

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202407-12
품목 해초샐러드(Seaweed Salad)
HS CODE 1212.21-9099
국가 대만(Taiwan)
구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약

03

II. 경쟁제품

1. 대만 해초샐러드 경쟁제품 선정
2. 대만 해초샐러드 경쟁제품 조사지표 선정
3. 대만 해초샐러드 경쟁제품 현지조사 결과

05

10

11

III. 경쟁기업

1. 대만 해초샐러드 경쟁기업 선정
2. 대만 해초샐러드 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 대만 해초샐러드 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

24

25

27

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 신치국제유한회사(鑫麒國際有限公司)
2. 위안썬무역유한회사(園芯貿易有限公司)
3. 푸귀냉동주식유한회사(福國冷凍股份有限公司)

36

39

42

V. 경쟁력파악

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

46

50

52

53



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	쇼피 (Shopee)	라우 씨 하이 짜오	짜오쭈오팡
		치 린 차이	란양해육식품점
		르스우 차이 하이 짜오 취앤 쑤 하이 짜오	타이 인터네셔널
		치 차이 지앤 캉 량 뽀 하이 짜오	슈양슈양 더 띠엔
		천 따이 경 쓰	하이센치이이
	피씨 홈 (PC home)	한티엔 하이 짜오- 산후 차오 사라	마오거

■ 오프라인 주요 경쟁제품

타카기 카이소오텐 카이소오사 해사게 (다카기 해초 주식회사)		이리이에차이-쓰쓰하이자오 (원린현 신후 협동 농장)	
	가격 225.00 대만달러 (약 9,567원)		가격 60.00 대만달러 (약 2,551원)
	중량 30g		중량 162g
원산지 표기 강조, 30g의 가벼운 제품 패키지		영양과 건강 강조한 홍보 문구	

■ 경쟁기업 3개사 분석

칸소 주식회사		까르푸	다카기 해초 주식회사	대만 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	일본	글로벌	일본	
포장 현지화	○	●	○	
홍보 현지화	○	●	○	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	오프라인만 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(일본), SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(대만/글로벌), SNS 플랫폼(대만)	자사 홈페이지(일본)	

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
가격(10g당) (23.5대만달러 (약 1,000원))	●	해초샐러드 10개 55.0대만달러 (약 2,399원)		
중량(g) (50g (1회기준))	○	해초샐러드 10개 약 129g		
포장 형태 (플라스틱 용기)	●	플라스틱 파우치	스티로폼 /비닐랩	플라스틱 용기
		4개	4개	2개

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
원료 및 첨가물 (다시마)	①	다시마	미역줄기	김
		7개	2개	1개
원산지 (한국)	①	대만	일본	
		6개	4개	

● 차별화된 경쟁력 ① 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이지만 중량은 경쟁제품 평균보다 적은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 6개 제품은 대만의 재료를 원료로 사용하고 있는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 1개사는 제품 포장 디자인, 홍보문구를 대만 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II 경쟁제품

1. 대만 해초샐러드 경쟁제품 선정
2. 대만 해초샐러드 경쟁제품 조사지표 선정
3. 대만 해초샐러드 경쟁제품 현지 조사 결과



1. 대만 해초샐러드 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

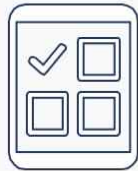
제품명	모듬 해초샐러드
제품 종류	해초샐러드
소비자가격	약 118대만달러 (5,000원 ¹⁾)
중량	50g(1팩)
포장	플라스틱 팩 개별포장
특징	싱싱한 완도산 해초, 화학성분 무첨가, 영양분이 풍부한

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 모듬 해초 샐러드
 - 제품 종류: 해초샐러드
 - 제품 가격: 약 118대만달러(5,000원)
 - 중량: 50g(1팩)
 - 포장 형태: 플라스틱 팩 개별포장

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopee)
 2. 피씨 홈(PC Home)
- 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, 편의점
- 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) 1대만달러=42.52원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

대만 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 2)

사이트명	취급 종류
 Shopee 쇼핑	식품, 의류, 전자기기, 패션, 생활용품 등
 PChome 24h購物	식품, 가전, 패션, 생활용품, 유아용품 등
파씨 홈	

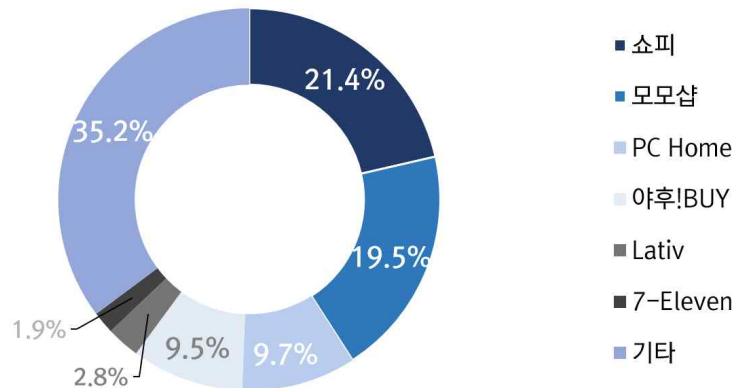
▶ 해초샐러드 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 해초샐러드 제품의 경쟁제품군을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 2곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 대만 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 현지 해초샐러드 제품이 상위 인기 제품으로 확인됨

[표 2.1] 대만 온라인 쇼핑몰 점유율 (2022년 기준)



자료 : 스탯티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 10)

쇼핑 입점 제품 상위 9개 제품 리스트(매출 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 샐러드	짜오 쥘 팡 (藻作坊)	리우 씨 하이 짜오 (六色海藻)	대만	330대만달러 (약 14,032원)	80g	
2	해초 샐러드	하이 앤 워 (海燕窩)	치 린 차이 (麒麟菜)	필리핀	209대만달러 (약 8,887원)	600g	
3	해초 샐러드	(-)	르스우 차이 하이 짜오 취앤 쉰 하이 짜오 (日式五彩海藻 全素海藻)	한국	100대만달러 (약 4,252원)	40g	
4	해초 샐러드	(-)	르스우 차이 하이 짜오 취앤 쉰 (日式五彩海藻 全素)	대만	99대만달러 (약 4,209원)	40g	

[표 2.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 10)

쇼피 입점 제품 상위 9개 제품 리스트(매출 기준)							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
5	해초 샐러드	슈앙 슈앙 더 띠앤 (雙雙의店)	치 차이 지앤 캉 랑 뽀 하이 짜오 (七彩健康涼拌海藻)	대만	99대만달러 (약 4,209원)	40g	
6	다시마	하이 시앤7-11 (海鮮7-11)	쥬 띠 파이 켕 쓰 (裙帶梗絲)	대만	150대만달러 (약 6,378원)	1kg	
7	해초 샐러드	타사미 롱노 (TASAMI Rong Nho)	하이 푸 타오 (海葡萄)	베트남	85대만달러 (약 3,614원)	35g	
8	해초 샐러드	아이 산 링 (愛山玲)	지앤 캉 랑 뽀 하이 짜오 (健康涼拌海藻)	대만	99대만달러 (약 4,209원)	40g	
9	해초 샐러드	쿠라콘 (Kurakon)	르 뽀 샤오 창 우 하이 짜오 사 라 (日本小倉屋 海藻沙拉)	일본	105대만달러 (약 4,465원)	28g	
피씨 홈 입점 제품 상위 1개 제품 리스트(종합 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 샐러드	마오 껀 (茂格)	한티앤 하이 짜오 -산후 차오 사라 (寒天海藻-珊瑚草沙拉)	칠레, 인도네시아, 한국	169대만달러 (약 7,186원)	50g	

자료: 쇼피(Shopee), 피씨 홈(PC home) 홈페이지

사진 자료: 쇼피(Shopee), 피씨 홈(PC home) 홈페이지

2) 조사일(2024.06.15) 기준 조사

3) 조사일(2024.06.15) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 대만 타이베이 정보⁴⁾⁵⁾

인구	251만 477명
면적	272km ²

▶ 대만 타이베이, 방문지역으로 선정

대만 타이베이를 방문지역으로 선정함. 대만의 수도인 타이베이는 대만의 정치, 경제, 금융, 문화의 중심지로, 지역적으로 북부에 위치해 있음. 총 12개의 행정구역 중 다안(Daan), 쑹산(Songshan), 다통(Datong) 구에 가장 많은 인구가 모여있음. 원주민, 민난족, 하카족, 이민자, 외국인 등 다양한 민족이 거주하고 있어 문화적 다양성이 뛰어남. 타이베이의 경제 발전과 더불어 편리한 육상 및 항공 교통 시스템 덕분에 국제회의, 박람회 등의 행사를 자주 개최하여 대만 내에서도 국제적 교류가 많은 도시임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 편의점을 주요 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 대만 해초샐러드 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	까르푸 대만(Carrefour Taiwan), 코스트코 대만(Costco Taiwan), 시티 슈퍼(City Super)
아시안/한인마트	한제(韓濟), 한귀왕(韓購網), 백창상회(百昌韓貨商行)
편의점	세븐일레븐 대만(7-Eleven Taiwan), 패밀리마트(Family Mart)
온라인	모모샵(Momo Shop), 쇼피 타이완(Shopee Taiwan), 피씨 홈(PC Home)

■ 고객사 진출 선호 매장

4) 자료: 타이페이 사회복지과 홈페이지

5) 자료: 중국육하사 대만유학부 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 시티 슈퍼(City Super), 까르푸 대만(Carrefour),
세븐일레븐 대만(7-Eleven Taiwan), 패밀리마트(Family Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 해초샐러드: 해조류를 간편하게 먹을 수 있도록 포장한 제품
한식, 일식 등 아시아푸드와 곁들이기 좋으며 샐러드
단품으로 식용 가능

[표 2.4] 대만 해초샐러드 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	해초샐러드
① KANEYO 소오고오카이소오사 헤샤게 (다카기 해초 주식회사)	○ (시티 슈퍼)	(-)	○
② 타카기 카이소오텐 카이소오사 헤샤게 (다카기 해초 주식회사)	○ (시티 슈퍼)	○ (쇼피)	○
③ 훗카이도오 하코다테콘부 (카마타 주식회사)	○ (시티 슈퍼)	(-)	○
④ 우미하나 (칸소 주식회사)	○ (시티 슈퍼)	○ (쇼피)	○
⑤ 하이다이쓰 (까르푸)	○ (까르푸)	(-)	○
⑥ 하이다이겐 (까르푸)	○ (까르푸)	(-)	○
⑦ 하이다이지에 (까르푸)	○ (까르푸)	(-)	○
⑧ 하이다이쥬안 (까르푸)	○ (까르푸)	(-)	○
⑨ 이리예차이-쓰쓰하이자오 (보증 책임 원린현 신후 협동 농장)	○ (세븐일레븐)	(-)	○
⑩ 하이자오예차이사라 (위메이 생기 회사)	○ (패밀리마트)	(-)	○

(*) 현지 판매 해초샐러드 경쟁제품 10개 분석

2. 대만 해초샐러드 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 대만 해초샐러드 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 대만 해초샐러드 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	해초샐러드	해조류를 간편하게 먹을 수 있도록 포장한 제품 한식, 일식 등 아시아푸드와 곁들이기 좋으며 샐러드 단품으로 식용 가능
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
식품 유형		제품의 식품 분류 ⁶⁾ (즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품, 간편조리식품 등)
가공 방법		제품의 가공 방법
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

6) 식품의약품안전처 고시 제2024-4호(2024.01.24. 개정에 따름)

3. 대만 해초샐러드 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 대만 타이베이에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점

대만 타이베이에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 시티 슈퍼와 까르푸, 편의점인 세븐일레븐과 패밀리마트를 방문함. 시티 슈퍼는 고급 식료품을 판매하는 대만의 슈퍼마켓 체인이며, 까르푸는 대만에 100개 이상의 지점이 있는 대형 하이퍼마켓 체인임. 세븐일레븐과 패밀리마트는 일본의 편의점 브랜드로, 현재 대만의 4대 편의점 중 각각 1, 2위를 차지하고 있음

[표 2.6] 대만 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
시티 슈퍼 (City Super)	하이퍼/슈퍼마켓	4	· 2004년에 설립된 대만의 슈퍼마켓 체인 · 대만 내 9개의 지점 보유
까르푸 (Carrefour)	하이퍼/슈퍼마켓	4	· 1989년 대만에 진출한 프랑스의 도소매 기업 · 식품, 생활용품, 가전 등 다양한 제품 판매
세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	1	· 일본의 편의점 브랜드로, 현재 대만의 1위 편의점 · 대만 내 5,000개 이상의 매장 운영
패밀리마트 (Family Mart)	편의점	1	· 일본의 편의점 브랜드로, 1988년 대만 진출 · 대만 내 3,000개 이상의 매장 운영



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 모두 1개의 방문 매장에서 판매

시티 슈퍼(City Super), 까르푸(Carrefour), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart) 총 4개의 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 10개의 제품 모두 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 시티 슈퍼와 까르푸가 각각 4개의 경쟁제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 4개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	시티 슈퍼	까르푸	세븐일레븐	패밀리마트
① KANEYO 소오고오카이소오사 헤사게 (다카기 해초 주식회사)	○			
② 타카기 카이소오텐 카이소오사 헤사게 (다카기 해초 주식회사)	○			
③ 홋카이도오 하코다테콘부 (카마타 주식회사)	○			
④ 우미하나 (칸소 주식회사)	○			
⑤ 하이다이쓰 (까르푸)		○		
⑥ 하이다이컨 (까르푸)		○		
⑦ 하이다이지에 (까르푸)		○		
⑧ 하이다이쥬안 (까르푸)		○		
⑨ 이르িয়ে차이-쓰쓰하이자오 (보증 책임 원린현 신후 협동 농장)			○	
⑩ 하이자오예차이사라 (위메이 생기 회사)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 시티 슈퍼(City Super)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:

과일, 채소, 가공식품, 음료 등
다양한 고급 식료품 판매

- 매장 주변 특징:
대형쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		시티 슈퍼는 2004년에 설립된 대만의 슈퍼마켓 체인으로, 현재 대만에 97개의 매장을 운영하고 있으며, 그 중 5개의 매장이 타이베이시에 있음. 시티 슈퍼는 고급 식료품과 수입 식료품을 전문으로 취급하며 중화권 위주로 매장이 운영되고 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		타이베이 新北市板橋區新站路28號B1

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초샐러드 경쟁제품 정보	
		
	KANEYO 소오고오카이소오사 헤샤게 (다카기 해초 주식회사)	타카기 카이소오텐 카이소오사 헤샤게 (다카기 해초 주식회사)
		
	홋카이도 하코다테콘부 (카마타 주식회사)	우미하나 (칸소 주식회사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	KANEYO 소오고오 카이소오사 헤사게 (KANEYO 綜合海藻沙拉)	제조사 (현지어)	다카기 해초 주식회사 (株式會社高木海藻店)
제품 종류	해초샐러드	중량	30g
소비자가격	225.00대만달러 (9,567원)	10g당 가격	75.00대만달러 (3,189원)
원산지	일본	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	다시마나물, 다시마나물줄기, 흰버섯, 침향, 카라기난	수입자	遠東都會股份有限公司
홍보문구	샐러드는 물론 다양한 요리에 사용할 수 있는 해초 믹스!		
			
제품명 (현지어)	타카기 카이소오텐 카이소오사 헤사게 (高木海藻店 海藻沙拉)	제조사 (현지어)	다카기 해초 주식회사 (株式會社高木海藻店)
제품 종류	해초샐러드	중량	12g
소비자가격	120.00대만달러 (5,102원)	10g당 가격	100.00대만달러 (4,252원)
원산지	일본	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	미역줄기, 맨드라미, 자색조류, 미역, 다시마	수입자	遠東都會股份有限公司
홍보문구	식이섬유가 풍부한 국산(일본) 해초		

			
제품명 (현지어)	홋카이도오 하코다테콘부 (北海道函館昆布)	제조사 (현지어)	카마타 주식회사 (株式会社鎌田商店)
제품 종류	다시마	중량	10g
소비자가격	150.00대만달러 (6,378원)	10g당 가격	15.00대만달러 (638원)
원산지	일본	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석조리식품	가공 방법	건조
원료 및 첨가물	다시마	수입자	商田實業有限公司
홍보문구	샐러드, 볶음, 미소국, 조림 등 다양한 요리에 사용 가능!		

			
제품명 (현지어)	우미하나 (海花 (海苔))	제조사 (현지어)	칸소 주식회사 (株式会社鍵庄)
제품 종류	미역	중량	5g
소비자가격	105.00대만달러 (4,465원)	10g당 가격	21.00대만달러 (893원)
원산지	일본	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석조리식품	가공 방법	건조
원료 및 첨가물	건조 김	수입자	上越國際貿易有限公司
홍보문구	부드럽고 영양가가 높은 김 샐러드, 수프, 국수 등에 토포하여 맛있게 드세요!		

Shop ② 까르푸(Carrefour)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:

신선식품, 즉석식품, 육류,
생활용품, 패션 등의 제품 판매

- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		까르푸는 1959년에 프랑스에서 설립된 다국적 도소매 기업으로, 현재 30개 이상 국가에 14,000개 이상의 매장을 보유하고 있음. 대만에는 1989년 가오슝에 첫 매장을 오픈하였으며, 현재 100개 이상의 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		타이베이 新北市板橋區三民路二段31號B1

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초샐러드 경쟁제품 정보	
		
	하이다이쓰 (까르푸)	하이다이꾼 (까르푸)
		
	하이다이지에 (까르푸)	하이다이쥘안 (까르푸)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	하이다이쓰 (海帶絲)	제조사 (현지어)	까르푸 (家樂福)
제품 종류	다시마	중량	216g
소비자가격	32.00대만달러 (1,361원)	10g당 가격	1.48대만달러 (63원)
원산지	대만	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석조리식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	다시마	수입자	(-)
홍보문구	(-)		

			
제품명 (현지어)	하이다이건 (海帶根)	제조사 (현지어)	까르푸 (家樂福)
제품 종류	다시마	중량	226g
소비자가격	34.00대만달러 (1,446원)	10g당 가격	1.50대만달러 (64원)
원산지	대만	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석조리식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	다시마	수입자	(-)
홍보문구	(-)		

			
제품명 (현지어)	하이다이지에 (海帶結)	제조사 (현지어)	까르푸 (家樂福)
제품 종류	다시마	중량	228g
소비자가격	34.00대만달러 (1,446원)	10g당 가격	1.49대만달러 (63원)
원산지	대만	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석조리식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	다시마	수입자	(-)
홍보문구	(-)		

			
제품명 (현지어)	하이다이쥘안 (海帶卷)	제조사 (현지어)	까르푸 (家樂福)
제품 종류	다시마	중량	270g
소비자가격	41.00대만달러 (1,743원)	10g당 가격	1.52대만달러 (65원)
원산지	대만	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
식품 유형	즉석조리식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	다시마	수입자	(-)
홍보문구	(-)		

Shop ③ 세븐일레븐(7-Eleven)

● 매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
음료수, 유제품, 과일,
간편식품, 생활용품 등의 제품
판매
- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾			세븐일레븐은 일본의 편의점 브랜드로, 대만에는 1979년 첫 매장을 오픈함. 대만 세븐일레븐은 현재 대형 식품기업인 통이 그룹이 운영하고 있으며, 대만의 4대 편의점 중 매장 수가 5,000점 이상으로 가장 많음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	타이베이
		상세주소	新北市板橋區長江路一段419-423號
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 해초샐러드 경쟁제품 정보		
			
	이르িয়ে차이-쓰쓰하이자오 (보증 책임 원린현 신후 협동 농장)		

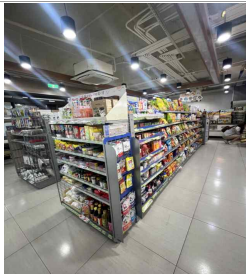
사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	이르이에차이-쓰쓰하이자오 (一日野菜-四色海藻)	제조사 (현지어)	보증 책임 원린현 신후 협동 농장 (保證責任雲林縣新湖合作農場)
제품 종류	해초샐러드	중량	162g
소비자가격	60.00대만달러 (2,551원)	10g당 가격	3.70대만달러 (157원)
원산지	대만	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 용기
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	양배추, 양상추, 썬갠, 단옥수수, 물, 설탕, 소금, 당근, 적양파, 상추, 카라기난	수입자	(-)
홍보문구	Simple- Fit / 오신채 (五辛蔬) / 45칼로리 / 성인 1일 야채 섭취량의 1/2 충족(국민보건의 권장량인 1일 1,800칼로리를 기준으로 함)		

Shop ④ 패밀리마트(Family Mart)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
음료수, 유제품, 과일,
간편식품, 생활용품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾			패밀리마트는 일본의 편의점 브랜드로, 대만에서는 1988년 타이페이에 첫 매장을 오픈함. 대만에서 세븐일레븐 다음으로 인기있는 편의점으로 현재 약 3,600개의 매장을 보유하고 있음	
	조사 제품 수: 1개			
매장 정보				
	위치	도시(지역) 상세주소	타이베이 新北市板橋區長江路一段399號	
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
제품 판매 정보	판매 해초샐러드 경쟁제품 정보			
				
	하이자오예차이사라 (위메이 생기 회사)			

사진자료: 현지조사원 자료

10) 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	하이자오예차이사라 (海藻野菜沙拉)	제조사 (현지어)	위메이 생기 회사 (玉美生技(股)公司)
제품 종류	해초샐러드	중량	135g
소비자가격	65.00대만달러 (2,764원)	10g당 가격	4.81대만달러 (205원)
원산지	대만	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 용기
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	소금절임
원료 및 첨가물	상추, 미역 줄기, 적양배추, 양파, 옥수수 알갱이(단옥수수 알갱이, 물, 설탕, 소금), 오이, 노란꽃양초	수입자	(-)
홍보문구	성인 1일 야채 섭취량의 1/3 충족 / 건강 지향 - 스포츠 영양사 양승화		



III

경쟁기업

1. 대만 해초샐러드 경쟁기업 선정
2. 대만 해초샐러드 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 대만 해초샐러드 경쟁기업 현황 및 현지화 정보



1. 대만 해초샐러드 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해초샐러드 제품을 판매하는 글로벌기업 3개사 선정

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

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 54년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 54년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 칸소 주식회사는 1977년에 설립되어 47년의 업력을 보유하고 있으며, 까르푸는 1987년 설립된 이후 37년째 사업을 이어오고 있음. 다카기 해초 주식회사는 가장 오래된 77년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 해초샐러드 동일 품목 종류 조사

대만에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 해초샐러드 동일 품목 수를 조사한 결과, 다카기해초 주식회사가 총 58개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 까르푸가 4개, 칸소 주식회사가 3개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 해초샐러드 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
칸소 주식회사	일본	47년	3개
까르푸	대만	37년	4개
다카기 해초 주식회사	일본	77년	58개

자료: 대만 진출 해초샐러드 경쟁기업 3개사 분석

2. 대만 해초샐러드 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
	해초샐러드

▶ 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	시티 슈퍼, 까르푸, 세븐일레븐, 패밀리마트
온라인	쇼피, 피씨 홈

3. 대만 해초샐러드 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 대만 오프라인 매장 진출

대만에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 칸소 주식회사와 다카기 해초 주식회사는 시티 슈퍼(City Super) 1곳, 까르푸는 까르푸(Carrefour) 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 또한, 칸소 주식회사와 다카기 해초 주식회사는 온라인 매장인 쇼피(Shopee)에 입점한 것으로 조사됨

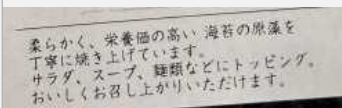
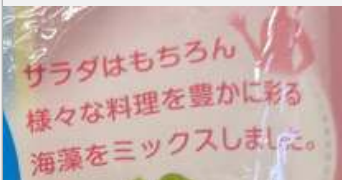
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

대만 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 칸소 주식회사와 다카기 해초 주식회사는 모두 일본 기업으로, 일본 홈페이지를 운영하고 있으며, 까르푸는 글로벌과 대만 홈페이지를 운영하고 있는 것으로 조사됨. 또한, 칸소 주식회사는 일본 계정의 페이스북, 인스타그램, X를 운영하고 있으며, 까르푸는 현지 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

대만 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 활용성을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘샐러드, 수프, 국수 등에 토핑하여 맛있게 드세요’, ‘밥과 술의 친구’, ‘샐러드는 물론 다양한 요리에 사용할 수 있는’ 등의 수식어가 사용되고 있음. 또한, ‘부드럽고, 좋은 식감’, ‘영양가가 높은’, ‘식이섬유가 풍부한’ 등과 같이 제품의 식감과 영양가를 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 대만 해초샐러드 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
칸소 주식회사	- 오프라인 매장 - 시티 슈퍼 - 온라인 매장 - 쇼피	- 자사홈페이지 (일본) - SNS 플랫폼 (일본) - 페이스북 - 인스타그램 - X	- 부드럽고 영양가가 높은 김 - 샐러드, 수프, 국수 등에 토핑하여 맛있게 드세요 - 부드럽고, 좋은 식감 - 밥과 술의 친구	
까르푸	- 오프라인 매장 - 까르푸	- 자사홈페이지 (대만/글로벌) - SNS 플랫폼 (대만) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	(-) ¹¹⁾	
다카기 해초 주식회사	- 오프라인 매장 - 시티 슈퍼 - 온라인 매장 - 쇼피	자사홈페이지 (일본)	- 샐러드는 물론 다양한 요리에 사용할 수 있는 해초 믹스 - 식이섬유가 풍부한 일본 해초 - 간단하고 맛있는	

자료: 대만 진출 해초샐러드 경쟁기업 3개사 분석

11) 까르푸 자체 상품으로 홍보문구 없음

① 칸소 주식회사

기업 기본 정보	기업명	칸소 주식회사		
	기업 설명	칸소 주식회사는 일본의 식품 제조업체로, 주로 해초류를 가공 및 판매하고 있음. 천연성분을 최대한 활용하여 건강한 식품을 만드는 것을 기업의 가치로 삼아 영업하고 있음. 김, 김 분말 제품, 김 과자 등 해초 식품뿐만 아니라 김의 추출물로 개발한 화장품 등을 유통하고 있음		
	위치	兵庫県明石市貴崎3-21-28		
	규모	동일 품목 수 ¹²⁾	3개	
		설립연도	1977년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 시티 슈퍼 <온라인 매장> 쇼피		제품명	우미하나 (海花 (海苔))
			중량	5g
			소비자가격	105.00대만달러 ¹³⁾ (4,465원)
			제품 종류	미역

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

12) 해초샐러드와 김, 미역 제품을 묶어 동일 품목으로 간주함

13) 1대만달러=42.52원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

韓国のご挨拶 会社案内 商品のご案内 店舗のご案内 お問い合わせ ホーム > 会社案内  花のヨク あいさつ 初めて「一番搾り」を知り、そして出会った味の感動を多くの方にお伝えしたくて製造は譲渡しました。そして創業当時からお香りの「美味いね」という言葉が私たちを常に成長させてくださいました。本当に感謝の気持ちでいっぱいです。 私たちの理念は「笑顔」です。お客様、地域社会、環境、そして私たちが、いがいかに笑顔と、そこに笑顔が生まれる。そんな「笑」と「笑顔」が集まる場所でありたいと思います。 今後ともお客様の幸福や暮らしに必要とされるよいものづくりの会社として、従業員一同、力をあわせて「笑顔」の輪を広げていきたいと願っております。 代表者 入江 光子 経営理念	会社 개요, 연혁, CEO 인사말 등 기업 정보 소개
게시물 유형	제품 소개
韓国のご挨拶 会社案内 商品のご案内 店舗のご案内 お問い合わせ ホーム > 会社案内  花のヨク あいさつ 初めて「一番搾り」を知り、そして出会った味の感動を多くの方にお伝えしたくて製造は譲渡しました。そして創業当時からお香りの「美味いね」という言葉が私たちを常に成長させてくださいました。本当に感謝の気持ちでいっぱいです。 私たちの理念は「笑顔」です。お客様、地域社会、環境、そして私たちが、いがいかに笑顔と、そこに笑顔が生まれる。そんな「笑」と「笑顔」が集まる場所でありたいと思います。 今後ともお客様の幸福や暮らしに必要とされるよいものづくりの会社として、従業員一同、力をあわせて「笑顔」の輪を広げていきたいと願っております。 代表者 入江 光子 経営理念	자사 제품 활용 레시피 안내

사진자료: 칸소 주식회사 홈페이지

② 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸	
	기업 설명	까르푸는 프랑스의 도소매 기업으로, 까르푸 대만은 유니 프레지던트 엔터프라이즈(Uni President Enterprise)와 까르푸 그룹이 함께 1987년에 설립함. 현재 대만에 100개 이상의 매장을 운영하고 있으며, 다양한 형태의 매장을 보유하고 있음. 또한 자체 제조공장을 통해 엄선된 재료로 제조한 다양한 식품을 합리적인 가격에 제공하고 있음	
	위치	No.301, Zhongzheng Rd., Yongkang Dist., Tainan City 710401, Taiwan	
	규모	동일품목 수	4개
		설립연도	1987년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸		제품명	하이다이쓰 (海帶絲)
			중량	216g
			소비자가격	32.00대만달러 (1,361원)
			제품 종류	다시마

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(대만/글로벌), 페이스북/인스타그램/X(대만)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(대만/글로벌), 페이스북/인스타그램/X(대만)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내
홍보 채널	자사 홈페이지(대만/글로벌), 페이스북/인스타그램/X(대만)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내						

게시물 유형	 • 회사 개요, 연혁, 기업 가치 등 기업 정보 소개  • 자사 어플리케이션, 지점 서비스, 지점 안내 등 고객 서비스 안내  • 제품 홍보 및 프로모션 안내
---------------	--

사진자료: 까르푸 대만 홈페이지

③ 다카기 해초 주식회사

기업 기본 정보	기업명	다카기 해초 주식회사	
	기업 설명	다카기 해초 주식회사는 일본의 식품 기업으로, 해조류와 해조류를 주재료로 한 식품들을 제조, 판매 및 유통하고 있음. 미역, 다시마 외에도 큰실말, 꼬시래기 등 다양한 해초들을 가공하여 판매함	
	위치	熊本県宇土市笹原町1536-10	
	규모	동일 품목 수	58개
		설립연도	1947년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시티 슈퍼 〈온라인 매장〉 쇼피		제품명	KANEYO 소오고오카이소오사 헤샤게 (KANEYO 綜合海藻沙拉)
			중량	30g
			소비자가격	225.00대만달러 (9,567원)
			제품 종류	해초샐러드

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(일본)

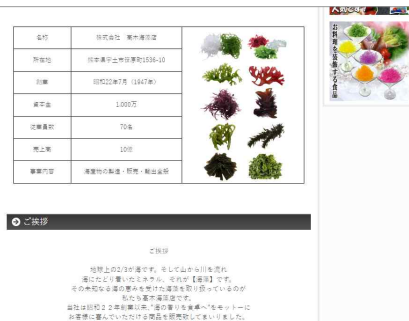
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 제조 공정 안내 등

게시물 유형



• 회사 개요, 연혁, 비전 등 기업 정보 소개



• 제품 안내



• 자사 공장 안내 및 제조 공정 안내



IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 신치국제유한회사(鑫麒國際有限公司)
2. 위안썬무역유한회사(園芯貿易有限公司)
3. 푸귀냉동주식유한회사(福國冷凍股份有限公司)



Interview ① 신치국제유한회사 (鑫麒國際有限公司)

14)

신치국제유한회사 (鑫麒國際有限公司)

- 유형: 수입업체
- 업체 특징:
 - 한국 화장품, 생활용품, 식료품 수입 전문업체
 - 자체 브랜드
포리거(菩里居)를 TV 채널, 이커머스, 오프라인 채널을 통해 판매
 - 동남아시아 및 기타 해외지역으로 확장



신치국제유한회사(鑫麒國際有限公司) Product Manager

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 무게, 포장, 인증 및 개선해야 할 사항들에 대한 의견을 부탁드립니다.

고객사 제품의 포장을 변경하면 좋을 것 같습니다. 내부 비닐포장에, 외부 종이박스 포장을 사용한다면 제품의 단가를 크게 올리지 않으면서도 포장 형태를 개선할 수 있습니다. 마트의 수산물코너에 제품을 진열할 때, 단일한 포장보다는 이러한 포장이 소비자들의 눈길을 더 사로잡을 수 있습니다. 물에 불려먹는 자사의 제품과 바로 섭취하는 고객사 제품간의 직접적인 비교는 어렵지만, 고객사 제품은 50g에 118대만달러(약 5,000원)로 자사에서 판매중인 중량 80g의 한귀리우서하이자오(韓國6色海藻) 행사가 128대만달러(약 5,443원)에 비해 저렴합니다.

Q2. 해초샐러드 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

유통업체 입장에서 해초샐러드 구매시 중요히 보는 요소는 가격과 품질입니다. 두 요소는 매우 중요해서, 조금만 잘못되어도 제품 판매에 큰 영향을 미칠 수 있습니다. 예를 들어 23년 일본산 김과 베트남산 냉동토란에서 기준치를 초과하는 중금속이 발견되자 기존 수입분을 모두 반송, 폐기해야 했으며 수입품 전량을 일괄 검사해야 했습니다.

담당자 정보

Product Manger

고객사 제품 정보

세부품목	해초샐러드
소비자가격	약 118대만달러 (5,000원 ¹⁵⁾)
중량	50g
포장 형태	플라스틱 용기

14) 사진자료: 신치국제유한회사(鑫麒國際有限公司) 공식 홈페이지

15) 1대만달러=42.52원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 현지 해초샐러드 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

전에는 오타루(小樽漁場)사의 화잉자오(花櫻藻)와 같은 일본산 제품이 인기가 많았지만, 대만산 제품의 인기가 높아지는 등 서서히 선호가 변하고 있습니다. 여전히 소비자들은 해초샐러드를 물에 불린 후, 샐러드 드레싱을 뿌려 먹는 것을 선호합니다. 이는 여름이 길고 날씨가 더운 대만 지역에 어울리는, 음식을 가볍게 섭취할 수 있는 방식이기 때문입니다.

Q4. 대만 시장에 해초샐러드를 공급하기 위한 현지 매장의 납품 절차와 유통 과정에 대해 설명해주세요

제품검사보고서가 통과되면 정식으로 수입절차가 시작됩니다. 해외 기업을 통해 직접 수입된 제품들은 검사를 거친 후 알티마트(RT MART) 까르푸(Carrefour)와 같은 고객사의 창고로 이송됩니다. 이후 제품이 매장에 진열되고, 고객사에서 동의하는 경우 샘플 시식과 같은 프로모션이 진행됩니다.

Q5. 고객사 해초샐러드 제품이 현지시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

해초샐러드와 같은 제품은 전문 수입업체 위탁하여 온라인 또는 오프라인 채널로 유통하는 것이 적합해 보입니다. 대만 남부지역인 가오슝에는 수산물 업체들이 많아 해당 제품에 대한 경쟁이 아주 치열한데, 무역업체를 이용하면 시간을 절약할 수 있습니다. 무역업체들이 제품 가격, 품질, 유통 기한 등을 종합적으로 고려해 최적의 유통 경로를 정해주기 때문입니다. 일반적으로 무역업체들은 오프라인 매장과 온라인 채널에 물량을 나누어 납품하는 것을 선호합니다.

Q6. 대만에서 해초샐러드를 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략에는 어떤 것들이 있을까요?

매장에서의 시식 행사나 소규모 전문 식품전에 참가하는 것이 가장 효과있는 프로모션 방식으로 보입니다. 시식 행사를 하며 해초샐러드 제품의 칼로리가 적다는 점과 영양 밀도가 높다는 점을 강조한다면 제품에 대한 인지도가 상승할 것입니다. 대만의 백화점 소고(SOGO)에서 개최하는 '연상춘 사쿠라 핫카이도전' 같은 전문 식품전에 참여한다면 해초샐러드에 관심있을 잠재 고객에게 접근할 수 있습니다.

Q7. 대만에서 인기 있는 해초샐러드 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

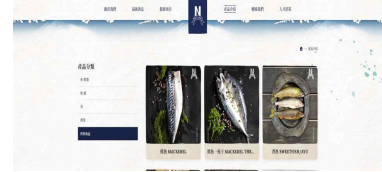
유마미(宥媽咪)사에서 판매 중인 일본식 해초샐러드를 사례로 들 수 있습니다. 유마미사는 고정된 고객층에게 페이스북과 같은 SNS 커뮤니티를 통해 제품을 폐쇄적으로 판매하고 있습니다. 다른 지역 유통업체들도 커뮤니티 소싱 방법을 선호합니다. 대만에서 인기 있는 제품들은 팔로워, 구독자와 같은 고정 고객들에게 제품을 분배하는 방식으로 유통됩니다.

Interview ② 위안쑤무역유한회사 (園芯貿易有限公司)

16)

위안쑤무역회사
(園芯貿易有限公司)

- 유형: 수입업체
- 업체 특징:
 - 35년 전 설립된
해산물 전문 수입업체
 - 타이베이, 타이중,
가오슝 각 지역에 가공
시설 보유
 - 창고 보관, 냉장 물류
시스템 및 풀필먼트
서비스 제공



위안쑤무역유한회사(園芯貿易有限公司) Senior Merchandiser

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 무게, 포장, 인증 및 개선해야 할 사항들에 대한 의견을 부탁드립니다.

고객사 제품은 50g에 118대만달러(약 5,000원)로 저렴하지만, 유사한 일본 해초샐러드 제품과 큰 차이는 나지 않습니다. 일본 신취엔(信全)사의 제품 사이쇼쿠소소호(彩色蔬藻包)는 40g에 159대만달러(약 6,760원)로 판매되고 있습니다. 고객사 제품의 장점을 좀 더 강조한 홍보문구가 있다면 좋을 것 같습니다. 제품의 칼로리가 낮다는 점과, 맛이 좋으면서도 몸에 좋은 건강식품이라는 점은 대만 소비자들의 선호와 부합합니다. 이러한 요점을 더 강조하는 홍보문구를 사용하면 더 많은 소비자들이 제품에 관심을 가질 것입니다.

Q2. 해초샐러드 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

대만 유통업체들은 가격과 제품 포장 상태를 중요히 여깁니다. 경쟁제품들이 너무 많아져서 소비자들의 선택을 받기가 어려워졌기 때문입니다. 가격 경쟁력이 대단히 뛰어나거나, 돋보이는 포장 형태로 소비자들의 눈길을 끌지 못한다면 업체는 제품의 공급을 꺼릴 것입니다. 특히, 대만 소비자들은 한국의 C플랫폼에서 제품을 직접 구매할 수 있어 제품간의 비교가 매우 용이하다는 점도 고려해야 합니다.

담당자 정보	
Senior Merchandiser	
고객사 제품 정보	
세부품목	해초샐러드
소비자가격	약 118대만달러 (5,000원 ¹⁷⁾)
중량	50g
포장 형태	플라스틱 용기

Q3. 현지 해초샐러드 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

많은 대만 직장인들이 효율을 위해 식사를 간편하면서도 빠르게 해결하기를 원하고, 주부들은 식사 준비에 최소한의 시간을 들이고 싶어 합니다. 고객사의 해초샐러드 제품은 바로 섭취가 가능하다는 점에서 간편하다는 장점이 있습니다. 대만 사회에서 건강에 대한 의식이 높아진 것을 고려하면, 건강 음식인 해초샐러드가 단가만 너무 높지 않다면 대만 소비자들은 제품을 쉽게 받아들일 것입니다.

Q4. 대만 시장에 해초샐러드를 공급하기 위한 현지 매장의 납품 절차와 유통 과정에 대해 설명해주세요

먼저 고객사에서 샘플을 수령합니다. 성분 및 품질을 확인하고 가격에 대한 협의가 끝난다면, 제품부서에서 까르푸와 같은 고객에게 브리핑을 통해 정보를 제공합니다. 이후 실무 부서에서 수입 및 식품검사와 관련된 작업을 수행하면 정상적으로 물건이 입고됩니다. 입고된 제품들은 당사 창고에 들어온 후 제품 검사를 마친 후 전국으로 출고됩니다. 아무래도 제품 품질 관련 증빙서류가 잘 갖추어져 있다면 이러한 과정이 원활히 진행될 수 있습니다.

Q5. 고객사 해초샐러드 제품이 현지시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

중간상을 통한 현지진출을 추천합니다. 중간상에게 해당 과정을 일임한다면 검사나 통관과 관련된 작업에 들일 시간을 절약할 수 있다는 점과, 중간상들이 해당 제품에 적합한 유통방식에 대해 잘 알고 있으므로 이후 제품 납입 과정에 도움을 받을 수 있다는 장점이 있습니다. 카라(Chara)사 해초샐러드 제품은 중간상을 통해 대만에 진출했고 레스토랑, 마트, 직영점 납품에 성공했습니다.

Q6. 대만에서 해초샐러드를 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략에는 어떤 것들이 있을까요?

시식코너나 할인등의 현장 프로모션이 일반적으로 효과적인 홍보 전략입니다. 추가로 대만의 유명 인플루언서들과 협업하여 언박싱 영상과 같은 홍보영상을 만든다면 효과적으로 제품의 노출도를 높일 수 있습니다. 주어져어 키친(佐佐料理廚房)은 제품의 조리 과정을 담은 홍보 영상을 유튜브에 게시하여 많은 소비자들의 호응을 이끌어냈습니다.

Q7. 대만에서 인기 있는 해초샐러드 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

하이즈썬(海之幸)의 제품들을 사례로 들 수 있습니다. 하이즈썬은 중간상을 통해 인터넷 쇼핑, 오프라인 매장에 판매하는 방식을 사용하면서도 공동 구매 채널에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 공동 구매 플랫폼을 통한 구매시, 특별 할인가 제공이나 추가 증정품 제공과 같은 프로모션을 통해 제품을 마케팅하고 있습니다.

Interview ③ 푸귀냉동주식유한회사 (福國冷凍股份有限公司)

18)

푸귀냉동주식유한회사
(福國冷凍股份有限公司)

- 유형: 수입업체, 제조업체
- 업체 특징:
 - 1969년 설립된 이란현의 수산물 전문 수입/제조 업체
 - 200여 품목의 수산물을 시장, 하이퍼/슈퍼마켓, 정부기관 등 다양한 매장에 공급
 - 한국식품, 미용용품, 유아용품, 식기구 등 다양한 제품 취급

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

세부품목 해초샐러드

소비자가격 약 118대만달러
(5,000원¹⁹⁾)

중량 50g

포장 형태 플라스틱 용기



푸귀냉동주식유한회사(福國冷凍股份有限公司) Sales Manager

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 무게, 포장, 인증 및 개선해야 할 사항들에 대한 의견을 부탁드립니다.

가격적인 측면에서 고객사의 제품은 경쟁력 있습니다. H사의 해초샐러드가 40g에 189대만달러(약 8,036원)로 판매중인데 고객사의 제품은 더 많은 용량에 낮은 가격으로 판매중입니다. 플라스틱 용기 외부 포장, 비닐을 통한 내부 포장도 외관상, 부피상 괜찮아 보입니다. 다만 포장 용기의 그림과 글자 크기가 좀 아쉬운데, 대만 소비자들의 시선을 사로잡기 위해서는 글자와 그림의 크기가 더 커져야 할 필요가 있습니다.

Q2. 해초샐러드 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

유통업체 입장에서는 해당 제품을 수입했을 때 이익을 볼 수 있느냐가 가장 중요한 사항입니다. 창고까지 물건을 들여오는 데 필요한 원가와 제품의 최종 판매 가격을 비교해 이익이 남지 않는다면 유통업체가 물건을 수입할 이유가 없기 때문입니다. 예를 들어 제품의 판매가격이 99대만달러(약 4,209원)인데 대만까지의 수입 과정에 60대만달러(약 2,551원)가 든다면 해당 제품의 수입은 어렵습니다. 특히 수산물의 수입 관세가 7~10%로 높고, 달러가 강세를 보이는 요즘 추세를 고려했을 때, 제조업체와 얼마나 협력할 수 있는지도 주요 고려 사항입니다.

Q3. 현지 해초샐러드 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

현재 대만 소비자들의 소비 트렌드는 낮은 칼로리와 간편한 영양 섭취에 맞추어져 있습니다. 체중 감량을 원하는 소비자들에게 이는 강력한 구매 동인이 될 것입니다. 따라서 해초샐러드 제품의 칼로리가 낮으면서도 간편하게 섭취 가능하다는 점을 강조한다면 소비자들의 호응을 얻을 수 있습니다. 그러나 대만에서 제품의 효능과 관련된 정보를 직접 홍보하는 것은 대단히 어려운 일입니다. 인플루언서들의 블로그와 같은 우회적인 방법을 사용한다면 시장의 트렌드와 소비자들의 욕구를 잘 충족할 수 있습니다.

Q4. 대만 시장에 해초샐러드를 공급하기 위한 현지 매장의 납품 절차와 유통 과정에 대해 설명해주세요

제조업체가 먼저 가격 등 제품에 대한 정보를 제공하면 당사에서 제품의 가격, 원산지 등 중요한 정보를 확인합니다. 제품에 대한 협의가 잘 이루어지면 이후 주문이 이루어지고 통관 후 물건이 당사의 창고에 입고됩니다. 당사에서 제품에 대한 이상을 점검 후, 고객들에게 배송되며 유통 과정이 이루어집니다. 당사는 통관 절차 등 제품의 검사를 제3자에 위탁해서 진행하고 있습니다.

Q5. 고객사 해초샐러드 제품이 현지시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품과 같은 소포장 된 상품들은 많은 수량을 판매할 수 있는 채널에 유통하는 것이 적합해 보입니다. 구체적으로 알티 마트, 세븐일레븐(7-ELEVEN), 패밀리마트(Familymart)와 같이 점포 수가 많은 채널에 입점하는 것을 추천합니다. 소매점이 아닌 점포 수가 많은 프랜차이즈 식당, 대형 해산물 식당, SNS를 통한 공동구매 네트워크에 납품하는 것도 좋은 선택입니다.

Q6. 대만에서 해초샐러드를 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략에는 어떤 것들이 있을까요?

고객사 제품에는 오프라인 채널에서는 시식 행사, 5+2와 같은 판촉판매 등의 프로모션이 효과적입니다. 온라인 채널에서는 유명 인플루언서와 협업을 통한 라이브방송으로 공동구매를 시도하는 것도 좋습니다. KOL(Key Opinion Leader)들의 인스타그램이나 페이스북과 같은 SNS에 제품에 대한 게시물이 꾸준히 올라온다면 소비자들의 관심도가 매우 높아질 것입니다.

Q7. 대만에서 인기 있는 해초샐러드 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

대만 현지 인기 제품들은 주로 라이브방송 공동구매를 통해 판매됩니다. 직장인들이 많이 방문하는 편의점 점포에서 인기를 얻은 제품이 커뮤니티의 게시물 등 입소문을 타 모두에게 널리 알려지는 경우도 있습니다. 인기제품 중 일부는 미아 시봉(Mia C'bon)과 같은 고급 수입 제품이 많은 매장에 입점함으로써 제품의 품질을 간접적으로 홍보합니다.



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)

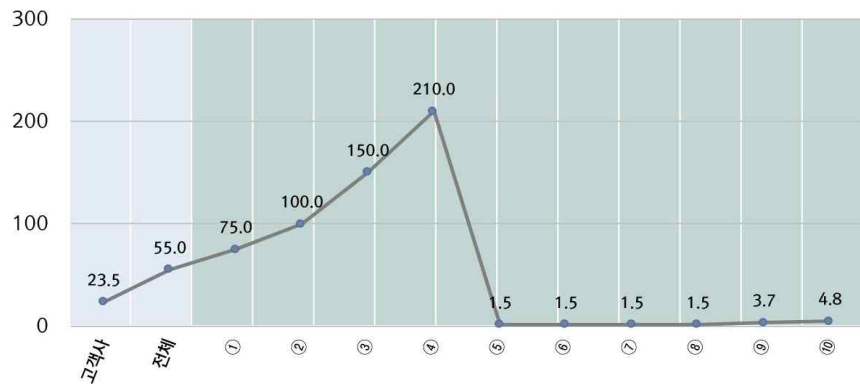
- ① KANEYO 소오고오
카이소오사 헤사게
(다카기 해초 주식회사)
- ② 타카기 카이소오텐
카이소오사 헤사게
(다카기 해초 주식회사)
- ③ 훗카이도 하코다테콘부
(카마타 주식회사)
- ④ 우미하나
(칸소 주식회사)
- ⑤ 하이다이쓰
(까르푸)
- ⑥ 하이다이컨
(까르푸)
- ⑦ 하이다이지에
(까르푸)
- ⑧ 하이다이쥬안
(까르푸)
- ⑨ 이리예차이-쓰스하이자오
(원린현 신후 협동 농장)
- ⑩ 하이자오예차이사라
(위메이 생기 회사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 23.5대만달러(약 1,000원²⁰⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 55.0대만달러(약 2,339원)보다 다소 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 해초샐러드 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 43% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있음을 확인함

[표 5.1] 대만 해초샐러드 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/대만달러)



20) 1대만달러=42.52원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

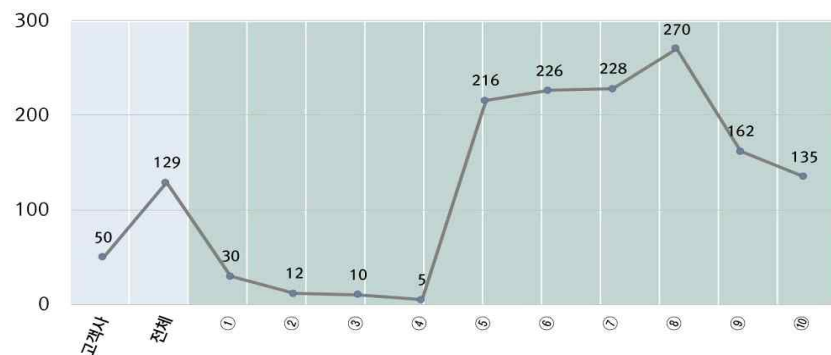
- ① KANEYO 소오고오 카이소오사 헤사게 (다카기 해초 주식회사)
- ② 타카기 카이소오텐 카이소오사 헤사게 (다카기 해초 주식회사)
- ③ 홋카이도 하코다테콘부 (카마타 주식회사)
- ④ 우미하나 (칸소 주식회사)
- ⑤ 하이다이쓰 (까르푸)
- ⑥ 하이다이컨 (까르푸)
- ⑦ 하이다이지에 (까르푸)
- ⑧ 하이다이쥬안 (까르푸)
- ⑨ 이리이예차이-쓰스하이자오 (원린현 신후 협동 농장)
- ⑩ 하이자오예차이사라 (위메이 생기 회사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

고객사 제품의 중량은 1회 기준 50g으로 해초샐러드 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 129g보다 다소 낮은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 해초샐러드 경쟁제품 10개의 평균 중량의 약 39% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 편차가 매우 큼을 확인할 수 있음. 고객사는 제품의 중량을 늘려 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 대만 해초샐러드 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

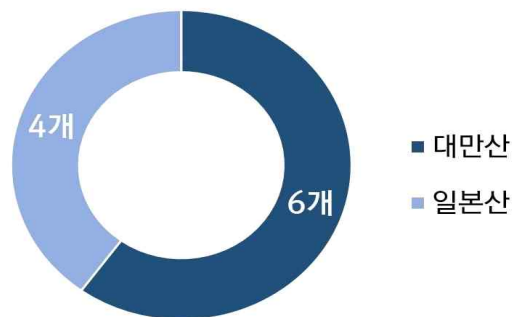


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품의 원산지, 대만

대만에서 판매되고 있는 해초샐러드 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개 제품이 대만산 제품임을 확인함. 나머지 4개의 제품은 일본산으로 나타남. 현지에서 한국산 해초샐러드가 판매되고 있지 않다는 사실을 통해 한국산 해초샐러드에 대한 대만 현지 소비자들의 수요가 크지 않음을 알 수 있음

[표 5.3] 대만 해초샐러드 제품 원산지 경쟁력 분석

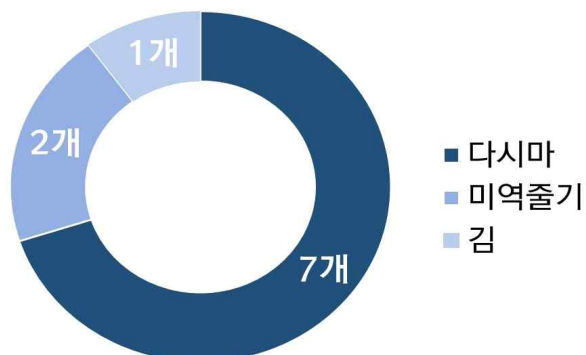


4) 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품의 주원료, 다시마

대만에서 판매되고 있는 해초샐러드 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 7개의 제품이 다시마를 주원료로 하여 생산되고 있다는 것을 확인함. 그 외에도, 미역줄기를 주원료로 사용한 제품 2개, 김을 주원료로 사용한 제품 1개를 발견함. 이를 통해 현지에서는 다시마를 주원료로 사용한 해초샐러드 제품에 대한 수요가 높은 것으로 예상됨

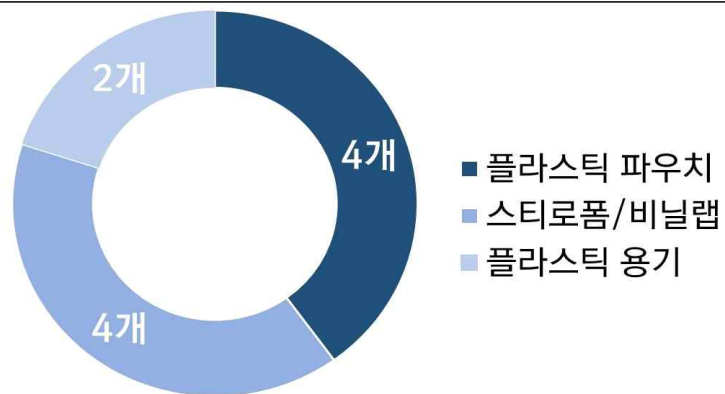
[표 5.4] 대만 해초샐러드 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



5) 포장 형태

- ▶ **현지 경쟁제품 10개 중 4개 제품 플라스틱 파우치로 제품 포장**
대만에서 판매 중인 해초샐러드 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 4개의 제품은 플라스틱 파우치로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 그 외 스티로폼과 비닐랩을 사용한 경쟁제품 4개와 고객사 제품과 마찬가지로 플라스틱 용기를 활용해 포장한 2개의 경쟁제품을 발견함

[표 5.5] 대만 해초샐러드 제품 포장 형태 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 제품을 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 조사하였으나 2개의 제품만 온라인에서 판매되는 것으로 확인되었음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 쇼피, 모모샵, 장동닷컴, 피씨 홈

(*) 오프라인 매장 : 까르푸, 코스트코, 시티 슈퍼, 세븐일레븐, 패밀리마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	공통 특징 ① 원산지 공통 특징 ② 해초샐러드		공통 특징 ① 홍보문구 공통 특징 ② 포장 형태	
현지 벤치마킹 인기 제품 (다카기 해초 주식회사 - 타카기 카이소오사해사게) ‘품질을 보증하는 원산지’	◀ 벤치마킹 원산지 표기 강조	고객사 제품 ‘영양분이 풍부한 신선한 완도산 해초’	벤치마킹 제품 특징 홍보문구	현지 벤치마킹 인기 제품 (원리현 신후 협동 농장 - 이트리에차이-쓰쓰하이자오) ‘건강을 강조한 홍보문구’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 원산지 표기 강조

▶ 벤치마킹 제품, 품질을 보증하는 원산지 강조

현지에서 판매 중인 해초샐러드 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 대만산 제품이 6개로 가장 많이 조사되었음. 이어 경쟁제품 4개는 현지산 원료가 아닌 일본산 원료를 사용하여 제조된 것을 확인함. 일본의 해초는 청정해역에서 자란 것으로 알려져 있어 제품의 품질에 대한 신뢰도를 높임. 따라서 고객사도 판매하고자 하는 제품이 청정 지역에서 수확한 한국산 원료를 사용한 해초 제품임을 강조한다면 소비자들에게 신뢰를 주고, 구매를 유도할 수 있을 것으로 보임

3) 벤치마킹 제품 분석
- 제품 특징 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 건강을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 해초샐러드 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 절반의 경쟁 제품이 건강과 제품의 영양학적 우수성을 강조하는 홍보문구를 가진 것으로 조사되었음. 벤치마킹 제품은 저칼로리와 성인 1일 아채 섭취량의 절반을 충족한다는 정보를 전달하며 제품의 가치를 소비자들에게 전달함. 인터뷰 수취 결과 대만 소비자들 사이에서 건강한 식단에 대한 관심이 증가하고 있는 것을 확인됨. 따라서 건강과, 영양적 우수성을 강조하는 홍보문구를 사용한다면 소비자들에게 제품의 뛰어난 점을 전달하는 데 큰 도움이 될 것임

[표 5.6] 대만 해초샐러드, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 몸에 좋은 건강식품이라는 점은 대만 소비자들의 선호와 부합합니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 해초샐러드 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	다카키 해초 주식회사(株式会社高木海藻店)	
	기업 설명	다카키 해초 주식회사는 1947년 구마모토 현에서 설립된 해초를 중심으로 한 해산물의 제조·판매·수출 전반을 수행하는 회사임. 과식 시대라고 불리는 현대에 미네랄이 풍부한 해초를 공급하기 위해 새로운 상품을 개발해 왔음. 해초샐러드를 포함하여 초무침, 해초 국수, 염장 해초 등 해초를 활용한 다양한 식품을 생산 및 유통하고 있음	
주요 마케팅 전략	제품의 건강한 이미지 강조		
		‘식이섬유가 풍부’, ‘저칼로리’ 등 제품의 영양학적 우수성을 전달하는 문구 기입, 국산(일본산) 원료를 사용해 소비자들이 가진 일본산 제품의 좋은 이미지 활용	
	제품 및 판매채널 다양화		
		해초 면, 해초 구슬 등 해초를 이용한 새로운 제품 개발	고객 규모, 거래 유형에 따른 판매채널 다양화
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 영양학적 우수성과 품질을 강조	

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Cost, Cheap, Price 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portion, Serving, Size, Packs 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Salads, Seaweed, Agaric 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Delicious, Taste, Flavor 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Healthy, Safety, Recommend 등

▶ 징동닷컴에서 판매되고 있는 해초샐러드 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

			
판매 사이트	징동닷컴 (JD.com)	리뷰 수	290건
제품명	원산반하이자오사라티아오웨이취엔다이차이 (云山半海藻沙拉调味裙带菜)		
제품 종류	해초샐러드	소비자가격	9.2위안 (약 1,740원 ²¹⁾)
중량	200g	포장	플라스틱 파우치
특징	즉시 섭취 가능, 신선하고 편리함, 영양가 풍부		

21) 1위안=189.18원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

● 분석 제품 정보

사이트	징동닷컴
분석 건수	290건
제품명	원산반하이자오샤라 티아오웨이취엔다이 차이
제품 종류	해초샐러드
소비자가격	9.2위안 (약 1,740원)
중량	200g
포장	플라스틱 파우치
특징	즉시 섭취 가능, 신선하고 편리함, 영양가 풍부

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’ 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 대만 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 해초샐러드 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 514점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 81점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. 그다음으로는 ‘품질’에 대한 긍정 점수가 428점으로 높은 편이며, 부정 점수가 38점으로 격차를 보이고 있음. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 해초샐러드 제품의 ‘맛’에 대해 가장 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	312	39
맛	514	81
제품 선호도	283	62
중량	173	17
품질	428	38
종합	1,710	237

▶ 부정 리뷰 분석 결과, '인공적인 맛'에 대한 선호도 낮아

감성분석 결과, 부정 점수가 가장 높았던 '맛'에 대한 심층 분석을 실시함. 분석 결과, 소비자들은 일반적으로 해초샐러드 제품의 맛을 긍정적으로 인지하고 있으나 제품의 '인공적인 맛'에 관한 부정적인 리뷰가 많이 확인되었음. 분석 제품의 신맛과 단맛이 너무 강하고, 첨가물의 향이 강해 식당과 다르다는 의견이 많았으며, 이로 인해 소비자의 선호가 떨어진 경우가 다수 확인되었음. 또한 제품의 비린내 같은 '강한 향'과 딱딱한 '식감' 문제 역시 소비자들의 구매를 저해하는 요인으로 확인됨

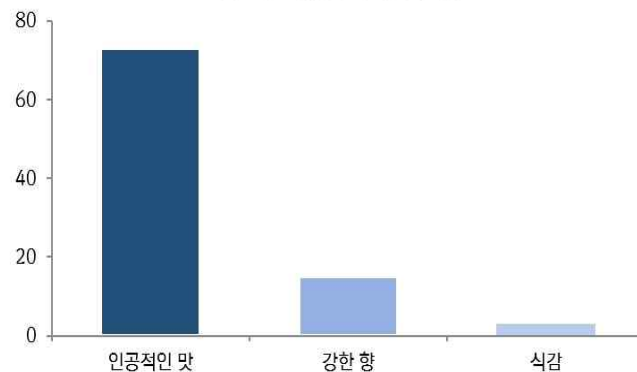
● 분석 제품 정보

사이트	징동닷컴
분석 건수	290건
제품명	원산반하이자오샤라 티아오웨이취엔다이 차이
제품 종류	해초샐러드
소비자가격	9.2위안 (약 1,740원)
중량	200g
포장	플라스틱 파우치
특징	즉시 섭취 가능, 신선하고 편리함, 영양가 풍부

[표 5.11] 온라인 인기제품 부정 리뷰 분석

(단위: %)

〈부정 리뷰 분석 결과〉



[부정 리뷰 상세 내용]

항목	상세 리뷰
인공적인 맛	새콤달콤 맛이 너무 강하고 첨가된 향이 많다. 제품의 맛이 너무 인공적이다. 레스토랑이나 마켓 제품과는 다르다.
강한 향	비린내, 불쾌하고 이상한 냄새가 난다. 식초와 섞인 냄새가 압도적이다.
식감	모래 알갱이를 씹는 듯하다. 딱딱한 해초가 많아져 예전처럼 부드러워지 않다.

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타 (www.statista.com)
2. 쇼피 (www.shopee.tw)
3. 피씨 홈 (www.24h.pchome.com.tw)
4. 타이베이 사회복지과 (english.dosw.gov.taipei)
5. 중국유학사 대만유학부 (www.whychina.co.kr)
6. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
7. 시티 슈퍼 홈페이지 (www.citysuper.com.tw)
8. 까르푸 대만 홈페이지 (online.carrefour.com.tw/en/homepage)
9. 세븐일레븐 대만 홈페이지 (www.7-11.com.tw)
10. 패밀리마트 대만 홈페이지 (www.family.com.tw)
11. 칸소 주식회사 홈페이지 (www.kagisho.co.jp)
12. 다카기 해초 주식회사 홈페이지 (www.k-takaki.jp)
13. 신치국제유한회사 홈페이지 (xinchi.cyberbiz.co)
14. 위안썬무역유한회사 (www.yuansyin.com)
15. 푸귀냉동주식유한회사 (www.fuguo.com.tw)
16. 징동닷컴 (global.jd.com)

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산물무역협회

발행일자 2024.07.26

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



해양수산부



한국수산물무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

