컴)	(-)	○
⑩ 검은콩참깨죽 (태산기업유한회사)	○ (웰컴)	○ (에이치케이티비몰)	○

(*) 현지 판매 전복죽 경쟁제품 10개 분석

2. 홍콩 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 홍콩 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 홍콩 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	100g당 가격	제품의 100g당 가격
	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	즉석 조리 식품: 다른 재료를 추가하지 않고 가열 후 바로 먹을 수 있는 제품	
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	맛	제품의 맛
	원산지	제품의 원산지
	인증	제품이 보유하고 있는 인증
	홍보문구	제품의 홍보문구
	제품 수입상 정보	제품의 수입상 정보
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물
	기타 표기사항	제품의 기타 표기사항

3. 홍콩 전복죽 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 홍콩에 위치한 하이퍼/슈퍼마켓, 한인마트

홍콩에 위치한 슈퍼마켓 테이스트와 DS 그로서리, 웰컴, 한인마트인 한인홍을 방문함. 조사를 진행한 매장 모두 대형 쇼핑몰이나 역사 안에 위치한 것으로 나타남

[표 2.6] 홍콩 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
테이스트 (Taste)	슈퍼마켓	3	· 왓슨그룹의 준 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 · 홍콩 내 10개 점포 운영
한인홍 (韓印紅)	한인마트	5	· 한국 식재료, 생필품을 취급하는 한인마트 · 홍콩 내 38개 매장 운영
DS 그로서리 (DS Groceries)	슈퍼마켓	1	· 전 세계의 다양한 식재료를 취급하는 고급 슈퍼마켓 브랜드 · 홍콩 내 68개 매장 운영
웰컴 (Wellcome)	슈퍼마켓	1	· 1945년 설립된 홍콩에서 가장 역사 깊은 슈퍼마켓 체인 · 홍콩 내 약 280개 지점 보유



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 4개 제품은 2개의 방문 매장에서 판매

테이스트(Taste), 한인홍(韓印紅), DS 그로서리(DS Groceries), 웰컴(Wellcome), 총 4개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 6개의 제품이 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 나머지 경쟁제품 4개는 2개의 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 한인홍은 경쟁제품 10개 중 8개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 판매하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	테이스트	한인홍	DS 그로서리	웰컴
① B브랜드 쌀 전복죽 (C사)	○	○		
② H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)	○	○		
③ H브랜드 소프트밀 버섯야채죽 (C사)	○	○		
④ Y브랜드 백합죽 (D사)		○		
⑤ H브랜드 소프트밀 단호박죽 (C사)		○		
⑥ H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)		○		
⑦ H브랜드 누룽지 닭백숙죽 (C사)		○		
⑧ 특 삼계죽 (A사)		○		
⑨ 코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 (세이웨이)			○	○
⑩ 검은콩참깨죽 (태산기업유한회사)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 테이스트(Taste)

● 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 채소, 육류, 수산물,
생활용품 등의 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보6)		테이스트는 2004년 설립된 A.S. 왓슨 그룹의 준 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드로, 신선식품, 가공식품, 생활용품 등의 제품을 취급함. 특히 프리미엄 식품이나 유럽산 고급 식품과 함께 다양한 한국산 제품도 판매하고 있음. 홍콩 내 10개의 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 3개

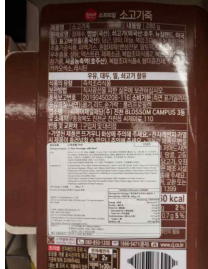
매장 정보		
	위치	도시(지역) 홍콩 상세주소 Shop B01-B10, B1/F, Citygate Outlets, 20 Tat Tung Road Tung Chung HK

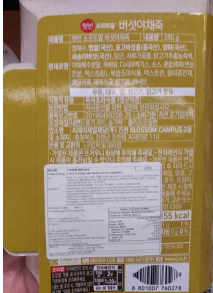
매장 내부 전경	매장 내부 전경 	
-----------------	--	--

제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보		
			
	B브랜드 쌀 전복죽 (C사)	H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)	H브랜드 소프트밀 버섯야채죽 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	B브랜드 쌀 전복죽 (Rice porridge with abalone)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	전복죽	중량	280g
소비자가격	23.00홍콩달러 (4,050원)	100g당 가격	8.21홍콩달러 (1,446원)
원산지	한국	맛	전복죽 맛
인증	(-)	수입자	佳富高 企業(亞洲) Co Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버 / 플라스틱 용기	홍보문구	손잡이가 있어 간편합니다.
원료 및 첨가물	정제수, 맵쌀, 전복살(필리핀, 말레이시아 등), 표고버섯(중국산), 새송이버섯, 옥배유, 덱스트린, 다시마 엑기스, 참기름, 소금, 혼합제제(변성전분, 말토덱스트린), 파 엑기스, 양파농축액, 향증진제, 레시틴		

			
제품명 (현지어)	H브랜드 소프트밀 소고기죽 (Rice porridge with beef)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	소고기죽	중량	280g
소비자가격	23.00홍콩달러 (4,050원)	100g당 가격	8.21홍콩달러 (1,446원)
원산지	한국	맛	소고기죽 맛
인증	(-)	수입자	佳富高 企業(亞洲) Co Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버 / 플라스틱 용기	홍보문구	고소한 소고기와 버섯, 사골 육수의 깊은 맛
원료 및 첨가물	정제수, 맵쌀, 소고기(호주, 뉴질랜드, 미국 등), 표고버섯, 당근, 옥배유, 양파, 마늘, 후춧가루, 복합조미식품 A, 복합조미식품 B, 혼합간장, 파 엑기스, 혼합제제, 변성전분, 무 추출물, 설탕, 덱스트린, 효모식품, 소금, 향미 증진제, 참기름, 사골 농축액(호주), 카카오 색소, 레시틴		

			
제품명 (현지어)	H브랜드 소프트밀 버섯야채죽 (Rice porridge with mushrooms and vegetables)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	죽	중량	280g
소비자가격	23.00홍콩달러 (4,050원)	100g당 가격	8.21홍콩달러 (1,446원)
원산지	한국	맛	버섯야채죽 맛
인증	(-)	수입자	佳富高 企業(亞洲) Co Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버 / 플라스틱 용기	홍보문구	풍성한 버섯과 야채, 야채 육수의 깊은 맛
원료 및 첨가물	정제수, 맵쌀, 표고버섯, 양파, 새송이버섯, 당근, 닭고기 추출농축액, 야채육수분말, 옥배유, 다시마 엑기스, 혼합제재(변성전분, 덱스트린), 복합조미식품(덱스트린, 향미 증진제), 소금, 참기름, 레시틴		

Shop ② 한인홍(韓印紅)

● 매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:

인삼, 신선식품, 과일, 육류,
냉장식품, 냉동식품, 생활용품
등 다양한 상품 판매

- 매장 주변 특징:
역사 건물 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객, 한국교민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		한인홍은 2009년 설립된 홍콩의 한인마트 체인으로 현재 홍콩에 38개의 매장과 1개의 레스토랑을 운영하고 있음. 생필품과 축산물을 전문으로 취급하는 매장을 별도로 운영하고 있으며, 한인홍의 자체 제작 상품도 출시하여 판매하고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 홍콩 상세주소 MTR Station Concession TUC 28 at Tung Chung Station, NT, HK

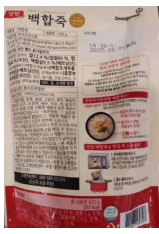
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보		
			
	H브랜드 누룽지 닭백숙죽 (C사)	H브랜드 소프트밀 단호박죽 (C사)	
			
	H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)	Y브랜드 백합죽 (D사)	특 삼계죽 (A사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	H브랜드 누룽지 닭백숙죽 (Rice porridge with chicken)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	닭백숙죽	중량	280g
소비자가격	27.00홍콩달러 (4,754원)	100g당 가격	9.64홍콩달러 (1,698원)
원산지	한국	맛	닭백숙죽 맛
인증	(-)	수입자	Young Trade(HK) Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버 / 플라스틱 용기	홍보문구	큼직한 닭고기와 닭, 야채 육수의 깊은 맛
원료 및 첨가물	정제수, 닭고기(가슴살, 국산), 맵쌀(국산), 양파, 당근, 곡류가공품, 누룽지, 백미, 현미, 치킨 엑기스, 옥배유, 마늘 소스, 복합 조미식품, 야채육수분말, 혼합제재(변성전분, 덱스트린), 파 엑기스, 혼합제재(변성전분, 설탕분말), 혼합제재(폴리 인산나트륨, 피로인산나트륨, 메타인산나트륨), 효모식품, 참기름, 당류가공품, 향미 증진제, 향료, 레시틴, 우유, 대두, 밀, 닭고기, 소고기 함유		
			
제품명 (현지어)	H브랜드 소프트밀 단호박죽 (Sweet pumpkin porridge)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	단호박죽	중량	420g
소비자가격	31.00홍콩달러 (5,459원)	100g당 가격	7.38홍콩달러 (1,300원)
원산지	한국	맛	단호박죽 맛
인증	(-)	수입자	Young Trade(HK) Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	진한 단호박과 통단팥, 달달하고 깊은 맛
원료 및 첨가물	정제수, 단호박(중국산), 호박(베트남산), 단호박피(중국산), 쌀가루, 설탕, 통팥고물, 올리고당, 혼합제재(변성전분, 말토덱스트린), 소금		

			
제품명 (현지어)	H브랜드 소프트밀 소고기죽 (Rice porridge with beef)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	소고기죽	중량	420g
소비자가격	31.00홍콩달러 (5,459원)	100g당 가격	7.38홍콩달러 (1,300원)
원산지	한국	맛	소고기죽 맛
인증	(-)	수입자	Young Trade(HK) Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	고소한 소고기와 버섯, 사골 육수의 깊은 맛
원료 및 첨가물	정제수, 맵쌀, 소고기(호주, 뉴질랜드, 미국 등), 표고버섯, 당근, 옥배유, 양파, 마늘, 복합조미식품 A, 혼합간장, 추출가공식품, 파 엑기스, 혼합제재, 변성전분, 덱스트린, 무 추출물, 설탕, 덱스트린, 효모식품, 소금, 향미 증진제, 참기름, 사골 농축액(호주), 복합조미식품, 후춧가루, 카카오 색소, 레시틴		

			
제품명 (현지어)	Y브랜드 백합죽 (Rice porridge with venus clam)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	백합죽	중량	420g
소비자가격	26.00홍콩달러 (4,578원)	100g당 가격	6.19홍콩달러 (1,090원)
원산지	한국	맛	백합죽 맛
인증	(-)	수입자	Young Trade(HK) Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	조개의 여왕 백합을 듬뿍 담은 지역 별미
원료 및 첨가물	정제수, 쌀 12.4%(백미 60%, 찰쌀 40%), 백합살 5.5%(베트남), Y브랜드 백합죽육수(백합조개 농축액-백합살조개 추출/베트남), 조개농축액-D(혼합 농축액-국산), 당근, 참기름, 건표고버섯, 고소한 풍미분말, 양파농축액, 대두, 밀, 조개류 함유		

			
제품명 (현지어)	특 삼계죽 (Chicken rice porridge)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	삼계죽	중량	270g
소비자가격	18.00홍콩달러 (3,170원)	100g당 가격	6.67홍콩달러 (1,174원)
원산지	한국	맛	삼계죽 맛
인증	(-)	수입자	Young Trade(HK) Ltd
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	간편하고 편리하게
원료 및 첨가물	정제수, 닭고기(가슴살, 국산), 맵쌀(국산), 찹쌀, 쌀가루, 정제소금, 설탕, 혼합제제(폴리인산나트륨, 피로인산나트륨), 옥수수, 당근, 애호박, 혼합제제(히드록시로프, 필인산이전분, 말토덱스트린), 마늘, 사골 엑기스, 참기름, 수삼, 프로필렌글리콜, 천연 향료, 주정, 글리세린, 합성향료, 향미 증진제		

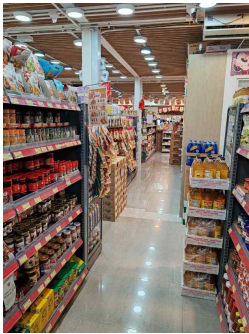
Shop ③ DS 그로서리(DS Groceries)

● 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
와인, 중국 식재료, 과자, 과일,
음료, 식료품, 냉동식품,
냉장식품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		DS 그로서리는 2014년에 홍콩에 설립된 고급 슈퍼마켓 체인으로, 전 세계의 고품질 상품을 경쟁력 있는 가격에 공급하고 있음. 주로 유럽, 미국, 일본, 한국, 호주, 뉴질랜드의 상품을 취급하고 있으며 홍콩에 68개의 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	도시(지역)	홍콩
	위치	상세주소 G/F, Metro Harbour Plaza, Tai Kok Tsui, Kowloon, Hong Kong

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보
	
	코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 (세이웨이)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 (Fish maw porridge coconut milk and oats)	제조사 (현지어)	세이케이 (四季)
제품 종류	생선아귀죽	중량	258g
소비자가격	29.00홍콩달러 (5,107원)	100g당 가격	11.24홍콩달러 (1,979원)
원산지	중국	맛	코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 맛
인증	HACCP	수입자	(-)
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버 / 플라스틱 용기	홍보문구	품질보증(品质保证)
기타 표기사항	먹기 전 흔들어 주세요. 곡물이 더 균일해지고 맛이 좋아집니다.		
원료 및 첨가물	물, 코코넛밀크, 흑설탕, 귀리, 고지대 보리, 흰 찹쌀, 아귀, 삼색 퀴노아, 버섯		

Shop ④ 웰컴(Wellcome superstore)

● 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 과일, 채소, 육류,
농수산물, 생활용품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		웰컴은 1945년에 설립된 홍콩에서 가장 오래된 역사 깊은 슈퍼마켓 체인 그룹으로, 홍콩 전역에 280여 개의 자점을 보유하고 있음. 웰컴의 자체 브랜드인 위판황(Yu Pin Huang)과 메도우즈(Meadows)를 통해 고품질 중국산 식재료로 만든 상품을 판매함
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	도시(지역) 위치	홍콩 1/F, Metro Harbour Plaza, Tai Kok Tsui, Kowloon, Hong Kong

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보	
		
	검은콩참깨죽 (태산기업유한회사)	

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	검은콩참깨죽 (Black bean sesame porridge)	제조사 (현지어)	태산기업유한회사 (Taisun Enterprise Co., Ltd.)
제품 종류	검은콩참깨죽	중량	255g
소비자가격	10.00홍콩달러 (1,761원)	100g당 가격	3.92홍콩달러 (691원)
원산지	홍콩	맛	검은콩참깨죽 맛
인증	SGS	수입자	B & S Company
식품 유형	즉석 조리 식품	가공 방법	열처리(조리)
포장 형태 (외부/내부)	금속 캔	홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	물, 설탕, 검은콩(대두), 검은참쌀, 팥, 참쌀, 오트밀(글루텐 함유), 참깨, 용안추출물		



III

경쟁기업

1. 홍콩 전복죽 경쟁기업 선정
2. 홍콩 전복죽 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 홍콩 전복죽 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 홍콩 전복죽 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 전복죽 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

홍콩 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 글로벌기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 45년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 45년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. C사는 1953년에 설립되어 71년의 업력을 보유하고 있으며, D사는 2000년 설립되어 24년의 업력을 보유하고 있음. 다만 1982년 D사의 모회사가 처음 식품 사업을 시작하였으며, 2000년 들어 D사가 모회사로부터 분리된 것이기 때문에 사실상 42년의 업력을 보유했다고 볼 수 있음. A사는 1984년 설립 이후 40년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 전복죽 및 경쟁제품군 품목 종류 조사

홍콩에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 전복죽 및 경쟁제품 품목 수를 조사한 결과, C사가 총 17개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 D사가 7개, A사가 6개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 전복죽 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
C사	한국	71년	17개
D사	한국	24년	7개
A사	한국	40년	6개

자료: 홍콩 진출 전복죽 경쟁기업 3개사 분석

2. 홍콩 전복죽 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
	기업 23년도 매출액
	직원 수
	기업 23년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	전복죽 및 기타 죽

▶ 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	테이스트, 한인홍, DS 그로서리, 웰컴
온라인	징동닷컴, 글로벌 지마켓, 에이치케이티비몰

3. 홍콩 전복죽 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 홍콩 오프라인 매장 진출

홍콩에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. C사는 테이스트(Taste)와 한인홍(韓印紅) 2곳, D사와 A사는 한인홍 1곳에 입점한 것으로 조사됨. 또한, C사는 온라인 매장인 에이치케이티비몰(HKTV mall)에 입점한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

홍콩 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. C사는 한국과 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, D사는 한국, 글로벌, 일본, 중국 홈페이지를 운영하고 있는 것으로 조사됨. A사는 한국, 글로벌, 중국, 베트남 홈페이지를 운영하고 있음. SNS의 경우, 3개사 모두 한국 계정의 페이스북과 인스타그램을 운영하고 있으며, D사와 A사는 한국 계정의 유튜브도 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 원료 등을 강조

홍콩 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원료와 맛 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 온라인 및 오프라인 홍보문구를 조사한 결과, ‘고소한 소고기와 버섯, 사골 육수의 깊은 맛’, ‘조개의 여왕 백합을 듬뿍 담은’, ‘부드러운 닭 가슴살’과 같이 원료와 맛을 강조하는 문구를 활용하고 있음. 또한, ‘손잡이가 있어 간편합니다’, ‘간편하게 바로 조리’, ‘전자레인지 바로 조리’ 등의 문구로 제품 조리의 간편성을 강조하고 있음

[표 3.7] 홍콩 전복죽 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
C사	- 오프라인 매장 - 테이스트 - 한인홍 - 온라인 매장 - 징동닷컴 - 에이치케이티비몰	- 자사홈페이지 (한국/글로벌) - SNS 플랫폼(한국) - 페이스북 - 인스타그램	- 손잡이가 있어 간편합니다 - 고소한 소고기와 버섯, 사골 육수의 깊은 맛 - 풍성한 버섯과 야채, 야채 육수의 깊은 맛 - H브랜드가 지어 살아있는 쌀알 식감	닭가슴살과 구수한 누룽지의 만남 누룽지닭백숙죽 국내산 닭가슴살과 구수한 가마솥 현미누룽지를 넣고 닭, 야채육수로 끓여내 완성한 깔끔하고 담백한 맛. 햇반이 지어 살아있는 쌀알 식감까지 완벽하게! 오늘의 든든하고 편안한 한 끼, 햇반 소프트밀 누룽지닭백숙죽입니다.
D사	- 오프라인 매장 - 한인홍 - 온라인 매장 - 징동닷컴 - 에이치케이티비몰	- 자사홈페이지 (한국/글로벌/중국/일본) - SNS 플랫폼(한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 조개의 여왕 백합을 듬뿍 담은 지역 별미 - 믿을 수 있는 건강한 원재료 사용 - 정통 한식의 맛과 영양을 누구나 맛있게 즐길 수 있도록	
A사	- 오프라인 매장 - 한인홍	- 자사홈페이지 (한국/글로벌/중국/베트남) - SNS 플랫폼(한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 간편하게 편리하게 - 전자레인지 바로조리 - 부드러운 닭 가슴살 - 기운을 북돋아주는 수삼 - 닭 가슴살과 수삼을 푹 끓여 만든 보양 한 끼 - 맛있는 당근, 애호박	

자료: 홍콩 진출 전복죽 경쟁기업 3개사 분석

① C사

기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 한국의 1위 종합 식품 제조기업으로, H브랜드, B브랜드 등 여러 브랜드를 보유하고 있음. 미국, 독일, 일본, 중국, 홍콩네시아, 호주 등 여러 국가에 해외 지사를 운영하고 있으며, 현재 글로벌 매출이 C사 전체 매출의 62%를 차지하는 등 수출이 활발함	
	위치	서울 중구 동호로 330	
	규모	동일 품목 수 ¹⁰⁾	17개
		설립연도	1953년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 테이스트 한인홍 <온라인 매장> 에이치케이티비몰 글로벌 지마켓		제품명	B브랜드 쌀 전복죽 (Rice porridge with abalone)
			중량	280g
			소비자가격	23.00홍콩달러 (4,050원 ¹¹⁾)
			제품 종류	죽

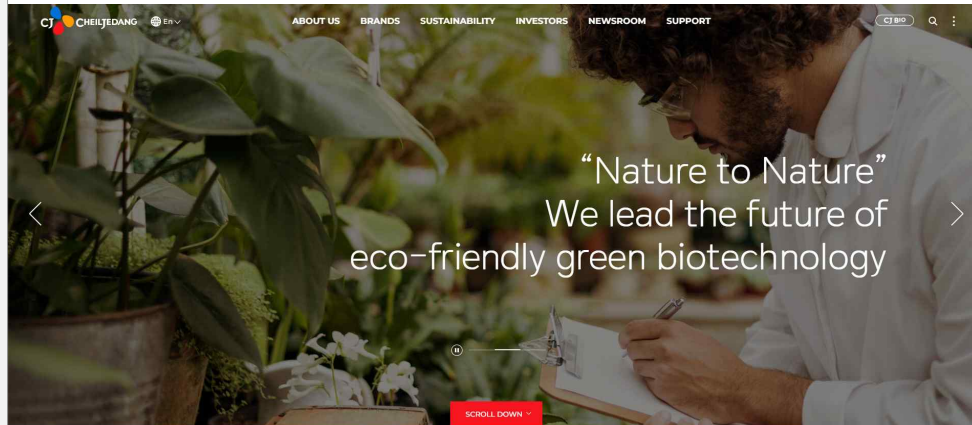
현지 진출 방법	포장 현지화	① (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 영어로 표기
	홍보 현지화	① (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

10) 전복죽과 기타 죽을 동일 품목으로 간주함

11) 1홍콩달러=176.09원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지 (한국/글로벌),
페이스북/인스타그램(한국)

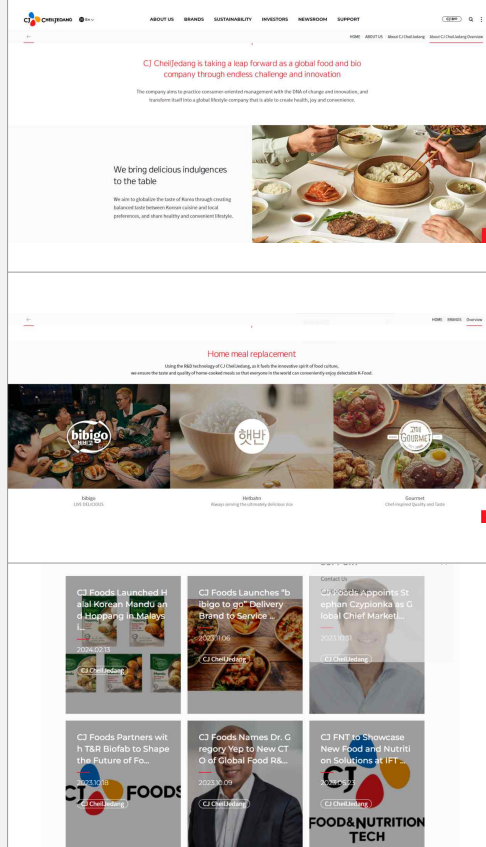
게시 주기

주 2-3회

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 쇼핑몰 안내, 언론보도 및
홍보영상 등

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, 기업 가치, CEO 인삿말 등 기업 정보 소개

- 브랜드 소개 및 브랜드 별 제품 안내

- 신제품 출시 소식, 신제품 해외 반응, 자선 활동 등 기업 홍보 활동 소개

사진자료: C사 홈페이지

② D사

기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 한국의 글로벌 종합식품회사로, 2000년 모기업의 식품 사업 부문이 독립하여 탄생함. 20여 개의 다양한 브랜드를 보유하고 있으며, 참치 통조림, 김, 음료수 등 가공식품과 냉동식품을 생산 및 유통하고 있음	
	위치	서울시 서초구 마방로 68	
	규모	동일품목 수	7개
		설립연도	2000년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 한인홍 <온라인 매장> 징동닷컴		제품명	Y브랜드 백합죽 (Rice porridge with venus clam)
			중량	420g
			소비자가격	26.00홍콩달러 (4,578원)
			제품 종류	죽

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지 (한국/글로벌/중국/일본),
페이스북/인스타그램/유튜브(한국)

게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 홍보영상 등

게시물 유형



- 회사 개요, CEO 인사말, 비전, 연혁 등 기업 소개

- 제품 소개

- 브랜드 소개

사진자료: 동원 에프앤비 홈페이지

③ A사

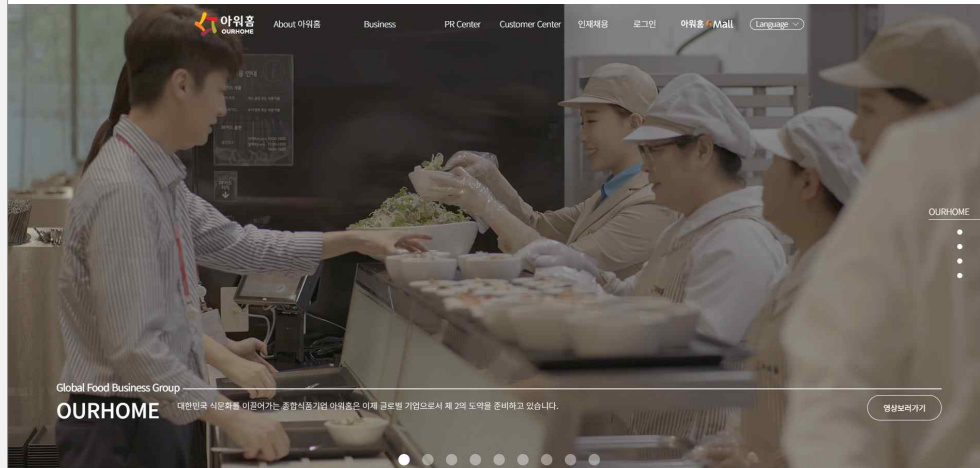
기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 한국의 식품 회사로, 1984년 식재공급사업을 시작으로 현재는 급식, 외식, 식품 사업에 이르기까지 종합식품기업으로 자리 잡음. 2004년 중국 식품법인을 설립하였고, 이후 중국 시장에 식품 유통 및 수출을 진행하고 있음. 또한 베트남, 미국, 폴란드에도 현지 법인을 설립하여 글로벌 식품기업으로 거듭나고 있음	
	위치	서울 강서구 마곡중앙 10로 91	
	규모	동일 품목 수	6개
		설립연도	1984년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 한인홍		제품명	특 삼계죽 (Chicken rice porridge)
			중량	270g
			소비자가격	18.00홍콩달러 (3,170원)
			제품 종류	죽

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지 (한국/글로벌/중국/베트남),
페이스북/인스타그램/유튜브(한국)

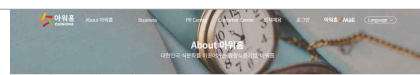
게시 주기

주 1-2회

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 인증 및 수상 내역 소개

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, 비전, 재무정보 등 기업 소개



- 사업 분야 소개



Healthy

고려의 건강을 위해
영양과 맛을
균형 잡힌
건강한 식사



Delicious

맛있는 음식이
건강을
만들고
"맛있는 식사"를
제공합니다.



Fun

다양한 이벤트와
행사
고객에게
즐거움을
제공합니다.

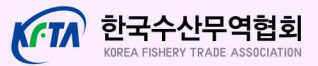


- 신제품 출시 소식, 브랜드 식당 오픈, 프로모션, 보도자료 등 기업 홍보 자료 소개

사진자료: A사 홈페이지

2024

수출기업 맞춤형 해외시장조사



IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 굿즈투바이(Goods2Buy)
2. 항싱푸드트레이딩(Hang Shing Foods Trading)
3. 위에싱트레이딩(Yue Shing Trading Co., Ltd.)



Interview ① 굿즈투바이 (Goods2Buy)

12)

굿즈투바이 (Goods2Buy)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 수입 식품, 전자제품 유통업체
 - 일본, 한국, 싱가포르, 벨기에, 프랑스, 폴란드, 터키, 영국, 이탈리아, 대만, 인도네시아 등 다양한 국가에서 제품을 수입하고 있음

담당자 정보

Merchandiser

고객사 제품 정보

FOB가격 약 22.72 홍콩달러
(1개당 4,000원¹³⁾)

소비자가격 약 33.50 홍콩달러
(1개당 5,900원)

중량 320g

포장 형태 플라스틱 파우치



굿즈투바이(Goods2Buy) Merchandiser

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

해당 제품의 소매가격은 33.50홍콩달러(5,900원), FOB가격은 22.72 홍콩달러(4,000원)로, 비싼 편입니다. 특히 홍콩이나 중국의 제품 가격대가 25홍콩달러(약 4,402원) 정도인 것을 고려하면, 가격이 다소 높은 편이므로 이벤트 프로모션이 필요할 것입니다. ‘완도’라는 지명은 홍콩에선 아무도 모르는 지명이기 때문에 원산지를 강조하려면 ‘한국’으로 변경하는 것이 좋습니다. HACCP와 FDAFR 등 인증이 2개나 받은 점은 긍정적이며, 포장이나 홍보문구에서 이를 강조하는 것을 추천합니다. 포장은 전자레인지에 바로 넣고 데워먹을 수 있는 형태여야 합니다. 해동이 필요한 제품은 간편식으로 먹기에 적절하지 않습니다.

Q2. 홍콩 즉 바이어 또는 수입유통업체의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

브랜드 인지도와 고급스러운 포장, 적절한 가격입니다. 전복죽은 선물용, 특히 환자 방문 시 적합하므로 대형 브랜드와 깔끔한 포장이 고객의 눈길을 끌 것입니다. 최근 홍콩에서는 식품 보조제가 인기를 얻고 있으며, 인삼 전복죽, 해삼죽 등 한약재를 첨가한 고급 죽 제품이 인기를 끌고 있습니다. 중장년층의 소비를 유도할 수 있는 할인 또는 증정 프로모션을 활용하는 것도 효과적입니다.

12) 사진자료: 굿즈투바이(Goods2Buy) 공식 홈페이지

13) 1홍콩달러=176.09원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 홍콩 소비자가 전복죽을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

간편식을 먹는 대부분의 사람들은 직장인들로 가격에 민감합니다. 홍콩 사람들은 편의점이나 회사 탕비실 등에서 간편식을 먹는 데 익숙하기 때문에 전자레인지로 간단히 데워 먹을 수 있어야 합니다. 할인, 증정 등의 판촉 활동을 통해 효과적으로 판매를 촉진할 수 있습니다.

Q4. 홍콩 소비자들은 전복죽에 대해 얼마나 알고있나요? 또한 현지에서 전복죽의 인지도는 어느 정도인가요?

전복은 홍콩에서 고급 식재료로 인식되며, 특별한 행사나 명절에 많이 선택됩니다. 전복은 영양보충과 건강유지에 효과가 있다고 인식되어, 일반적으로 선물로 주고받거나, 공식적인 자리에서 고급 요리의 재료로 사용되어 연회의 등급을 높입니다. 최근엔 여러 드라마의 영향으로 전복은 비싸고 고급진 이미지로 인식됩니다. 소비자는 전복의 신선도와 품질에 대해 매우 높은 요구를 가지고 있습니다. 다만 전복을 죽으로 먹는 경우는 흔하지 않습니다.

Q5. 홍콩에 전복죽을 수출하는 과정은 어떻게 됩니까?

해외 업체의 홍콩 시장 납품 절차 및 유통 과정은 다음과 같습니다. 홍콩의 편의점과 슈퍼마켓 등의 소매업체는 장기적으로 특정 브랜드의 제품을 판매합니다. 수입업체는 제품의 성분, 포장, 인증, 홍콩 및 중국 내륙지역 규정의 요구사항을 확인합니다. 제품은 홍콩으로 수입되어 통관을 진행하며, 이 과정에서 상품 목록, 영수증, 계약서, 선하증권, 위생 증명서 등의 문서를 제출해야 합니다. 통관 후 제품은 지정된 콜드체인 창고로 배송되고 고객이 지정한 장소로 전달됩니다.

신제품 발굴의 경우, 홍콩 수입업체는 국제 식품 전시회나 산업 협회 등을 통해 새로운 제품을 찾습니다. 제조업체와 연락하여 제품의 성분과 가격을 확인한 후 유통업체나 체인 슈퍼마켓에 가격을 제시합니다. 제품을 홍콩으로 수입한 후 식품 안전 테스트와 관련 검사를 받으며, 검사를 통과하면 제품에 중국어 번체 라벨을 부착합니다. 이후 제품은 수입업체 창고로 운송되어 각 고객에게 배달됩니다.

Q6. 홍콩에서 이러한 종류의 제품을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

홍콩 시장에서 성공적인 마케팅을 위해 몇 가지 전략을 제안드립니다. 첫째, 현지 소비자의 취향에 맞춰 맛을 조정하는 것이 중요합니다. 예를 들어, KFC는 홍콩 시장 진출 시 제품의 맛과 마케팅 전략을 현지에 맞춰 성공했습니다. 둘째, 홍콩 유명 슈퍼마켓 및 온라인 몰과 협력하여 파트너사의 시장 영향력과 확보된 고객을 최대한 활용해야 합니다. 셋째, SNS나 유튜브 등을 통해 맞춤형 마케팅을 추천합니다. 넷째, 팝업스토어나 시식행사를 통해 소비자가 제품을 직접 체험할 수 있도록 하는 체험 마케팅을 고려할 수 있습니다. 다섯째, 홍콩 현지 문화 및 음식 축제와 같은 오프라인 전시회에 참여하여 제품을 전시하고 잠재 고객을 유치할 수 있습니다. 지금까지 전복죽을 마케팅하는 특별한 전략을 본 적은 없지만, 해외 식품기업은 대부분 위와 같은 전략을 사용했습니다.

Q7. 홍콩으로 식품을 수출할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

식품 제조업체는 ISO22000 또는 HACCP 인증서와 같은 안전 관리 인증서를 보유해야 합니다. 또한, 편리한 통관 준비를 위해 식품 안전 센터에 '편의통관 허가'를 신청해야 합니다. 이를 통해 식품 안전 센터는 식품 제조 공장과 해당 제품이 기본 조건을 충족하는지 검토할 수 있습니다. 신청 시 최근 6개월 이내에 제3자 인증 기관에서 발급한 식품 검사 증명서와 관련 검사 보고서를 제출해야 합니다.

Interview ② 항싱푸드트레이딩 (Hang Shing Foods Trading)

14)

항싱푸드트레이딩 (Hang Shing Foods Trading)

- 유형: 도매업체
- 업체 특징:
 - 2010년 설립된 냉동 및 냉장식품 전문 도매업체
 - 육류 및 수산물 관련 가공 식품을 취급함
 - 한국, 미국, 캐나다, 독일, 태국, 중국, 일본 등에서 제품을 수입하는 식품 전문 수입업체와 공동 운영되고 있음

담당자 정보

Merchandiser

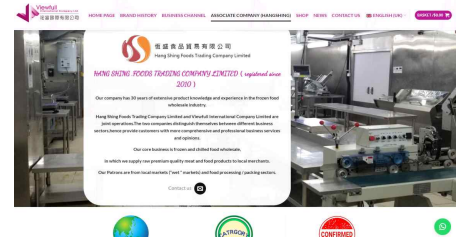
고객사 제품 정보

FOB가격 약 22.72홍콩달러
(1개당 4,000원)

소비자가격 약 33.50홍콩달러
(1개당 5,900원)

중량 320g

포장 형태 플라스틱 파우치



항싱푸드트레이딩(Hang Shing Foods Trading) Merchandiser

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

고객사 제품의 중량, 원료, 포장은 적절합니다. 다만 제품 홍보 문구에 ‘한국 판매량 X위’ 또는 ‘한국의 맛’ 등의 문구를 추가하면 더 좋을 것 같습니다. 전복 특산지가 완도인 것은 한국인이 아니면 모를 것이므로 한국을 부각해야 합니다. 전복의 함량을 강조하는 것도 도움이 됩니다. 가격은 33.50홍콩달러(5,900원) 수준으로 비싼 편입니다. 홍콩에서도 한국에서의 소비자가격을 유지할지 다시 고려해 보십시오.

Q2. 홍콩 측 바이어 또는 수입유통업체의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

저희 업체의 경우 가격, 전복 함량, 브랜드를 고려합니다. 할인 판매를 통해 경쟁사의 전복죽 대비 가격 경쟁력을 갖추거나, 같은 가격대의 다른 전복죽보다 어떤 면에서 우수한지 명확한 경쟁력을 보여야 바이어의 선택을 받을 수 있습니다. 전복과 영양소의 함량이 어느 정도인지 확인하는 것도 중요합니다. 소비자가 해당 사항을 중요하게 보기 때문에 바이어도 중요하게 볼 수밖에 없습니다. 브랜드와 원산지도 구매 고려 요소입니다. 전복죽은 선물용으로 많이 사용되기 때문에 유명 브랜드나 유명 산지의 제품을 선호합니다.

Q3. 홍콩 소비자가 전복죽을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

가격, 맛, 접근성입니다. 홍콩에서 전복죽은 간편식으로 인식되므로 저렴한 가격이 중요한 요소입니다. 맛 개발은 현지인이 선호하는 다양한 맛을 시도해야 합니다. 간편식이기 때문에 편의점이나 슈퍼마켓 등 소비자가 쉽고 편리하게 구매할 수 있는 곳에 납품해야 합니다.

Q4. 홍콩 소비자들은 전복죽에 대해 얼마나 알고있나요? 또한 현지에서 전복죽의 인지도는 어느 정도인가요?

홍콩 소비자들은 전복을 광둥요리의 최고급 식재료로 인식하며, 고급 연회나 고급 레스토랑에서 볼 수 있는 음식으로 생각합니다. 일반 가정에서 전복을 요리해 먹지 않지만, ‘이금기’ 브랜드의 전복 굴소스는 많은 가정에서 활용하고 있습니다. 전복죽은 간편식이지만 건강에 좋은 이미지이며, 전복을 다지거나 잘라서 하지 않고 통전복을 사용합니다.

Q5. 홍콩에 전복죽을 수출하는 과정은 어떻게 됩니까?

해외수출업체가 협력사 선정 후 해운회사를 통해 제품이 홍콩 부두에 도착하면, 수입사가 수입서류를 준비한 뒤 검역과 통관을 완료합니다. 다음으로 콜드체인을 통해 홍콩 전역의 매장에 유통시킵니다.

Q6. 홍콩에서 이러한 종류의 제품을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

SNS를 활용한 온라인 판촉이 판매량을 늘릴 수 있는 가장 효과적인 전략입니다. 홍콩에서 인기있는 인플루언서들에게 샘플을 발송하고, 해당 제품을 조리하거나 맛보는 인스타그램, 틱톡, 유튜브 게시물을 요청해야 합니다.

Q7. 홍콩으로 식품을 수출할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

해외 식품을 홍콩으로 판매하려면 수출 인증이 필요하며, 일반적으로 홍콩 식품약품감독관리국에서 이를 관리합니다. 식품이 홍콩 부두에 도착하면 미생물, 잔류 농약, 중금속 등의 안전 검사를 받아야 합니다. 또한, 식품 포장, 라벨 및 운송 방법도 홍콩 표준을 준수해야 합니다. 최근 홍콩에서 플라스틱 제한 명령이 내려졌으므로 이러한 법률 및 규정의 업데이트에 항상 주의를 기울여야 합니다.

Interview ③ 위에싱트레이딩 (Yue Shing Trading Co., Ltd.)

15)

위에싱트레이딩 (Yue Shing Trading Co., Ltd.)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년에 설립된 수입 및 유통업체로 과자류 및 다양한 수입 식품을 취급하고 있음
 - 일본, 대만, 말레이시아, 프랑스, 폴란드, 터키, 영국, 이탈리아에서 수입

담당자 정보

Merchandiser

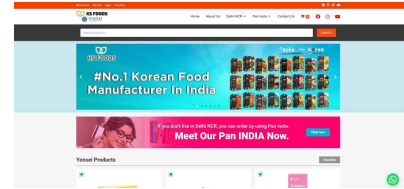
고객사 제품 정보

FOB가격 약 22.72홍콩달러
(1개당 4,000원)

소비자가격 약 33.50홍콩달러
(1개당 5,900원)

중량 320g

포장 형태 플라스틱 파우치



위에싱트레이딩(Yue Shing Trading Co., Ltd.) Merchandiser

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

중량이 충분하고, 원료가 좋다고 하더라도 33홍콩달러(약 5,811원)가 넘는 가격은 현지 제품과 비교했을 때 비싼 편이며, 특히 온라인 판매에 어려움이 있을 수 있습니다. 할인율을 늘리거나 오프라인 프리미엄 마트를 노리는 것을 추천합니다.

'완도'라는 지명은 인지도가 낮아 '한국'으로 변경하거나, 한국 관련 문구를 추가하는 것이 좋을 것입니다. 고객사는 C사 등 대기업에 비해 브랜드 파워가 부족하기 때문에 한국 연예인을 활용한 홍보가 효과적일 것 같습니다.

Q2. 홍콩 즉 바이어 또는 수입유통업체의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

홍콩의 수입식품 바이어는 제품의 품질과 가격을 가장 중요하게 생각합니다. 특히 건강 관련 제품은 영양 성분과 주재료(전복 함량) 등을 고려합니다. 과거에는 전복죽에 들어 있는 전복 함량이 매우 적었지만, 현재 고객들은 전복의 양을 중시하고 있으므로 함량을 명확히 표시하는 것이 좋습니다. 가격도 중요합니다. 전복 양식이 시작되어 이전보다 가격이 저렴해졌지만, 여전히 비싼 식재료이기 때문에 가격 경쟁력이 있다면 더 잘 팔릴 것입니다.

Q3. 홍콩 소비자가 전복죽을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

일반 소비자에게는 저렴한 가격과 접근성, 편의성이 가장 중요합니다. 홍콩 사람들은 죽을 바쁠 때 편의점에서 전자레인지에 바로 데워서 먹는 간편식으로 인식하고 있습니다. 제품이 너무 비싸면 다른 제품을 사거나 푸드트럭, 패스트푸드를 선택할 가능성이 높습니다. 간편식은 보통 미리 계획하지 않고 즉흥적으로 구매하기 때문에 편의점이나 슈퍼마켓 등 어디서나 쉽게 구매할 수 있어야 합니다. 마지막으로 편의성입니다. 전자레인지에 데우거나 바로 섭취할 수 있는 편리함이 중요합니다.

Q4. 홍콩 소비자들은 전복죽에 대해 얼마나 알고있나요? 또한 현지에서 전복죽의 인지도는 어느 정도인가요?

홍콩에서 전복은 고급 레스토랑의 상징으로 간주되며, 일반적으로 메인 요리로 귀빈 접대에 많이 활용되기 때문에, 자주 먹진 않아도 전복에 대해선 잘 알고 있습니다. 전복죽은 환자들이 많이 먹으며, 특히 한의학에서는 전복이 기와 혈에 영양을 공급하는 효과가 있다고 설명하기 때문에 수술 후 회복이 필요한 사람들에게 권유됩니다.

Q5. 홍콩에 전복죽을 수출하는 과정은 어떻게 됩니까?

해외 식품기업이 홍콩에 식품을 수출하는 방법은 크게 두 가지로 나눌 수 있습니다. 해외에서 수입된 상품이 홍콩 부두에 도착하면, 수하인은 수입 서류 준비, 검사 및 세관 신고 등의 절차를 거치게 됩니다. 검역 등이 끝나면 상품이 합법적이고 안전하게 창고에 입고된 후 각 유통매장에 배포됩니다. 수입 전에는, 신제품 발굴 과정을 거쳐야 합니다. 수입사의 구매 담당자들은 새로운 제품이 마음에 들면 제조업체에 직접 연락하여 제품의 성분과 가격을 확인합니다. 이후 하급 유통업체에 견적을 제시하고 협상이 완료되면 구매를 시작합니다. 처음 수출은 샘플이나, 최저 구매량 정도로 시작하지만, 시장 반응을 확인한 후 인기가 좋으면 장기적인 협력을 통해 고정 납품을 고려합니다.

Q6. 홍콩에서 이러한 종류의 제품을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

첫째, 주요 유통채널과의 관계를 구축하는 것이 중요합니다. 홍콩에서 간편식의 판매는 대형 슈퍼마켓 및 편의점 체인에 크게 의존하므로, 이들 업체와 좋은 관계를 유지하는 것이 중요합니다. 매장 관계자와 좋은 관계를 유지한다면 제품이 매대에서 잘 보이는 곳에 진열될 수도 있고 매장 자체 프로모션에 해당 제품이 포함될 수도 있습니다. 둘째, 진출 초기에 할인 프로모션을 통해 고객을 확보하는 것도 좋은 방법입니다. 맛과 품질에 대해 좋은 리뷰가 있다면 고객층은 확대될 것입니다. 마지막으로 SNS 활용입니다. 최근엔 방송 광고가 아닌 인플루언서를 활용한 SNS 홍보가 큰 성과를 거두고 있습니다.

Q7. 홍콩으로 식품을 수출할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

홍콩으로 식품을 수출하기 전에 해당 식품이 홍콩 안전 표준을 충족하는지 확인하기 위해 관련 수출 인증을 받아야 합니다. 일부 식품은 홍콩 시장에 진입하기 전에 특별 허가를 신청해야 하며, 해당 허가증은 일반적으로 홍콩 식품의약국 또는 관련 부서에서 발급합니다. 식품을 홍콩으로 운송하기 전에 미생물, 잔류농약, 과도한 중금속 등의 문제가 없는지 식품 안전 테스트를 통과해야 합니다. 또한, 식품 포장, 라벨, 운송 방법도 홍콩 규정을 준수해야 하며, 성분, 생산 날짜, 유통기한 등의 정보를 포장에 명확하게 표시해야 합니다.



V

경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석



1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

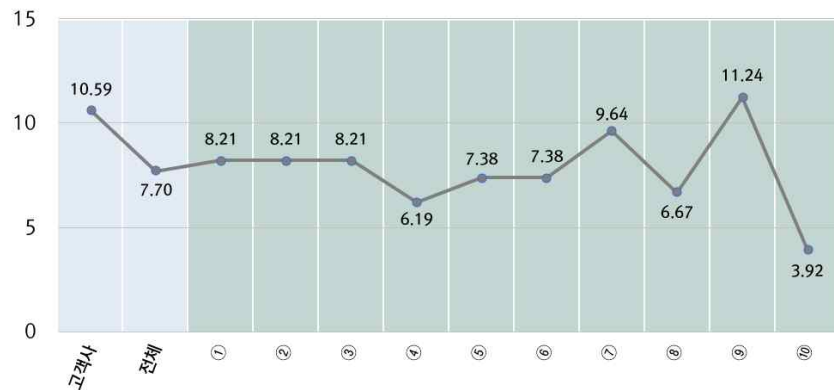
- ① B브랜드 쌀 전복죽 (C사)
- ② H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)
- ③ H브랜드 소프트밀 버섯야채죽 (C사)
- ④ H브랜드 누룽지 닭백숙죽 (C사)
- ⑤ H브랜드 소프트밀 단호박죽 (C사)
- ⑥ H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)
- ⑦ Y브랜드 백합죽 (D사)
- ⑧ 특 삼계죽 (A사)
- ⑨ 코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 (세이웨이)
- ⑩ 검은콩참깨죽 (태산기업유한회사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 10.59홍콩달러(약 1,865원¹⁶⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 7.70홍콩달러(약 1,356원)보다 높은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 전복죽 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격보다 약 37.5% 비싼 것으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 떨어지는 것을 확인함

[표 5.1] 홍콩 전복죽 가격 경쟁력 분석

(단위: 홍콩달러/10g)



16) 1 홍콩달러=176.09원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

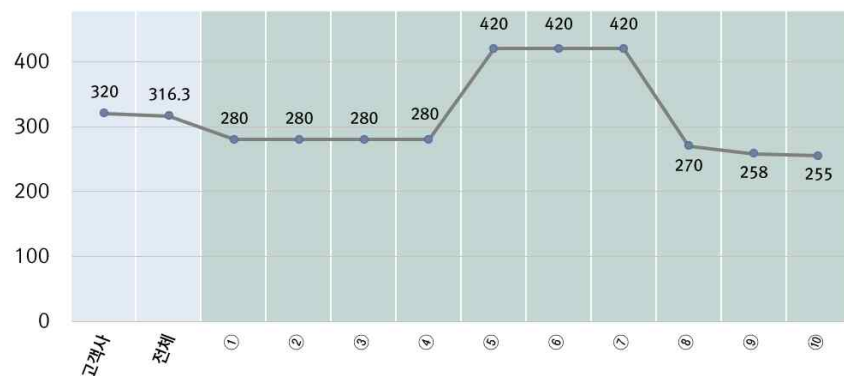
- ① B브랜드 쌀 전복죽 (C사)
- ② H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)
- ③ H브랜드 소프트밀 버섯야채죽 (C사)
- ④ H브랜드 누룽지 닭백숙죽 (C사)
- ⑤ H브랜드 소프트밀 단호박죽 (C사)
- ⑥ H브랜드 소프트밀 소고기죽 (C사)
- ⑦ Y브랜드 백합죽 (D사)
- ⑧ 특 삼계죽 (A사)
- ⑨ 코코넛밀크 생선부레 오트밀죽 (세이웨이)
- ⑩ 검은콩참깨죽 (태산기업유한회사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 320g으로 전복죽 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 316.3g과 거의 같은 것으로 조사됨. 그러나 10개 경쟁제품 중 7개가 280g 이하였고, 3개는 420g으로 조사된 점을 감안할 때, 고객사 제품의 중량은 다소 어중간한 포지션임을 알 수 있음. 홍콩에서 판매되는 경쟁제품의 중량을 비교 분석하여 고객사는 제품의 중량을 280g 수준으로 낮추거나, 420g 수준으로 높여 시장에 진출하는 방안을 고려해 볼 필요가 있음

[표 5.2] 홍콩 전복죽 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

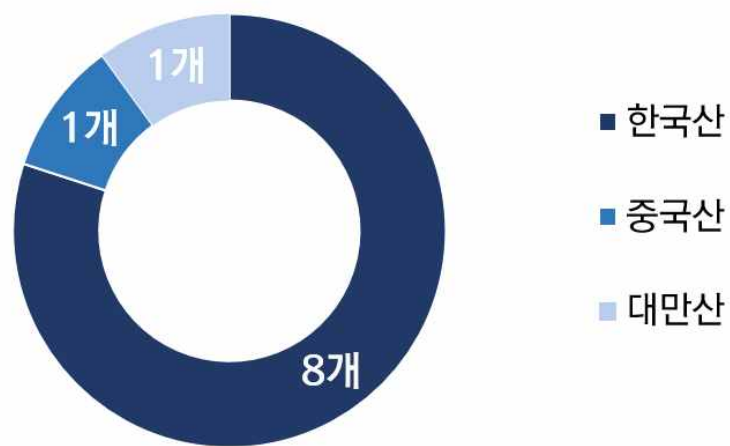


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 8개 제품의 원산지가 한국 즉석 죽 제품

홍콩에서 판매되고 있는 전복죽 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 8개의 제품이 한국산 제품임을 확인함. 홍콩에서 다양한 한국산 즉석 죽 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 홍콩 전복죽 제품 원산지 경쟁력 분석

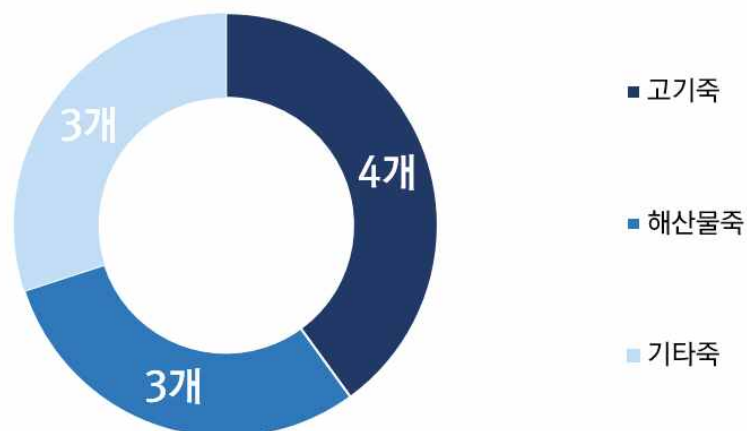


4) 재료

▶ 경쟁제품 10개 중 4개, 소고기와 닭고기를 사용한 고기죽

홍콩에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 재료를 조사한 결과, 4개가 고기죽(소고기죽, 닭고기죽 각각 2개)으로 조사됨. 다음으로 해산물죽이 3개(전복죽, 백합죽, 생선부레죽 각각 1개)로 나타났으며, 버섯아채죽, 단호박죽, 참깨죽 등이 각각 1개씩 조사되었음

[표 5.4] 홍콩 전복죽 제품 맛 경쟁력 분석

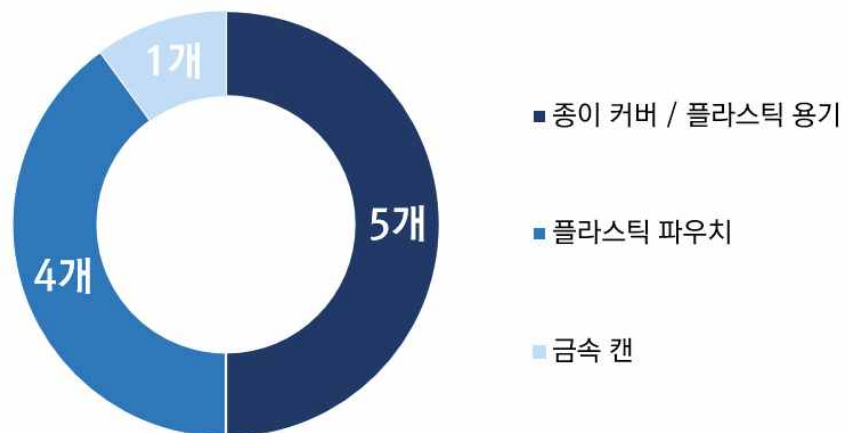


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 8개 제품 플라스틱 파우치로 제품 포장

홍콩에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 5개의 제품은 종이 커버와 플라스틱 용기로 제품을 포장하여, 플라스틱 용기를 바로 전자렌지에 넣어 데워먹을 수 있게함. 고객사 제품과 같이 플라스틱 파우치를 활용해 포장을 한 경쟁제품은 4개가 확인되었으며, 1개 제품은 금속 캔을 사용한 것으로 조사됨

[표 5.5] 홍콩 전복죽 제품 포장 형태 경쟁력 분석

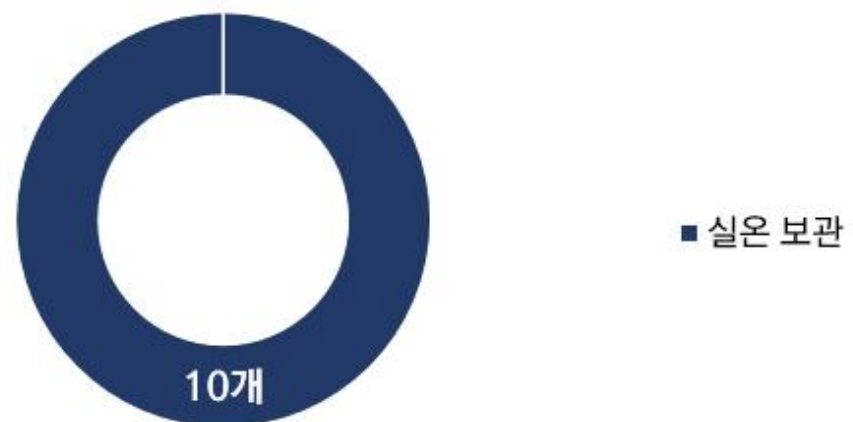


6) 보관방법

▶ 현지 경쟁제품, 모두 실온상태의 매대에서 판매 중

홍콩에서 판매되고 있는 전복죽 경쟁제품 10개 모두 냉장고 또는 냉동고에 보관되어 있지 않고 실온상태의 매대에서 판매하는 것으로 조사되었음.

[표 5.6] 홍콩 전복죽 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 징동닷컴(JD.com), 글로벌 지마켓(Gmarket), 에이치케이티비몰(HKTV mall)
- (*) 오프라인 매장 : 테이스트(Taste), 한인홍(韓印紅), DS 그로서리(DS Groceries), 웰컴(Wellcome)

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 2개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품
- (*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



현지 벤치마킹 인기 제품

(C사 _

B브랜드 쌀 전복죽)

‘손잡이가 달린
간편한 용기’

▶ 벤치마킹

제품 패키지 형태

고객사 제품

‘청정바다 수도 완도산
전복’

벤치마킹 ▶

실온보관

현지 벤치마킹 인기 제품

(D사 _

Y브랜드 백합죽)

‘실온보관 가능’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 바로 조리 가능한 용기

▶ 벤치마킹 제품, 조리 후 바로 먹을 수 있는 용기 형태 포장

현지에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 5개의 제품이 전자레인지에서 조리한 후 그릇에 따로 담을 필요 없이 바로 먹을 수 있는 플라스틱 용기에 제품을 포장한 것으로 나타남. 이에 관련한 인터뷰를 진행한 결과, 홍콩 소비자들은 죽을 간편식으로 인식하기 때문에 간편하고 빠르게 먹을 수 있는 제품을 선호한다는 사실을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 패키지를 바로 먹을 수 있는 용기 형태로 변경할 것을 권장함

[표 5.7] 홍콩 전복죽, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 포장 형태는 전자레인지에 바로 넣고 데워먹을 수 있는 형태여야 합니다. 해동이 필요한 제품은 간편식으로 먹기 적절하지 않습니다. 전자레인지에 데우거나 바로 섭취할 수 있는 편리함이 중요합니다.

3) 벤치마킹 제품 분석
- 실온 보관 가능

▶ 벤치마킹 제품, 실온 보관 가능한 제품

현지에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 보관 방법을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 모든 제품이 실온에서 보관이 가능한 것으로 조사되었음. 고객사 제품의 경우 냉동 밀키트로, 레토르트 식품 대비 영양소 파괴가 적은 점을 셀링포인트로 내세우고 있으나, 현지에서 판매 중인 모든 경쟁제품은 냉동보관 또는 냉장보관이 필요 없는 레토르트 식품 또는 통조림 제품으로 나타남

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 전복죽 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	C사
	기업 설명	C사는 한국의 1위 종합 식품 제조기업으로, H브랜드, B브랜드 등 여러 브랜드를 보유하고 있음. 미국, 독일, 일본, 중국, 홍콩네시아, 호주 등 여러 국가에 해외 지사를 운영하고 있으며, 현재 글로벌 매출이 C사 전체 매출의 62%를 차지하는 등 해외 영업 및 수출이 활발함
주요 마케팅 전략	포장 현지화	  홍콩 소비자들에게 익숙한 영어와 한자를 사용하여 상품명, 홍보문구, 라벨 등을 현지화 함
	홍보 현지화	 브랜드 비비고 글로벌 비비고 네덜란드 비비고 미국 비비고 한국 비비고 독일 비비고 베트남 다양한 국가와 권역에 대하여 국가별로 맞춤화된 홈페이지 인터페이스를 구축 및 운영하고 있으며, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 채널, 틱톡, X 등의 계정을 개설하여 제품 정보 제공 및 프로모션 진행
	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출
요약	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음
	홍보문구	맛있게 먹는 법에 대한 방법을 소개

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 이커머스디비 홈페이지 (ecommercedb.com)
2. 징둥닷컴 (item.jd.com)
3. 글로벌 지마켓 (gsearch.gmarket.co.kr)
4. 에이치케이티비몰 (www.hktvmall.com)
5. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
6. 홍콩 정부 홈페이지 (www.gov.hk)
7. 테이스트 홈페이지 (www.tastehongkong.co.uk)
8. 한인홍 홈페이지 (www.hanyinhong.co.kr)
9. DS 그로서리 홈페이지 (www.daisanggrp.com)
10. 웰컴 홈페이지 (www.welcome.com.hk)
11. C사 홈페이지 (www.cj.co.kr)
12. D사 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)
13. A사 홈페이지 (www.ourhome.co.kr)
14. 굿즈투바이 홈페이지 (www.goods2buy.com)
15. 향성푸드트레이딩 홈페이지 (viewfull.com.hk)
16. 위에싱트레이딩 홈페이지 (yue-shing.com.hk)

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산물무역협회

발행 일자 2024.07.12

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
한국수산물무역협회로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 한국수산물무역협회 All Rights Reserved.
Printed in Korea

