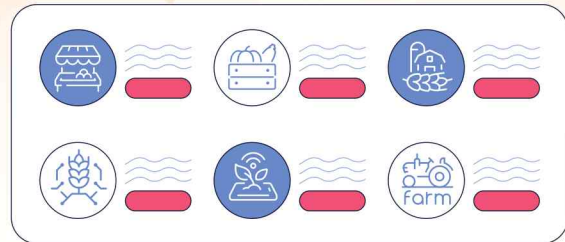


2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-19
품목 | 홍삼농축액(Red Ginseng Extract)
HS CODE | 2202.99-1000
국가 | 홍콩(Hong Kong)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 홍콩 홍삼농축액 경쟁기업 선정 | 23 |
| 2. 홍콩 홍삼농축액 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 24 |
| 3. 홍콩 홍삼농축액 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 26 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|---------------------------------------|----|
| 1. H사 | 32 |
| 2. 조인케어 파마수티컬(Joincare Phamaceutical) | 34 |
| 3. 웰컴(Wellcome) | 37 |



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	41
2. 기업 마케팅 벤치마킹	45
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	46

※ 참고문헌	49
--------	----





HS CODE : 2202.99-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

홍콩 홍삼농축액 경쟁력분석

온라인 인기 제품

징동닷컴

J사 한국수입
고려인삼정 선물박스

글로벌 지마켓

6년근 홍삼 농축액
스틱홍삼액, 홍삼진액에이치케이
티베를S사 6년근
고려홍삼농축액J사 인삼홍삼석류
드링크L사 선물세트
골드 홍삼순액고려홍삼진액
프리미엄 선물박스

오프라인 주요 경쟁제품

고려 홍삼정
(H사)가격 820홍콩달러
(145,165원)

용량 300ml

'현지 소비자가 선호하는
포장 형태와 홍보 문구'한국 고려 인삼농축액
(HK JEBN)가격 66홍콩달러
(11,684원)

중량 100g

'현지 소비자가 선호하는
중량과 가격 경쟁력'

경쟁기업 3개사 분석

K사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

C사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

J사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온라인 입점

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

1회 제공량 가격

단위 : 홍콩달러

9.72 10.33

고객사 제품 경쟁제품 평균

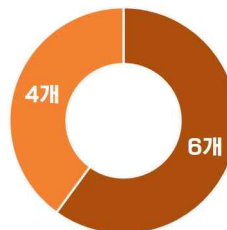
중량

단위 : g

300 212.5

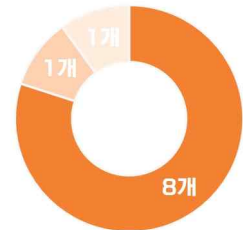
고객사 제품 g 중량표시 경쟁제품 평균

포장 형태



■ 종이 박스/PE(폴리에틸렌)
■ 종이 박스/병

원산지



■ 한국 ■ 캐나다 ■ 영국

요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품의 1회 제공량당 평균 가격은 10.33홍콩달러(1,829원)로 고객사 제품보다 소폭 높은 편
- 2) 고객사 제품 중량(300g)은 동일하게 g으로 중량 표시한 경쟁제품의 평균 중량(212.5g)보다 소폭 높은 편

Point 02.

- 1) 경쟁기업 3개사 중 3개사 모두 제품 포장 디자인 및 홍보 문구를 홍콩 현지화함
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 제품에 대해 '품질' 및 '제품 선호도'에 대한 관심도 높은 편

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 선정
2. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 조사지표 선정
3. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 현지조사 결과

1. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	흑백면역D
제품 종류	홍삼 건강식품
소비자가격	194.44홍콩달러 (34,422원 ¹⁾)
1회 섭취량당 가격	9.72홍콩달러 (1,721원)
중량	300g(15g/20포)
섭취 횟수	1일 1~2포 섭취
포장 형태	종이 박스, PE(폴리에틸렌) 스틱포장
특징	- 구증구포한 흑삼을 사용, Rg3 사포닌 함량이 일반 홍삼보다 9배 높음 - HACCP, FSC22000 인증 취득

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명: 흑백면역D
- 제품 종류: 홍삼 건강식품
- 소비자가격: 194.44홍콩달러 (34,422원)
- 중량: 300g (15g X 20포)
- 포장 형태: 종이 박스, PE(폴리에틸렌) 스틱포
- 특징: 구증구포한 흑삼을 사용,
Rg3 사포닌 함량이 일반 홍삼보다 9배 높음
HACCP, FSC22000 인증 취득

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(HKTVMall)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인

- 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품 Top3 제품 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: 아시아/한인마트,
고급 식료품점, 드럭스토어

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 기업 마케팅 벤치마킹
- 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 1 홍콩달러=177.03원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 홍삼농축액 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 홍삼농축액 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

홍콩 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

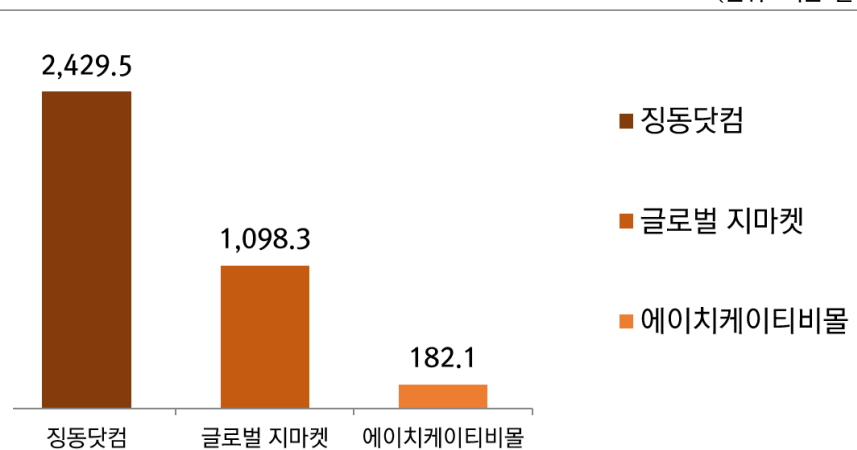
사이트명	취급 종류
京东 징둥닷컴	디지털제품, 가전제품, 가정용품, 가구, 의류, 잡화, 생활용품 등
Gmarket 글로벌 지마켓	패션, 의류, 미용용품, 건강식품, 음료, 주방용품, 식품, 생활용품 등
HKTV mall 에이치케이 티비몰	식품, 가구, 건강식품, 도서, 미용용품, 가전제품 등

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 징둥닷컴, 글로벌 지마켓, 에이치케이티비몰 모두 J사의 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 홍콩 온라인 쇼핑몰 순이익

(단위: 백만 달러)



자료: 스탯ISTA(Statista)

[표 2.2] 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

징둥닷컴 입점 상위 3개 제품 리스트(리뷰수 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	홍삼 건강식품	J사	J사 한국수입 고려인삼정 선물박스 (韩国进口 高丽参人參提取液礼盒)	한국	769위안 (145,610원 ³⁾)	50ml*30ea	
2	홍삼 건강식품	J사	J사 인삼홍삼석류 음료 (人參 红参石榴饮礼盒)	홍콩	218위안 (41,278원)	10g*30ea	
3	홍삼 건강식품	J사	J사 에브리타임 (EVERYTIME)	한국	498위안 (94,296원)	10g*30ea	

2) 조사일(2024.07.15) 기준

3) 1위안=189.35원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

글로벌 지마켓 입점 상위 3개 제품 리스트(고객 리뷰 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	홍삼 건강식품	S사	6년근 홍삼 농축액 스틱홍삼액 홍삼진액 (6年根 紅參 濃縮液 條裝紅參液 紅參精)	한국	213.87홍콩달러 (37,861원)	10g*100ea	
2	홍삼 건강식품	A사	6년근 고려홍삼정365 경구액 스틱홍삼액 압출홍삼액 (6年根 高麗紅參精 365 口服液 條裝紅參液 擠出式紅參液)	한국	211.61홍콩달러 (37,461원)	10g*30ea	
3	홍삼 건강식품	J사	J사 선물세트 골드 홍삼순액 (禮品套裝 GOLD 紅參純液)	한국	347.17홍콩달러 (61,460원)	70ml*60ea	
에이치케이티비몰 입점 상위 3개 제품 리스트(판매량 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	홍삼 건강식품	B사	B사 6년근 고려홍삼농축액 (6年根高麗紅參濃縮液)	한국	168.00홍콩달러 (29,741원)	10ml*30ea	
2	홍삼 건강식품	J사	J사 홍삼석류 경구액 선물박스 (紅參紅石榴口服液 禮盒裝)	한국	165.00홍콩달러 (29,210원)	10ml*30ea	
3	홍삼 건강식품	C사	고려홍삼진액 프리미엄 선물박스 (高麗紅參精 Premium 禮盒裝)	한국	660.00홍콩달러 (116,840원)	10ml*30ea	

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

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

4) 조사일(2024.07.15) 기준

5) 조사일(2024.07.15) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 홍콩 정보⁶⁾

인구	735만 명
인구 밀도	6,598명/km ²
면적	11,148km 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. 1997년 7월 1일부터 독립적인 행정권 및 입법권, 사법권, 판결권을 행사하는 중화인민공화국의 특별행정구로 지정되었음. 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 항구임

▶ 현지조사 매장 선정, 아시아/한인마트, 드럭스토어, 고급 식료품점 고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 아시아/한인마트, 드럭스토어, 고급 식료품점을 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 홍콩 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	테이스트(Taste), 웰컴(Wellcome), 마켓 플레이스 바이 제이슨스(Market Place by Jasons)
아시아/한인마트	H사, 신세계 마트(New World Mart)
드럭스토어	봉주르(Bonjour), 왓슨스(Watsons), 매닝스(Mannings)
유기농 매장/고급 식료품점	저스트 그린(Just Green), 리틀 오가닉(Little Organic), 에이치케이 제이이비엔(HK JEON)
온라인	징둥닷컴(JD.com), 에이치케이티비몰(HKTV mall), 글로벌마켓(Gmarket)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 홍콩 정부 홈페이지

2. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 고객사 요청에 따라 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
- 홍삼 건강식품: 홍삼농축액 등 홍삼을 원료로 하는 건강기능식품
- (유사 대체품목) 면역 건강식품: 면역 기능을 제공하는 건강기능식품⁷⁾

▶ 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		홍삼 건강식품 또는 면역 건강식품
제형		제품의 형태
용량	용량(g/ml/개)	제품의 총 용량
섭취 제공횟수		제품의 섭취 제공횟수
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 섭취량당 가격	제품의 1회 섭취량당 가격
포장 형태 (외부/내부)	종이박스/PE/병	외부 종이박스 포장 내 PE(폴리에틸렌)소재 포장 또는 병 포장
원산지		제품의 원산지
유통기한		제품의 유통기한
인증		제품의 인증 내역
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보

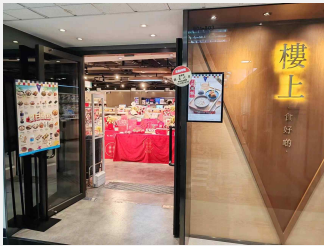
7) 현지 매장 상황에 따라 면역 건강식품을 유사 대체품목으로 지정하여 조사를 진행함

3. 홍콩 홍삼농축액 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 홍콩에 위치한 아시안/한인마트, 고급 식료품점, 드럭스토어

홍콩에 위치한 한인마트인 H사, 고급 식료품점인 에이치케이 제이이비엔, 드럭스토어인 왓슨스에 방문함. H사는 홍콩 전역에 38개의 지점을 보유한 한인마트 체인이며, 에이치케이 제이이비엔은 홍콩 최초 고급 식료품점임. 왓슨스는 건강식품 및 개인 관리 용품을 유통하는 전 세계적인 드럭스토어 체인임

[표 2.6] 홍콩 방문 매장 및 특징

방문 매장명	H사	에이치케이 제이이비엔 (HK JEBN)	왓슨스 (Watsons)
방문 매장 전경			
구분	아시아/한인마트	고급 식료품점	드럭스토어
조사 제품 수	7개	1개	2개
조사 매장 특징	· 홍콩 한인 마켓 체인 · 홍콩 전역 38개 지점 보유	· 홍콩 최초 고급 식료품점 · 전문 구매팀이 원산지를 방문하고 제품을 수입하여 철저하게 품질을 관리함	· AS 왓슨 그룹의 드럭스토어 체인 · 홍콩 및 마카오에 약 180개 매장 운영

▶ 경쟁제품, 10개 제품 모두 1개의 매장에서만 판매 중

H사, 에이치케이 제이이비엔, 왓슨스 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 홍삼농축액 경쟁제품 10개 중 여러 개의 매장에서 중복 판매 중인 제품은 없는 것으로 확인됨. 또한, 10개 중 1개 제품만 온라인 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	홍삼 건강식품	면역 건강식품
① K사 홍삼액 도라지 (K사)	○ (H사)	(-)	○	
② K사 홍삼인 침향정 (K사)	○ (H사)	(-)	○	
③ 고려 홍삼정 (H사)	○ (H사)	(-)	○	
④ 고려 인삼농축액 (F사)	○ (H사)	(-)	○	
⑤ 고려 홍삼인 (K사)	○ (H사)	(-)	○	
⑥ H사 홍삼배음료 (I사)	○ (H사)	(-)	○	
⑦ H사 홍삼음료 (I사)	○ (H사)	(-)	○	
⑧ 한국 고려 인삼농축액 (HK JEBN)	○ (에이치케이 제이이비엔)	○ (징동닷컴)	○	
⑨ 캐나다 단풍나무 보물 항산화 면역 비타민 C (산테 네이처렐 A.G.)	○ (왓슨스)	(-)		○
⑩ 홀랜드&바렛 스페셜 케어 시리즈 트리플 이펙트 면역 포물러 (홀랜드&바렛 인터내셔널)	○ (왓슨스)	(-)		○

(*) 현지 판매 홍삼농축액 경쟁제품 10개 분석

Shop ① H사

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국의 가공식품, 건강식품 및 신선 식품 등의 식료품을 비롯하여 다양한 생활용품을 취급함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보	(-)		H사는 홍콩의 한인마트로, 홍콩 내에서 38개 지점을 보유하고 있음. 자체 브랜드 상품을 개발하고 유통하기도 하며, 오프라인 매장 외에도 자체 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있으며, SNS를 활용하여 한국 상품의 프로모션을 안내하고 있음	
	조사 제품 수: 7개			
매장 정보				
	위치	도시(지역) 상세주소	홍콩 Shop no. 23-24, 2/F, The Pacific Mall, Lai Chi Kok, Kowloon	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		홍삼 건강식품 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성		상·하단: 홍삼 건강식품	
	브랜드 국적 구성		한국	
	주요 브랜드		K사, H사, F사, I사	
제품 판매 정보				
	K사 홍삼액 도라지 (K사)	K사 홍삼인 침향정 (K사)	고려 홍삼정 (H사)	고려 인삼농축액 (F사)
				
	고려 홍삼인 (K사)	I사 홍삼배음료 (I사)	I사 홍삼음료 (I사)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① H사

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	K사 홍삼액 도라지 (高麗參桔梗口服液)	K사 홍삼인 침향정 (高麗參沈香口服液)
제조사 (현지어)	K사	K사
제품 종류	홍삼 건강식품	홍삼 건강식품
제형	액상	액상
중량	300g	300g
제공횟수	30회	30회
소비자가격	245.00홍콩달러 (43,372원)	288.00홍콩달러 (50,985원)
1회 섭취량당 가격	8.17홍콩달러 (1,446원)	9.60홍콩달러 (1,699원)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)
원산지	한국	한국
유통기한	2년	2년
인증	-	-
수입자	H사(유통업체)	H사(유통업체)
원료 및 첨가물	도라지추출물(고형분2%이상, 국내산)40%, 도라지농축액(고형분말 60%이상, 국내산)15%, 홍삼추출액(고형분2%이상, 국내산)20%, 배농축액(68Brix이상, 국내산)10%, 생강농축액(국산)5%, 사탕꿀(국내산)4.8%, 프락토올리고당5%, 카라키난 BF-100	침향추출물(고형분 9%이상, 인도네시아)14%, 식물혼합추출물(고형분 9%이상)56%, 프락토올리고당15%, 사탕벌꿀14.8%(국내산), 잔탄검, 식물성혼합추출물구성(산수유열매(국내산)1.3%, 홍삼(국내산, 홍삼근70%, 홍삼미30%)1.3%, 참당귀뿌리(국내산)1.3%, 녹용(뉴질랜드)1.3%, 지황포제가공한뿌리(국내산), 영지버섯(국내산), 느릅나무(국내산), 천마(국내산), 생강(국내산), 정제수]

Shop ① H사

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	고려 홍삼정 (高麗人參膏口服液)	고려 인삼농축액 (「韓印紅」高麗人參濃縮液)
제조사 (현지어)	H사	F사
제품 종류	홍삼 건강식품	홍삼 건강식품
제형	액상	액상
중(용)량	300ml	150g
제공횟수	30회	150회
소비자가격	820.00홍콩달러 (145,165원)	1,200.00홍콩달러 (212,436원)
1회 섭취량당 가격	27.33홍콩달러 (4,839원)	8.00홍콩달러 (1,416원)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)
원산지	한국	한국
유통기한	2년	4년
인증	GMP, HACCP, ISO14001, ISO9001	-
수입자	H사(유통업체)	H사(유통업체)
원료 및 첨가물	홍삼농축액(국산6년근, 고형분60%이상)30%, 정제수(원료삼 배합비율: 홍삼근70%, 홍미심30%)	홍삼농축액 100%

Shop ① H사

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	고려 홍삼인 (高麗紅參液)	H사 홍삼배음료 (參梨飲料)
제조사 (현지어)	K사	I사
제품 종류	홍삼 건강식품	홍삼 건강식품
제형	액상	액상
용량	3,000ml	100ml
제공횟수	30회	1회
소비자가격	345.00홍콩달러 (61,075원)	8.00홍콩달러 (1,416원)
1회 섭취량당 가격	11.50홍콩달러 (2,036원)	8.00홍콩달러 (1,416원)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)	종이 박스/ 병
원산지	한국	한국
유통기한	2년	2년
인증	HACCP	-
수입자	H사(유통업체)	H사(유통업체)
원료 및 첨가물	100% 홍삼농축액(국내산6년근홍삼, 정제수)	정제수, 고려인삼농축액(6년근, 국내산), 배농축액, 대추농축액, 구연산, 액상과당, 캐러멜색소, 당귀농축액, 칠판농축액, 계피농축액, 잔탄검, 리구스티쿨추안 농축액, 비타민C, 혼합제제, 복합생약추출물

Shop ① H사

	경쟁제품 ⑦
제품 사진	
제품명 (현지어)	H사 홍삼음료 (Red Ginseng Drink)
제조사 (현지어)	I사
제품 종류	홍삼 건강식품
제형	액상
용량	120ml
제공횟수	1회
소비자가격	14.00홍콩달러 (2,478원)
1회 섭취량당 가격	14.00홍콩달러 (2,478원)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 병
원산지	한국
유통기한	2년
인증	-
수입자	H사(유통업체)
원료 및 첨가물	홍삼농축액, 수삼뿌리, 정제수, 설탕, 구연산, 식염, 식물복합추출물C, 인삼진액, 비타민B1, 니코틴아마이드

Shop ② 에이치케이 제이이비엔(HK JEBN)

매장 정보

- 유형: 고급 식료품점
- 판매 제품 특징:
건강식품, 해산물, 수입 과일,
한국 식품, 일본 식품, 수입
식품, 수입 영양제 등을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보	樓上 ·食好啲·		에이치케이 제이이비엔은 1998년 설립된 최초의 고급 식료품점으로, 셀프 서비스 마트 형식으로 다양한 종류의 제품을 판매함. 고객과 품질이 항상 우선이라는 철학을 바탕으로 ISO22000 요구사항을 엄격히 준수하고, 전문 구매팀이 상품의 원산지를 방문하여 고품질 원자재를 수입하고 제품의 정기 검사를 위한 실험실을 개발하는 등 품질 관리에 힘쓰며 한국, 일본 및 글로벌 제품을 포함한 다양한 제품군을 제공하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	홍콩 No.833, 8F, Cheung Sha Wan Rd, Cheung Sha Wan, Kowloon
매장 내부			
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대
진열 방식		아시아 수입 제품군 그룹 진열	
상·하단 제품 구성		상단: 홍삼 원물/ 하단: 홍삼 건강식품	
브랜드 국적 구성		홍콩	
주요 브랜드		HK JEBN	
제품 판매 정보			
	한국 고려 인삼농축액 (HK JEBN)		

사진자료: 현지조사원 자료

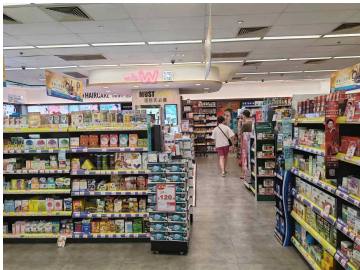
Shop ② 에이치케이 제이이비엔(HK JEBN)

	경쟁제품 ⑧
제품 사진	
제품명 (현지어)	한국 고려 인삼농축액 (韓國高麗 人參濃縮液)
제조사 (현지어)	에이치케이 제이이비엔 (HK JEBN)
제품 종류	홍삼 건강식품
제형	액상
용량	100g
제공횟수	10회
소비자가격	66.00홍콩달러 (11,684원)
1회 섭취량당 가격	6.60홍콩달러 (1,168원)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)
원산지	한국
유통기한	2년
인증	-
수입자	僑陽陸海產有限公司
원료 및 첨가물	포도당, 식물추출액(영지, 다각, 두충, 백모란뿌리, 백복경, 감굴껍질, 붉은양털뿌리, 지황, 복분자, 구기자, 당귀, 계수나무, 갈근), 고려인삼농축액(10%), 과당액, 포도씨추출물

Shop ③ 왓슨스(Watsons)

매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징:
건강식품, 의약품, 뷰티제품,
유아용품, 반려동물용품,
생활용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			왓슨스는 AS 왓슨 그룹의 자회사로, 아시아, 유럽, 중동 등 15개 시장에서 8,000개 이상의 매장과 1,500개 이상의 약국을 운영하는 드럭스토어 체인임. 왓슨스는 홍콩과 마카오에 약 180개 매장을 운영하고 있으며 그 중 약 60개 매장에는 매장 내 약국이 있어 건강, 미용 및 개인 관리에 대한 전문적인 상담을 제공함
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	홍콩
	상세주소	Shop 108, 1/F, Olympian City 2, 18 Hoi Ting Rd, Tai Kok Tsui, Kowloon	
매장 내부			
	매대 분류		복도식 매대
매대 분석	진열 방식		건강식품 제품군 브랜드별 그룹 진열
	상·하단 제품 구성		상·하단: 건강식품
	브랜드 국적 구성		캐나다, 영국
	주요 브랜드		산테 네이처렐 A.G. 홀랜드&바렛 인터내셔널
제품 판매 정보			
	캐나다 단풍나무 보물 향산화 면역 비타민 C (산테 네이처렐 A.G.)		홀랜드&바렛 스페셜 케어 시리즈 트리플 이펙트 면역 포뮬러 (홀랜드&바렛 인터내셔널)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 왓슨스(Watsons)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	캐나다 단풍나무 보물 항산화 면역 비타민 C (加拿大楓之寶 抗氧免疫維他命C)	홀랜드&바렛 스페셜 케어 시리즈 트리플 이펙트 면역 포뮬러 (Holland&Barrett 專護系列三重特效免疫力配方)
제조사 (현지어)	산테 네이처렐 A.G. (Sante Naturelle A.G.)	홀랜드&바렛 인터내셔널 (Holland&Barrett International)
제품 종류	면역 건강식품	면역 건강식품
제형	캡슐	캡슐
용량	90캡슐	60캡슐
제공횟수	90회	30회
소비자가격	119.00홍콩달러 (21,226원)	264.00홍콩달러 (46,736원)
1회 섭취량당 가격	1.33홍콩달러 (236원)	8.80홍콩달러 (1,558원)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 병	종이 박스/ 병
원산지	캐나다	영국
유통기한	2년	-
인증	-	-
수입자	바이탈 케어 홍콩 (Vital Care Hong Kong)	왓슨스(Watsons)
원료 및 첨가물	아스코르빈산, 증점제(미결정셀룰로오스), 말토덱스트린, 라즈베리추출물, 안정제(크로스카멜로스나트륨) 외피제(증강제(히드록시프로필메틸셀룰로오스)), 증점제(글리세린), 고결방지제(스테아린산마그네슘), 안정제(스테아르산), 사과 추출물, 딸기추출물, 고결방지제(실리카)	비타민C(L-항혈당산), 플로에마민, 캡슐킬, 마늘추출물, 증점제, 엘더베리추출물, 징크글리시네이트, L-셀레노메티오닌, 락토바실러스 아시도필루스, 고결방지제, 구리글리시네이트, 락토바실러스플란타룸, 비타민B6, 유산균, 비타민B1, 비타민 B2, 비오틴

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



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

1. 홍콩 홍삼농축액 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 및 한국기업 총 3개사 선정

온/오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 다수 기업 중, 타 기업보다 현지화가 잘 이루어져 있는 현지 진출 한국 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 기업 3개사는 평균 약 56년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. K사는 2002년에 설립, 22년의 업력을 보유하고 있으며 F사는 2003년 설립되어 21년의 업력을 보유하고 있음. J사는 1899년 모기업 설립 이후 125년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 홍삼농축액 동일 품목 종류 조사

홍콩에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 홍삼농축액 동일 품목 수를 조사한 결과, J사가 191개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨. 뒤이어 F사가 33개, K사가 10개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 홍삼농축액 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
K사	한국	22년	10개
F사	한국	21년	33개
J사	한국	125년 ⁸⁾	191개

자료: 홍콩 진출 홍삼농축액 경쟁기업 3개사 분석

8) 모기업 설립일 기준 업력

2. 홍콩 홍삼농축액 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
	홍삼 건강식품 제품군

▶ 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	H사, 에이치케이 제이이비엔, 왓슨스
온라인	징동닷컴, 글로벌 지마켓, 에이치케이티비몰

3. 홍콩 홍삼농축액 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 홍콩 온/오프라인 매장 진출

홍콩에 진출한 경쟁기업 3개사 중 2개사가 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. F사와 K사 제품은 H사에 입점해 있는 것으로 조사됨. J사는 현지조사를 진행한 오프라인 매장에는 입점해 있지 않았으나, 홍콩 내 브랜드 스토어 및 다른 유형의 매장에는 입점해 있는 것으로 확인됨. 또한, K사와 F사는 온라인 매장에 미입점한 것으로 조사되었으나 J사는 홍콩 인기 온라인 쇼핑몰인 징동닷컴, 글로벌 지마켓, 에이치케이 티비몰에 모두 입점하여 제품을 유통하고 있음

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

홍콩 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 브랜드와 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 중국어로 된 자사 홈페이지를 운영하고 있으며, J사는 한국 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등의 소셜미디어 채널을 운영하고 있으며 글로벌 계정의 유튜브에서도 브랜드 홍보 영상, 제품 활용 레시피 등의 콘텐츠를 업로드하여 온라인 마케팅을 진행하고 있음

▶ 일부 경쟁기업, 제품의 품질 강조 홍보문구 사용

홍콩 시장에 진출한 경쟁기업의 경우 제품에 별다른 특징적인 홍보문구를 표기하고 있지 않음. K사의 경우 한국 원산지를 강조하는 문구와 한국인 대표자의 성명과 사진을 표기하였으며, F사와 J사는 로얄, 6년근 등 제품의 품질을 강조하는 문구를 일부 사용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 홍콩 홍삼농축액 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
K사	- 오프라인 매장 - H사	- 자사 홈페이지 (한국/중국/베트남/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 인스타그램	- 대표자 성명 및 사진 - MADE IN KOREA	
F사	- 오프라인 매장 - H사	자사 홈페이지 (한국/중국/일본/글로벌)	로얄(Royal)	
J사	- 온라인 매장 - 장동닷컴 - 글로벌 지마켓 - 에이치케이티비물	- 자사 홈페이지 (한국/중국/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 (한국/글로벌) - 유튜브	6년근	

자료: 홍콩 진출 홍삼농축액 경쟁기업 3개사 분석

① K사

기업 기본 정보	기업명	K사			
	기업 설명	K사는 주요 인삼 생산지인 금산에 위치한 한국 기업으로, 조상 대대로 인삼을 재배하며 20년 이상 홍삼제품을 생산하는 홍삼 건강식품 전문 기업임. 한국은 물론이고 중국, 홍콩 베트남 등 해외 국가에 홍삼 건강식품을 유통하고 있음			
	위치	충남 금산군 금성면 음전1길 27			
	규모	동일 품목 수	10개		
설립연도		2002년			
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 H사 〈온라인 매장〉 -		제품명	K사 홍삼액 도라지 (高麗參桔梗口服液)	
			중량	300g	
			소비자가격	245.00홍콩달러 (43,372원 ⁹⁾)	
			제품 종류	홍삼 건강식품	
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	홍콩 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용		
	홍보 현지화	● (상)	현지 홈페이지 활용		
홍보 방식					
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/중국/베트남/글로벌), 인스타그램(한국)			
	게시 주기	비정기적			
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 브랜드 소개, 인증 내역 안내			

사진자료: 현지조사원 자료

9) 1홍콩달러=177.03원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② F사

기업 기본 정보	기업명	F사		
	기업 설명	F사는 한국 금산에 본사를 둔 기업임. GMP, HACCP, ISO22000, HALAL, 미FDA 식품검사 인증 업체로 철저한 위생관리와 품질 관리를 통해 제품을 생산하며, OEM 및 ODM 제품도 생산하고 있음. 홍삼농축액, 스틱, 진액, 절편 및 정과, 홍삼 기호식품 등 다양한 종류의 홍삼 상품을 제조하고 판매함		
	위치	충남 금산군 금산읍 와정길58		
	규모	동일품목 수	33개	
		설립연도	2003년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 H사 〈온라인 매장〉 -		제품명	고려 인삼농축액 (高麗 人參濃縮液)
			중량	150g
			소비자가격	1,200.00홍콩달러 (212,436원)
			제품 종류	홍삼 건강식품
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	홍콩 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지 (한국/중국/일본/글로벌)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 인증 내역 안내, 원료 소개 등		

사진자료: 현지조사원 자료

③ J사

기업 기본 정보	기업명	J사		
	기업 설명	J사는 한국인삼공사의 홍삼 제품 브랜드로 6년근 인삼만을 사용하여 제품을 제조함. 업계 최초 ISO22000을 획득하고, HACCP과 GMP 인증을 획득하고 130여 명의 홍삼 전문 연구 인력을 보유하고 있음. 전 세계 40여 국에 홍삼 가공식품을 수출하며 미국, 일본, 홍콩, 대만, 베트남, 호주 등 8개국에 브랜드 스토어를 운영함		
	위치	대전광역시 대덕구 벚꽃길 71		
	규모	동일 품목 수	191개	
설립연도		1899년 ¹⁰⁾		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 -		제품명	한국수입 고려인삼정 선물박스 (韩国进口 高丽参人參提取液礼盒)
	〈온라인 매장〉 징동닷컴 글로벌 지마켓 에이치케이티비몰		중량	1.5L(50ml*30ea)
			소비자가격	769.00위안 ¹¹⁾ (145,610원)
			제품 종류	홍삼 건강식품
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	홍콩 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/중국/글로벌), 페이스북/인스타그램(한국)/유튜브(한국/글로벌)		
	게시 주기	(페이스북, 인스타그램) 일주일에 2~3건 / (유튜브) 일주일에 약 1건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 프로모션 안내, 제품 활용 레시피 제공		

사진자료: 현지조사원 자료

10) 모기업의 설립일 기준

11) 1위안=189.35원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. H사
2. 조인케어 파마수티컬(Joincare Phamceutical)
3. 웰컴(Wellcome)

Interview ①

H사
Store Manger

H사

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립된 홍콩의 수입 및 유통업체
 - 김치, 두부 만두 등 한국산 식료품, 인삼, 프로바이오틱스 등 건강 제품을 주로 취급
 - 자사 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Store Manger

고객사 제품 정보

소매가격 194.44홍콩달러
(34,422원¹²⁾)

중량 300g(15g*20포)

인증 HACCP, FSC2200

포장 형태 종이 박스
PE(폴리에틸렌) 스틱포장

Q1. 고객사의 제품에 대한 소매가, FOB 가격, 포장, 인증 등 경쟁사 제품과 비교하여 피드백을 부탁드립니다

고객사의 제품 가격은 다소 높습니다. 특히 포장 측면에서 경쟁력이 약하다고 생각합니다. 소매가가 200위안(37,870원¹³)에 가까운 경우, 포장은 더욱 고급스럽게 제작하여 선물 시장을 목표로 해야 합니다. 경쟁사의 유사 제품과 비교할 때, 포장을 포함한 제품의 전반적인 품질이 가격에 상응하는지 검토가 필요해 보입니다.

Q2. 제품에 대한 선호도와 개선 방향에 대한 피드백을 포장 및 디자인과 관련하여 부탁드립니다

먼저, 포장이 더욱 정교해져야 합니다. 포장이 정교하지 않으면 제품의 가격에 비해 가치가 낮아 보일 수 있습니다. 선물용 박스를 추가하고, 고급스러운 스푼과 컵을 포함시키는 것을 추천합니다. 포장의 매력이 높아집니다. 또한 포장에 제품의 성분, 효능, 인증 내용을 눈에 잘 띄게 표시하는 것이 좋습니다.

Q3. 현지 시장에 진출할 때 효과적인 마케팅 방법과 홍보문구는 무엇인가요?

주요 고객층을 겨냥한 마케팅 방법으로는 인기 있는 한국 드라마에 제품을 노출시키거나, 광고 효과를 활용하는 것이 매우 효과적일 수 있습니다. 예를 들어, 네슬레(Nestlé) 캡슐 커피 머신이 ‘펜트하우스’와 ‘부부의 세계’와 같은 한국 드라마에 등장한 후, 별도의 광고 없이도 중국에서 큰 매출 성장을 이뤘습니다. 이러한 방식으로 드라마의 인기를 통해 제품 인지도를 높이는 전략이 홍콩에서도 효과적일 것입니다.

12) 1홍콩달러=177.03원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 1위안=189.35원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 현지 소비자나 바이어가 선호하는 홍보문구 또는 제품의 주요 기능은 무엇인가요?

‘흑삼’ 개념은 매우 참신하고 좋습니다. 조금 흔한 이미지의 홍삼과 달리 흑삼의 이미지는 신선합니다. 흑삼을 더 고급스럽고 영양가가 높은 ‘인삼의 왕’으로 홍보하는 것이 유리해 보입니다. 도라지와 배의 호흡기 건강 효과를 강조하는 것을 추천합니다. 팬데믹 이후 호흡기 질환을 염려하는 사람들을 대상으로 하는 것이 주요 마케팅 전략이 될 것입니다.

Q5. 현지 소비자의 입장에서 홍삼농축액을 구매할 때 주요 구매 고려사항은 무엇인가요?

먼저 포장 및 브랜드입니다. 홍삼농축액은 현지 시장에서 선물용으로 많이 사용되기 때문에 눈길을 사로잡는 고품질의 포장과 높은 인지도를 지닌 브랜드가 필수입니다. 영양성분 인증도 중요합니다. 영양성분 인증은 일종의 보증으로 선물로 주었을 때 제품의 가치를 보장합니다.

Q6. 외국 기업의 현지 납품 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

제품의 의학적 효능을 광고하기 위해서는 홍콩에서 등록하여 보건부의 승인을 받아야 합니다. 승인을 위해 상세한 제품 정보, 성분 목록, 임상 시험 결과 등을 제출해야 할 수도 있습니다. 그 후 한국에서 에이전트 회사를 통해 항공 또는 해상 운송으로 제품을 배송합니다. 제품이 홍콩에 도착하면 특별수송 서비스를 통해 통관 절차를 간소히 하여, 복잡한 절차를 줄일 수 있습니다. 마지막으로 건강 보조 식품의 유통을 위해 대형 슈퍼마켓, 약국 그리고 특정 개별 소매점과 같은 적합한 채널을 찾는 과정이 필요합니다.

Q7. 고객사 홍삼농축액 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

가격대를 고려했을 때, 여유 있는 소비자를 대상으로 한 대형 슈퍼마켓, 특히 고급 슈퍼마켓을 통한 판매에 노력을 집중하는 것이 좋아 보입니다. 또한 홍삼농축액 제품은 중국 본토 관광객들이 홍콩에서 구매하여 본국으로 가져가는 경우가 많기 때문에 공항 기차역, 관광 명소 등 중국 본토 방문객들이 많이 찾는 채널에 집중하는 것도 고려해 볼 만합니다.

Interview ②

14)



조인케어 파마수티컬(Joincare Pharmaceutical) Vice President

조인케어 파마수티컬

(Joincare Pharmaceutical)

- 유형: 제조·유통업체
- 업체 특징:
 - 1992년 설립된 선전에 본사를 둔 제약그룹
 - 건강기능식품, 의약품을 주로 취급
 - 20개 이상의 자회사, 14,000명 이상의 직원을 고용중인 대규모 종합 제약 그룹

담당자 정보

Vice President

고객사 제품 정보

소비자가격	194.44홍콩달러 (34,422원)
중량	300g(15g*20포)
인증	HACCP, FSC2200
포장 형태	종이 박스 PE(폴리에틸렌) 스틱포장

Q1. 고객사의 제품에 대한 소매가, FOB 가격, 포장, 인증 등 경쟁사 제품과 비교하여 피드백을 부탁드립니다

고객사 제품 가격은 현재 너무 높게 책정되어 있어 경쟁력이 있다고 보기 어렵습니다. 포장 또한 높은 가격만큼 고급스럽다는 느낌을 주지는 못하고 있습니다. 다른 수입 홍삼 종합적인 측면에서 제품과 비교했을 때, 가격은 유사하지만 브랜드와 포장 면에서 큰 차이가 있습니다. 또한, 가격 경쟁력이 뛰어난 중국 본토에서 생산된 홍삼 제품들과 비교했을 때 제품 포지셔닝이 다소 애매합니다. 적절한 타겟 고객층과 가격대를 찾는 것이 중요합니다.

Q2. 제품에 대한 선호도와 개선 방향에 대한 피드백을 포장 및 디자인과 관련하여 부탁드립니다

홍콩에서 고가로 제품을 판매하고 싶다면 제품의 포장에 좀 더 많은 노력을 기울여야 합니다. 화려하면서도 제품의 건강상 이점과 같은 정보를 잘 전달할 수 있어야 합니다. 일단 제품의 인증을 중국어 번체로 눈에 잘 띄게 표시하는 것이 필요해 보입니다.

Q3. 현지 시장에 진출할 때 효과적인 마케팅 방법과 홍보문구는 무엇인가요?

홍삼농축액과 같은 고가의 건강기능식품은 주로 사무직 화이트칼라와 주부를 대상으로 하기 때문에 소셜 미디어 마케팅이 매우 중요합니다. 이러한 소비자들이 주로 사용하는 인스타그램과 샤오홍슈(Xiaohongshu)와 같은 인기 플랫폼을 추천합니다. 해당 플랫폼에서 바이로거(Vloggers)와 음식 관련 인플루언서와 협력하여 광고 효과를 누리는 것이 효과적일 수 있습니다. 홍보문구는 실제 이점을 바탕으로 한 설명이 효과적입니다. 예를 들어, '에너지를 증진시키고 혈액과 기를 보강합니다'와 같은 실질적인 효능을 강조하는 것이 지나치게 고급스럽고 공감하기 어려운 홍보문구보다 효과적입니다.

Q4. 현지 소비자나 바이어가 선호하는 홍보문구 또는 제품의 주요 기능은 무엇인가요?

호흡기 질환 예방이란 기능은 코로나19 이후 반복적인 감염에 취약한 노인과 어린이들에게 매우 매력적입니다. 이 점을 마케팅에서 강조한다면 효과가 좋을 것입니다. 또 홍삼농축액은 쓴맛이 강해 삼키기 어렵다는 불만이 있는데 농축액의 맛을 보완한다면 차별되는 경쟁력을 가질 수 있습니다. 즉, 맛과 기호성에서 장점을 강조할 수 있습니다.

Q5. 현지 소비자의 입장에서 홍삼농축액을 구매할 때 주요 구매 고려사항은 무엇인가요?

소비자들은 먼저 제품의 영양학적 가치를 고려합니다. 제품의 영양적 가치는 건강 보조제로서의 핵심 경쟁력이기 때문입니다. 다음은 가격입니다. 홍콩의 현재 경제 상황에 따라, 소비자들은 예전보다 용량 대비 가격과 같은 가성비를 더 중시합니다. 마지막으로 포장입니다. 해당 제품은 보통 선물용으로 구매가 이루어지기 때문에 포장의 우아함과 고급스러움 또한 중요한 고려사항입니다.

Q6. 외국 기업의 현지 납품 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

먼저 제품은 홍콩의 관련 부서에 등록하고 판매 허가를 받아야 합니다. 이를 위해 제품 성분, 생산 과정, 품질 관리 조치 등의 세부 정보를 제출해 홍콩 규정 및 기준을 준수해야 합니다. 또 제품은 권위 있는 품질 검사를 받고 실험 보고서와 관련 인증서를 획득해야 합니다. 제품 라벨링 및 포장도 홍콩 규정을 준수해야 하며 성분, 사용 방법, 경고 문구, 유통 기한 등을 명시적으로 표기해야 합니다. 마지막으로 수입품의 세관 절차를 완료해야 합니다. 유통 과정에서는 판매 네트워크와 경험이 있는 홍콩 현지 유통업체와 협력을 추천합니다. 판매 목표, 가격 정책, 시장 프로모션 등 다양한 분야에서 지원을 받을 수 있습니다. 현재는 전통적인 소매점뿐만 아니라 온라인 상점, 의료 기관, 피트니스 센터 등 판매 채널을 다양화하는 것이 일반적입니다. 하지만 제품 유형과 시장 상황에 따라 특정 절차와 요구 사항이 변경될 수 있다는 점을 유념해야 합니다. 홍콩 시장에 진출하기 전에 전문가인 법률 및 비즈니스 자문가와 상담하여 잠재적인 문제를 피하는 것이 좋습니다.

Q7. 고객사 홍삼농축액 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인에서는 자체 스토어를 개설하거나 주요 플랫폼과 제휴하여 조달하는 등 이커머스 플랫폼에 중점을 두어야 합니다. 오프라인에서는 전통적인 슈퍼마켓은 물론, 미용실이나 스파 센터와 같은 주류가 아닌 채널에도 진출하여 판매 채널을 다양화하는 것을 추천합니다.

Interview ③

15)



웰컴 (Wellcome)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1945년 설립된 홍콩에서 가장 오래된 슈퍼마켓 체인 그룹
 - 홍콩 전역 280여 개 매장에 매달 1,300만 명의 고객이 방문
 - 유핀황(Yupinhuang), 메도우(Meadows) 등 다양한 자체 브랜드 상품 보유

담당자 정보

Category Manager
(Medicine)

고객사 제품 정보

소비자가격	194.44홍콩달러 (34,422원)
중량	300g(15g*20포)
인증	HACCP, FSC2200
포장 형태	종이 박스 PE(폴리에틸렌) 스티크포장

웰컴(Wellcome) Category Manager(Medicine)

Q1. 고객사의 제품에 대한 소매가, FOB 가격, 포장, 인증 등 경쟁사 제품과 비교하여 피드백을 부탁드립니다

가격 측면에서 고객사 제품의 소매가는 중국 본토의 유사 제품들 예를 들어 웨스턴(Western)사의 인삼농축액과 정제 제품들보다 높은 편입니다. 고객사의 제품 포장은 비교적 간결하고 미니멀한 스타일을 특징으로 합니다. 반면, 중국 본토와 다른 지역은 더 복잡하고 화려한 포장을 선호하는 경향이 있습니다. 이 두 스타일 간에 명확한 우열은 없고, 각기 다른 소비자 심리를 반영합니다. 고객사의 제품은 현대적인 미적 감각을 선호하는 젊은 여성 소비자들에게 더 매력적일 수 있습니다. 마지막으로 인증 측면에서 고객사의 제품이 필요한 모든 인증을 획득했는지 확인하는 것이 중요합니다. 인증은 제품의 신뢰성을 높이고 시장에서의 경쟁력을 강화하는 데 큰 도움이 되기 때문입니다.

Q2. 제품에 대한 선호도와 개선 방향에 대한 피드백을 포장 및 디자인과 관련하여 부탁드립니다

현재의 포장 디자인은 간결함과 현대적인 스타일을 강조하고 있어 화이트칼라 직장인들과 같은 일부 소비자들은 매력적으로 느낄 수 있습니다. 따라서 현재의 포장을 단점으로만 볼 수는 없습니다. 그러나 흔히 선물용으로 구매되는 제품의 특성을 고려할 때, 현재의 포장은 선물용으로는 다소 단조롭게 보여 선물로서 기대되는 고급스럽고 웅장한 느낌을 전달하지 못할 수 있습니다. 시장을 더욱 확장하고 고객을 유치하기 위해서는 포장 디자인을 더 고급스럽게 개선하여 선물 구매자의 요구를 충족하는 것이 중요합니다.

Q3. 현지 시장에 진출할 때 효과적인 마케팅 방법과 홍보문구는 무엇인가요?

입소문 마케팅에 중점을 두는 것이 중요합니다. 고객사의 제품은 건강 보조 식품이자 선물용 물건으로 입소문 효과의 영향을 강하게 받는 제품입니다. 좋은 입소문은 소비자의 구매 욕구를 강하게 자극합니다. 따라서 인스타그램, 유튜브, 샤오홍슈와 같이 인기 있는 소셜 미디어 플랫폼에서 인플루언서를 활용해 제품의 효능에 대한 후기를 홍보하는 것을 추천합니다. 홍보문구를 선택할 때는 제품의 장점을 최대한 강조하는 것이 좋습니다. 메시지를 간결하고 명확하게 한다면 소비자와 효과적으로 소통할 수 있습니다.

Q4. 현지 소비자나 바이어가 선호하는 홍보문구 또는 제품의 주요 기능은 무엇인가요?

‘농축 배 추출물과 계피 향으로 만들어져 모두가 쉽게 섭취할 수 있다’ 문구는 제품의 맛이 대부분의 소비자에게 적합하다는 점을 전달하는 좋은 문구라 생각합니다. ‘3년근 제주산 백도라지 뿌리 분말을 함유하여 기관지 면역 기능을 강화한다’ 역시 제품의 고품질 재료와 효능을 강조하여 대중의 구매욕구를 효과적으로 자극합니다. 소비자들은 건강 제품의 인증과 특허 및 효능을 중요시 하며, 해당 제품이 가진 특허(특허번호 10-2513559)와 미국, 일본, 베트남 등 다양한 국가에서의 승인은 제품의 효능과 신뢰성을 보증하기에 충분합니다. 또한, 맛을 효과적으로 설명하여 쓴맛에 대한 소비자의 우려를 해소한 점도 구매 의향을 높이는 좋은 방법이라 생각합니다.

Q5. 현지 소비자의 입장에서 홍삼농축액을 구매할 때 주요 구매 고려사항은 무엇인가요?

소비자들은 해당 제품이 원하는 효능을 가졌는가, 홍콩, 미국 등 신뢰할 수 있는 보건 당국의 인증을 받았는지, 마지막으로 제품의 가격이 경쟁력이 있으며 지나치게 높지는 않은지를 중요하게 생각합니다.

Q6. 외국 기업의 현지 납품 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

제품 납품은 수입 서류 준비, 서류 제출 및 검사, 세관 통관, 이전 양식 처리, 제품 인수의 과정으로 이루어집니다. 유통의 경우 주문서에 따라 트럭 배차를 위한 사전 신고서를 준비하고 카테고리, 수량, 개수, 총중량 등을 확인합니다. 세관 통관 후 적재하며 운송 대리인이 검수하고 수량을 확인한 후 최종적으로 창고나 유통 채널 매장으로 택배를 통해 배송합니다.

Q7. 고객사 홍삼농축액 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통 채널은 무엇인가요?

먼저 에이치케이티비몰(HKTVmall)과 같은 홍콩의 주요 전자상거래 채널이 있습니다. 다음은 파크앤샵(Parknshop)이나 당사와 같은 대형 오프라인 슈퍼마켓 채널을 추천합니다. 왓슨스(Watsons), 샤샤(SaSa)와 같은 종합 뷰티 제품 유통업체도 좋은 판매 채널이 될 수 있습니다. 마지막으로 제품의 특성을 고려하여 마사지, 웰니스 등을 제공하는 뷰티 살롱에서의 프로모션을 고려할 수 있습니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1회 제공량당 가격

경쟁제품(제조사)

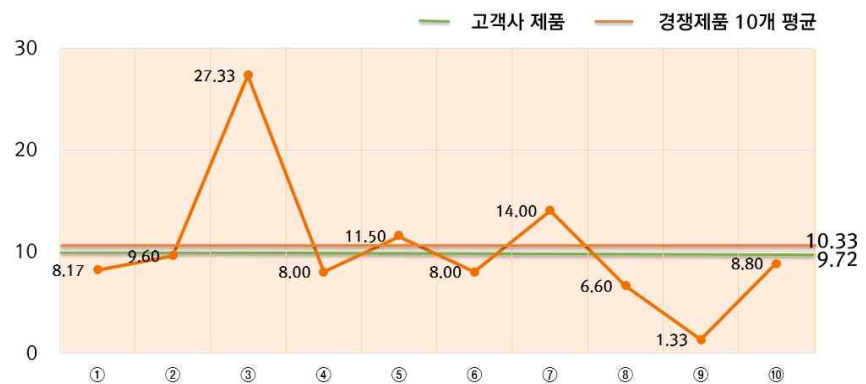
- ① K사 홍삼액 도라지 (K사)
- ② K사 홍삼인 침향정 (K사)
- ③ 고려 홍삼정 (H사)
- ④ 고려 인삼농축액 (F사)
- ⑤ 고려 홍삼인 (K사)
- ⑥ H사 홍삼배음료 (I사)
- ⑦ H사 홍삼음료 (I사)
- ⑧ 한국 고려 인삼농축액 (에이치케이 제이이비엔)
- ⑨ 캐나다 단풍나무 보물 향산화 면역 비타민 C (산테 네이처렐)
- ⑩ 홀랜드&바렛 스페셜 케어 시리즈 트리플 이펙트 면역 포물러 (홀랜드&바렛)

▶ 경쟁제품 1회 제공량당 평균 가격, 10.33홍콩달러

고객사 제품 1회 제공량당 평균 가격은 9.72홍콩달러(1,721원¹⁶⁾)으로 경쟁제품 10개의 1회 제공량당 평균 가격인 10.33홍콩달러(1,829원) 보다 소폭 낮은 수준임. 한편 면역 건강식품(9번, 10번)은 현지조사를 통해 확인된 제품으로 고객사의 제품과 원료가 상이하고 캡슐 형태로 제형도 달라 직접적인 가격 비교가 어려움. 하기 그래프는 1회 제공량당 소비자가격을 나타낸 것으로 고객사 제품과 비교 시 해석에 유의가 필요함

[표 5.1] 홍콩 홍삼농축액 가격 경쟁력 분석

(단위: 홍콩달러/1회 제공량)



16) 1홍콩달러=177.03원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

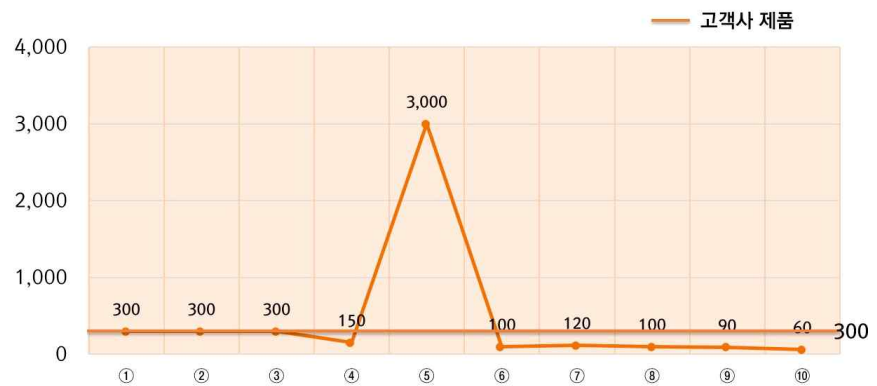
- ① K사 홍삼액 도라지 (K사)
- ② K사 홍삼인 침향정 (K사)
- ③ 고려 홍삼정 (H사)
- ④ 고려 인삼농축액 (F사)
- ⑤ 고려 홍삼인 (K사)
- ⑥ H사 홍삼배음료 (I사)
- ⑦ H사 홍삼음료 (I사)
- ⑧ 한국 고려 인삼농축액 (에이치케이 제이이비앤)
- ⑨ 캐나다 단풍나무 보물 향산화 면역 비타민 C (산테 네이처렐)
- ⑩ 홀랜드&바렛 스페셜 케어 시리즈 트리플 이펙트 면역 포뮬러 (홀랜드&바렛)

▶ 경쟁제품 중 홍삼 건강식품 용량, 평균 212.5g

경쟁제품 중 홍삼 건강식품이며, 고객사와 동일하게 그램으로 중량을 표시한 제품(1, 2, 4, 8번)의 평균 용량은 212.5g으로 고객사 제품의 중량 300g보다 소폭 낮은 수준으로 확인됨. ml로 중량을 표시한 홍삼 건강식품 및 음료(3, 5, 6, 7번)의 평균 중량은 880ml, 면역건강식품 2종(9, 10번)의 평균 수량은 75캡슐로 조사됨

[표 5.2] 홍콩 홍삼농축액 중량 경쟁력 분석

(단위: 개, g, ml)

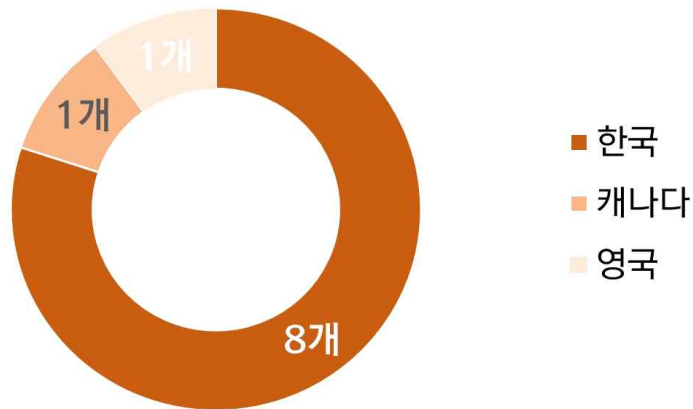


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 8개의 원산지, 한국

홍콩에서 판매되고 있는 홍삼농축액 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과 10개 제품 중 8개 제품이 한국산 제품임을 확인함. 그 외 캐나다와 영국산 제품이 1개씩 조사됨. 다른 국가의 제품보다 한국산 제품이 많은 점을 통해, 홍삼농축액 제품에 있어 한국산 제품에 대한 현지 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 홍콩 홍삼농축액 원산지 경쟁력 분석

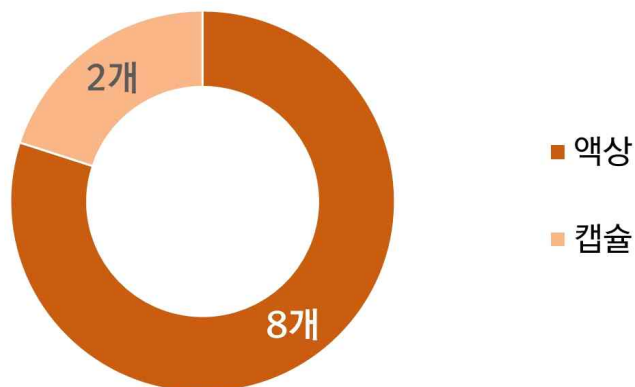


4) 제형

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 8개의 제형, 액상

홍콩에서 판매되고 있는 홍삼농축액 경쟁제품 10개의 제형을 조사한 결과 10개 제품 중 8개 제품의 제형이 액상임을 확인함. 그 외 2개 제품의 제형은 캡슐로 조사됨

[표 5.4] 홍콩 홍삼농축액 제형 경쟁력 분석

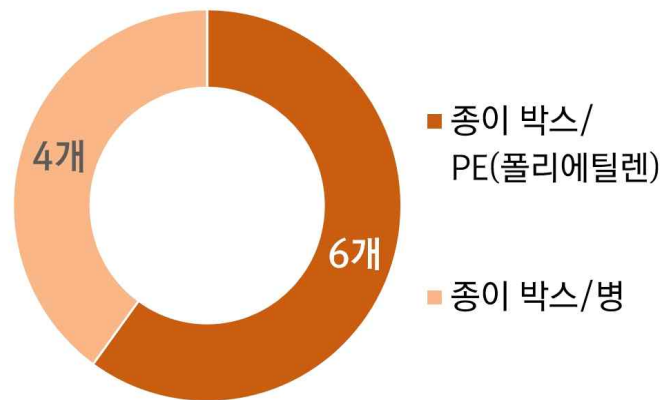


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개, 종이 박스/PE(폴리에틸렌) 사용

홍콩에서 판매되고 있는 홍삼농축액 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과 10개 제품 중 6개 제품이 고객사와 동일한 종이 박스와 PE(폴리에틸렌)를 사용하여 제품을 포장한 것으로 확인됨. 나머지 4개 제품은 종이 박스와 병을 사용하여 제품을 포장하였음

[표 5.5] 홍콩 홍삼농축액 포장 형태 경쟁력 분석

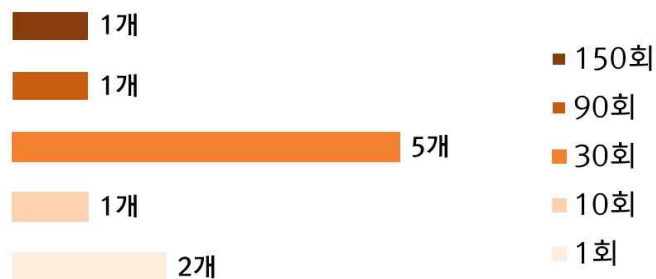


6) 제공횟수

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개의 제공횟수, 30회

홍콩에서 판매 중인 홍삼농축액 경쟁제품 10개의 제공횟수를 조사한 결과 10개 제품 중 5개 제품의 제공횟수가 30회로 조사됨. 뒤이어 제공횟수가 1회인 제품 2개와 150회, 90회, 10회의 제공횟수를 가진 제품 각 1개를 확인함

[표 5.6] 홍콩 홍삼농축액 제공 횟수 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) KOL 마케팅 분석

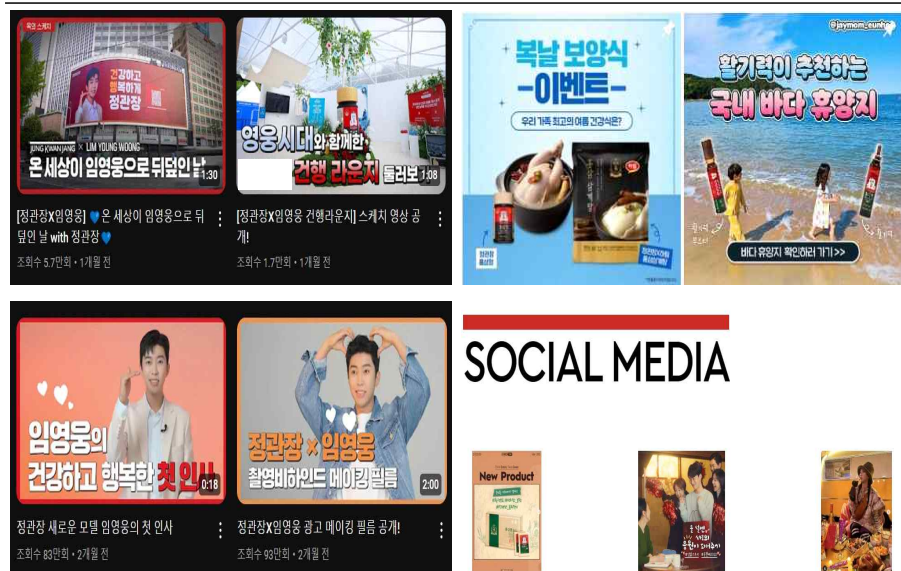
KOL 마케팅 예시



▶ 벤치마킹 기업, KOL과 적극적인 협업 진행

J사는 유명 가수 임영웅과의 협업을 통해 브랜드와 제품 이미지를 효과적으로 제고함. KOL¹⁷⁾이 등장한 광고 영상은 공개 40시간 만에 200만 뷰를 돌파하였고, 멤버십 고객 수 2만 명 증가, 8일간 구매 건수가 전년도 프로모션 동기 대비 25% 증가하는 등 성과를 달성함. 이어 J사는 프로모션 동안 구매 고객에게 스페셜 굿즈를 증정하고, 전국 매장에 임영웅 등신대를 설치하는 등 KOL 마케팅을 강화하였음. 그 결과 고객들이 SNS 플랫폼 및 온라인 커뮤니티에서 브로마이드와 포토카드로 구성된 스페셜 굿즈를 인증하는 행렬이 이어졌으며, 주요 흡수에 성공해 구매 건수가 급증했음

[표 5.7] 홍콩 홍삼농축액 기업 마케팅 벤치마킹



2) SNS 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, SNS 플랫폼 통해 제품 소개 콘텐츠 공개

J사의 SNS 플랫폼 분석 결과, 제품의 주요 소비자에 초점을 맞춘 콘텐츠를 다수 발견함. 자사 제품을 소개하면서도 소비자가 관심을 가질 주제, 트렌디한 협업 대상을 선정해 이목을 끌고 있음. 또한, 제품의 건강상 이점을 전달하면서도 소중한 사람을 위한 선물이란 메시지를 일관적으로 유지하여 브랜드의 정체성과 제품에 대한 긍정적 인식을 강화하고 있음

17) KOL(Key Opinion Leader): 특정 분야에서 높은 영향력을 가진 인물로, 의견이나 추천을 통해 대중의 구매 결정이나 태도에 큰 영향을 미칠 수 있는 사람을 말함

3. 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	Price, Affordable, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Servings, Weight, Portion 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Satisfaction, Recommend 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Flavor, Sweet, Bitter 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	High-End, Reliable 등

▶ 징동닷컴에서 판매되고 있는 홍삼농축액 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	징동닷컴 (JD.com)	리뷰 수	355건
제품명	J사 홍삼액 고려인삼 진액 (红参液高丽参提取液)		
제품 종류	홍삼농축액	소비자가격	799.00위안 (151,291원 ¹⁸⁾)
중량	1.5L (50ml*30ea)	포장	종이 박스/PE(폴리에틸렌)
특징	북위 36~38도 사이에서 재배한 '고려인삼' 120년 이상 전통의 인삼제조기술 계승		

18) 1위안=189.35원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

● 조사 제품

사이트	징동닷컴
분석 건수	355건
제품명	J사 홍삼액 고려인삼 진액
제품 종류	홍삼농축액
소비자가격	799.00위안 (151,291원)
중량	1.5L (50ml*30ea)
포장	종이 박스/ PE(폴리에틸렌)
특징	북위 36~38도 사이에서 재배한 '고려인삼' 120년 이상 전통의 인삼 제조기술 계승

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '품질'에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 홍콩 온라인 쇼핑몰 징동닷컴에서 판매되고 있는 홍삼농축액 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '품질'에 대한 긍정 점수가 896점으로 가장 높게 나타나 품질에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 다음으로는 '제품 선호도'에 대한 긍정 점수가 879점으로 높게 나타남. 이를 통해 홍콩 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 홍삼농축액 제품에 대하여 품질과 제품 선호도에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	813	113
맛	461	76
제품 선호도	879	136
중량	454	82
품질	896	140
종합	3,503	547

▶ **선호 요인: 품질과 제품 선호도 인기, 제품의 높은 품질에 만족해**

감성분석 결과, 긍정 점수가 높았던 '품질'과 '제품 선호도'에 대한 심층 분석을 실시함. 판매자의 설명과 정확히 일치해 만족스럽다 등 제품의 품질이 만족스럽다는 리뷰가 다수 확인되었음 또한 선물용으로 제격이다, 떨어지기 전 재구매한다 등 제품 선호도에 대한 긍정 의견도 확인됨

“Good quality, neat appearance, full and rich aroma. Beautiful packaging. After taking it, I feel refreshed and my physical strength is significantly enhanced. I am very satisfied with this purchase. I strongly recommend it to friends who need nourishment.”

“좋은 품질, 깔끔한 외관, 풍성하고 풍부한 향기, 포장도 예뻐요. 복용 후 기분이 상쾌해지고 체력이 크게 좋아졌습니다. 이번 구매에 매우 만족해요. 영양이 필요한 친구들에게 강력 추천 합니다.”

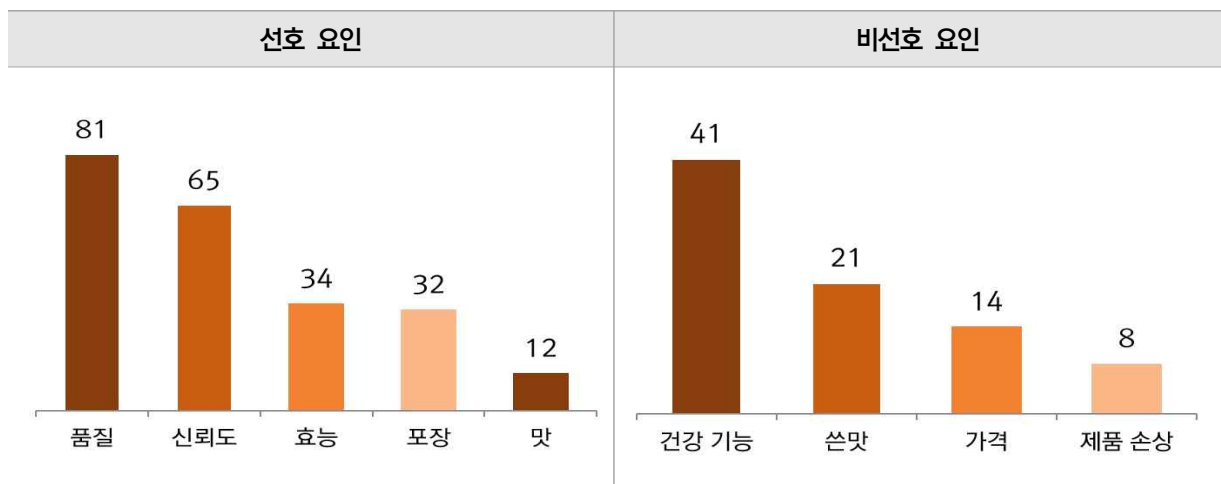
▶ **비선호 요인: 쓴맛과 건강 기능에 대한 불만 요인**

부정 리뷰 심층분석 결과, 대체로 소비자들은 해당 제품에 만족하고 있으나 일부 소비자들의 쓴맛과 건강 기능에 대한 부정 의견이 확인됨. 입안에 남는 쓴맛에 대한 불만과, 복용 후에도 체력 증진을 경험하지 못했다는 점에 대한 불만을 확인하였음

“I didn't feel any effect after drinking this, The taste is a bit bitter”

“이걸 마신 후 효과를 느끼지 못했습니다. 맛은 약간 씹쓸하네요”

[표 5.11] 홍콩 홍삼농축액 온라인 인기제품 선호·비선호 요인 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 홍콩 인구조사국 홈페이지 (www.gov.hk)
2. 스탯ISTA (www.statista.com)
3. 징둥닷컴 홈페이지 (jd.com)
4. 글로벌 지마켓 홈페이지 (global.gmarket.co.kr)
5. 에이치케이티비몰 홈페이지 (www.hktvmall.com)
6. H사 홈페이지
7. H사 인스타그램
8. 에이치케이제이비엔 홈페이지 (www.hkjebn.com)
9. 왓슨스 홍콩 홈페이지 (www.watsons.com.hk)
10. K사 홈페이지
11. F사 홈페이지
12. J사 홈페이지
13. J사 모기업 홈페이지

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형



- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.07.26

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea