

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-16
품목 | 만두(Dumpling)
HS CODE | 1902.20-0000
국가 | 인도(India)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 인도 만두 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 인도 만두 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 인도 만두 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 인도 만두 경쟁기업 선정 | 26 |
| 2. 인도 만두 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 27 |
| 3. 인도 만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 28 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 빅바스켓(Big Basket) | 35 |
| 2. 스타퀵(Star Quik) | 38 |
| 3. 프레쉬 투 홈(Fresh to Home) | 41 |



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 기업 마케팅 벤치마킹	50

※ 참고문헌	51
--------	----





SUMMARY

HS CODE : 1902.20-0000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

인도 만두 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존



스파이시 치킨 모모스

블링킷



플랜트 베이스드 치킨 다즐링 모모스

빅바스켓



모모스 베지터블 앤 파니르



치킨 모모스



클래식 베즈 모모스



베즈 다즐링 모모스

오프라인 주요 경쟁제품

모모스 베지터블 앤 파니르 (프라수마)



가격 295루피 (4,696원)

중량 468g

'촉촉한 속, 모모 소스가 들어있어요.'

큰 앤 치즈 모모스 (와우 모모)



가격 195루피 (3,104원)

중량 480g

'더 촉촉하게, 더 가득하게! 건강이 우선.'

경쟁기업 3개사 분석

프라수마

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

케번터

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

와우 모모

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 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

100g당 가격

단위 : 루피/100g

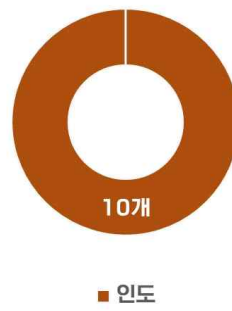


중량

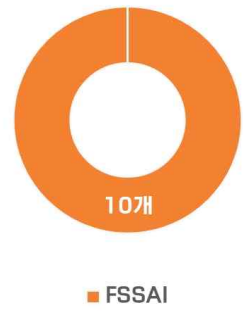
단위 : g



원산지



인증



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격은 74.97루피(1,194원)이며, 평균 중량은 477.25g으로 조사됨
- 2) 경쟁제품 10개 중 10개 제품 모두 인도산이며, 인도 식품안전기준청의 FSSAI 인증을 표기하고 있음

Point 02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 제품을 활용한 다양한 요리법 소개 중심의 콘텐츠 마케팅 전략을 펼침
- 2) 벤치마킹 기업의 KOL 마케팅 분석 결과, 인스타그램을 주요 채널로 활용하여 소비자들의 관심을 끌고 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 인도 만두 경쟁제품 선정
2. 인도 만두 경쟁제품 조사지표 선정
3. 인도 만두 경쟁제품 현지조사 결과

1. 인도 만두 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	—사 ¹⁾ 머슬만두
제품 종류	다이어트 만두
소비자가격	332.91루피 (5,300원 ²⁾) ³⁾
중량	168g
특징	저칼로리, 저지방, 글루텐 프리 건강 만두

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 머슬만두
 - 제품 종류: 다이어트 만두
 - 소비자가격: 332.91루피(5,300원)
 - 중량: 168g
 - 특징: 저칼로리, 저지방, 글루텐 프리 건강 만두

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon)
 2. 블링크(Blinkit)
 3. 빅바스켓(Bigbasket)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품 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: 하이퍼/슈퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품
- 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

1) 고객사를 '—사'로 표기함

2) 1루피=15.92원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) 고객사에서 판매 중인 만두 제품의 평균 가격을 기재함

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

인도 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	식품, 생활잡화, 건강뷰티, 가전제품, 의류, 액세서리, 책, 육아용품, 스포츠용품 등
 플립카트	식품, 생활잡화, 가전제품, 핸드폰, 가구, 의류, 미용용품, 여행상품 등
 민트라	의류, 액세서리, 생활잡화, 미용용품, 육아용품 등

▶ 만두 경쟁제품군 선정

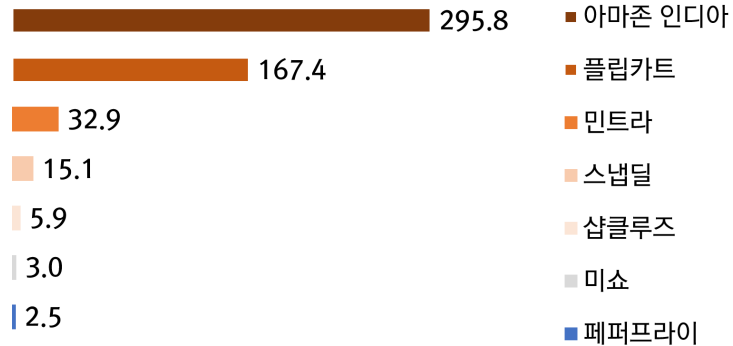
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 만두 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 인도 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과 아마존, 플립카트, 빅바스켓 모두 인도 식품업체 프라수마의 제품이 주요 인기제품인 것으로 확인됨⁴⁾

[표 2.1] 인도 주요 온라인 쇼핑몰 월별 방문자 수(2024년 3월)

(단위: 백만 회)



자료: 스탯ISTA(Statista)

[표 2.2] 인도 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	냉동 만두	프라수마 (Prasuma)	스파이스 치킨 모모스 (Spicy Chicken Momos)	인도	243.75루피 (3,880원)	500g	
2	냉동 만두	프라수마 (Prasuma)	치킨 모모스 (Chicken Momos)	인도	243.75루피 (3,880원)	500g	
3	냉동 만두	와우 모모 (Wow Momo)	치킨 치즈 칠리 모모스 (Chicken Cheese Chilli Momos)	인도	147.00루피 (2,340원)	250g	

4) 플립카트와 민트라에서의 경쟁제품이 조사가 원활하지 않아, 블링킷과 빅바스켓으로 대체하여 조사함

5) 조사일(2024.10.01) 기준

[표 2.2] 인도 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

블링킷 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	비건 만두	블루 트라이브 (Blue Tribe)	플랜트 베이스드 치킨 다즐링 모모스 (Plant Based Chicken Darjeeling Momos)	인도	160.00루피 (2,547원)	280g	
2	비건 만두	프라수마 (Prasuma)	클래식 베즈 모모스 (Classic Veg Momos)	인도	260.00루피 (4,139원)	480g	
3	비건 만두	프라수마 (Prasuma)	베지터블 앤 파니르 모모스 (Vegetable & Paneer Momos)	인도	278.00루피 (4,425원)	480g	
빅바스켓 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁷⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	냉동 만두	프라수마 (Prasuma)	베지터블 앤 파니르 모모스 (Vegetable & Paneer Momos)	인도	280.25루피 (4,461원)	468g	
2	냉동 만두	와우 모모 (Wow Momo)	베즈 다즐링 모모스 (Veg Darjeeling Momos)	인도	221.25루피 (3,522원)	500g	
3	냉동 만두	와우 모모 (Wow Momo)	치킨 다즐링 모모스 (Chicken Darjeeling Momos)	인도	201.00루피 (3,199원)	500g	

자료: 아마존(Amazon), 블링킷(Blinkit), 빅바스켓(Bigbasket) 홈페이지
 사진 자료: 아마존(Amazon), 블링킷(Blinkit), 빅바스켓(Bigbasket) 홈페이지

6) 조사일(2024.10.02) 기준

7) 조사일(2024.10.01) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 인도 하리아나 정보⁸⁾

인구	약 2,535만 명
면적	4만 4,212km ²

● 인도 델리 정보

인구	약 2,084만 명
면적	1,485km ²

▶ 인도 하리아나, 델리를 방문지역으로 선정

인도 하리아나(Haryana)와 델리(Delhi)를 방문지역으로 선정함. 하리아나주는 인도의 수도인 뉴델리의 서쪽에 위치하고 있으며, 주민의 88%는 힌두교 신자이며 무슬림 7%, 시크교도 5%로 이루어짐. 90% 이상이 사용하는 언어는 힌디어이며 편자브어, 우르두어 순으로 뒤를 이음. 인도에서 가장 부유한 지역 중 하나이며 2020년 기준 하리아나의 가구별 평균 소득은 약 3,500달러로 인도 전체 평균인 1,900달러에 비해 약 84.2% 높은 수준임. 또한, 델리는 국가수도직할구(National Capital Territory)라고도 불리는 인도의 수도권으로, 세계적인 메가시티 중 하나로 꼽힘. 델리는 인도의 국가 경제 성장과 GDP의 원동력이며, 델리 지역은 올드델리와 뉴델리로 나뉘는데, 그중 뉴델리는 영국에 의해 설계된 신도시이자 인도의 수도임. 마을이 밀집된 올드델리에 비해 뉴델리는 고급 호텔, 레스토랑 등이 많아 도시적인 면모를 갖추고 있음. 또한, 2022년에는 인도에서 백만장자가 두 번째로 많은 도시로 선정되기도 함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 인도 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	네이처스 소울(Nature's Soul), 하이퍼 시티(Hyper City), 스마트 바자(Smart Bazaar), 르 마르쉐(Le Marche), 스펜서스(Spencers), 스파 하이퍼마켓(Spar Hypermarket)
백화점	유나이티 원 메트로 몰(Unity One Metro Mall), 시티 스퀘어(City Square)
드럭스토어	홀랜드앤바렛(Holland&Barrett), 헬스카트(Healthkart), 가디언 파머시(Guardian Pharmacy), 아폴로 파머시(Apollo Pharmacy)
온라인	빅바스켓(Bigbasket), 아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 블링크잇(Blinkit)

고객사 진출 선호 매장

2. 인도 만두 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 만두: 밀가루 반죽 속에 고기, 채소, 해산물 등의 속재료를 넣어 빚은 음식으로, 찌거나 튀기거나 굽는 방식으로 조리되는 식품. 본 보고서에서는 비건 만두와 일반 냉동 만두에 해당하는 제품을 경쟁제품으로 선정하였음

▶ 인도 만두 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 인도 만두 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		비건 만두 또는 냉동 만두
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
원산지		제품의 원산지
유통기한		제품의 유통기한
맛		제품의 맛
포장 형태(외부/내부)		플라스틱 파우치, 플라스틱 파우치 / 플라스틱 트레이
인증		제품이 받은 인증
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 인도 만두 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 인도 하리아나와 델리에 위치한 하이퍼마켓과 슈퍼마켓

인도 하리아나와 델리에 위치한 슈퍼마켓인 스마트 바자, 르 마르쉐, 스펜서스, 스파 하이퍼마켓, 네이처스 소울을 방문함. 스마트 바자는 인도의 대표적인 소매 체인이며, 르 마르쉐는 인도의 프리미엄 슈퍼마켓임. 스펜서스는 인도 최초의 식료품 체인이자 하이퍼마켓임. 네이처스 소울은 인도의 유기농 식료품 전문 슈퍼마켓이며, 스파 하이퍼마켓은 인도에 진출한 네덜란드의 글로벌 유통기업이 운영하는 하이퍼마켓 체인임

[표 2.5] 인도 방문 매장 및 특징

방문 매장명	스마트 바자 (Smart Bazaar)	르 마르쉐 (Le Marche)	스펜서스 (Spencers)	네이처스 소울 (Nature's Soul)	스파 하이퍼마켓 (Spar Hypermarket)
방문 매장 전경					
구분	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	하이퍼마켓
조사 제품 수	1개	3개	1개	1개	4개
조사 매장 특징	· 인도의 대표적인 소매 체인 · 인도 100여 개 도시에 매장 260여 개 운영	· 인도의 프리미엄 슈퍼마켓 · 델리 등에서 10개 운영	· 인도 최초의 식료품 체인 · 인도 35개 도시에 125여 개 매장 보유	· 인도의 유기농 식료품 전문 판매점 · 유기농 인증 제품과 천연 재료 상품 취급	· 네덜란드의 글로벌 유통기업이 운영하는 체인 · 인도 주요 도시에 매장 24개 운영

사진자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 3개 제품만 2개의 매장에서만 판매

스마트 바자, 르 마르쉐, 스펜서스, 네이처스 소울, 스파 하이퍼마켓 총 5개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 만두 경쟁제품 10개 중 3개 제품만 2개 이상의 매장에서 중복 판매되고 있었음. 8개 제품은 인도 주요 온라인 쇼핑몰에도 진출했고, 이 가운데 4개는 아마존, 블링킷, 빅바스켓 3곳 모두에서 제품을 유통하고 있음

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

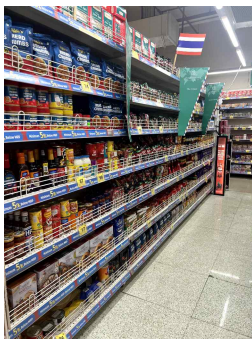
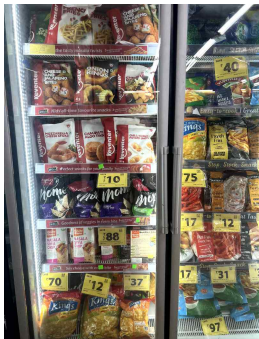
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	비건 만두	냉동 만두
① 모모스 치지 스파이시 베즈 (프라수마)	○ (스마트 바자)	○ (아마존, 블링킷, 빅바스켓)	○	
② 모모스 클래식 베즈 (프라수마)	○ (르 마르쉐)	○ (아마존, 블링킷, 빅바스켓)	○	
③ 모모스 베지터블 앤 파니르 (프라수마)	○ (스마트 바자, 르 마르쉐)	○ (아마존, 블링킷, 빅바스켓)	○	
④ 치킨 모모스 (빅 샘즈)	○ (르 마르쉐)	○ (빅바스켓)		○
⑤ 치킨 모모 (케벤티)	○ (스펜서스, 스파 하이퍼마켓)	○ (빅바스켓)		○
⑥ 쉬림프 딴 섬 (김신 파인 푸드)	○ (네이처스 소울)	(-)		○
⑦ 베즈 모모 (케벤티)	○ (르 마르쉐, 스파 하이퍼마켓)	○ (빅바스켓)	○	
⑧ 클래식 치킨 모모스 (엘리셔스)	○ (스파 하이퍼마켓)	(-)		○
⑨ 쿤 앤 치즈 모모스 (와우 모모)	○ (스파 하이퍼마켓)	○ (아마존, 블링킷, 빅바스켓)	○	
⑩ 페리 페리 모모스 (와우 모모)	○ (스파 하이퍼마켓)	○ (블링킷, 빅바스켓)	○	

(*) 현지 판매 만두 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 스마트 바자 (Smart Bazaar)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 생활잡화,
가전제품, 의류, 액세서리,
건강뷰티 용품 등
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			스마트 바자는 2001년 설립된 인도의 대표적인 소매 체인으로 인도 100여개 도시에 260여 개의 매장을 운영하고 있음. 인도의 문화와 가치, 윤리에 기반한 경영을 표방하고 있으며 식료품, 생활 잡화, 가전제품 등을 다양하게 취급함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	델리 Dlf Mall Of India, Plot No M03, Sector 18, Noida, Uttar Pradesh 201301
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	만두 및 냉동 식품군 진열	
	상·하단 제품 구성	상단: 감자튀김, 치즈스틱 등 / 중단: 만두 / 하단: 스위트콘 등	
	브랜드 국적 구성	인도	
	주요 브랜드	프라수마	
제품 판매 정보			
	모모스 치즈 스파이시 베즈 (프라수마)		

사진자료: 현지조사원 자료

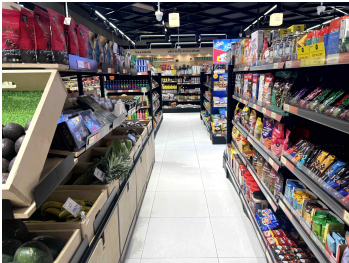
Shop ① 스마트 바자 (Smart Bazaar)

	경쟁제품 ①
제품 사진	
제품명 (현지어)	모모스 치즈 스파이시 베즈 (Momos Cheesy Spicy Veg)
제조사 (현지어)	프라수마 (Prasuma)
제품 종류	비건 만두
중량	468g
소비자가격	325루피 (5,174원)
100g당 가격	69.52루피 (1,107원)
원산지	인도
유통기한	12개월
맛	치즈 맛, 매운맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
인증	FSSAI
기타 표기사항	3분 내로 준비 가능
홍보문구	Prasuma Since 1985
원료 및 첨가물	치즈, 양배추, 정제 밀가루, 버터, 식용유, 소금, 고추, 향신료 및 조미료, 향미 증진제(INS 631)

Shop ② 르 마르쉐 (Le Marche)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품 등 다양한
식료품, 생필품 및 세계 각국
수입 식품 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			르 마르쉐는 인도의 프리미엄 슈퍼마켓으로 2005년 설립된 후 2017년 인도 대기업인 DS그룹이 합병함. 기본적인 식료품과 생필품부터 세계 각국의 식품까지 광범위한 제품을 취급하는 종합 식료품점을 추구함. 델리 등에서 10개의 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	델리 C38 & C03/C37, Lower Ground Floor Plot No - M, 03, opposite to Haldirams, Sector 18, Noida, Uttar Pradesh 201301
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	만두 및 냉동식품군 진열	
	상·하단 제품 구성	상단: 감자튀김 등 / 중단: 사모사, 치즈스틱 등 /하단: 만두	
	브랜드 국적 구성	인도	
	주요 브랜드	프라수마, 빅 샘즈	
제품 판매 정보			
	모모스 클래식 베즈 (프라수마)	모모스 베지터블 앤 파니르 (프라수마)	치킨 모모스 (빅 샘즈)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 르 마르쉐 (Le Marche)

	경쟁제품 ②	경쟁제품 ③
제품 사진		
제품명 (현지어)	모모스 클래식 베즈 (Momos Classic Veg)	모모스 베지터블 앤 파니르 (Momos Vegetable & Paneer)
제조사 (현지어)	프라수마 (Prasuma)	프라수마 (Prasuma)
제품 종류	비건 만두	비건 만두
중량	468g	468g
소비자가격	285루피 (4,537원)	295루피 (4,696원)
100g당 가격	60.96루피 (971원)	63.10루피 (1,005원)
원산지	인도	인도
유통기한	12개월	12개월
맛	채소 맛	채소 맛, 파니르 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
인증	FSSAI	FSSAI
기타 표기사항	방부제 없음	방부제 없음
홍보문구	촉촉한 속, 모모 소스가 들어있어요.	촉촉한 속, 모모 소스가 들어있어요.
원료 및 첨가물	정제 밀가루, 양배추, 양파, 당근, 정제 콩기름, 마늘, 생강, 청고추, 소금, 향신료 및 조미료, 향미 증진제(INS 631, INS 627)	양배추, 정제 밀가루, 양파, 파니르, 버터, 당근, 정제 콩기름, 생강, 고추, 향신료 및 조미료, 향미 증진제(INS 631)

Shop ② 르 마르쉐 (Le Marche)

	경쟁제품 ④
제품 사진	
제품명 (현지어)	치킨 모모스 (Chicken Momos)
제조사 (현지어)	빅 샘즈 (Big Sams)
제품 종류	냉동 만두
중량	400g
소비자가격	345루피 (5,492원)
100g당 가격	86.25루피 (1,373원)
원산지	인도
유통기한	9개월
맛	닭고기 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
인증	FSSAI
기타 표기사항	얇은 피, 푸짐한 속, 미리 조리됨, 할랄
홍보문구	찜, 팬, 프라이, 튀김 조리 가능
원료 및 첨가물	다진 닭고기(35%), 정제 밀가루(29%), 양파(22%), 물(12%), 생강, 고수, 간장유, 마늘, 소금, HVP

Shop ③ 스펜서스 (Spencers)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 생필품, 의류, 가전제품 등을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보			스펜서스는 1920년 설립된 인도 최초의 식료품 체인으로 인도에 조직화된 소매업의 개념을 처음 소개했다고 알려짐. 2001년에는 인도 최초의 하이퍼마켓 운영을 시작함. 인도 35개 이상의 도시에서 125개 넘는 매장을 운영하고 있음. 식료품과 생필품 및 의류, 가전제품 등을 취급함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	하리아나 JMD Empire Square, 1 to 5, 8 to 12 & 41, Mehrauli-Gurgaon Rd, adjacent Bristol Hotel, Mall Road, Sector 28, DLF Phase 1, Gurugram, Sarhol, Haryana 122001
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	냉동식품군 진열	
	상·하단 제품 구성	상단: 감자튀김 등 /하단 : 만두, 너겟 등 케벤터 제품	
	브랜드 국적 구성	인도	
	주요 브랜드	케벤터	
제품 판매 정보			
	치킨 모모스 (케벤터)		

사진자료: 현지조사원 자료

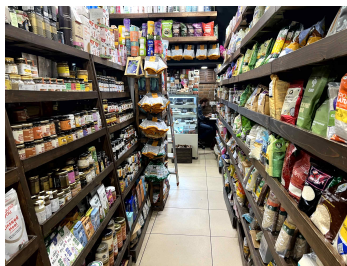
Shop ③ 스펜서스 (Spencers)

	경쟁제품 ⑤
제품 사진	
제품명 (현지어)	치킨 모모 (Chicken Momo)
제조사 (현지어)	케번터 (Keventer)
제품 종류	냉동 만두
중량	750g
소비자가격	385루피 (6,129원)
100g당 가격	51.33루피 (817원)
원산지	인도
유통기한	12개월
맛	닭고기 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
인증	FSSAI
기타 표기사항	(-)
홍보문구	더 촉촉하고 속이 짝 찬
원료 및 첨가물	다진 닭고기(35%), 계란 및 채소(30%), 향신료, 요오드 첨가 소금, 설탕, 밀가루, 물, 향미 증진제 (INS 621), 식용유(콩기름), 콩, 탈지 분유

Shop ④ 네이처스 소울 (Nature's Soul)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
유기농 인증 제품 및 천연 재료를 바탕으로 하는 상품과 생활용품을 전문적으로 취급함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			네이처스 소울은 2017년 설립된 인도의 유기농 식료품을 전문으로 하는 슈퍼마켓임. 유기농 인증 제품 및 천연 재료 상품을 주로 취급하며 인도 전역의 검증된 윤리적으로 운영하는 농장들과 협력함. 신선식품, 유기농 청과, 유제품, 고기류, 생활용품 등을 판매함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	델리 27, Ground Floor, Defence Colony Main Market, New Delhi, Delhi 110024
매장 내부			
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대
진열 방식		만두 및 냉동식품군 진열	
상·하단 제품 구성		만두, 사모사튀김, 냉동 파스타 등	
브랜드 국적 구성		인도	
주요 브랜드		킴신 파인 푸드	
제품 판매 정보			
	쉬림프 덤 섬 (킴신 파인 푸드)		

사진자료: 현지조사원 자료

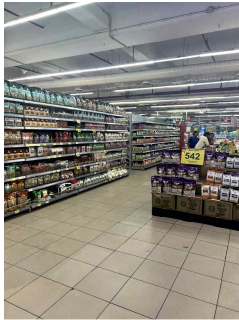
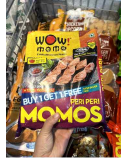
Shop ④ 네이처스 소울 (Nature's Soul)

	경쟁제품 ⑥
제품 사진	
제품명 (현지어)	쉬림프 딘섬 (Shrimp Dim Sum)
제조사 (현지어)	김신 파인 푸드 (Kim-shin Fine Foods)
제품 종류	냉동 만두
중량	500g
소비자가격	800루피 (12,736원)
100g당 가격	160.00루피 (2,547원)
원산지	인도
유통기한	12개월
맛	새우 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이
인증	FSSAI
기타 표기사항	(-)
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	새우, 굴 소스, 감자 전분, 참기름, 소금과 후추

Shop ⑤ 스파 하이퍼마켓 (Spar Hypermarket)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
각종 식료품, 생활용품 등을
최저가 판매하고 특별 할인
상품을 취급함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			스파 하이퍼마켓은 1932년 설립된 네덜란드의 글로벌 유통 기업이 운영하는 하이퍼마켓 체인임. 스파는 44개국에 1만 2,500개 이상의 매장을 보유함. 인도에는 2014년 진출했으며 인도 주요 도시 9개에 걸쳐 매장 24개를 운영하고 있음. 최저가를 보장하는 식료품, 생활용품, 특별 할인 상품 등을 취급함	
	조사 제품 수: 4개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	하리아나	
	상세주소	Metro Station, MGF Metropolis Mall, Mehrauli-Gurgaon Rd, near Lower Ground, Sector 28, Maruti Housing Colony, Gurugram, Haryana 122022		
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		만두 및 냉동식품군	
	상·하단 제품 구성		상단: 만두/ 중·하단: 너겟, 감자튀김 등	
	브랜드 국적 구성		인도	
	주요 브랜드		케벤테르, 엘리셔스, 와우 모모	
제품 판매 정보				
	베즈 모모 (케벤테르)	클래식 치킨 모모스 (엘리셔스)	콘 앤 치즈 모모스 (와우 모모)	페리 페리 모모스 (와우 모모)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ⑤ 스파 하이퍼마켓 (Spar Hypermarket)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	베즈 모모 (Veg Momo)	클래식 치킨 모모스 (Classic Chicken Momos)
제조사 (현지어)	케번터 (Keventer)	엘리셔스 (Elicious)
제품 종류	비건 만두	냉동 만두
중량	440g	560g
소비자가격	295루피 (4,696원)	320루피 (5,094원)
100g당 가격	67.05루피 (1,067원)	57.14루피 (910원)
원산지	인도	인도
유통기한	9개월	9개월
맛	채소 맛	닭고기 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
인증	FSSAI	FSSAI
기타 표기사항	(-)	(-)
홍보문구	33% 무료(330g + 110g 무료), 딥 소스가 들어있어요.	더 촉촉하고 속이 짝 찬
원료 및 첨가물	양배추(40%), 양파, 당근 및 기타 채소(30%), 향신료, 요오드 첨가 소금, 설탕, 향미 증진제 (INS 621), 밀가루, 식용유(콩기름), 콩, 탈지 분유	닭고기(40%), 정제 밀가루, 물, 양파, 생강, 마늘, 콩, 경화 식물성 기름, 정제 팜유, 소금, 유화제(INS 481, INS 472), 향미 증진제(INS 621)

Shop ⑤ 스파 하이퍼마켓 (Spar Hypermarket)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	콘 앤 치즈 모모스 (Corn & Cheese Momos)	페리 페리 모모스 (Peri Peri Momos)
제조사 (현지어)	와우 모모 (Wow Momo)	와우 모모 (Wow Momo)
제품 종류	비건 만두	비건 만두
중량	480g	240g
소비자가격	195루피 (3,104원)	225루피 (3,582원)
100g당 가격	40.63루피 (647원)	93.75루피 (1,493원)
원산지	인도	인도
유통기한	12개월	12개월
맛	콘치즈 맛	매운맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이
인증	FSSAI	FSSAI
기타 표기사항	MSG 없음, 방부제 없음	MSG 없음
홍보문구	신제품, 건강이 우선, 더 촉촉하게, 더 가득하게!	간편하게 사용할 수 있는 전자레인지용 트레이가 들어있어요. 슈퍼 세이버 팩(10개 + 10개 무료)
원료 및 첨가물	옥수수, 치즈, 정제 밀가루, 버터, 마가린 및 지방 스프레드, 청피망, 적피망, 정제 식물성 기름, 요오드 첨가 소금, 백후추, 말토덱스트린 파우더, 전분, 대두 가루, 향미 증진제(INS 627, INS 637), 이스트 추출물, 향료, 자연 동일 향미 물질, 응집 방지제(INS 551, INS 170(i)), 밀가루 처리제(INS 928, INS 920, INS 1102, INS 1101(i))	정제 밀가루, 양배추, 당근, 양파, 고수, 생강 마늘, 식용유(팜유), 향미 증진제(INS 627, INS 631), 버터, 요오드화 소금, 고추 페이스트, 콩고기, 방부제(INS 211), 허용된 효소(INS 1102(i), INS 1101(i)), 산도 조절제(INS 260), 토마토 페이스트, 증점제(INS 415, INS 440, INS 469), 향신료 및 조미료, 자연 동일 향미 물질

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 인도 만두 경쟁기업 선정
2. 인도 만두 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 인도 만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 인도 만두 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 규모가 큰 현지 기업 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 비교적 규모가 큰 현지 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 31년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 프라수마는 1985년에 설립하여 가장 오래된 39년의 업력을 보유하고 있음. 케번터는 1986년 설립 이후 38년째 사업을 이어오고 있음. 와우 모모는 2008년 설립되어 16년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 만두 동일 품목 종류 조사

인도에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 만두 품목 수를 조사한 결과, 와우 모모가 총 49개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 프라수마가 24개, 케번터가 6개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 만두 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
프라수마(Prasuma)	인도	39년	24개
케번터(Keventer)	인도	38년	6개
와우 모모(Wow Momo)	인도	16년	49개

자료: 인도 진출 만두 경쟁기업 3개사 분석

2. 인도 만두 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
	23년도 기업 매출액
	직원 수
	23년도 기업 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	비건 만두, 냉동 만두

▶ 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	스마트 바자, 르 마르쉴, 스펜서스, 스파 하이퍼마켓
온라인	아마존, 블링킷, 빅바스켓

3. 인도 만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 인도 온/오프라인 매장 진출

인도에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 프라수마는 스마트 바자, 르 마르쉐 2곳, 케벤테는 르 마르쉐, 스펜서스, 스파 하이퍼마켓 3곳에 입점한 것으로 조사됨. 와우 모모는 스파 하이퍼마켓 1곳에 진출함. 프라수마와 와우 모모는 인도의 인기 온라인 쇼핑몰인 아마존, 블링킷, 빅바스켓 3곳 모두에도 입점해 제품을 유통하고 있음. 케벤테는 만두 제품으로는 빅바스켓 1곳에 입점함

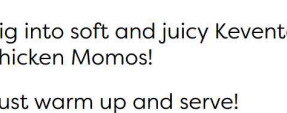
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

인도 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 인도 상용어인 영어로 된 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 등 소셜미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, 프라수마와 와우 모모는 영어로 된 인도 계정의 SNS 채널에서 브랜드 스토리, 제품의 레시피 등 고객의 흥미를 끄는 콘텐츠를 자주 업로드하여 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음. 케벤테는 SNS 계정을 다수 보유하고 있지만 콘텐츠 업로드가 비정기적임

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 품질, 간편한 조리법 등을 강조

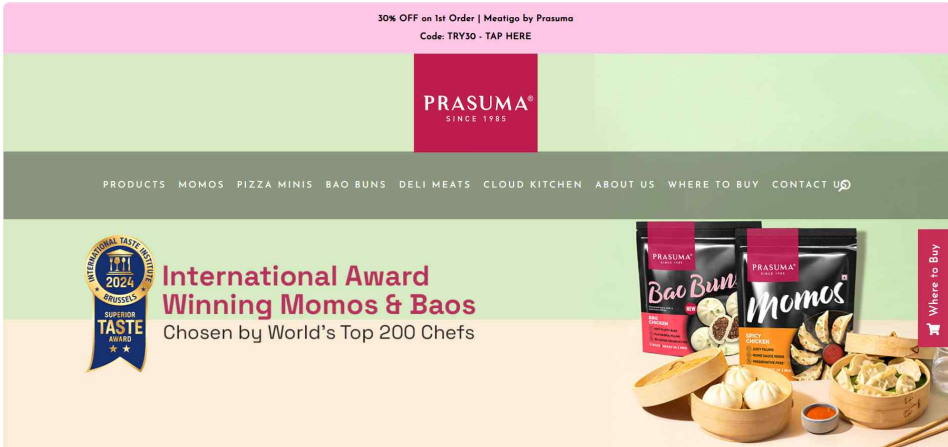
인도 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 품질, 간편한 조리법 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. 프라수마는 제품의 만두속, 만두피의 맛과 품질을 강조하는 표현하는 문구를 사용하였으며, 케벤터는 맛과 간편한 조리법을 표현함. 와우 모모는 자사 제품의 다양한 맛과 간편함을 설명하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 인도 만두 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
프라수마	- 오프라인 매장 - 스마트 바자 - 르 마르쉐 - 온라인 매장 - 아마존 - 불링킷 - 빅바스켓	- 자사 홈페이지 (인도) - SNS 플랫폼 (인도) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 신선하고 고품질의 재료 - 섬세하게 얇은 만두피 - 맛있게 육즙이 가득한 만두속 - 방부제 무첨가	 Deliciously Juicy Filling
케벤터	- 오프라인 매장 - 르 마르쉐 - 스펜서스 - 스파 하이퍼마켓 - 온라인 매장 - 빅바스켓	- 자사 홈페이지 (인도) - SNS 플랫폼 (인도) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 부드럽고 육즙 가득한 - 신선하고 만들기 쉬운 - 그냥 데워 먹으면 되는 - 언제든지 먹을 수 있는 훌륭한 간식	 Dig into soft and juicy Keventer Chicken Momos! Just warm up and serve!
와우 모모	- 오프라인 매장 - 스파 하이퍼마켓 - 온라인 매장 - 아마존 - 불링킷 - 빅바스켓	- 자사 홈페이지 (인도) - SNS 플랫폼 (인도) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 만두 이상의 경험을 - 광범위한 제품군 - 더 많은 육즙, 더 많은 만두속 - 2분이면 요리하는 인스턴트 만두	

자료: 인도 진출 만두 경쟁기업 3개사 분석

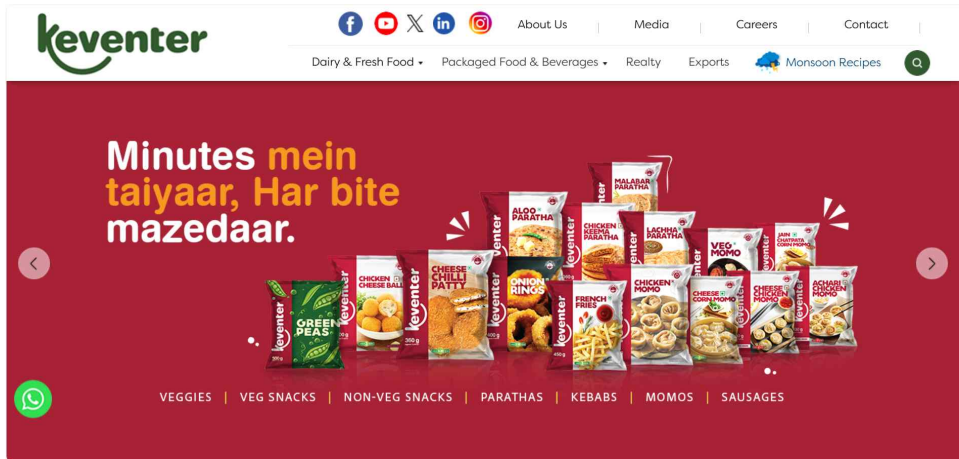
① 프라수마 (Prasuma)

기업 기본 정보	기업명	프라수마		
	기업 설명	프라수마는 인도의 식품업체로 냉동식품, 간편 조리식을 취급함. 호르몬, 항생제 잔류물이 없는 육류와 세계 각국에서 공수한 고급 향신료를 사용함. 또한 제품에 인공색소, 부산물 등을 사용하지 않음. 주요 제품은 만두, 피자, 육가공품 등이고, 신제품으로 한국식 양념치킨, 양념감자를 선보임		
	위치	Ample Foods Pvt. Ltd., Plot No. 127, Sector-6, IMT Manesar, Gurugram, India, Haryana		
	규모	동일 품목 수	24개	
		설립연도	1985년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스마트 바자 르 마르쉐 〈온라인 매장〉 아마존 블링킷 빅바스켓		제품명	모모스 치즈 스파이시 베즈 (Momos Cheesy Spicy Veg)
			중량	468g
			소비자가격	325루피 (5,174원 ⁹⁾)
			제품 종류	비건 만두
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	인도 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(인도), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(인도)		
	게시 주기	(인스타그램) 주 4~5건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 요리법 소개, 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

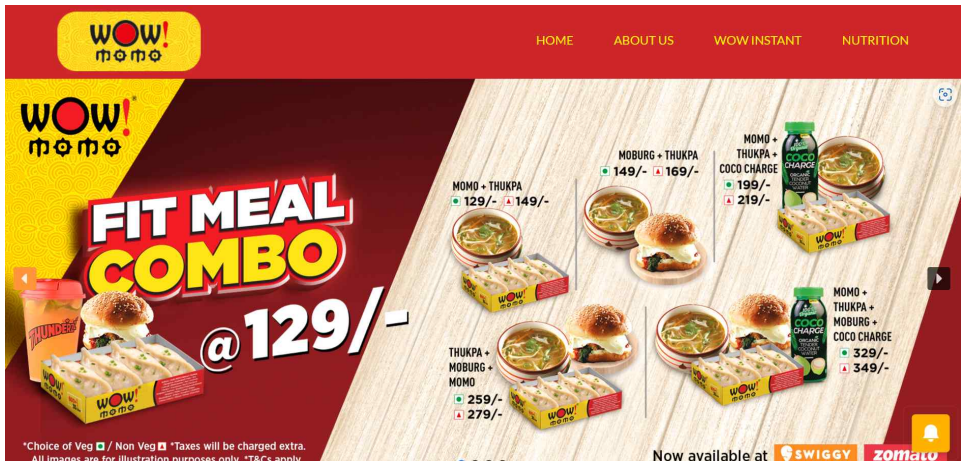
9) 1루피=15.92원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 케번터 (Keventer)

기업 기본 정보	기업명	케번터		
	기업 설명	케번터는 인도의 식품업체로 현지에서 선도적인 일용소비재(FMCG) 기업을 표방함. 만두, 너겟, 치즈스틱 등 냉동 가공식품을 비롯해 우유, 밀크셰이크, 아이스크림 등 유제품 및 신선식품을 다양하게 제조·유통하고 있음		
	위치	34/1 D.H. Road Kolkata – 700 027, West Bengal, India		
	규모	동일품목 수	6개	
		설립연도	1986년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 르 마르쉐 스펜서스 스파 하이퍼마켓 〈온라인 매장〉 빅바스켓		제품명	베즈 모모 (Veg Momo)
			중량	440g
			소비자가격	295루피 (4,696원)
			제품 종류	비건 만두
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	인도 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(인도), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(인도)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 안내, 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 와우 모모 (Wow Momo)

기업 기본 정보	기업명	와우 모모		
	기업 설명	와우 모모는 인도의 식품업체이자 패스트푸드 체인으로 만두, 버거, 디저트를 취급함. 콘치즈 맛, 페리페리 맛 등 다양한 맛의 만두를 제조하며 만두와 버거를 혼합한 모버그(Moburg)를 탄생시킴. 인도 17개 도시에 300개 넘는 매장을 보유함		
	위치	Raja S C Mullick Road 29A/2E/1, Ground Floor Kolkata, 700032 India		
	규모	동일 품목 수	49개	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스파 하이퍼마켓 〈온라인 매장〉 아마존 블링킷 빅바스켓		제품명	콘 앤 치즈 모모스 (Corn & Cheese Momos)
			중량	480g
			소비자가격	195루피 (3,104원)
			제품 종류	비건 만두
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	인도 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(인도), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(인도)		
	게시 주기	(페이스북) 주 9~10건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 제품 영양표시, 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 빅바스켓(Big Basket)
2. 스타퀵(Star Quik)
3. 프레시 투 홈(Fresh to Home)

Interview ①

10)



빅바스켓(Big Basket) Sales Manager

빅바스켓 (Big Basket)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2011년에 설립된 소매업체로 식료품, 과일, 채소, 간식, 음료, 육류, 생선 등을 취급하고 있음
 - 인도의 대형 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓을 대상으로 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 4,500원~5,900원

중량 168g

인증	HACCP, 글루텐 프리
마케팅 슬로건	열량, 지방을 낮춘 글루텐 FREE 건강 만두

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 원료, 원산지, 홍보문구 등 인기 경쟁제품과 비교하여 전문가 피드백해주세요.

고객사의 제품 라인은 치킨, 생선, 카레, 콩 등 다양한 맛을 포함하고 있어 매우 매력적입니다. 고객사 제품의 유사제품으로는 야채와 양념 또는 속재료가 포함된 인도산 냉동 만두 제품들 있습니다. 상세 품목과 가격을 보면, ‘프레시아 믹스드 베지터블 모모(Precia Mixed Vegetable Momos)’는 290루피(4,616원¹¹⁾)입니다. 모모는 주로 네팔과 인도 북부에서 유래한 찐 만두와 비슷한 음식으로, 밀가루 반죽에 주로 다진 고기나 야채를 넣은 음식을 의미합니다. ‘암브로지아 프레쉬리 프로즌 오리엔탈 베지 덤섬(Ambrozia Freshly Frozen Oriental Veggie Dim Sums)’은 249루피(3,964원), ‘프라수마 모모 - 치즈 스파이지 베즈 프로즌(Prasuma Momos - Cheesy Spicy Veg Frozen)’은 292.50루피(4,657원)에 판매되고 있습니다. 이 제품들은 고객사 제품보다 상대적으로 저렴한 가격에 판매되고 있으나, 고객사 제품은 건강 측면과 저칼로리 측면에서 장점이 있기에 추가 비용을 지불하며 구매할 소비자들이 있을 수 있습니다.

Q2. 현지에서 판매율이 높은 다이어트 관련 만두 제품이 있나요? 제품의 특징과 제조국에 대해 알려주세요.

현지 시장에 체중 감량을 위한 만두 제품은 없습니다. 또한, 대부분의 제품은 현지에서 제조된 것입니다. 그 중 세가지 제품의 특징을 말하자면, ‘암브로지아 신선 냉동 오리엔탈 야채 덤섬’은 12개로 구성되어 있고, 방부제나 인공 색소가 첨가되지 않았으며, 양배추, 마수 등이 재료로 사용되었습니다. ‘프레시아 혼합 야채 모모’는 각각 10개가 들어있는 2개의 파우치로 구성되어 있고, 재료는 밀가루, 향신료, 허브 등입니다. 마지막으로 ‘프라수마 모모 치즈 매운맛 야채’는 24개의 냉동 모모로 구성되어 있고, 재료는 양배추, 가루, 향신료 등입니다.

10) 사진자료: 빅바스켓(Big Basket) 공식 홈페이지

11) 1루피=15.92원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 다이어트 식품에 대한 소비자 인식과 수요, 특히 20, 30대 여성들의 인식과 수요도가 어떠한가요?

20, 30대 여성 소비자들 사이에서 다이어트 및 체중 감량 제품에 대한 강한 수요가 존재합니다. 이는 상업적으로 마케팅된 다이어트 제품에 대한 상당한 수요로 이어졌습니다. 그러나 많은 소비자들이 과거와 달리 많은 정보를 바탕으로 마케팅에 영향을 받지 않고 구매 결정을 내리고 있습니다. 소비자들은 성분과 칼로리 함량을 확인하며, 더 자연적인 성분을 사용하고 자신의 건강 목표에 부합하는 제품을 찾고 있습니다. 따라서 이러한 제품에 대한 수요는 존재하고, 마케팅은 보다 진정성있고 충실하게 정보를 제공하는 방식으로 진행되어야 합니다.

Q4. 글루텐 프리, 식이섬유 함유와 같은 영양강화 식품에 대한 현지 소비자 인식은 어떠한가요?

소비자 인식이 점차 변화하고 있습니다. 사람들이 건강에 더 신경을 쓰기 시작하면서 섬유질, 단백질 등이 풍부하거나 설탕, 글루텐과 같은 알레르기 유발 물질이 적은 식품의 이점에 대해 인식이 높아지고 있습니다. 그래서 가공 편의 식품들은 불필요한 첨가물과 화학물질이 포함되어 있다는 부정적 시각이 많습니다. 여전히 전통적인 가정식이 더 건강하고 만족감을 준다고 여겨지고 있습니다.

Q5. 현지 시장에서 글루텐 프리 제품의 유통 현황과 향후 동향은 어떠한가요?

인도에서 글루텐 프리 제품은 주로 대도시 지역에 집중되어 있습니다. 델리, 뭄바이, 벵갈루루 등의 주요 슈퍼마켓과 온라인 소매점에서 빵, 파스타, 기타 간식류 등 다양한 글루텐 프리 제품을 구입할 수 있습니다. 하지만 중소도시와 지방에서는 여전히 보급률이 낮은 편입니다.

Q6. 현지의 20대 이하 자녀들을 가진 부모들의 영양강화 식품에 대한 소비 추세는 어떠하며 그 이유는 무엇인가요?

어린 자녀를 둔 부모들 사이에서 영양강화 식품을 선택하는 경향이 증가하고 있습니다. 부모들은 자녀의 성장과 발달을 위해 최적의 영양을 제공하는 데 매우 신경을 쓰고 있으며, 추가 비타민, 미네랄, 단백질, 섬유질이 강화된 포장 식품을 선호하는 경향이 있습니다. 이제 부모들은 더 많은 정보를 가지고 있으며, 강화 제품을 통해 미량 영양소의 부족을 보충하려고 노력하고 있습니다.

Q7. 현지 시장에서 비건 식품에 대한 소비자들의 현재 수요와 향후 동향은 어떠한가요?

인도는 전통적으로 채식주의자가 많으며, 항상 비건 제품에 대한 수요가 있었습니다. 하지만 최근 비건 트렌드에 따라 비건 식단으로 전환하는 사례는 많지 않습니다. 전통적이고 종교적으로 채식주의자인 사람들은 비건 제품을 더 선호하는 반면, 비건 라이프스타일로 전환하며 비채식 음식을 포기하는 소비자들은 상대적으로 적습니다. 하지만 비채식 소비를 줄이고 식단 변화를 위한 대체재, 예를 들어 채소 만두와 같은 제품을 선호하고 구매하는 소비자도 존재합니다. 따라서 이는 비건 제품으로 완전히 전환된 것보다는 선호도의 변화에 더 가깝습니다.

Interview ②

12)



스타퀵 (Star Quik)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2017년에 설립된 소매업체로 식료품, 유제품 및 베이커리 제품, 과일, 채소, 스낵 등을 취급하고 있음
 - 인도의 하이퍼/슈퍼마켓을 대상으로 운영하고 있음

담당자 정보

Category Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	미정
-------	----

중량	미정
----	----

인증	미정
----	----

마케팅 슬로건	미정
------------	----

스타퀵(Star Quik) Category Manager

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 원료, 원산지, 홍보문구 등 인기 경쟁제품과 비교하여 전문가 피드백해주세요.

고객사 제품과 프라수마 베지터블 모모스(Prasuma Vegetable Momos)를 비교한다면, 프라수마 베지터블 모모스는 24개가 한 팩으로, 10% 할인을 적용하여 265.50루피(4,227원)에 판매됩니다. 이 제품의 주재료로는 밀가루, 채소, 향신료, 조미료입니다. 반면, 고객사 제품은 더 다양한 종류가 있으며, 비채식 제품도 있습니다. 고객사 제품은 라인은 보다 명확하고 세분화된 특징이 있습니다. 또한, 저칼로리, 글루텐 프리 및 건강한 재료에 중점을 두어 다른 제품들과 차별화된 건강 지향적인 포지션을 가질 수 있습니다. 그러나 인도 소비자들은 건강 위주의 제품보다는 일반적인 제품에 더 익숙하며, 인도 시장 자체가 건강 지향적인 시장이 아닙니다.

Q2. 현지에서 판매율이 높은 다이어트 관련 만두 제품이 있나요? 제품의 특징과 제조국에 대해 알려주세요.

체중 감량과 관련된 만두 제품이 판매되고 있지 않습니다. 일반 만두와 같은 식품들은 주로 소비자들의 미각을 만족시키기 위한 것이며, 전통적인 인도 요리와는 다른 특별한 특징을 가지고 있습니다. 인도에서 판매되는 채소 만두 제품은 주로 밀가루로 만들어지며, 다양한 채소로 속을 채워 인도에서만 생산됩니다.

Q3. 다이어트 식품에 대한 소비자 인식과 수요, 특히 20, 30대 여성들의 인식과 수요도가 어떠한가요?

도시 여성들이 점점 더 건강에 대한 관심을 가지고 있습니다. 대부분의 여성들은 바쁜 생활과 업무 스트레스로 인해 건강한 생활 방식과 체중을 유지하는 것이 어려운 상황이지만, 전반적인 체중 관리와 웰빙에 집중하려고 노력합니다. 또한, 소셜 미디어의 영향으로 인해 식단 변화에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 그러나 이러한 변화는 선진국만큼 뚜렷하지는 않습니다. 체중 감량과 건강 유지를 위해 여성들은 의식적으로 칼로리와 영양소 섭취를 조절하고 있습니다. 많은 여성들이 적은 양의 식사를 자주 하며, 단백질에 집중하고 기름진 음식이나 튀긴 음식을 피하려고 합니다. 또한, 찌기, 삶기, 굽기와 같은 조리 방법이 튀기는 것보다 선호되고 있습니다. 따라서 여성들 사이에서 체중 감량에 대한 변화와 인식이 증가했음을 알 수 있습니다.

Q4. 글루텐 프리, 식이섬유 함유와 같은 영양강화 식품에 대한 현지 소비자 인식은 어떠한가요?

영양강화 식품의 이점에 대한 인식이 높아지고 있습니다. 과거에는 영양강화 식품이 주로 보충제와 연관되었지만, 이제는 전통적인 식단을 선호하는 인도인들도 변화하는 생활 방식과 영양에 대한 정보가 증가하면서 영양강화 식품의 가치를 인식하게 되었습니다. 특히 글루텐 프리 및 고섬유질 제품이 도시 가정에서 많은 관심을 받고 있습니다. 당뇨병과 소화 문제의 증가로 인해 섬유질이 혈당 조절과 소화 건강에 중요한 역할을 한다는 점도 대두되었습니다. 따라서, 단백질, 비타민, 미네랄이 강화된 인기 있는 기장, 쌀, 빵 종류가 현재 많이 판매되고 있습니다. 그러나 특별 강화된 식품에 대한 수요는 아직 크지 않으며, 여전히 틈새 시장입니다.

Q5. 현지 시장에서 글루텐프리 제품의 유통 현황과 향후 동향은 어떠한가요?

최근 몇 년간 인도 현지 시장에서 글루텐 프리 제품의 유통과 가용성이 크게 확대되었습니다. 여전히 다양한 지역에서 더 많은 성장이 필요하고, 가능한 상황입니다. 현재로서는 대도시에서만 주요 소매점, 온라인 플랫폼 및 슈퍼마켓에서 가장 다양한 글루텐 프리 제품을 구입할 수 있습니다. 앞으로 인식이 확대되어 2-3선 도시들까지 퍼지면 이러한 제품들에 대한 수요가 증가할 가능성이 있습니다. 하지만 현재는 주로 대도시에서만 그 수요가 두드러집니다.

Q6. 현지의 20대 이하 자녀들을 가진 부모들의 영양강화 식품에 대한 소비 추세는 어떠하며 그 이유는 무엇인가요?

인도에서 20세 미만의 어린 자녀를 둔 부모들 사이에서 영양강화 식품의 소비가 눈에 띄게 증가했습니다. 이는 온라인을 통해 영양 정보에 쉽게 접근할 수 있게 된 점, 의사와 영양 전문가의 조언, 그리고 패스트푸드를 좋아하는 아이들이 영양 결핍 문제를 겪고 있다는 우려 때문으로 볼 수 있습니다.

Q7. 현지 시장에서 비건 식품에 대한 소비자들의 현재 수요와 향후 동향은 어떠한가요?

인도 인구의 대다수는 문화적인 식단 선호도 때문에 비건에 특별한 관심을 보이지 않습니다. 그러나 종교적, 사회적 배경으로 인해 인도에는 채식주의자가 많은데, 이들은 인도식 채식 음식과 요리를 선호합니다. 새로운 세대를 고려할 때, 이들은 비건 개념에 큰 관심을 두지 않으며, 주로 비채식 패스트푸드를 선호하는 경향이 높습니다. 따라서 비건 제품에 대한 선호는 지속적인 선택보다는 일시적인 변화로 나타나는 경우가 많습니다.

Interview ③

13)



프레시 투 홈
(Fresh to Home)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2015년에 설립된 소매업체로 주스, 육류, 해산물, 가공류, 즉석 조리 식품을 취급하고 있음
 - 인도의 하이퍼/슈퍼마켓을 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Assistant Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	미정
중량	미정
인증	미정
마케팅 슬로건	미정

프레시 투 홈(Fresh to Home) Assistant Manager

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 원료, 원산지, 홍보문구 등 인기 경쟁제품과 비교하여 전문가 피드백해주세요.

고객사 제품은 치킨, 생선, 카레, 콩 만두 등 다양한 종류가 있어 소비자들의 선호에 따라 선택할 수 있는 점에서 흥미롭습니다. 현지 시장에 다양성이 많지 않은 상황에서, 이 제품은 건강한 측면에서도 차별화되어 건강한 제품을 찾는 소비자들에게 유익할 것입니다. 또한, 고객사 제품의 가격은 경쟁력이 있어, 시장의 다른 제품들과 비교할 때 가격과 재료 등 모든 면에서 새로운 특징을 가진 제품이라고 할 수 있습니다.

Q2. 현지에서 판매율이 높은 다이어트 관련 만두 제품이 있나요? 제품의 특징과 제조국에 대해 알려주세요.

현지 시장에는 특정한 다이어트나 체중 관련 만두 제품은 없습니다. 대신 현지에서 판매되는 고객사 제품과 비슷한 자사의 제품 중 하나를 소개하겠습니다. 일반 만두에 사용되는 양배추, 당근, 신선한 허브로 가득 차 있고, 8개입이 한 팩으로 구성되어 690루피(10,985원)에 판매되는 제품입니다. 가격은 시장의 다른 제품들에 비해 상대적으로 높지만, 품질을 타협하지 않고 고품질의 재료를 사용하며, 향신료를 추가하여 맛에 특별히 중점을 두고 있는 제품입니다.

Q3. 다이어트 식품에 대한 소비자 인식과 수요, 특히 20, 30대 여성들의 인식과 수요도가 어떠한가요?

20, 30대 여성들은 외모에 대해 매우 신경을 쓰고 걱정하는 경향이 있습니다. 이 시기의 여성들은 또한 직장 생활, 결혼 그리고 가족을 꾸리는 과정 등 삶에서 큰 변화를 경험하게 됩니다. 이렇게 추가되는 책임과 스트레스로 인해 체중이 증가하거나 스스로 자신의 몸이 통제되지 않는 것 같은 기분을 느낄 수 있습니다. 이로 인해 다이어트 제품 브랜드의 공격적인 마케팅에 더욱 취약해지며, 결과적으로 최소한의 노력으로 체중을 유지하기 위해 도움을 주는 제품을 사용하는 경향이 있습니다.

Q4. 글루텐 프리, 식이섬유 함유와 같은 영양강화 식품에 대한 현지 소비자 인식은 어떠한가요?

건강과 웰빙에 관심이 많은 소비자층이 영양소가 추가되고 글루텐과 같은 알레르겐이 제거된 옵션을 찾고 있습니다. 동시에, 섬유질이 풍부한 제품도 많은 소비자들에게 인정을 받고 있으며 수요가 증가하는 조짐이 있습니다.

Q5. 현지 시장에서 글루텐프리 제품의 유통 현황과 향후 동향은 어떠한가요?

현재 글루텐 프리 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 이는 현지 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 앞으로도 계속될 것으로 예상됩니다. 일부 브랜드는 이러한 고객 선호 변화에 대응하여 글루텐 프리 제품에 집중하고 있습니다. 소비자들 사이에서 건강한 제품을 소비하려는 의식이 높아지고 있습니다. 그러나 글루텐프리 제품 시장이 아직 주류는 아니기 때문에 이러한 제품은 아직 널리 보급되지 않았으며, 일부 소매업체에서만 판매되고 있습니다. 기업들이 더 많은 제품을 개발하고, 소비자들의 수요가 커지면 기업들이 이러한 제품을 지속적으로 제공할 수 있을 것입니다.

Q6. 현지의 20대 이하 자녀들을 가진 부모들의 영양강화 식품에 대한 소비 추세는 어떠하며 그 이유는 무엇인가요?

부모들은 자녀의 영양에 결코 타협하지 않으며, 자녀의 영양 요구를 충족시키는 제품에 적극적으로 투자합니다. 이로 인해 영양 강화 식품이 소비자들에게 점차 받아들여지는 추세입니다. 그러나 미성년자를 위한 제품의 종류가 매우 다양하고 많기 때문에, 많은 소비자들이 각 제품이 영양 강화 식품에 해당하는지 잘 인식하지 못할 수 있습니다. 특히 작은 도시에서는 기업들이 영양 강화 식품에 대한 소비자 인식을 높이기 위해 더욱 많은 노력을 기울일 필요가 있습니다.

Q7. 현지 시장에서 비건 식품에 대한 소비자들의 현재 수요와 향후 동향은 어떠한가요?

인도에서는 비건 제품이 상당한 시장을 형성하고 있으며, 엄격한 채식주의단을 따르는 사람들이 많기 때문에 소비자들은 제품이 완전한 비건 제품인지에 대해 매우 신경 쓰고 있습니다. 이러한 이유로 채식 제품에는 오랫동안 채식 제품을 의미하는 녹색 라벨 표시가 있었습니다. 그러나 새로운 젊은 소비자 그룹에서는 비채식 제품도 선호하는 경향이 있으며, 이러한 소비자들에게 비건 제품과 비채식 제품 큰 차이가 없습니다. 따라서 비건 제품이 앞으로도 계속해서 수요가 있을 것이라고 단정할 수는 없습니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

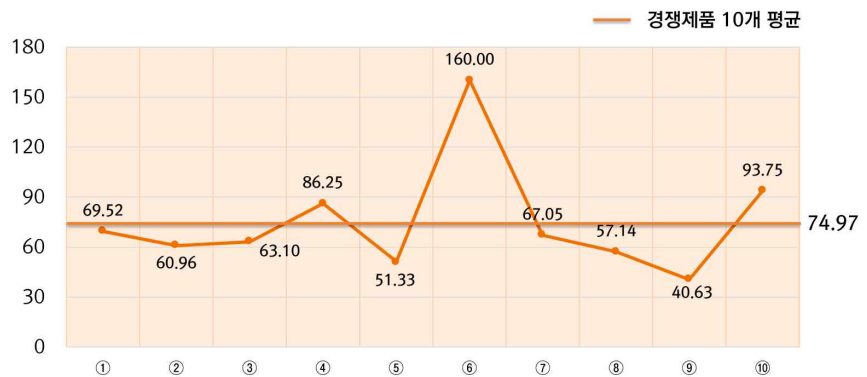
- ① 모모스 치지 스파이시 베즈 (프라수마)
- ② 모모스 클래식 베즈 (프라수마)
- ③ 모모스 베지터블 앤 파니르 (프라수마)
- ④ 치킨 모모스 (빅 샵즈)
- ⑤ 치킨 모모 (케벤티)
- ⑥ 쉬림프 덤 섬 (김신 파인 푸드)
- ⑦ 베즈 모모 (케벤티)
- ⑧ 클래식 치킨 모모스 (엘리셔스)
- ⑨ 콘 앤 치즈 모모스 (와우 모모)
- ⑩ 페리 페리 모모스 (와우 모모)

▶ 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격, 74.97루피

경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 74.97루피(1,194원¹⁴⁾)로 나타남. 종류별로 살펴보면, 비건 만두에 비해 닭고기를 주재료로 한 냉동 만두의 100g당 평균 가격이 더 높게 책정되어 있는 것으로 조사됨. 비건 만두(6개)의 100g당 평균 가격은 65.83루피(1,048원)이며, 냉동 만두(4개)의 100g당 평균 가격은 88.68루피(1,412원)로 조사됨. 이러한 경쟁제품 평균 가격을 참고하여 고객사 또한 가격 경쟁력 있는 소비자가격을 책정할 것을 추천함

[표 5.1] 인도 만두 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피/100g)



14) 1루피=15.92원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 모모스 치지 스파이시 베즈 (프라수마)
- ② 모모스 클래식 베즈 (프라수마)
- ③ 모모스 베지터블 앤 파니르 (프라수마)
- ④ 치킨 모모스 (빅 샘즈)
- ⑤ 치킨 모모 (케벤티)
- ⑥ 쉬림프 딘 섬 (김신 파인 푸드)
- ⑦ 베즈 모모 (케벤티)
- ⑧ 클래식 치킨 모모스 (엘리셔스)
- ⑨ 콘 앤 치즈 모모스 (와우 모모)
- ⑩ 페리 페리 모모스 (와우 모모)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 477.25g

만두 경쟁제품 10개의 평균 중량은 약 477.25g으로 조사됨. 중량이 가장 큰 제품은 750g, 가장 작은 제품은 240g이며, 8개 제품의 중량이 400~560g 사이로 나타남. 조사된 경쟁제품의 종류별 100g당 평균 가격을 살펴보면, 비건 만두(6개)의 평균 중량은 427.08g이며, 냉동 만두(4개)의 평균 중량은 552.50g으로 조사됨. 고객사 제품의 중량은 168g으로 경쟁제품들과 비교해 작은 편에 해당함. 제품의 현지화를 위해 중량 증가를 고려해볼 수 있음

[표 5.2] 인도 만두 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

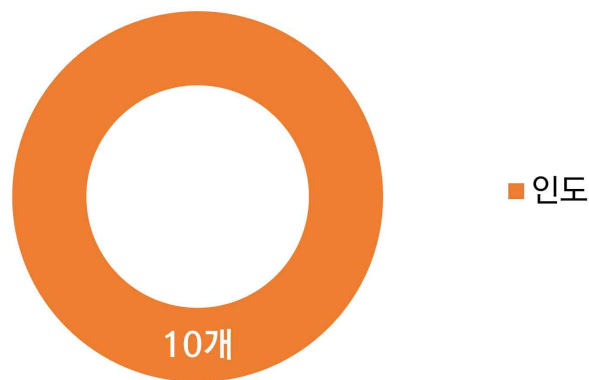


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 모두 원산지, 인도

인도에서 판매되고 있는 만두 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 모두 인도산인 것으로 나타남. 조사한 모든 경쟁제품이 인도산 제품인 점을 통해, 만두 제품에 있어 인도산 제품에 대한 현지의 선호도 및 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 인도 만두 원산지 경쟁력 분석

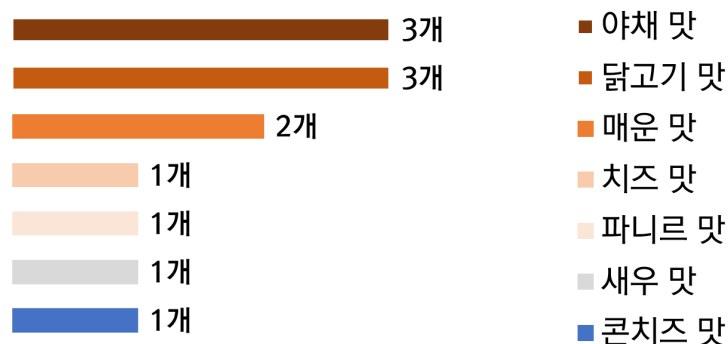


4) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개, 매운 맛

인도에서 판매 중인 만두 경쟁제품 10개는 총 7개(2개 제품은 2개 이상의 맛)의 맛이 나는 것으로 확인됨. 채소 맛이 3개, 닭고기 맛이 3개로 가장 많았고 뒤를 이어 매운맛 2개, 치즈 맛 1개로 확인됨. 이 밖에 파니르 맛 1개, 새우 맛 1개, 콘치즈 맛 1개로 나타남

[표 5.4] 인도 만두 맛 경쟁력 분석

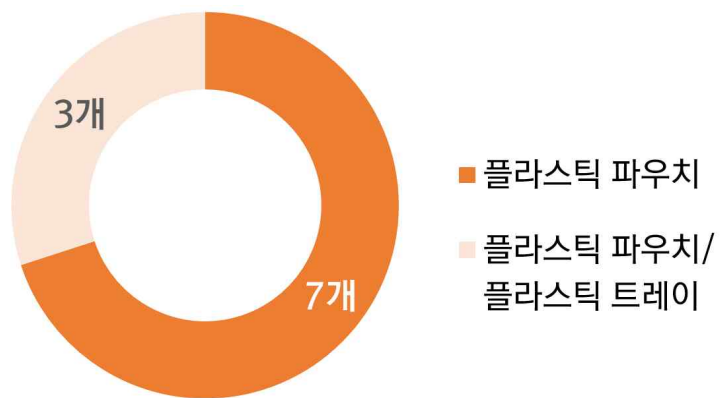


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 플라스틱 파우치 사용

인도에서 판매 중인 만두 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개의 제품이 플라스틱 파우치 포장을 사용하였으며 3개 제품은 외부는 플라스틱 파우치, 내부는 플라스틱 트레이 포장을 사용하고 있는 것으로 조사됨. 또한, 플라스틱 파우치 포장 형태를 가진 프라수마의 세 개 제품은 모두 재밀봉 가능한 형태로 편리함을 제공하고 있음

[표 5.5] 인도 만두 포장 형태 경쟁력 분석

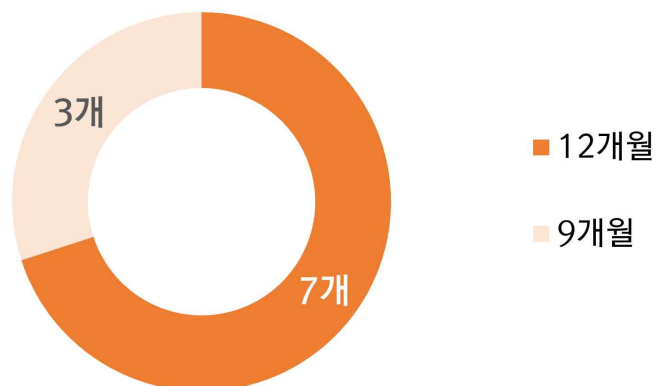


6) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 유통기한 12개월

인도에서 판매 중인 만두 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 7개 제품이 12개월로 확인됨. 또 다른 3개 제품은 유통기한이 9개월로 조사됨

[표 5.6] 인도 만두 유통기한 분석

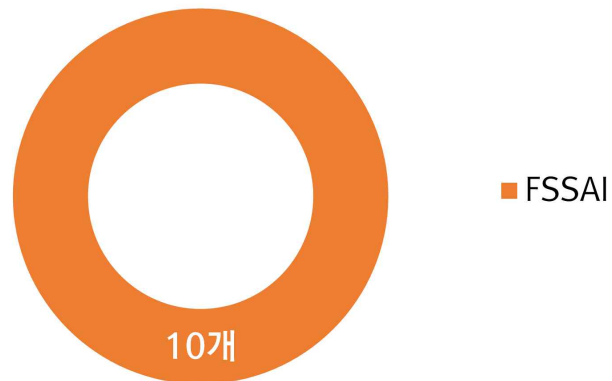


7) 인증

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두 FSSAI 인증

인도에서 판매 중인 만두 경쟁제품 10개의 인증 표기를 조사한 결과, 10개 제품 모두 FSSAI(인도 식품안전기준청: Food Safety and Standards Authority of India) 인증을 받은 상품으로 조사됨

[표 5.7] 인도 만두 인증 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) SNS 마케팅 분석

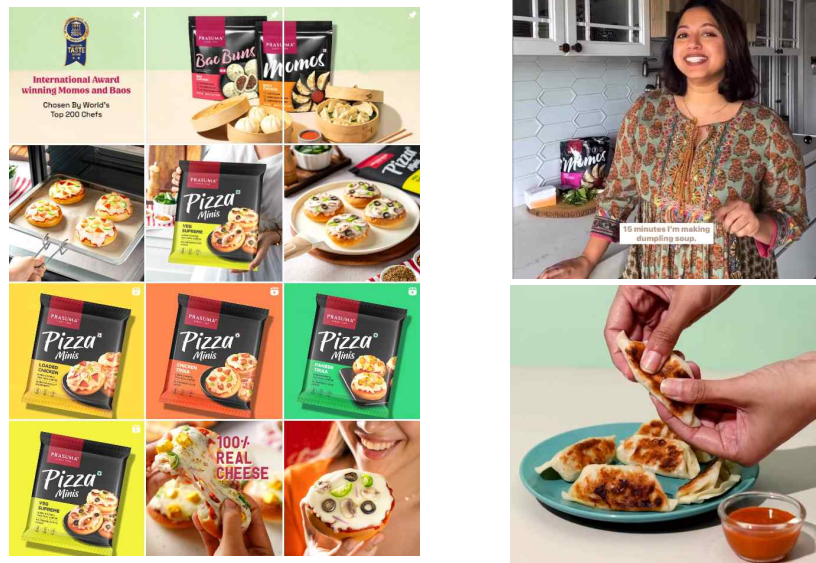
인스타그램 게시물 예시



▶ 벤치마킹 기업, 제품 디스플레이에 초점

프라수마(Prasuma)사의 인도 인스타그램 채널 분석 결과, 제품 디스플레이에 중점을 둔 콘텐츠가 돋보임. 해당 채널에서는 자사 제품의 포장 상태나 조리된 모습을 선명한 색감으로 강조하여 가까이서 촬영한 사진과 영상이 주를 이루고 있음. 특히, 자사 제품이나 자사의 만두를 활용한 요리 영상은 다양한 맛과 간편한 조리법을 강조하며 소비자에게 매력적으로 다가감. 이러한 콘텐츠는 조회 수가 20만에서 50만 회에 달하는 등 높은 관심을 받고 있음. 또한, 프라수마는 일관된 썸네일 이미지를 활용하여 브랜드의 정체성을 강화하고, 소비자에게 제품에 대한 신뢰도를 높이고 있음

[표 5.8] 인도 만두 기업 마케팅 벤치마킹



2) KOL¹⁵⁾ 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 인도 현지 KOL 다수와 적극적인 협업 진행

프라수마는 인도 현지의 KOL인 쿠샤 카필라(Kusha Kapila), 아리안 카타리아(Aryan Kataria), 세네하 세노이(Sneha Shenoy)와의 협업을 통해 대중들에게 브랜드와 제품 이미지를 효과적으로 전달하고 있음. 해당 KOL들은 주로 인스타그램에서 활발하게 활동하고 있으며, 쿠샤 카필라의 경우 인도의 유명 방송인이기도 함. 이들이 일상생활이나 여행을 하면서 자사 제품을 간편하게 주문 또는 다양한 맛을 시식하는 모습을 촬영한 영상이 높은 조회 수를 기록하며 소비자들의 관심을 끌고 있음

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

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 인도 통계청 홈페이지 (censusindia.gov.in)
2. 스타티스타 (www.statista.com)
3. 아마존 홈페이지 (www.amazon.in)
4. 블링크트 홈페이지 (www.blinkit.com)
5. 빅바스켓 홈페이지 (www.bigbasket.com)
6. 스마트 바자 홈페이지 (www.reliancesmartbazaar.com)
7. 르 마르쉐 홈페이지 (www.marcheretail.com)
8. 스펜서스 홈페이지 (www.spencers.in)
9. 네이처스 소울 홈페이지 (www.naturessoulshop.com)
10. 스파 하이퍼마켓 홈페이지 (www.sparindia.com)
11. 프라수마 홈페이지 (www.prasuma.com)
12. 케벤테어 홈페이지 (www.keventer.com)
13. 와우 모모 홈페이지 (www.wowmomo.com)
14. 빅바스켓 홈페이지 (www.bigbasket.com)
15. 스타퀵 홈페이지 (www.starquik.com)
16. 프레시 투 홈 홈페이지 (www.freshtohome.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.10.11

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