

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202408-03
품목 조미김(Seasoned Laver)
HS CODE 2008.99-5010
국가 대만(Taiwan)
구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약 03

II. 경쟁제품

- 1. 대만 조미김 경쟁제품 선정 05
- 2. 대만 조미김 경쟁제품 조사지표 선정 10
- 3. 대만 조미김 경쟁제품 현지조사 결과 11

III. 경쟁기업

- 1. 대만 조미김 경쟁기업 선정 23
- 2. 대만 조미김 경쟁기업 현지화 분석 기준 24
- 3. 대만 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 26

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- 1. 아이유티무역회사(一語堂國際貿易有限公司) 35
- 2. 포야무역유한회사(寶雅國際股份有限公司) 38
- 3. 완양무역유한회사(萬陽貿易股份有限公司) 41

V. 경쟁력파악

- 1. 제품 경쟁력 검증 45
- 2. 벤치마킹 제품 분석 49
- 3. 기업 마케팅 벤치마킹 51
- 4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 52



■ 온라인 인기제품

판매채널	제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	잉이 하이타이수	영의
	하이타이수 위안웨이	흥키
	반판 하이타이 위안웨이	쿠치
	하이타이수	한웨이부어
	Mr.김 맑은바다 파래자반	C사
	광천 돌자반볶음	H사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

파오차이 하이타이수 (한웨이부어)	하이타이수 하이센커우웨이 (해락국제유한회사)
	
가격 92.00 대만달러 (약 3,912원)	가격 109.00 대만달러 (약 4,635원)
중량 45g	중량 50g
조리의 간편함 등 제품의 특징 강조	제품의 다양한 맛과 한국 원산지 강조

■ 경쟁기업 3개사 분석

교익무역주식회사	양호국제마케팅유한회사	연화식품공업(주)	대만 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	대만	대만	대만
포장 현지화	●	①	●
홍보 현지화	●	●	●
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용
홍보 채널	자사 홈페이지(현지), SNS 플랫폼(현지)	자사 홈페이지(현지/글로벌), SNS 플랫폼(현지)	자사 홈페이지(현지/글로벌), SNS 플랫폼(현지)

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)	기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)
가격(10g당) (11.76대만달러 (약 500원))	●	조미김 10개 21.62대만달러 (약 919원)	원산지 (한국)	①	한국산 대만산 7개 3개
중량(g) (100g (10팩기준))	●	조미김 10개 약 44g	유통기한	①	10개월 12개월 9개월 6개 3개 1개
맛 (스파이스, 와사비, 새우)	①	소금 김치 해물 바비큐 야채 매실 4개 2개 1개 1개 1개 1개	홍보문구 (중복값 有)	①	맛 건강 접근성 품질 7개 5개 3개 1개

● 차별화된 경쟁력 ① 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이지만 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 유통기한이 10개월 이상으로 조사됨
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 제품 포장 디자인 문구를 대만 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 현지 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II 경쟁제품

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



1. 대만 조미김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	스틱 김자반
제품 종류	조미김
소비자가격	약 117대만달러(5,000원 ¹⁾)
중량	100g(10팩)
포장	스틱 개별 포장(10g)
특징	남녀노소가 좋아하는, 아이들 간식 및 반찬 등 다양한 요리에 활용 가능

Step 01. 제품 분석



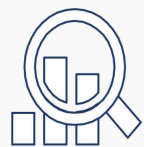
- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 스틱 김자반
 - 제품 종류 : 조미김
 - 소비자가격 : 약 117대만달러(5,000원)
 - 중량 : 100g(10팩)
 - 포장 형태: 스틱 개별 포장(10g)

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopee)
 2. 모모샵(Momoshop)
 3. 피씨홈(PChome)
- 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, 아시안마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 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 3)

사이트명	취급 종류
 쇼피	식품, 의류, 전자기기, 패션, 생활용품 등
 모모샵	식품, 패션, 가전, 생활용품, 유아용품, 반려용품 등
 피씨홈	식품, 가전, 패션, 생활용품, 유아용품, 여가용품 등

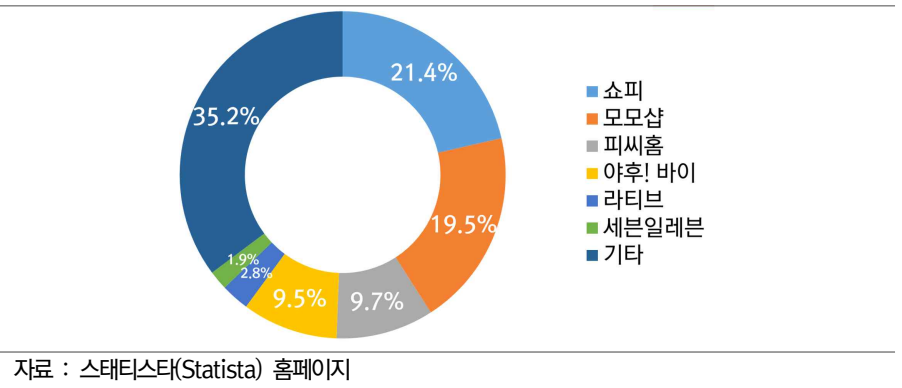
▶ 조미김 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 조미김 제품의 경쟁제품군으로 조미김 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 대만 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 한국산 조미김 제품이 압도적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 대만산, 중국산 조미김 제품도 찾을 수 있었음

[표 2.1] 대만 온라인 쇼핑몰 점유율 (2022년 기준)



[표 2.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 10)

쇼핑몰 입점 제품 상위 4개 제품 리스트(매출 기준) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미김	영의(英義)	잉이 하이타이수 (英義 海苔酥)	한국	49대만달러 (약 2,083원)	40g	
2	조미김	홍키(紅甲)	하이타이수 위안웨이 (海苔酥 (原味))	한국	85대만달러 (약 3,614원)	70g	
3	조미김	D사	찬통 하이타이수 (傳統海苔酥)	한국	95대만달러 (약 4,039원)	50g	
4	조미김	쿠치(酷琦)	반판 하이타이 위안웨이 (拌飯海苔原味)	중국	20대만달러 (약 850원)	128g	

[표 2.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 10)

모모샵 입점 제품 상위 4개 제품 리스트(종합 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미김	한웨이부어 (韓味不二)	하이타이수(海苔酥)	대만	149대만달러 (약 6,335원)	80g	
2	조미김	한웨이부어 (韓味不二)	한귀 하이타이수(韓國 海苔酥)	한국	129대만달러 (약 5,485원)	45g	
3	조미김	C사	Mr.김 맑은바다 파래자반 (韓國 Mr.金 海苔酥)	한국	99대만달러 (약 4,209원)	60g	
4	조미김	H사	광천 돌자반볶음 (韓尚宮海苔酥三入組)	한국	153대만달러 (약 6,505원)	110g	
피씨홈 입점 제품 상위 2개 제품 리스트(종합 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미김	H사	광천 돌자반볶음 (韓尚宮海苔酥三入組)	한국	69대만달러 (약 2,934원)	40g	
2	조미김	한웨이부어 (韓味不二)	하이타이수(海苔酥)	대만	159대만달러 (약 6,760원)	80g	

자료: 쇼피(Shopee), 모모샵(Momoshop), 피씨홈(PC Home) 홈페이지

사진 자료: 쇼피(Shopee), 모모샵(Momoshop), 피씨홈(PC Home) 홈페이지

3) 조사일(2024.06.19) 기준 조사

4) 조사일(2024.06.19) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 대만 가오슝 정보⁵⁾

인구	277만 명
면적	약 2951.8km ²

▶ 대만 가오슝, 방문지역으로 선정

대만 남서부에 위치한 가오슝은 대만에서 두 번째로 큰 도시이며 수도 타이베이에서 고속철도로 1시간 30분 거리에 있음. 대만을 대표하는 항구 도시이자 바다, 산, 강, 온천 등 풍부한 자연 환경과 문화 자원을 겸비한 관광 도시임. 열대 몬순 기후로 여름과 가을은 덥고 습하며 겨울은 건조함. 대만의 핵심적인 국제 허브 역할을 하면서 항공·해상 운송 네트워크, 물류, 금융, 서비스 산업, 기술 R&D 중심지로 거듭나고 있음. 산업 첨단 기술 단지와 더불어 다양한 농업 자원도 보유함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

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

[표 2.3] 대만 조미김 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	까르푸 대만(Carrefour), 피엑스마트(PX Mart), 코스트코 대만(Costco), 씨티 슈퍼(City Super)
아시안/한인마트	한제(韓濟), 한귀왕(韓購網), 백창상회(百昌韓貨商行), 송베이수입식품정품백화점(松貝進口食品精品百貨)
온라인	모모샵(MomoShop), 쇼피 타이완(Shopee), 피씨홈(PChome)
편의점	세븐일레븐 대만(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart)

■ 고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 가오슝 정부 홈페이지, 가오슝 관광부 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 까르푸(家樂福), 피엑스 마트(全聯福利中心·PX Mart),
송배수입식품정품백화점(松貝進口食品精品百貨)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 조미김 : 김을 간편하게 먹을 수 있도록 포장한 제품, 설탕, 시즈닝 등 여러 첨가물을 넣어 맛을 추가한 제품. 자반 형태로 다른 음식과 곁들여 먹기 좋으며 단품으로도 식용 가능

[표 2.4] 대만 조미김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	조미김
① 하이타이수 비비커우웨이 (해락국제유한회사)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
② 하이타이수 파오차이커우웨이 (해락국제유한회사)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
③ 하이타이수 하이센커우웨이 (해락국제유한회사)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
④ 하이타이수 위안웨이 (해락국제유한회사)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑤ 수차이 하이타이수 (한웨이부얼)	○ (피엑스마트)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑥ 파오차이 하이타이수 (한웨이부얼)	○ (피엑스마트)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑦ 얼통 하이타이수 (한웨이부얼)	○ (피엑스마트)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑧ 위안번산차오셴 하이타이 (연화식품공업(주))	○ (피엑스마트)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑨ 량하오차오셴 하이타이 (양호국제마케팅유한회사)	○ (피엑스마트)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑩ 차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (교익무역주식회사)	○ (송베이수입식품정품백화점)	○ (피씨홈)	○

(*) 현지 판매 조미김 경쟁제품 10개 분석

2. 대만 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 대만 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 대만 조미김 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	조미김	김을 간편하게 먹을 수 있도록 포장한 제품 설탕, 시즈닝 등 여러 첨가물을 넣어 맛을 추가한 제품 자반 형태로 다른 음식과 곁들여 먹기 좋으며 단품으로 식용 가능
포장 형태	비닐 지퍼백 플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 지퍼백 또는 파우치
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
식품 유형		제품의 식품 분류 ⁶⁾ (즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품, 간편조리식품 등)
가공 방법		제품의 가공 방법
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

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

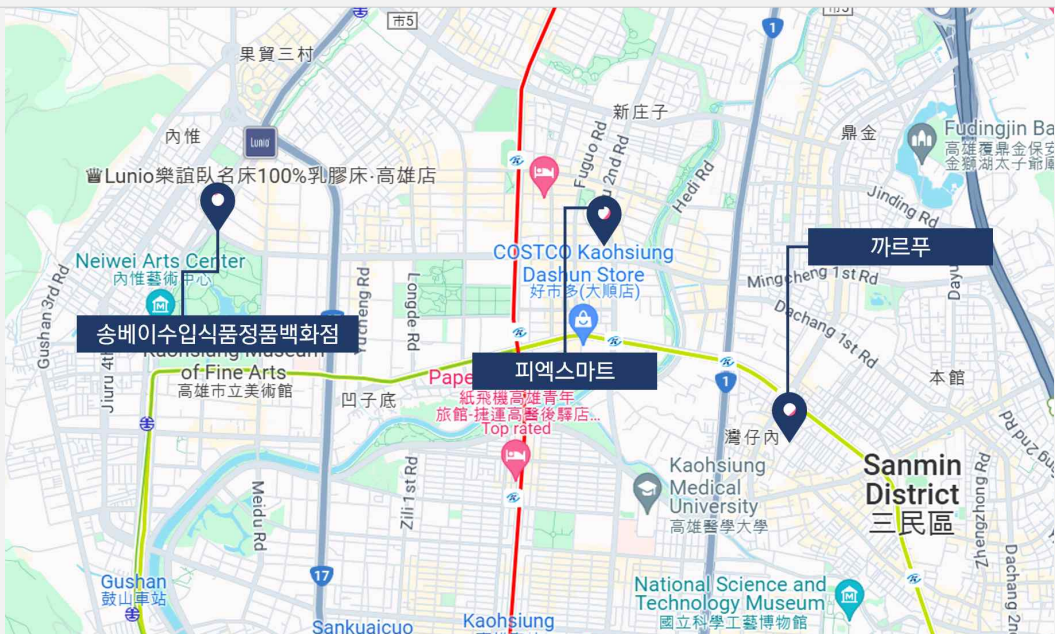
3. 대만 조미김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 대만 가오슝에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안마트

대만 가오슝에 위치한 하이퍼마켓 까르푸, 슈퍼마켓 피엑스마트, 아시안마트 송베이수입식품정품백화점을 방문함. 까르푸는 대만에 120개 매장을 운영하는 프랑스 하이퍼마켓 브랜드임. 피엑스마트는 대만의 슈퍼마켓 체인으로 대만 전역에 1,000여 개 매장을 보유하고 있음. 송베이수입식품정품백화점은 대만의 수입식품 전문 업체로 한국, 일본, 동남아 등에서 수입한 식료품을 취급함

[표 2.6] 대만 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
까르푸(家樂福)	하이퍼마켓	4	· 1959년 설립된 프랑스 하이퍼마켓 브랜드로 전 세계 30여 개국 진출 · 1987년 대만에 첫 매장을 오픈한 뒤 총 120개 매장 운영하고 있음
피엑스마트(PX Mart)	슈퍼마켓	5	· 1998년 설립된 대만의 슈퍼마켓 체인으로 대만 전역에 1,000개 이상의 매장을 운영 · 신선식품, 가공식품, 음료 등 다양한 식료품 판매
송베이 수입식품정품백화점 (松貝進口食品精品百貨)	아시안마트	1	· 대만의 30여 년 업력의 수입식품 도매업체 · 한국, 일본, 동남아, 유럽, 미국 등에서 수입한 다양한 식료품을 취급



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 총 10개 중 5개 제품이 피엑스마트에서, 4개 제품이 까르푸에서 판매

까르푸(家樂福), 피엑스마트(全聯福利中心PX Mart), 송베이수입식품정품백화점(松貝進口食品精品百貨) 등 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과 10개 제품이 모두 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 피엑스마트가 총 10개의 경쟁제품 중 5개를 판매해 방문한 매장 가운데 가장 많은 경쟁제품을 취급하고 있는 것으로 확인됨. 까르푸는 4개의 경쟁 제품을 취급하고, 송베이수입식품정품백화점(松貝進口食品精品百貨)은 1개의 경쟁제품을 보유하는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	까르푸	피엑스마트	송베이 수입식품정품백화점
① 하이타이수 비비커우웨이 (해락국제유한회사)	○		
② 하이타이수 파오차이커우웨이 (해락국제유한회사)	○		
③ 하이타이수 하이센커우웨이 (해락국제유한회사)	○		
④ 하이타이수 위안웨이 (해락국제유한회사)	○		
⑤ 수차이 하이타이수 (한웨이부얼)		○	
⑥ 파오차이 하이타이수 (한웨이부얼)		○	
⑦ 얼통 하이타이수 (한웨이부얼)		○	
⑧ 위안번산차오셴 하이타이 (연화식품공업(주))		○	
⑨ 량하오차오셴 하이타이 (양호국제마케팅유한회사)		○	
⑩ 차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (교익무역주식회사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 까르푸(家樂福)

매장 정보

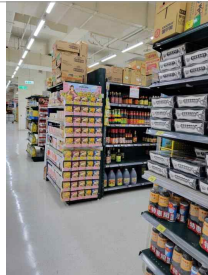
- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:

신선식품, 가공식품, 간편식,
가전, 생활용품 등 취급

- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		까르푸(Carrefour)는 1959년에 설립된 프랑스 하이퍼마켓 브랜드로 전 세계 30여 개국에 진출함. 대만에는 1987년 처음 매장을 오픈한 이후 총 120여 개의 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	도시(지역)	대만 가오슝
	상세주소	No. 849, Dashun 2nd Rd, Sanmin District, Kaohsiung City, 807

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보	
		
	하이타이수 비비커우웨이 (해락국제유한회사)	하이타이수 파오차이커우웨이 (해락국제유한회사)
		
	하이타이수 하이셴커우웨이 (해락국제유한회사)	하이타이수 위안웨이 (해락국제유한회사)

사진자료: 현지조사원

			
제품명 (현지어)	하이타이수 비비커우웨이 (海苔酥(BBQ口味))	제조사 (현지어)	해락국제유한회사 (海樂國際有限公司)
제품 종류	조미김	중량	50.0g
소비자가격	109.00대만달러 (4,635원)	10g당 가격	21.80대만달러 (927원)
원산지	한국	맛	바베큐맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	10개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	맛있고 건강한 만족감
원료 및 첨가물	한국 해초, 옥수수 배아유, 검은 참깨유, 설탕, 건조 당근 조각, 건조 고추 조각, 건조 양파 조각, 건조 대파 조각, 바베큐 시즌닝(소고기 분말, 인공 버터 밀크, L-글루타민산 나트륨), 인산 칼슘, 옥수수 전분, 백참깨, 소금, 김 요리		
			
제품명 (현지어)	하이타이수 파오차이커우웨이 (海苔酥(泡菜口味))	제조사 (현지어)	해락국제유한회사 (海樂國際有限公司)
제품 종류	조미김	중량	50.0g
소비자가격	109.00대만달러 (4,635원)	10g당 가격	21.80대만달러 (927원)
원산지	한국	맛	김치맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	10개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	맛있고 건강한 만족감
원료 및 첨가물	한국 해초, 옥수수 배아유, 검은 참깨유, 설탕, 건조 당근 조각, 건조 고추 조각, 건조 양파 조각, 건조 대파 조각, 김치 조미분말(포도당, 마늘 농축액(맥아 추출물, 마늘), 소금, 고춧가루, 구연산, 생강 분말, 고추 분말, 마늘 기름), 백참깨		

			
제품명 (현지어)	하이타이수 하이센커우웨이 (海苔酥(海鮮口味))	제조사 (현지어)	해락국제유한회사 (海樂國際有限公司)
제품 종류	조미김	중량	50.0g
소비자가격	109.00대만달러 (4,635원)	10g당 가격	21.80대만달러 (927원)
원산지	한국	맛	해물맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	10개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	맛있고 건강한 만족감
원료 및 첨가물	한국 해초, 옥수수 배아유, 고등어, 새우, 새우 조미분말(새우 농축 분말, 설탕, 소금, 전분, 양파 분말, 건조 새우 분말, L-글루타민산나트륨, 마늘 추출 분말, 마늘 분말), 검은 참깨유, 설탕, 백참깨		

			
제품명 (현지어)	하이타이수 위안웨이 (海苔酥(原味))	제조사 (현지어)	해락국제유한회사 (海樂國際有限公司)
제품 종류	조미김	중량	50.0g
소비자가격	109.00대만달러 (4,635원)	10g당 가격	21.80대만달러 (927원)
원산지	한국	맛	일반 김자반 맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	10개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	맛있고 건강한 만족감
원료 및 첨가물	한국 해초, 옥수수 배아유, 검은 참깨유, 설탕, 해초 스낵, 백참깨, 흑미		

Shop ② 피엑스마트(PX Mart·全聯福利中心)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:

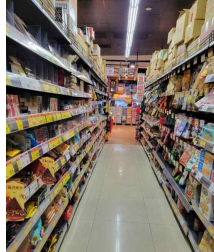
신선식품, 가공식품, 스낵, 음료 등 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		피엑스 마트는 1998년 설립된 대만의 슈퍼마켓 체인으로, 대만 전역에 1,000개가 넘는 매장을 운영하고 있음. 신선식품, 가공식품, 음료 등 다양한 식료품을 취급함
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 대만 가오슝 상세주소 No. 325-1, Ziyu 2nd Rd, Zuoying District, Kaohsiung City, 81366

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보		
			
	수차이 하이타이수 (한웨이부얼)	파오차이 하이타이수 (한웨이부얼)	
			
	얼통 하이타이수 (한웨이부얼)	량하오차오센 하이타이 (양호국제마케팅 유한회사)	위안번산차오센 하이타이 (연화식품공업(주))

사진자료: 현지조사원 자료

8) 피엑스마트(PX Mart) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	수차이 하이타이수 (蔬菜海苔酥)	제조사 (현지어)	한웨이부얼 (韓味不二)
제품 종류	조미김	중량	45.0g
소비자가격	92.00대만달러 (3,912원)	10g당 가격	20.44대만달러 (869원)
원산지	한국	맛	야채 김자반
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	12개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	온 가족을 위한 식탁 파트너
원료 및 첨가물	대두유, 김자반, 양파, 시금치, 고추, 설탕, 참깨, L-글루타민산나트륨(MSG), 대두분		
			
제품명 (현지어)	파오차이 하이타이수 (泡菜海苔酥)	제조사 (현지어)	한웨이부얼 (韓味不二)
제품 종류	조미김	중량	45.0g
소비자가격	92.00대만달러 (3,912원)	10g당 가격	20.44대만달러 (869원)
원산지	한국	맛	김치 김자반
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	12개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	온 가족을 위한 식탁 파트너
원료 및 첨가물	대두유, 해초, 설탕, 참깨, 대두분말, 종합 채소 조각(건조 당근 조각, 건조 무 조각, 건조 양파 조각, 건조 대파 조각), 김치 양념 가루[포도당, 마늘 농축액(맥아당, 마늘), 소금, 고춧가루, 구연산, 생강가루, 고춧가루, 마늘 기름(채종유, 마늘), 아스파탐(감미료), MSG(L-글루타민산나트륨)]		

			
제품명 (현지어)	얼통 하이타이수 (兒童海苔酥)	제조사 (현지어)	한웨이부얼 (韓味不二)
제품 종류	조미김	중량	45.0g
소비자가격	92.00대만달러 (3,912원)	10g당 가격	20.44대만달러 (869원)
원산지	한국	맛	일반 김자반보다 순한 맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	12개월
수입자	韓華國際股份有限公司 (한화국제주식회사)	홍보문구	온 가족을 위한 식탁 파트너
원료 및 첨가물	대두유[대두, 항산화제(비타민 E) 실리콘], 김, 설탕, 건조된 멸치 볶음 참깨, 건조 새우, 대두 분말 아몬드 슬라이스, 호두, 양파 플레이크, 빨간 무 플레이크, 시금치 플레이크 참기름		
			
제품명 (현지어)	량하오차오센 하이타이 (良濤朝鮮海苔-原味)	제조사 (현지어)	양호국제마케팅유한회사 (良濤國際行銷有限公司)
제품 종류	조미김	중량	39.0g
소비자가격	78.00대만달러 (3,317원)	10g당 가격	20.00대만달러 (850원)
원산지	대만	맛	일반적인 조미김맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	9개월
수입자	(-)	홍보문구	조미구이돌김, 바삭바삭 맛있는 재래구이김
원료 및 첨가물	미역, 카놀라유, 팜유, 참기름, 소금, 비타민 E(항산화제)		

			
제품명 (현지어)	위안번산차오센 하이타이 (元本山朝鮮海苔湖鹽風味)	제조사 (현지어)	연화식품공업(주) (聯華食品工業股份有限公司)
제품 종류	조미김	중량	36.9g
소비자가격	96.00대만달러 (4,082원)	10g당 가격	26.02대만달러 (1,106원)
원산지	대만	맛	일반 조미김보다 더 짠 맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	10개월
수입자	(-)	홍보문구	한국 해역에서 자란 김으로 만들어 더욱 깨끗하고 바삭한 맛을 느낄 수 있으며, 칠레 아타카마 사막 호수 소금을 첨가하여 순수함을 담았습니다. 또한, 후추로 맛을 내어 김의 달콤함과 소금의 짭짤한 향이 어우러져 상큼하고 맛있는 맛을 즐길 수 있습니다!
원료 및 첨가물	해산물, 카놀라유, 참기름, 호밀, 호수소금		

Shop ③ 송베이수입식품정품백화점(松貝進口食品精品百貨)

● 매장 정보

- 유형: 아시안 마켓
- 판매 제품 특징:

한국, 일본, 동아시아 등의
수입 식품을 판매

- 매장 주변 특징:

주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:

현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		송베이수입식품정품백화점(松貝進口食品精品百貨)은 대만의 30여 년 업력의 수입식품 도매업체. 한국, 일본, 동남아, 유럽, 미국 등에서 수입한 다양한 식료품을 판매함
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	도시(지역)	대만 가오슝
	상세주소	No. 1, Mingchuan Rd, Gushan District, Kaohsiung City, 804

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

	판매 조미김 경쟁제품 정보
제품 판매 정보	
	차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (교익무역주식회사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (巧益 瘰爆 梅子烤海苔)	제조사 (현지어)	교익무역주식회사 (巧益貿易有限公司)
제품 종류	조미김	중량	30.0g
소비자가격	65.00대만달러 (2,764원)	10g당 가격	21.67대만달러 (921원)
원산지	대만	맛	매실맛
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조 및 가열
포장 형태 (외부/내부)	비닐 지퍼백	유통기한	10개월
수입자	(-)	홍보문구	바삭한 식감, 튀기지 않은
원료 및 첨가물	해초유, 암염, 매실분말(매실, 영지버섯, 건포도, 설탕, 소금, 감미료(스테비아, 수크랄로스, 네오탐, 글리시리진), 향료(에틸말톨, 에틸바닐린), 향산화제(비타민 E))		



III

경쟁기업

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

1. 대만 조미김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 조미김 제품을 판매하는 대만 기업 3개사 선정

대만 오프라인 유통채널에서 경쟁 조미김 제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 대만 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 48년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 48년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 교익무역주식회사는 1995년 설립되어 29년의 업력을 보유함. 양호국제마케팅유한회사는 1982년 설립된 이후 42년째 사업을 이어오고 있음. 연화식품공업(주)은 1951년 설립되어 가장 오래된 73년의 업력을 보유하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 조미김 동일 품목 종류 조사

대만에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 조미김 동일 품목 수를 조사한 결과, 연화식품공업(주)이 총 17개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매하는 것으로 조사됨. 다음으로는 양호국제마케팅유한회사가 15개, 교익무역주식회사가 6개의 동일 품목을 판매 중으로 확인됨

[표 3.1] 조미김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
교익무역주식회사	대만	29년	6개
양호국제마케팅유한회사	대만	42년	15개
연화식품공업(주)	대만	73년	17개

자료: 대만 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

2. 대만 조미김 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
	조미 도시락 김 및 기타 전장김

▶ 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	파엑스마트, 송베이수입식품정품백화점
온라인	쇼피, 모모샵, 피씨홈

3. 대만 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 대만 오프라인 매장 진출

대만에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점한 것이 확인됨. 교익무역주식회사는 송베이수입식품정품백화점 1곳, 양호국제마케팅유한회사는 피엑스마트 1곳, 연화식품공업(주)는 피엑스마트 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 온라인 쇼핑물에는 양호국제마케팅 유한회사와 연화 식품공업(주)는 쇼피, 모모샵, 피씨홈 등 3곳, 교익무역 주식회사는 피씨홈 1곳에 입점한 것으로 조사됨

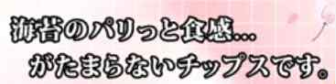
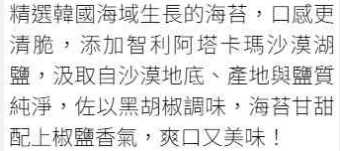
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

대만 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 양호국제마케팅유한회사와 연화식품공업(주) 2개사는 현지와 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며 교익무역주식회사는 현지 홈페이지를 보유함. 3개사 모두 현지 계정의 SNS 플랫폼을 운영함. 양호국제마케팅유한회사는 페이스북과 라인, 교익무역주식회사는 페이스북, 연화식품공업(주)은 라인을 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 식감, 원료 등을 강조

대만 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛과 식감, 원재료 등을 강조하는 문구를 사용하는 것으로 조사됨. ‘거부할 수 없는 바삭한 식감’, ‘더욱 바삭한 맛’, ‘어른도 아이도 좋아해요’, ‘달콤하며 소금과 후추향’ 등의 맛이나 식감 관련 수식어가 사용됨. 또한 ‘한국 김’, ‘한국 해역에서 자란 엄선된 해조류’ 등 한국산 재료를 강조하는 수식어도 쓰임. ‘간식으로 바로 먹고 밥을 싸서 스시로 만들고’ 등 먹는 방법에 대한 홍보문구도 사용되고 있음

[표 3.7] 대만 조미김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
교익무역 주식회사	- 오프라인 매장 - 송베이수입식품 - 정품백화점 - 온라인 매장 - 피씨홈	- 자사 홈페이지 (현지) - SNS 플랫폼 (현지) - 페이스북	-거부할 수 없는 김의 바삭한 식감 -바삭바삭한 식감	
양호국제마케 팅유한회사	- 오프라인 매장 - 피엑스마트 - 온라인 매장 - 쇼피 - 모모샵 - 피씨홈	- 자사 홈페이지 (현지/글로벌) - SNS 플랫폼 (현지) - 페이스북 - 라인	- 한국 김 - 어른도 아이도 좋아해요 - 간식으로 바로 먹고 밥을 싸서 스시로 만들고	
연화식품 공업(주)	- 오프라인 매장 - 피엑스마트 - 온라인 매장 - 쇼피 - 모모샵 - 피씨홈	- 자사 홈페이지 (현지/글로벌) - SNS 플랫폼 (현지) - 라인	- 한국 해역에서 자란 엄선된 해조류 - 더욱 바삭한 맛 - 해초는 달콤하며 소금과 후추향이 납니다	

자료: 대만 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

① 교익무역주식회사

기업 기본 정보	기업명	교익무역주식회사	
	기업 설명	교익무역주식회사는 보존식품, 비스킷, 사탕, 초콜릿 등 스낵 식품을 전문적으로 취급하는 대만 업체. 자체 브랜드 개발, 수입, OEM (주문자상표부착생산) 등도 진행	
	위치	新北市五股區新五路二段97-3號	
	규모	동일 품목 수	6개
		설립연도	1995년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 송베이 수입식품정품백화점 <온라인 매장> 피씨홈		제품명	차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (巧益 瘰爆 梅子烤海苔)
			중량	30.0g
			소비자가격	65.00대만달러 (2,764원 ¹⁰⁾)
			제품 종류	조미김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지에 맞춘 포장 디자인 문구
	홍보 현지화	● (상)	자사 현지 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

10) 1대만달러=42.52원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식

Chiao-E 巧益貿易有限公司 HOME 關於我們 產品介紹 新品介紹 促銷活動 超低價商品 巧益原味優格蒟蒻果凍 (奶素) 200g \$69 巧益水蜜桃蒟蒻果凍 (全素) 200g \$65 巧益三色脆薯片(全素) 220g \$149 商品分類 - 肉製品-豬肉、牛肉 - 果凍類-布丁、果凍、冰棒 - 餅乾類-手工餅乾、蘇打餅、蛋酥 - 糖果類-棉花糖、棒棒糖、星星糖 - 巧克力-石頭、籃、足、棒球巧克力 - 食玩類-恐龍蛋、剪刀石頭布 - 點心類-鳳梨酥、沙琪瑪、麻糬 - 豆乾類-小豆丁、素蹄筋、豆乾 - 堅果乾-果實、花生、蠶豆、瓜子 - 蜜餞類-葡萄乾、果乾、橄欖	購物車 0 項商品 - \$0 台灣最暢銷的零食-口袋蒟蒻果凍-新鮮登場! 台灣水果口味~彈多汁!豐富您的味蕾 水蜜桃果凍 荔枝果凍 葡萄果凍 홍보 채널 자사 홈페이지(현지), 페이스북(현지) 게시 주기 비정기적 게시물 유형 기업 소개, 제품 소개 및 구매 링크 연결, 프로모션 소개 등
---	---

게시물 유형

Chiao-E 巧益貿易有限公司 關於我們 巧益貿易有限公司成立於1995年，本公司專業：餅乾、蜜餞、糖果、巧克力、各式休閒食品，以自有品牌、進口食品、OEM開發為主。目前公司商品品類以符合大眾口味為發展目標，業績也以超市、精品店、藥房店、百貨公司、外銷、電商為主。未來公司之目標以發展為主，目前市場要以不同價格為導向，目前公司需要美味好吃的方向開發新產品，期待能與各愛好本公司產品的朋友更進一步，也要符合市場大眾需求。	기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 위치 등)
Chiao-E 巧益貿易有限公司 全品項-全店所有商品 肉製品-豬肉、牛肉 果凍類-布丁、果凍、冰棒 餅乾類-手工餅乾、蘇打餅、蛋酥 糖果類-棉花糖、棒棒糖、星星糖 巧克力-石頭、籃、足、棒球巧克力 食玩類-恐龍蛋、剪刀石頭布 點心類-鳳梨酥、沙琪瑪、麻糬 豆乾類-小豆丁、素蹄筋、豆乾 堅果乾-果實、花生、蠶豆、瓜子 蜜餞類-葡萄乾、果乾、橄欖	자사 상품 소개 및 구매 링크 연결
Chiao-E 巧益貿易有限公司 最新消息 雞蛋布丁現貨,超級優惠,趕快來買囉~ 海苔米果上市了~歡迎大家前來購買	프로모션 소개

사진자료: 교익무역주식회사 홈페이지 (www.kaiyueh.com.tw)

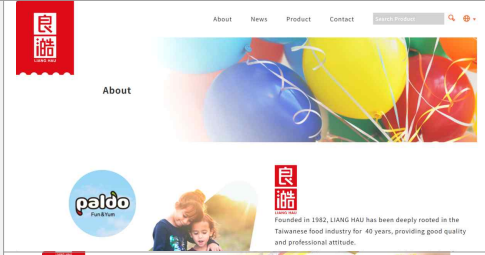
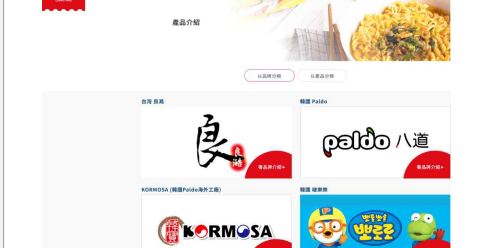
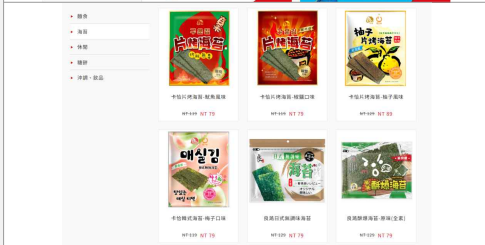
② 양호국제마케팅유한회사

기업 기본 정보	기업명	양호국제마케팅유한회사		
	기업 설명	양호국제마케팅유한회사는 대만의 식품 수입 유통업체로 한국 팔도 등 국내외 유명 식품 브랜드와 협력 또는 이들 기업을 대리해 대만 내 제품을 유통함		
	위치	台中市大雅區龍善一街196號		
	규모	동일품목 수	15개	
		설립연도	1982년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 피엑스 마트 <온라인 매장> 쇼피 모모샵 피씨홈		제품명	량하오차오센 하이타이 (良澁朝鮮海苔-原味)
			중량	39.0g
			소비자가격	78.00대만달러 (3,317원)
			제품 종류	조미김

현지 진출 방법	포장 개선	● (중)	포장 디자인 문구 일부 현지화
	홍보 현지화	● (상)	자사 현지 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(현지/글로벌), 페이스북/라인(현지)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개 및 구매 링크 연결</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(현지/글로벌), 페이스북/라인(현지)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개 및 구매 링크 연결
홍보 채널	자사 홈페이지(현지/글로벌), 페이스북/라인(현지)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개 및 구매 링크 연결						
게시물 유형	 • 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 유통 국가 등)  • 브랜드 소개  • 제품 소개 및 구매 링크 연결						

사진자료: 양호국제마케팅유한회사 홈페이지 (www.lianghsu.com.tw)

③ 연화식품공업(주)

기업 기본 정보	기업명	연화식품공업(주)	
	기업 설명	연화식품공업(주)은 1951년 설립된 대만의 식품 수출입 유통업체로 김, 견과류, 스낵, 간편식 등의 브랜드를 취급함	
	위치	103 台北市 大同區 迪化街一段148號	
	규모	동일 품목 수	17개
		설립연도	1951년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 피엑스 마트 <온라인 매장> 쇼피 모모샵 피씨홈		제품명	위안번산차오센 하이타이 (元本山朝鮮海苔湖鹽風味)
			중량	36.9g
			소비자가격	96.00대만달러 (4,082원)
			제품 종류	조미김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	자사 현지 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(현지/글로벌), 라인(현지)

게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 안내

게시물 유형



기업 연혁, 미션, 비전 등 소개

브랜드 소개

제품 안내

사진자료: 연화식품공업(주) 홈페이지(www.lianhwa.com.tw)



IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 아이유티무역회사(一語堂國際貿易有限公司)
2. 포야무역유한회사(寶雅國際股份有限公司)
3. 완양무역유한회사(萬陽貿易股份有限公司)



Interview ① 아이유티무역회사 (一語堂國際貿易有限公司)

11)

아이유티무역회사 (一語堂國際貿易有限公司)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1987년 설립된 식료품 수입 및 유통업체
 - 대만 내 유력 온라인, 오프라인 채널 통해 고품질 식품 제공
 - 20개국, 50개 이상의 공급업체와 협력관계
 - 중국, 한국, 일본을 포함한 아시아 전역으로 진출

담당자 정보

Senior Merchandiser

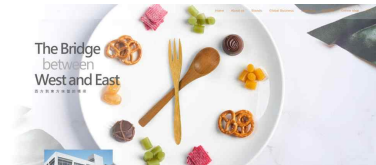
고객사 제품 정보

세부품목 스틱 김자반

소비자가격 약 117대만달러 (5,000원¹²⁾)

중량 100g

포장 형태 스틱 개별 포장



아이유티무역회사(一語堂國際貿易有限公司) Senior Merchandiser

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

제품의 보관 가능 기간을 점검해야 합니다. 해상 운송과 통관, 중문 라벨 부착까지 최소 3주가 소요되므로, 편의점이나 마트에서 판매될 때는 유통기한이 절반 이상 남아 있어야 합니다. 둘째, 포장재가 알루미늄 호일인지 확인해야 합니다. 대만 지역은 습기가 많아 제품 품질에 영향을 미칠 수 있으므로 이를 고려해야 합니다. 셋째, 현재 포장 규격이 팩당 10g인데, 이는 비빔밥 용도로 적합한지 확인할 필요가 있습니다. 대만 시장에서는 일본산 유사 제품이 인지도가 높지만, 방사선 문제로 인해 점차 한국산 제품에 대한 관심이 증가하고 있습니다. 이러한 시장 동향을 잘 이해하고 진출 전략을 세우면 좋을 것입니다.

Q2. 조미김 구매 시 바이어 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

바이어들은 첫째로 맛과 품질을 가장 중요히 여깁니다. 제품이 맛있고 품질이 뛰어나야 합니다. 다음 고려 요인은 보관 가능 기간입니다. 보관 기간이 길어야 유통과 판매에 유리하기 때문입니다. 가격도 중요하게 보는 요소 중 하나입니다. 대만의 경우 수입 관세가 25%이므로 가격 경쟁력을 갖추는 것이 중요합니다. 마지막으로 마케팅 가능성입니다. 인기 브랜드 제품은 TV 프로그램이나 드라마에 자주 등장하여 인지도를 높이고, 건강을 중시하는 고객층을 타겟으로 할 수 있습니다. 특히 영유아를 포함한 건강 지향적인 소비자층이 주요 타겟층이 될 수 있습니다.

11) 사진자료: 아이유티무역회사(一語堂國際貿易有限公司) 공식 홈페이지

12) 1대만달러=42.52원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

현지 김자반 시장의 소비 트렌드를 살펴보면, 소비자들은 주로 맛과 가격을 중시합니다. 인터넷 정보가 발달하면서 새로운 제품에 대한 관심이 높아져 신제품을 시도하는 경우가 많습니다. 한류의 영향으로 가정집이나 한식당에서 김밥 등 다양한 한식을 접할 수 있게 되면서 김자반의 인기도 증가하고 있습니다.

대만 현지 브랜드인 위안번산(元本山)과 주이핑우(橘平屋)는 여전히 높은 인지도를 자랑하며, 선물용 김 세트 광고도 활발하게 진행되고 있습니다. 한국 제품의 인기로 인해 미니팩과 가정용 대용량 김 제품도 많이 판매되고 있습니다. 또한, 태국산 샤오로반(小老闆) 김 제품은 저렴한 가격으로 인기를 끌고 있습니다.

Q4. 현지 소비자들이 특히 선호하는 맛(ex. 와사비, 소금맛)은 무엇인가요?

현지 소비자들은 주로 오리지널 맛을 선호합니다. 대만 인기 브랜드 위안번산(元本山)의 오리지널 맛이 대표적인 예시입니다. 다른 맛은 개인의 취향에 따라 다양하게 선택되지만, 최근에는 건강에 대한 관심이 높아지면서 저염 제품에 대한 수요도 증가하는 추세입니다.

Q5. 고객사 같은 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

해외 업체가 현지 마켓에 납품하는 절차 및 유통 과정은 지정주문과 옵션 주문이 있습니다. 지정 주문은 특정 브랜드 제품이나 수요가 있는 경우, 수입업체와 제조업체가 협력하여 제품을 생산하는 방식입니다. 제품 수요 확인 - 성분 및 가격 확인 - 대만 현지 수입 - 통관 및 FDA 검사 신청 - 중문 라벨 부착 - 고객 지정 창고로 배송 순으로 진행됩니다. 옵션 주문은 해외 전시회나 협회, 기타 매체를 통해 관심 제품을 발굴한 후 제조업체와 연락해 성분 및 가격을 확인하고, 유통업체나 슈퍼마켓 체인점에 정보를 공유하는 방식입니다. 대만으로 수입 - 통관 및 FDA 검사 신청 - 중문 라벨 부착 - 제품을 창고에 보관하고, 수요에 따라 고객에게 발송 순으로 진행됩니다.

Q6. 고객사 스틱 김자반 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

스티크 김자반 제품이 현지 시장에서 성공적으로 자리 잡기 위해서는, 대만의 오프라인 유통 네트워크를 활용하는 것이 좋습니다. 최근 몇 년 동안 대만에서 한국 제품들이 매우 대중화되면서 한류 문화가 큰 영향을 미치고 있습니다. 예를 들어, 아이유 술, 공유 커피, 세븐틴 라면 등 스타 모델을 앞세운 제품들이 인기를 끌고 있습니다. 대만 현지 오프라인 유통업체들은 한국 무역상과 협력하여 부산에서 다양한 품목을 모아 컨테이너 단위로 대만에 운송하고 있습니다. 일본 수입 제품과 유사하게 품목은 다양하지만 전체적인 양은 많지 않아 일반적으로 2주에 한 번씩 재입고가 이루어지고 있습니다. 꾸준히 신제품을 개발하여 제품에 대한 인지도를 높이고, 소비자들의 관심을 끌어 주문을 증가시킬 수 있을 것입니다.

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

현지 인기 제품들은 다음과 같은 프로모션을 사용합니다. 먼저 1+1 프로모션이나 2개 구매 시 두 번째 상품을 50% 할인하는 방식입니다. 스타들의 포토카드와 같은 굿즈, 실용품(컵, 접시, 그릇 등)을 사은품으로 제공하는 방식도 흔히 목격됩니다. 마지막으로 인스타그램(Instagram), 유튜브(YouTube), 페이스북(Facebook) 등을 활용하여 KOL(키 오피니언 리더)이나 블로거를 통해 제품을 공유하고 홍보하는 방법을 사용합니다.

Interview ② 포야무역유한회사 (寶雅國際股份有限公司)

13)

포야무역회사 (圓芯貿易有限公司)

- 유형: 수입·소매업체
- 업체 특징:
 - 1985년 설립된 화장품 전문 수입 및 소매 업체
 - 300개 이상 매장과 600만 명 이상의 회원 보유
 - 라이프스타일, 레저 식품 및 음료 등 화장품 외 다양한 제품군 보유

담당자 정보

Specialist

고객사 제품 정보

세부품목 스틱 김자반

소비자가격 약 117대만달러 (5,000원)

중량 100g

포장 형태 스틱 개별 포장

POYA 寶雅



포야무역유한회사(寶雅國際股份有限公司) Specialist

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

먼저, 제품이 소포장 형태이기 때문에 편의점을 통한 판매가 적합해 보입니다. 슈퍼마켓에서 판매할 경우 소매가에 대한 제한이 심할 수 있어 현재 가격으로는 판매가 어려울 수 있습니다. 제품은 매장의 식재료 구역에 배치될 가능성이 있는데 이는 일본의 후리카케 제품과 유사한 위치입니다. 식재료 구역에 배치되면 고객사가 생각한 타겟 소비자층과 달라질 수가 있으므로 전략적 고려가 필요합니다.

Q2. 조미김 구매 시 바이어 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

먼저, 제품의 식감, 맛을 중요하게 봅니다. 맛이 없으면 소비자들이 재구매하지 않기 때문입니다. 다음은 외관 디자인입니다. 고객사의 제품의 작은 크기 때문에 다른 제품에 묻힐 가능성이 있어 보여 전용 진열대 사용을 추천합니다. 마지막은 가격입니다. 현재 대만의 경제 상황이 그리 좋지 않으므로 가격이 중요한 고려 요인입니다.

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

현지 조미김 시장의 소비 트렌드는 다음과 같습니다. 대만 브랜드인 위안번산(元本山)과 주이핑우(橘平屋)는 자주 할인과 경품 제공을 통해 소비자들의 관심을 끌고 있습니다. 이러한 제품들은 온/오프라인 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 또한, 태국의 타오케노이 김스낵도 대만 시장에 오래전부터 자리 잡고 있으며, 영화에서 홍보된 사례도 있습니다. 소비자들은 주로 할인 행사와 경품 제공에 매력을 느끼며, 이러한 요소들이 구매 결정에 중요한 역할을 합니다.

Q4. 현지 소비자들 특히 선호하는 맛(ex. 와사비, 소금맛)은 무엇인가요?

예전에는 일본식 짭짤한 맛의 김이 선호되었으나, 최근에는 한국의 바삭한 참기름 맛 김이 매우 인기를 끌고 있습니다. 한국 식당들의 홍보 덕분에 이러한 트렌드가 더욱 강화되었습니다. 반면, 태국의 타오카노이 김은 판촉 활동이 적어 상대적으로 덜 알려져 있습니다.

Q5. 고객사 같은 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

완제품은 먼저 전문 검사 기관을 통해 성분 검사를 거쳐야 합니다. 이 과정은 제품이 현지 시장에 진입하기 전에 필수적으로 이루어져야 합니다. 대부분의 경우, 수입업체가 이 과정을 처리하며, 이를 통해 제품의 안전성과 품질을 보증합니다. 성분 검사 후, 제품은 우리 창고로 배송됩니다. 창고에 도착한 제품은 다시 각 매장으로 배포되며, 이 과정에서 제품의 상태와 품질을 다시 한번 확인합니다. 이러한 절차를 통해 제품이 안전하고 신선하게 소비자에게 전달될 수 있도록 합니다.

Q6. 고객사 스틱 김자반 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

스티크 김자반 제품이 현지 시장에 진출하기 위해서는 수입업체를 통해 유통채널을 확보하는 것이 좋습니다. 수입업체가 추천하면 우리 유통업체가 해당 제품을 선반에 진열하여 판매를 시작합니다. 예산이 충분하다면, EDM(이메일 마케팅)이나 매장 내 POP(판매 시점 광고)로 제품을 홍보하는 것도 효과적입니다. 이러한 방식으로 소비자들의 관심을 끌고 제품 인지도를 높일 수 있습니다.

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

대만에서 인기 있는 조미김 제품은 주로 매장에서 할인 행사를 통해 소비자들의 구매를 촉진합니다. 또한, PT(프로모션 팀)를 고용하여 시식 행사를 열어 제품 인지도를 높이는 방법도 많이 사용합니다. 이러한 마케팅 활동은 소비자들이 제품을 직접 경험할 수 있게 하여 구매로 이어지게 합니다. 매장 내 POP 광고와 SNS 홍보도 중요한 마케팅 채널로 활용됩니다.

Interview ③ 완양무역유한회사 (萬陽貿易股份有限公司)

14)

완양무역유한회사 (萬陽貿易股份有限公司)

- 유형: 수입업체, 제조업체
- 업체 특징:
 - 1994년 설립된 스낵 식품 수입 및 유통업체
 - 민생(Minsheng) 마켓, 부티크 등 대만 내 유명 체인 채널 및 매장에 공급
 - 영유아를 위한 오트밀, 대중 대상의 비스킷과 젤리 등 다양한 자체 브랜드 상품 보유
 - 대만 북부, 중부, 남부에 비즈니스 서비스 및 홍보 사무소 운영

담당자 정보

Purchasing Manager

고객사 제품 정보

세부품목 스틱 김자반

소비자가격 약 117대만달러 (5,000원)

중량 100g

포장 형태 스틱 개별 포장



완양무역유한회사(萬陽貿易股份有限公司) Purchasing Manager

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

고객사 제품의 판매를 촉진하기 위해서는 큰 포장을 고려하는 것이 좋습니다. 예를 들어, 한 봉지에 3개의 작은 상자가 들어 있는 형태로 포장하면 더 잘 팔릴 것입니다. 대만 시장에서는 이러한 모든 포장에 인기가 많아 소비자들의 구매 욕구를 자극할 수 있습니다. 추가로, 포장 디자인을 개선하여 눈에 띄게 하고, 현지 인증 절차를 철저히 준수하여 신뢰성을 높이는 것도 중요합니다.

Q2. 조미김 구매 시 바이어 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

역시 가격과 맛을 가장 중요하게 생각합니다. 제품이 맛있고 가격이 저렴해야 소비자들의 구매가 이어져 판매 회전율이 높아집니다. 또한, 경쟁력 있는 가격을 유지하면서도 고품질의 맛을 제공하는 것이 중요합니다. 이런 조건을 충족시킬 때, 시장에서 성공적으로 자리 잡을 수 있습니다.

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

현지 조미김 시장에서 소비자들은 저렴한 가격과 손쉽게 구할 수 있는 접근성을 중요하게 생각합니다. 조미김은 평소에는 간식으로 많이 소비되며, 명절에는 선물 세트로 인기가 높습니다. 요약하자면, 대만의 소비자들은 가격 경쟁력과 유통채널의 다양성을 고려합니다.

Q4. 현지 소비자들 특히 선호하는 맛(ex. 와사비, 소금맛)은 무엇인가요?

대만 소비자들 특히 선호하는 맛은 오리지널 맛, 와사비맛, 그리고 매운맛입니다. 오리지널맛은 전통적인 김의 맛을 그대로 살려 많은 이들에게 인기가 있습니다. 와사비맛은 독특한 매운맛으로, 매운맛을 좋아하는 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다. 매운맛 역시 소비자들에게 인기가 높습니다.

Q5. 고객사 같은 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

당사의 경우 비용 계산과 성분 검토를 동시에 진행합니다. 제품의 가격, 선적 비용 등 거래 조건이 적절하고, 검사에서 규제되는 성분이 발견되지 않는다면 본격적인 수입 절차가 시작됩니다. 통관 절차를 거친 제품들이 도착하면 현지에서 필요한 인증 및 검수 작업을 완료한 후, 각 매장으로 배포합니다.

Q6. 고객사 스틱 김자반 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위해서는 한국 상품을 전문으로 하는 무역업체와 협력하여 유통 경로를 확보하는 것이 좋아 보입니다. 또는 다른 유통업체와 직접 거래를 진행할 수도 있습니다. 단체 구매나 지역 소규모 상점을 통해 판매하는 것도 고려할 수 있습니다. 오프라인 매장의 진열 비용 등 다양한 추가 요금이 발생할 수 있어 이익이 줄어들 수 있기 때문입니다.

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

대만에서 인기 있는 조미김 제품은 주로 수입 후 각 유통업체가 직접 분배하여 하위 판매 채널에 배포됩니다. 유명 브랜드가 아닌 경우 슈퍼마켓이나 편의점에 입점하지 않는 경우가 많은데, 프로모션을 진행하더라도 단발성 이벤트로 끝나는 경우가 많기 때문입니다. 프로모션 방식은 많은 자원을 필요로 하지만, 유통망을 넓히고 소비자들에게 제품을 알리는데 효과적입니다.



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)

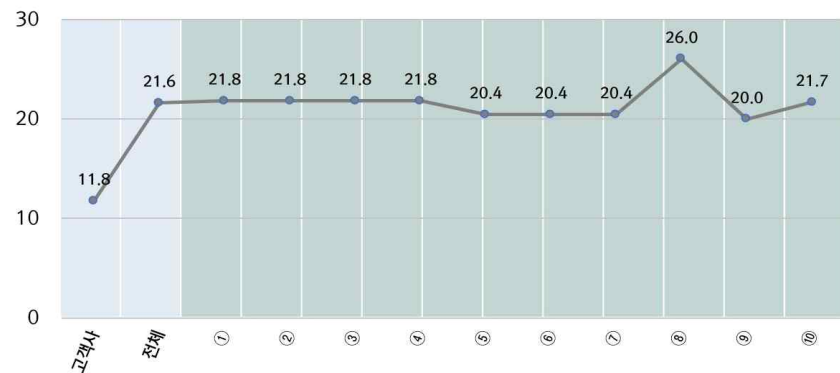
- ① 하이타이수 비비커커우웨이 (해락국제유한회사)
- ② 하이타이수 파오차이커우웨이 (해락국제유한회사)
- ③ 하이타이수 하이셴커우웨이 (해락국제유한회사)
- ④ 하이타이수 위안웨이 (해락국제유한회사)
- ⑤ 수차이 하이타이수 (한웨이부얼)
- ⑥ 파오차이 하이타이수 (한웨이부얼)
- ⑦ 얼통 하이타이수 (한웨이부얼)
- ⑧ 위안번산차오셴 하이타이 (연화식품공업(주))
- ⑨ 랑하오차오셴 하이타이 (양호국제마케팅유한회사)
- ⑩ 차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (교익무역주식회사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 11.8대만달러(약 500원¹⁵⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 21.6대만달러(약 919원)보다 다소 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 해초 샐러드 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 54% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 가격 경쟁력 있음을 확인함

[표 5.1] 대만 조미김 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/대만달러)



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

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

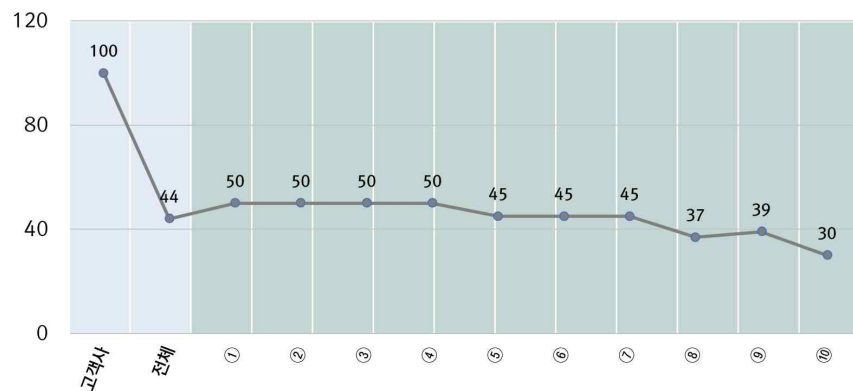
- ① 하이타이수 비비커커우웨이 (해락국제유한회사)
- ② 하이타이수 파오차이커우웨이 (해락국제유한회사)
- ③ 하이타이수 하이센커우웨이 (해락국제유한회사)
- ④ 하이타이수 위안웨이 (해락국제유한회사)
- ⑤ 수차이 하이타이수 (한웨이부얼)
- ⑥ 파오차이 하이타이수 (한웨이부얼)
- ⑦ 열통 하이타이수 (한웨이부얼)
- ⑧ 위안번산차오셴 하이타이 (연화식품공업(주))
- ⑨ 랑하오차오셴 하이타이 (양호국제마케팅유한회사)
- ⑩ 차오이징바오메이쯔카오 하이타이 (교익무역주식회사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 10팩 기준 100g으로 조미김 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 44g보다 다소 높은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 해초 샐러드 경쟁제품 10개의 평균 중량의 약 233% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 편차가 매우 큼을 확인할 수 있음. 대만에서 유통되는 조미김 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 보면, 고객사는 제품의 판매 단위를 줄여 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 대만 조미김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

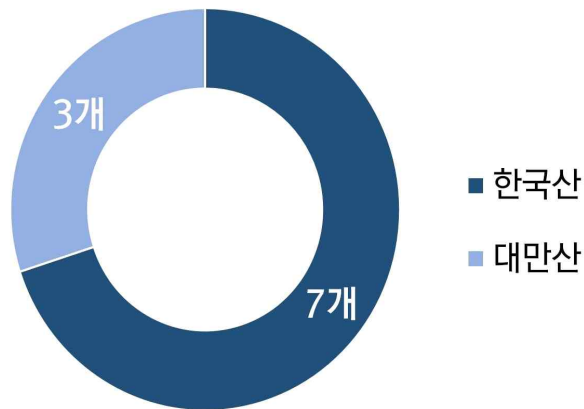


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품의 원산지, 한국

대만에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 7개 제품이 한국산 제품임을 확인함. 나머지 3개의 제품은 대만산으로 나타남. 현지 국가(대만)의 제품보다 한국산 제품이 많은 점을 통해, 조미김 제품에 있어 한국산 제품에 대한 현지의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 대만 조미김 제품 원산지 경쟁력 분석

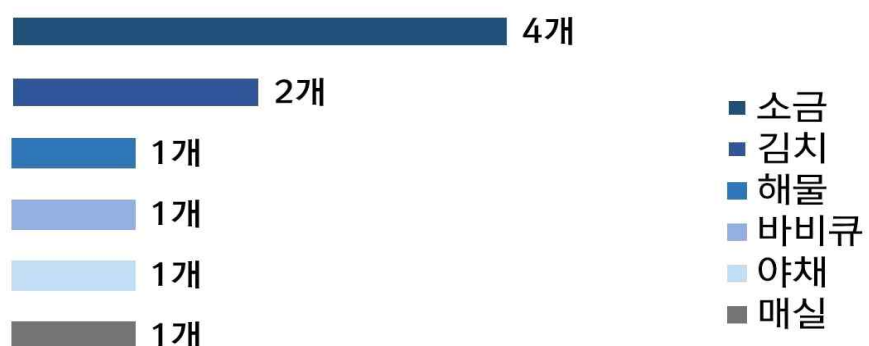


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품의 맛, 소금

대만에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 10개의 제품 중 4개가 소금맛으로 조사되었음. 그 외에도 김치맛 제품 2개와 해물, 바비큐 등 다양한 맛의 제품을 각 1개 확인함. 이는 대만 현지 소비자들이 해조류의 감칠맛, 짭짤한맛을 선호하며 동시에 다양한 맛을 내기 위한 양념이 첨가된 조미김에도 관심이 있음을 의미함

[표 5.4] 대만 조미김 맛 경쟁력 분석

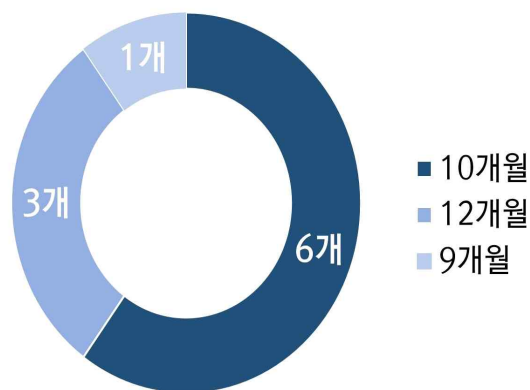


5) 유통기한

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품의 유통기한, 10개월

대만에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개의 유통기한이 10개월로 조사되었음. 그 외 3개 제품의 유통기한은 12개월이었으며, 나머지 1개 제품의 유통기한은 9개월로 확인됨

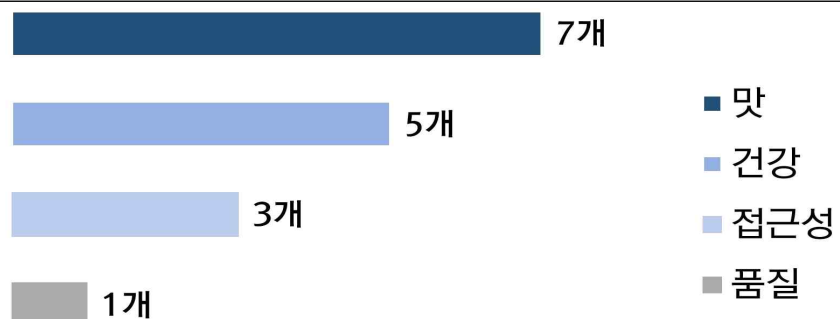
[표 5.5] 대만 조미김 제품 유통기한 경쟁력 분석



6) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품의 홍보문구, 맛

대만에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 10개의 제품 중 7개가 ‘깨끗하고 바삭한’, ‘상큼하고 맛있는’과 같은 제품의 ‘맛’을 강조한 홍보문구를 사용한 것을 발견함. 또한 영양적 우수성을 바탕으로 제품의 ‘건강’을 홍보한 문구 5개가 확인됨. 그 외에도 조미김의 ‘접근성’을 강조한 문구 3개와 원재료 등 ‘품질’을 강조한 문구 1개를 조사함

[표 5.6] 대만 조미김 제품 홍보문구 경쟁력 분석¹⁶⁾

16) 중복값有

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 : 쇼피, 모모샵, 징동닷컴, 피씨홈

(*) 오프라인 매장 : 까르푸, 피엑스마트, 씨티 슈퍼, 세븐일레븐, 백창상회

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

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

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
홍보문구

공통 특징 ②
원산지



공통 특징 ①
맛의 다양성

공통 특징 ②
원산지



현지 벤치마킹 인기 제품
(한웨이부울 _
파오차이 하이타이수)
'편리함을 강조하는
홍보문구'

◀ 벤치마킹
제품 특징
홍보문구

고객사 제품
'남녀노소가 좋아하는
아이들 간식 및 반찬 등
다양한 요리 활용 가능'

벤치마킹 ▶
제품의 다양한
종류

현지 벤치마킹 인기 제품
(해략 국제 유한회사 _
하이타이수 하이센커우웨이)
'다양성 제공하는
상품군'

2) 벤치마킹 제품 분석

- 제품의 편리함 강조

▶ 벤치마킹 제품, 편리함을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 조미김 제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 3개의 제품이 조리, 섭취의 간편함을 강조하는 홍보문구를 사용한 것으로 조사되었음. 벤치마킹 제품은 별다른 조리 없이도 간편하게 섭취할 수 있다는 정보를 전달하며 제품의 장점을 강조함. 고객사도 판매하고자 하는 제품이 소포장 되어 한 끼 식사에 간단하게 섭취할 수 있음을 강조하는 홍보문구를 사용한다면 제품의 편리함을 전달하는 데 큰 도움이 될 것임

3) 벤치마킹 제품 분석

- 제품 특징 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 다양성 제공하는 상품군 보유

현지에서 판매 중인 조미김 제품 10개의 맛을 조사한 결과, 소금맛이 4개로 가장 많이 조사되었음. 이어 김치맛 제품 2개와 각기 다른 맛의 4개 제품을 발견함. 이는 대만 소비자들의 다양한 맛에 대한 수요를 충족하기 위한 것으로 보임. 따라서 고객사도 판매하는 제품의 맛을 다양화하되 인터뷰 수취 결과를 반영하여, 매운 맛을 중심으로 상품군을 다양화한다면 소비자들의 구매를 유도할 수 있을 것으로 보임

[표 5.7] 대만 조미김, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 대만 소비자들이 특히 선호하는 맛은 오리지널맛, 와사비맛, 그리고 매운맛입니다. 개인의 취향에 따라 다양하게 선택합니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 조미김 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	위안번산(元本山)	
	기업 설명	위안번산은 1961년 다다오청에서 설립된 대만의 김 전문 제조·판매 회사임. 대만 최초의 김 브랜드 야마련(Yama-Lian)을 만들. 김의 등급에 따른 다양한 브랜드를 보유중임. 일본 레스토랑 등 고급 초밥 김의 경우 모토야마야키라는 브랜드로 판매중이며, 대중에게 친숙한 조미김은 산렌, 위안번산이라는 브랜드로 판매함	
주요 마케팅 전략	제품의 높은 품질 강조	 元本山朝鮮海苔經典風味海苔卷 內容物：朝鮮海苔9切*16包 特色：嚴選採自韓國海域的高級海苔原料，並以先進設備在韓國工廠精製而成，海苔片片酥香酥脆，可當作零食，也可以佐餐及 元本山朝鮮海苔醬油風味 規格：36.9公克 保存期限：300天 特色：精選韓國高品質海苔，佐以特調之濃醇醬油風味，精心烘培製作，散發海苔醬油香氣，口味獨特獨特，佐餐解饞 元本山朝鮮海苔芝麻風味 規格：36.9公克 保存期限：300天 特色：精選韓國高品質海苔，佐以特調之濃醇芝麻風味，精心烘培製作，散發海苔芝麻香氣，口味獨特獨特，佐餐解饞 【小包裝】元本山朝鮮海苔芝麻風味 元本山朝鮮三切海苔-麻油 規格：36.9公克 保存期限：300天 特色：精選韓國高品質海苔，佐以特調之濃醇芝麻風味，精心烘培製作，散發海苔芝麻香氣，口味獨特獨特，佐餐解饞	
	주요 마케팅 전략	소비자들이 가진 한국산 제품의 좋은 이미지 활용 '한국의 청정한 바다서 엄선한 김', '한국산 고품질 김'이라는 홍보문구 기재	
	제품 홍보 및 상품군 다양화		
		김 견과류 샌드위치 김을 이용한 새로운 제품 개발	제품 소개 및 제품 활용한 레시피 제공
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 원산지과 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 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Reasonable, Cost, Cheap 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portion, Serving, Size, Packs 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Seaweed, Seaweed Snacks 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Sesame, Taste, Flavor 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Sketchy, Quality, Safety, Requirement 등

▶ 징동닷컴에서 판매되고 있는 조미김 제품 선정

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	징동닷컴 (JD.com)	리뷰 수	297건
제품명	쉬안구춘 주로우수 반판 하이타이 (玄谷村猪肉酥拌饭海苔)		
제품 종류	조미김	소비자가격	39.80위안 (약 7,529원 ¹⁷⁾)
중량	100g	포장	비닐 지퍼백 / 종이 박스
특징	영양가 있고 맛있는, 더욱 안전한, 아이들을 위한 좋은 품질		

17) 1위안=189.18원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

● 분석 제품 정보

사이트	징동닷컴
분석 건수	297건
제품명	쉬안구쑤 주로우수 반판 하이타이
제품 종류	조미김
소비자가격	39.80위안 (약 7,529원)
중량	100g
포장	비닐 지퍼백 /종이 박스
특징	영양가 있고 맛있는, 더욱 안전한, 아이들을 위한 좋은 품질

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘품질’ 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 대만 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 조미김 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘품질’에 대한 긍정 점수가 587점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 55점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. 그다음으로는 ‘맛’에 대한 긍정 점수가 496점으로 높은 편이며, 부정 점수가 56점으로 격차를 보이고 있음. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 조미김 제품에 대해 ‘품질’에 대해 가장 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	222	19
맛	496	56
제품 선호도	339	40
중량	398	42
품질	587	55
종합	2,042	212

● 분석 제품 정보

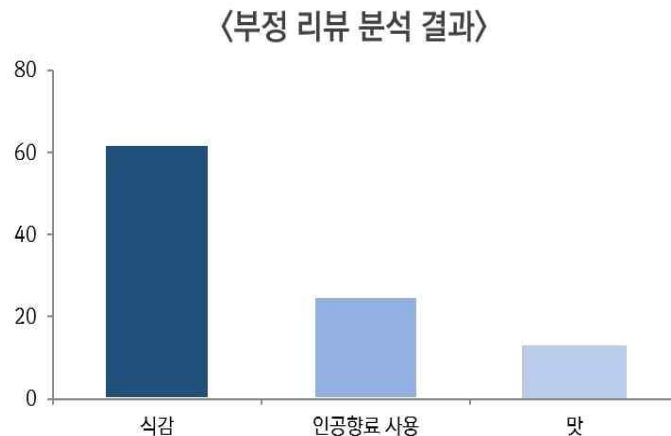
사이트	징동닷컴
분석 건수	297건
제품명	쉬안구춘 주로우수 반판 하이타이
제품 종류	조미김
소비자가격	39.80위안 (약 7,529원)
중량	100g
포장	비닐 지퍼백 /종이 박스
특징	영양가 있고 맛있는, 더욱 안전한, 아이들을 위한 좋은 품질

▶ 부정 리뷰 분석 결과, ‘식감’에 대한 선호도 낮아

감성분석 결과, 부정 점수가 가장 높았던 ‘맛’에 대한 심층 분석을 실시함. 분석 결과, 소비자들은 일반적으로 조미김 제품의 맛을 긍정적으로 인지하고 있으나 제품의 ‘식감’에 관한 부정적인 리뷰가 많이 확인되었음. 제품이 너무 잘게 부서져 김의 식감을 느낄 수 없었다며 부족한 식감으로 인해 소비자의 선호도가 떨어진 경우가 일부 확인됨. 또한 제품의 향을 위한 ‘인공향료의 사용’과 자극적인 ‘맛’ 문제 역시 소비자들의 구매를 저해하는 요인으로 파악됨

[표 5.12] 온라인 인기제품 부정 리뷰 분석

(단위: %)



[부정 리뷰 상세 내용]

항목	상세 리뷰
식감	너무 부서져서 가루 날림만 있어요 너무 잘게 찢어서 안에 들어있는 참깨가 김보다 두 배는 큼니다.
인공향료 사용	아이들도 먹는 음식인데 향료를 사용하는게 맞나요? 향을 뚫고 기름진 냄새가 납니다.
맛	너무 달아서 좋아하지 않아요 단맛이 너무 강해 밥과 먹기는 적당하지 않습니다.

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 쇼피 홈페이지 (www.shopee.tw)
2. 모모샵 홈페이지 (www.momoshop.com.tw)
3. 피씨홈 홈페이지 (www.24h.pchome.com.tw)
4. 스타티스타 홈페이지 (www.statista.com)
5. 구글 지도 홈페이지 (www.google.co.kr/maps)
6. 가오슝 정부 홈페이지 (www.kcg.gov.tw)
7. 가오슝 정부 관광부 홈페이지 (khh.travel/en)
8. 까르푸 대만 홈페이지 (online.carrefour.com.tw)
9. 피엑스마트 홈페이지 (www.pxmart.com.tw)
10. 송베이수입식품정품백화점 (www.sung-bei.com.tw)
11. 교익무역주식회사 홈페이지 (www.kaiyueh.com.tw)
12. 양호국제마케팅유한회사 홈페이지 (www.lianghau.com.tw)
13. 연화식품공업(주) 홈페이지 (www.lianhwa.com.tw)
14. 아이유티무역회사 홈페이지 (www.dutchhouse.com.tw/en/home)
15. 포야무역유한회사 홈페이지 (www.poya.com.tw)
16. 완양무역유한회사 홈페이지 (www.wanyung.com)
17. 위안변산 홈페이지 (motomotoyama.lianhwa.com.tw)
18. 징동닷컴 홈페이지 (global.jd.com)

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산물무역협회

발행일자 2024.08.02

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

