

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-24
품목 | 스틱형 젤리(Jelly Stick)
HS CODE | 2007.99-1000
국가 | 베트남(Vietnam)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

1. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 선정	06
2. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 현지조사 결과	11

III. 경쟁기업

1. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 선정	25
2. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 현지화 분석 기준	26
3. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	28

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 소키마트(Soki Mart)	34
2. 엘스 플레이스(L's Place)	37
3. 떡볶이 스토어(Teobokki Store)	40



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	44
2. 기업 마케팅 벤치마킹	49
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	50

※ 참고문헌	53
--------	----





HS CODE : 2007.99-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

베트남 스틱형 젤리 경쟁력분석

온라인 인기 제품

쇼피

타우 자우 깨우
장 퀴리봉

라자다

타우 자우 깨우 락
차이 깨 진진 다이완

티키

고이 넥 캡 타이
깨이 락 클라젠락 뇨 뇨 틱톡 그레이프
젤리 한큐 고이타우 자우 깨우 흥
차이 깨이 조토 무이케오 락 드래곤
킹파

오프라인 주요 경쟁제품

팬슬 젤리
(베트남 푸드)가격 27,700동
(1,487원)

중량 374g

'사과, 타로, 리치, 바나나,
파인애플 등 다양한 맛'락 꾸애 리본 비 짜이 깨이
(리본)가격 130,000동
(6,981원)

중량 225g

'사과, 오렌지, 포도 과즙을
사용한 스틱 젤리'

경쟁기업 3개사 분석

C.M.거미

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ①

오프라인 매장 입점

베트남 푸드

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

젤리코 푸드

포장 현지화 ①

홍보 현지화 ①

온/오프라인 모두 입점

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

소비자가격

단위 : 동



중량/용량

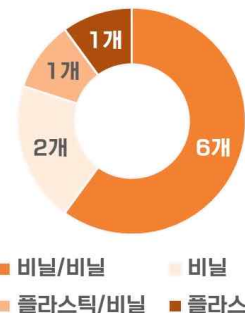
단위 : g, ml



원산지



포장 형태



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격은 83,670동(4,493원)이며, 평균 중량은 268g으로 조사됨
- 2) 경쟁제품 10개의 원산지는 인도네시아, 태국 등 다양하며, 6개 제품이 외부 및 내부 포장에 비닐을 사용함

Point 02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 식품기업으로서의 수상 이력과 긍정적인 소비자 투표 결과를 강조하고 있음
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 베트남 스틱형 젤리 구매 시 '맛'과 '중량'이 주요 고려요인으로 나타남

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 선정
2. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 현지조사 결과

1. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	A사 PPL 젤리 스틱
제품 종류	젤리
소비자가격	미정 ¹⁾
중량	300g (20ml*15ea)
특징	HACCP 인증, 100% 식물성 스티크형 젤리 주스

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: A사 PPL 젤리 스틱
 - 제품 종류: 젤리
 - 중량: 300g(20ml*15ea)
 - 특징: HACCP 인증, 100% 식물성 스틱형 젤리 주스

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopee)
 2. 라자다(Lazada)
 3. 티키(Tiki)
- 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: 드럭스토어, 슈퍼마켓, 편의점
- 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
 - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사 제품은 현재 개발 단계로서 제품의 세부 정보가 제공되지 않음

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 스틱형 젤리 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 스틱형 젤리 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

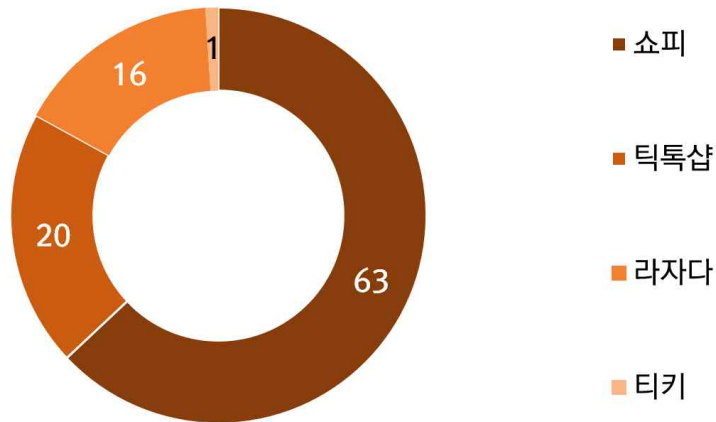
베트남 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 Shopee 쇼핑	식품, 학용품, 사무용품, 생활용품 등
 Lazada 라자다	가전제품, 패션용품, 사무용품, 음료, 주류, 식품 등
 TIKI 타키	식품, 화장품, 생활용품, 전자제품 등

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 베트남 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 쇼피와 라자다에서는 스틱형 젤리가 주요 인기 제품이며, 티키에서는 일반 젤리 제품이 상위 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 베트남 주요 전자상거래 플랫폼 시장 점유율(2023년 기준)²⁾
(단위: %)



자료: 스탯ISTA(Statista)

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

쇼피 입점 상위 3개 제품 리스트(판매순) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	스티크형 젤리	리본 (Ribon)	탁 자우 꺼우 장 퀴 리본 Thạch rau câu dạng que Ribon	일본	77,000동 (4,135원 ⁴⁾)	245g	
2	스티크형 젤리	B사	탁 뇨 뇨 틱톡 그레이프 젤리 한궤 고이 (Thạch Nho Nở Tíc Toc Grape Jelly Hàn Quốc Gói)	한국	44,000동 (2,363원)	160g	
3	스티크형 젤리	덕 하이 (Đức Hạnh)	탁 자우 꺼우 자이 자이 덕 하이 (Thạch rau câu Zai Zai Đức Hạnh)	베트남	18,000동 (967원)	250g	

2) 점유율 2위를 차지한 틱톡샵은 경쟁제품 조사가 불가능하여 4위인 티키로 대체하여 조사함

3) 조사일(2024.10.06) 기준

4) 100동=5.37원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

라자다 입점 상위 3개 제품 리스트(판매순) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	스틱형 젤리	진진 (Jin Jin)	탁 자우 꺼우 탁 껀 차이 껀 진진 다이완 (Thạch rau câu thạch que trái cây Jin Jin Đà Loan)	대만	65,000동 (3,491원)	390g	
2	스틱형 젤리	히에조토 (Hieu Zoto)	탁 자우 꺼우 흥 차이 껀이 조토 뚜이 (Thạch rau câu hương trái cây ZOTO túi)	(-)	22,000동 (1,181원)	750g	
3	스틱형 젤리	포케 (Poke)	탁 자우 꺼우 흥 차이 껀이 (thạch rau câu hương trái cây)	(-)	27,000동 (1,450원)	24스틱	
티키 입점 상위 3개 제품 리스트(판매순) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	일반 젤리	젤레 (Jele)	고이 녁 캡 타이 껀이 탁 콜라젠 (gói Nước ép trái cây thạch Collagen)	태국	31,000동 (1,665원)	150g	
2	일반 젤리	킹파 (Kingphar)	케오 탁 드래곤 킹파 (Kẹo Thạch Dragon Kingphar)	베트남	79,000동 (4,242원)	750g	
3	일반 젤리	오리히로 (Orihiro)	탁 차이 껀이 비 다오 바 뇨 팀 (Thạch Trái cây Vị Đào và Nho tím)	일본	55,000동 (2,954원)	240g	

자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 홈페이지

사진 자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 홈페이지

5) 조사일(2024.10.06) 기준

6) 조사일(2024.10.06) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 베트남 하노이 정보⁷⁾

인구	543만 명
면적	3,328.9km ²
인구 밀도	2,556명/km ²

▶ 베트남 하노이, 방문지역으로 선정

하노이는 베트남의 공식 수도이며, 베트남 내에서 인구 밀도가 매우 높은 도시 중 한 곳임. 경제 분야는 호찌민에 이어 두 번째로 평가받고 있으나, 베트남 정치, 사회, 문화의 중심이 되는 도시임. 하노이는 과거 북베트남공화국의 수도였으며, 현재 호찌민에 이어 베트남에서 두 번째로 인구가 많은 대도시임. 또한, 프랑스 식민지 시절 개발되어 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 전 세계 관광객이 방문함

▶ 현지조사 매장 선정, 드럭스토어, 편의점, 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 드럭스토어, 편의점, 슈퍼마켓을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 베트남 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	콕마트(Coop Mart), 고!마켓(Go! Market), 롯데마트(Lotte Mart), 탑스마켓(Tops Market)
슈퍼마켓	안남 고메(Annam Gourmet), 후옹 룡(Huong Long), 윈마트(Win Mart), 박호야싸인(Back Hoa Xanh), 푸지마트(Fuji Mart), 엘스 플레이스(L's Place)
아시아/한인마트	원마켓(One Market), 스카йма트(Skymart), 케이마켓(K-market)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 써클케이(Circle K), 윈마트 플러스(Winmart+)
드럭스토어	파르마시티(Pharmacy), 가디언(Guardian), 안땀땀(An Tâm Đạt), 안후이(An Huy)
온라인	쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki)

고객사 진출 선호 매장

2. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*)가디언, 원마트 플러스, 푸지마트, 엘스 플레이스
- 스틱형 젤리 : 간편하게 휴대하고 섭취할 수 있는 길고 가느다란 형태의 젤리 제품
- 영양 젤리 : 필수 영양소를 쉽게 섭취할 수 있도록 설계된 건강 기능성 젤리 제품
- 일반 젤리 : 스틱형 젤리와 영양 젤리를 제외한, 다양한 형태와 맛으로 제공되는 일반적인 젤리 제품으로, 주로 간식으로 소비되는 제품

▶ 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		스티크형 젤리, 영양 젤리, 일반 젤리
중량/용량	중량/용량(g, ml)	제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g(ml)당 가격	제품의 100g(ml)당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
포장 형태(외부/내부)		제품의 포장 형태
수입자		제품의 수입자
유통기한		제품의 유통기한
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 베트남 스틱형 젤리 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 베트남 하노이에 위치한 드럭스토어, 편의점, 슈퍼마켓

베트남 하노이에 위치한 드럭스토어 가디언, 편의점 원마트 플러스, 슈퍼마켓인 푸지마트와 엘스 플레이스에 방문함. 가디언은 2011년에 베트남에 진출한 드럭스토어 체인이며, 원마트 플러스는 베트남의 마산그룹이 운영하는 편의점 브랜드임. 푸지마트는 일본의 슈퍼마켓 체인 브랜드로 베트남에는 2018년에 진출함. 엘스 플레이스는 다양한 고급 식품과 가정용품을 판매하는 슈퍼마켓 체인임

[표 2.5] 베트남 방문 매장 및 특징

방문 매장명	가디언 (Guardian)	원마트 플러스 (Winmart+)
방문 매장 전경		
구분	드럭스토어	편의점
조사 제품 수	1개	3개
조사 매장 특징	· 아시아 최대 드럭스토어 체인 · 하노이에 19개 매장 보유	· 베트남 마산그룹이 운영하는 편의점 브랜드 · 베트남에 2,000개 이상의 매장 운영
방문 매장명	푸지마트 (Fuji Mart)	엘스 플레이스 (L's Place)
방문 매장 전경		
구분	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	5개	1개
조사 매장 특징	· 베트남과 일본 기업의 합작 슈퍼마켓 체인 · 베트남에 11개 매장 보유	· 주로 프리미엄 식품을 취급하는 슈퍼마켓 체인 · 하노이에 8개 매장 운영

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 8개 제품, 2개 이상의 매장에서 판매

가디언, 원마트 플러스, 푸지마트, 엘스 플레이스 총 4개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 스틱형 젤리 경쟁제품 10개 중 1개 제품은 모든 방문 매장에서 판매 중인 것을 확인함. 3개의 제품은 3개의 방문 매장에서 판매 중이며, 4개의 제품은 2개의 방문 매장에서 판매 중임. 나머지 2개의 제품은 1개의 매장에서만 판매되고 있음. 원마트 플러스와 푸지마트는 경쟁제품 10개 중 각각 8개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 판매하고 있는 것으로 나타남. 또한, 5개의 제품은 온라인 매장인 쇼피에서도 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

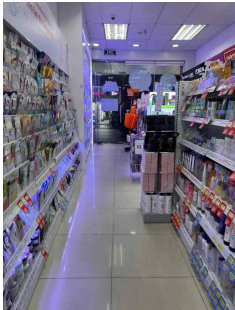
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	영양 젤리	일반 젤리	스티크형 젤리
① 네이처스 웨이 아덜트 비타 구미스 비타민 D3 (파마케어 오퍼레이션)	○ (가디언)	○ (쇼피)	○		
② 시홀스 (C.M.거미)	○ (가디언, 원마트 플러스, 푸지마트)	(-)		○	
③ 웨일 (C.M.거미)	○ (원마트 플러스)	(-)		○	
④ 펜슬 젤리 (베트남 푸드)	○ (원마트 플러스, 푸지마트)	○ (쇼피)			○
⑤ 치어리 로보키즈 젤리 드링크 (PT 마크무르 아르타 세자테라)	○ (가디언, 푸지마트)	(-)			○
⑥ 탁 꾸애 리본 비 짜이 꺼이 (리본)	○ (가디언, 원마트 플러스, 푸지마트)	(-)			○
⑦ 탁 꾸애 리본 비 짜이 꺼이 (리본)	○ (원마트 플러스, 푸지마트)	○ (쇼피)			○
⑧ 진진 프룻 아가 (젤리코 푸드)	○ (원마트 플러스, 푸지마트)	○ (쇼피)			○
⑨ 치어리 로보키즈 젤리 드링크 (PT 마크무르 아르타 세자테라)	○ (가디언, 원마트 플러스, 푸지마트, 엘스 플레이스)	(-)			○
⑩ 진진 젤리 스트립(어솔티드 플레이버) (젤리코 푸드)	○ (원마트 플러스, 푸지마트, 엘스 플레이스)	○ (쇼피)			○

(*) 현지 판매 스틱형 젤리 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 가디언(Guardian)

매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징:
화장품, 건강기능식품,
허브제품, 의료장비, 의약품
등을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			가디언은 아시아 최대 드럭스토어 체인으로, 홍콩에 본사를 둔 데어리팜그룹(Dairy Farm Group)이 소유하고 있으며, 2011년에 베트남에 진출함. 미용 관련 브랜드 500개 이상을 취급하고 있으며, 하노이에 19개 매장, 베트남 전역에 99개의 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 1개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	하노이	
		상세주소	219 Hang Bong Street, Hang Bong Ward, Hoan Kiem District	
매장 내부				
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
진열 방식		영양제 제품군 그룹 진열		
상·하단 제품 구성		상·하단: 비타민 젤리, 마그네슘, 칼슘 등		
브랜드 국적 구성		미국, 일본 등		
주요 브랜드		네이처스 웨이, 쿠도스(Kudos), 블랙모어스(Blackmores) 등		
제품 판매 정보				
	네이처스 웨이 아덜트 비타 구미스 비타민 D3 (파마케어 오퍼레이션)			

사진자료: 현지조사원 자료

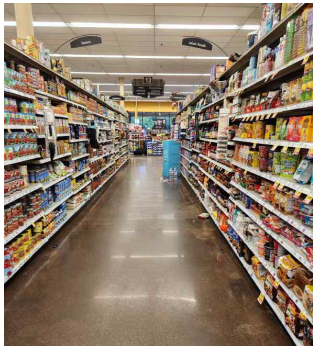
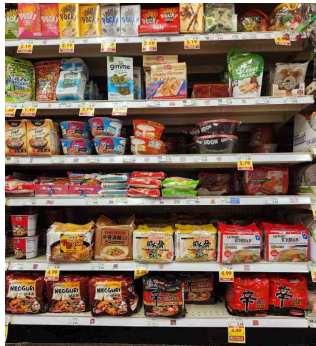
Shop ① 가디언(Guardian)

	경쟁제품 ①
제품 사진	
제품명 (현지어)	네이처스 웨이 아덜트 비타 구미스 비타민 D3 (Nature's Way Adult Vita Gummies Vitamin D3)
제조사 (현지어)	파마케어 오퍼레이션 (PharmaCare Operations)
제품 종류	영양 젤리
중량	266g
소비자가격	412,000동 (22,124원)
100g당 가격	154,859.86동 (8,316원)
원산지	호주
맛	레몬
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱/(-)
수입자	DKSH 베트남 주식회사
유통기한	24개월
홍보문구	뼈 건강과 면역 체계 기능 강화
원료 및 첨가물	콜레칼시페롤 25mcg, 식물성 오일, 정제수, 천연 레몬 향, 천연 색소, 젤라틴

Shop ② 윈마트 플러스(Winmart+)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
식품, 음료, 생활용품 등의
제품 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			윈마트 플러스는 베트남의 대표적인 슈퍼마켓 체인 윈마트의 편의점 브랜드로 베트남 내 약 2,000개의 매장이 있음. 편의점 내 현지 약국 및 은행이 입점해 있는 형태의 매장을 운영하는 등 편리한 서비스를 제공하고 있음	
	조사 제품 수: 3개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	하노이	
		상세주소	35B Nguyen Binh Khiem, Le Dai Hanh, Hai Ba Trung	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		스낵 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성		상·하단: 초콜릿, 젤리	
	브랜드 국적 구성		미국, 베트남 등	
	주요 브랜드		킨더조이, 스니커즈 등	
제품 판매 정보				
	시홀스 (C.M.거미)		웨일 (C.M.거미)	펜슬 젤리 (베트남 푸드)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 윈마트 플러스(Winmart+)

	경쟁제품 ②	경쟁제품 ③
제품 사진		
제품명 (현지어)	시홀스 (SEA HORSE)	웨일 (WHALE)
제조사 (현지어)	C.M.거미 (C.M.GUMMY CO., LTD)	C.M.거미 (C.M.GUMMY CO., LTD)
제품 종류	일반 젤리	일반 젤리
중량	300g	300g
소비자가격	30,000동 (1,611원)	30,000동 (1,611원)
100g당 가격	10,000동 (537원)	10,000동 (537원)
원산지	태국	태국
맛	오렌지, 포도, 딸기, 파인애플, 사과	오렌지, 포도, 딸기, 파인애플, 사과
포장 형태 (외부/내부)	비닐/비닐	비닐/비닐
수입자	브이트라콤 주식회사	브이트라콤 주식회사
유통기한	18개월	18개월
홍보문구	(-)	(-)
원료 및 첨가물	설탕, 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소, 브릴리언트 블루FCF, 타트라진, 선셋 옐로우 FCF, 폰소	설탕, 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소, 브릴리언트 블루FCF, 타트라진, 선셋 옐로우 FCF, 폰소

Shop ② 윈마트 플러스(Winmart+)

	경쟁제품 ④
제품 사진	
제품명 (현지어)	펜슬 젤리 (Pencil Jelly)
제조사 (현지어)	베트남 푸드 (Vietnam Foods)
제품 종류	스틱형 젤리
중량	374g
소비자가격	27,700동 (1,487원)
100g당 가격	7,406.42동 (398원)
원산지	베트남
맛	사과, 타로, 리치, 파인애플, 바나나, 오렌지, 멜론, 망고, 포도
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱/비닐
수입자	(-)
유통기한	12개월
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	설탕, 유화제 카라기난, 산도 조절제, 합성 식품 색소, 방부제, 벤조산나트륨

Shop ③ 푸지마트(Fuji Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
냉동식품, 가공식품, 스낵류,
장난감, 애완용품, 생활용품
등의 제품 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			푸지마트는 일본 기반의 슈퍼마켓 체인 브랜드로, 베트남에는 2018년 하노이에 첫 매장을 오픈함. 현재 베트남 내 10개 이상의 매장을 운영하고 있음. 푸지마트에서는 다양한 일본 식재료와 즉석 일식 요리를 판매하고 있음	
	조사 제품 수: 5개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	하노이	
		상세주소	142 Le Duan, Dong Da	
매장 내부				
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
진열 방식		젤리, 푸딩 제품군		
상·하단 제품 구성		상·하단: 푸딩 젤리, 과일 젤리, 곤약 젤리 등		
브랜드 국적 구성		일본, 베트남 등		
주요 브랜드		리본, 젤리코 푸드, PT 마크무르 아르타 세자테라 등		
제품 판매 정보				
	치어리 로보키즈 젤리 드링크 (PT 마크무르 아르타 세자테라)		탁 꾸애 리본 비 짜이 꺼이 (리본)	
				
	탁 꾸애 리본 비 짜이 꺼이 (리본)	진진 프룻 아가 (젤리코 푸드)	치어리 로보키즈 젤리 드링크 (PT 마크무르 아르타 세자테라)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 푸지마트(Fuji Mart)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	치어리 로보키즈 젤리 드링크 (Cheery Robokidz Jelly Drink)	탁 꾸애 리본 비 짜이 꺼이 (Thạch que Ribon vị trái cây)
제조사 (현지어)	PT 마크무르 아르타 세자테라 (PT MAKMUR ARTHA SEJAHTERA)	리본 (RIBON CO, LTD)
제품 종류	스틱형 젤리	스틱형 젤리
중량/용량	110ml	225g
소비자가격	4,500동 (242원)	130,000동 (6,981원)
100g(ml)당 가격	4,090.91동 (220원)	57,777.78동 (3,103원)
원산지	인도네시아	일본
맛	포도	사과, 포도, 오렌지
포장 형태 (외부/내부)	비닐/비닐	비닐/비닐
수입자	ACD 푸드 아시아 합작 주식회사	카토 상교 베트남 주식회사
유통기한	12개월	10개월
홍보문구	(-)	사과, 오렌지, 포도 과즙을 사용한 스틱 젤리
원료 및 첨가물	설탕, 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소, 브릴리언트 블루FCF, 벤조산나트륨	사과 주스 농축액, 설탕, 포도 주스 농축액, 만다린 주스 농축액, 인공 향료, 산도 조절제

Shop ③ 푸지마트(Fuji Mart)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진	 	 
제품명 (현지어)	탁 꾸애 리본 비 짜이 꺼이 (Thạch que Ribon vị trái cây)	진진 fruits 아가 (Jin Jin Fruit Agar)
제조사 (현지어)	리본 (RIBON CO, LTD)	젤리코 푸드 (JELLICO FOOD CO, LTD)
제품 종류	스틱형 젤리	스틱형 젤리
중량	130g	390g
소비자가격	57,000동 (3,061원)	69,000동 (3,705원)
100g당 가격	43,846.15동 (2,355원)	17,692.31동 (950원)
원산지	일본	대만
맛	사과, 오렌지, 포도, 딸기	파인애플, 포도, 리치, 딸기
포장 형태 (외부/내부)	비닐/비닐	비닐/비닐
수입자	트랜스퍼시픽 파트너스 수출입 주식회사	박 린 트레이딩 앤 서비스 원 멤버 유한회사
유통기한	10개월	12개월
홍보문구	(-)	(-)
원료 및 첨가물	사과 주스 농축액, 설탕, 포도 주스 농축액, 만다린 주스 농축액, 인공 향료, 산도 조절제	설탕, 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소

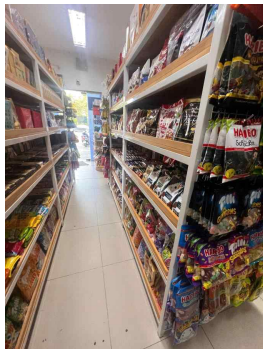
Shop ③ 푸지마트(Fuji Mart)

	경쟁제품 ⑨
제품 사진	
제품명 (현지어)	치어리 로보키즈 젤리 드링크 (Cheery Robokidz Jelly Drink)
제조사 (현지어)	PT 마크무르 아르타 세자테라 (PT MAKMUR ARTHA SEJAHTERA)
제품 종류	스틱형 젤리
용량	110ml
소비자가격	4,500동 (242원)
100ml당 가격	4,090.91동 (220원)
원산지	인도네시아
맛	망고
포장 형태 (외부/내부)	비닐
수입자	ACD 푸드 아시아 합작 주식회사
유통기한	12개월
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	설탕, 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소, 브릴리언트 블루FCF, 나트륨벤조산염

Shop ④ 엘스 플레이스(L's Place)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
유제품, 베이커리, 냉동식품,
조미료, 위생용품, 가정용품,
주류 등의 제품 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			엘스 플레이스는 다양한 고급 식품과 가정용품을 판매하는 슈퍼마켓 체인임. 베트남에 거주하는 외국인을 위한 식료품과 생필품 등을 조달하기 위해 설립되었고, 이후에 성장하여 현재는 하노이 전역에 있는 매장 시스템으로 발전함. 하노이에만 8개 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	하노이 No. 63 Ly Thuong Kiet, Hoan Kiem
매장 내부			
매대 분석	매대 분류		복도식 매대
	진열 방식		스낵 제품군
	상·하단 제품 구성		상·하단: 초콜릿, 젤리 등
	브랜드 국적 구성		일본, 미국 등
	주요 브랜드		메이지(Meiji), 킷캣(Kit Kat), 자이니(Zaini), 오리히로(Orihiro) 등
제품 판매 정보			
	진진 젤리 스트립(어쉴티드 플레이버) (젤리코 푸드)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ④ 엘스 플레이스(L's Place)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	진진 젤리 스트립(어솔티드 플레이버) Jin-jin Jelly Strip(Assorted Flavors)
제조사 (현지어)	젤리코 푸드 (JELLICO FOOD CO,LTD)
제품 종류	스틱형 젤리
중량	470g
소비자가격	72,000동 (3,866원)
100g당 가격	15,319.15동 (823원)
원산지	대만
맛	파인애플, 포도, 리치, 딸기
포장 형태 (외부/내부)	비닐/비닐
수입자	박 린 트레이딩 앤 서비스 원 멤버 유한회사
유통기한	12개월
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	설탕, 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 선정
2. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지 기업 1개사 및 해외 기업 2개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 현지 기업 1개사와 비교적 규모가 큰 해외 기업 2개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 25년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. C.M.거미는 1994년에 설립되어 가장 오래된 30년의 업력을 보유하고 있음. 베트남 푸드는 2007년 설립되어 17년의 업력을 보유하고 있으며, 젤리코 푸드는 1997년 설립 이후 27년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 스틱형 젤리 동일 품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 스틱형 젤리 동일 품목 수를 조사한 결과, 베트남 푸드가 총 19개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 젤리코 푸드가 12개, C.M.거미가 11개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 스틱형 젤리 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
C.M.거미	태국	30년	11개
베트남 푸드	베트남	17년	19개
젤리코 푸드	대만	27년	12개

자료: 베트남 진출 스틱형 젤리 경쟁기업 3개사 분석

2. 베트남 스틱형 젤리 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
	젤리 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	가디언, 원마트 플러스, 푸지마트, 엘스 플레이스
온라인	쇼피, 라자다, 티키

3. 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 베트남 오프라인 매장 진출

베트남에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. C.M.거미는 가디언, 원마트 플러스, 푸지마트 3곳에 입점하였으며, 베트남 푸드는 원마트 플러스와 푸지마트 2곳에 입점해 있음. 젤리코 푸드는 원마트 플러스와 푸지마트, 엘스 플레이스 3곳에 입점한 것으로 확인됨. 또한, 베트남 푸드와 젤리코 푸드는 온라인 쇼핑몰인 쇼피 1곳에 입점하여 제품을 유통하고 있음

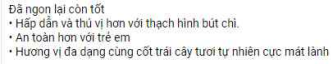
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. SNS의 경우 C.M.거미는 태국 계정의 페이스북을 운영하고 있으며, 베트남 푸드는 베트남 계정의 페이스북을 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 ‘맛’ 강조

베트남 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 다양한 맛을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. ‘다양한 맛’, ‘원하는 대로 즐길 수 있는 다채로운 맛’, ‘천연 과일 에센스로 다양한 맛’과 같은 문구를 사용하고 있음. 또한, ‘어린이에게 안전합니다’와 같이 제품의 안전성을 강조하거나, ‘휴대가 간편함’과 같이 제품의 간편성을 강조하는 문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 베트남 스틱형 젤리 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
C.M.거미 (C.M.GUMMY)	- 오프라인 매장 - 가디언 - 원마트 플러스 - 푸지마트	- 자사 홈페이지 (태국/글로벌) - SNS 플랫폼 (태국) - 페이스북	- 다양한 맛 - 과일 풍미 디저트	
베트남 푸드 (Vietnam Foods)	- 오프라인 매장 - 원마트 플러스 - 푸지마트 - 온라인 매장 - 쇼피	- 자사 홈페이지 (베트남) - SNS 플랫폼 (베트남) - 페이스북	- 젤리 스틱 22개가 들어있습니다. - 어린이에게 안전합니다 - 천연 과일 에센스로 다양한 맛	
젤리코 푸드 (Jellico Food)	- 오프라인 매장 - 원마트 플러스 - 푸지마트 - 엘스 플레이스 - 온라인 매장 - 쇼피	자사 홈페이지 (중국/글로벌)	- 원하는 대로 즐길 수 있는 다채로운 맛 - 엄선된 재료 - 부드러운 맛 - 독립된 소형 포장으로 휴대가 간편함	

자료: 베트남 진출 스틱형 젤리 경쟁기업 3개사 분석

① C.M 거미(C.M.Gummy)

기업 기본 정보	기업명	C.M.거미			
	기업 설명	C.M.거미는 태국의 젤리 및 캔디 제조업체로, 유니콘이란 브랜드를 통해 제품을 유통하고 있음. 자체 브랜드의 젤리와 캔디를 시장에 공급하고 OEM 사업을 진행하여 국내와 해외 시장에서 성장해 나가고 있음. 현재 아시아 외에 호주에도 제품을 수출하고 있음			
	위치	1083, 1085 Soi Kanchanaphisek008 Bangkhae, Bangkok 10160, Thailand			
	규모	동일 품목 수	11개		
설립연도		1994년			
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 가디언 원마트 플러스 푸지마트		제품명	시홀스 (SEA HORSE)	
			중량	300g	
			소비자가격	30,000동 (1,611원 ⁸⁾)	
			제품 종류	일반 젤리	
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용		
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용		
홍보 방식					
	홍보 채널	자사 홈페이지(태국/글로벌), 페이스북(태국)			
	게시 주기	비정기적			
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 제품 상세 설명 등			

사진자료: 현지조사원 자료

8) 100동=5.37원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

② 베트남 푸드(Vietnam Foods)

기업 기본 정보	기업명	베트남 푸드		
	기업 설명	베트남 푸드는 베트남의 식품기업으로, 비엠티 푸드(Viet Food), 에이비씨(ABC), 뉴조이(Newjoy), 판다(Panda), 브라비타(Bravita), 하치(Hachi), 쿼틴(Coomteen) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 베트남 푸드의 모든 제품은 직접 생산 및 판매하며 생산과정부터 포장, 유통까지 엄격하게 관리하고 있음		
	위치	Lot B3, Hapro Food Industry Cluster, Le Chi Commune, Gia Lam, Hanoi		
	규모	동일 품목 수	19개	
		설립연도	2007년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 원마트 플러스 푸지마트 〈온라인 매장〉 쇼피		제품명	펜슬 젤리 (Pencil Jelly)
			중량	374g
			소비자가격	27,700 (1,487원)
			제품 종류	스틱형 젤리
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	베트남 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(베트남), 페이스북(베트남)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 수입 물품 소개, 기업 소식 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 젤리코 푸드(Jellico Food)

기업 기본 정보	기업명	젤리코 푸드		
	기업 설명	젤리코 푸드는 대만의 젤리 및 푸딩 제조업체로, 원료 선택, 생산 관리, 품질 관리에 이르기까지 엄격한 기준을 설정하여 고품질의 제품을 제공하고 있음. 현재 아시아 이외에 미국, 유럽, 호주, 중동 등 전 세계에 제품을 수출하고 있음		
	위치	NO.8,18TH.,TAICHUNG INDUSTRIAL PARK, TAICHUNG TAIWAN R.O.C		
	규모	동일 품목 수	12개	
설립연도		1997년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 원마트 플러스 푸지마트 엘스 플레이스 〈온라인 매장〉 쇼피		제품명	진진 젤리 스트립 (Jin-jin Jelly Strip)
			중량	470g
			소비자가격	72,000동 (3,866원)
			제품 종류	스틱형 젤리
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(중국/글로벌)		
	게시 주기	(–)		
	게시물 유형	회사 소개, 제품 소개, 제품 관련 정보 제공		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 소키마트(Soki Mart)
2. 엘스 플레이스(L's Place)
3. 떡볶이 스토어(Teobokki Store)

Interview ①

9)



소키마트(Soki Mart) Owner

소키마트 (Soki Mart)

- 유형: 유통·수입업체
- 업체 특징:
 - 다양한 국가에서 식료품, 유아용품, 건강 보조제, 가정용품을 수입 및 유통하고 있음
 - 일본, 미국, 호주, 한국 등에서 제품을 수입하여 판매함

담당자 정보

Owner

고객사 제품 정보

소비자가격 (-)

중량/용량 300g
(20ml*15ea)

인증 HACCP

마케팅 100% 식물성
슬로건 스틱형 젤리 주스

Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 용량 등에 대해 의견 부탁드립니다.

고객사 제품의 용량은 다른 브랜드의 스틱형 젤리와 비슷한 크기이며, 비슷한 제품들은 현지 시장에서 매우 인기가 많습니다. 고객사 제품의 노란색과 흰색을 메인 컬러로 한 포장은 소비자들에게 파인애플과 망고 맛을 연상시키기에 좋습니다. 만약 다양한 과일 맛에 맞게 여러 가지 색상을 사용한다면 제품 종류가 훨씬 더 다채로워 보일 것 같습니다. 또한, HACCP 인증과 같은 중요한 요소들이 건강을 중시하는 소비자들에게 잘 어필될 수 있도록 포장에 더 눈에 띄게 표시하는 것이 좋겠습니다.

Q2. 귀사가 수입하고 있는 스틱형 젤리 제품에 대해 설명해주세요.

가장 많이 수입하는 스틱형 젤리는 일본 제품으로, 개당 16g짜리 스틱형 젤리가 묽음으로 들어있는 245g 중량의 팩 제품입니다. 각 팩의 가격은 약 8만 5,000동(4,564원¹⁰⁾)이며, 주요 타겟층은 어린이들입니다. 이 제품은 특히 도시에 위치한 슈퍼마켓과 편의점에서 자주 판매되며, 부모들이 휴대하기 쉬운 아이들 간식을 찾을 때 인기가 있습니다.

Q3. 현지 스틱형 젤리 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

어린이들이 선호하는 맛과 보관 및 섭취의 편리성이 주요 고려요인입니다. 젤리 제품은 모든 연령층에게 인기가 있지만, 특히나 어린이들에게 항상 인기가 많으며, 여름철에는 보관이 편리하다는 점과 상큼한 맛 덕분에 더욱 많이 판매됩니다. 스틱형 젤리는 작고 휴대하기 쉬워 야외 활동이나 사무실, 가정에서 섭취할 때 편리합니다. 수박, 포도, 망고, 딸기 등 다양한 맛을 가진 제품들이 있어서 어린이와 성인 모두에게 인기를 얻고 있습니다.

9) 사진 자료: 소키마트(Soki Mart) 공식 홈페이지

10) 100동=5.37원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 현지 소비자들의 스틱형 젤리 관련 제품에 대한 인식과 선호도, 대중화 정도는 어떠한가요?

스티크형 젤리는 트렌드를 따라 점점 인기가 증가하고 있습니다. 일본의 리본 프룻 젤리 스틱(Ribon Fruit Jelly Sticks)과 한국의 키즈웰 젤리 스트로우(Kidswell Jelly Straws)와 같은 일부 브랜드 제품들은 식물성 젤라틴으로 만들어졌으며, 식이섬유, 비타민 A, 그리고 필수 미네랄이 포함되어 있습니다. 이러한 제품은 복숭아, 망고, 블루베리, 리치 등 다양한 과일 종류의 맛이 있고, 외부 비닐 포장 형태에 20개입 스틱이 들어있어 야외에서 섭취하거나 휴대하기 편리합니다. 소비자들은 편리함 때문에 스틱형 젤리를 선호합니다.

Q5. 유통업체 입장에서 스틱형 젤리를 구매할 때 우선적으로 고려하는 주요 요소는 무엇인가요?

제품 품질 보장이 핵심 요소입니다. 소비자의 신뢰를 얻기 위해 HACCP 및 ISO 22000 기준을 충족하는 제품을 유통하는 데 중점을 둡니다. 동시에 여러 소비자의 요구를 충족시키기 위해 다채로운 디자인과 포장을 고려합니다. 또한, 제조업체와 협력해 신제품을 개발하여 다양한 소비자의 요구를 충족시키는 것은 시장 점유율을 유지하고 확장하는 데 중요한 요소입니다. 또한, 유통업자와 소매업자는 판매되지 않은 상품을 반품하고 환불을 받을 수 있는 정책이 있는지도 고려합니다.

Q6. 스틱형 젤리가 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

대형 슈퍼마켓에 유통하는 것이 스틱형 젤리가 진출하기에 가장 적합합니다. 베트남에는 박호아싸인(Back Hoa Xanh), 콕마트(Coop Mart), 빅씨(BigC), 롯데마트(Lotte Mart), 이온(Aeon), 메트로(Metro), 빈마트(Vinmart), 사트라푸드(Satrafood)와 같은 많은 대형 슈퍼마켓이 있습니다. 이들 기업은 국내외 제품을 수입하며, 다양한 제품을 취급하여 시장에서 경쟁력을 갖추고 있습니다. 제품을 홍보하기 위해 무료 제품 체험, 할인 프로모션과 같은 활동을 통해 소비자와의 신뢰를 구축하고 인지도를 높이는 것도 좋은 방법입니다. 이러한 대형 슈퍼마켓의 유통 시스템을 활용해 소비자에게 제품을 효과적으로 판매할 수 있습니다.

Q7. 현지 진출 시 어떤 마케팅 채널, 마케팅 방법이 효과적인가요?

어린이와 가족 프로그램을 대상으로 할 때 TV 광고는 특히 효과적입니다. 폭넓은 시청자들에게 빠르게 노출되며, 브랜드 인지도를 빠르게 높일 수 있습니다. 그러나 매장 내 광고에 비해 비용이 훨씬 더 많이 들 수 있다는 단점이 있습니다. 또한, 소셜 미디어 플랫폼을 통해 제품을 광고하는 것도 좋은 방법입니다. 이는 이미 휴대폰을 사용하는 어린이들이나 젊은 엄마들에게 더 효과적으로 다가갈 수 있기 때문입니다.

Interview ②

11)



엘스 플레이스(L's Place) Sales

엘스 플레이스 (L's Place)

- 유형: 유통·수입업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 유통업체로 식료품, 냉동식품, 음료, 맥주, 스낵, 조미료, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 일본, 미국, 호주, 한국, EU 등 다양한 국가에서 제품을 수입하여 베트남 내 하이퍼/슈퍼마켓 및 아시안/한인마트에 공급하고 있음

담당자 정보

Sales

고객사 제품 정보

소비자가격 (-)

중량/용량 300g
(20ml*15ea)

인증 HACCP

마케팅 100% 식물성
슬로건 스틱형 젤리 주스

Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 용량 등에 대해 의견 부탁드립니다.

고객사 제품이 동물성 젤라틴 대신 식물성인 곤약이나 한천을 사용하는 강점을 강조하는 것을 추천드립니다. 이러한 식물성 성분은 내구성이 높아 비교적 쉽게 분해되지 않으며, 기존 젤라틴보다 젤리를 견고하고 오래 유지되도록 만듭니다. 나머지 요소들은 베트남 시장에서 판매되는 젤리 종류와 비교했을 때 상당히 일반적입니다. 경쟁력 있는 가격 전략에 집중하는 것도 개선이 필요한 부분입니다.

Q2. 귀사가 수입하고 있는 스틱형 젤리 제품에 대해 설명해주세요.

다음의 일본산 젤리 제품은 여러 매장에서 상당히 인기가 있습니다. 한 봉지의 무게는 245g이고, 16g짜리 스틱형 젤리 15개로 이루어져 있습니다. 판매 가격은 약 8만 5,000동(4,564원)입니다. 이 젤리는 100% 사과, 포도, 오렌지, 굴 농축 주스, 포도당 과당, 설탕, 젤리 겔(증점제), 소르비톨, 풍미 증진제(E 602), 그리고 천연 사과, 포도, 오렌지 과일 향으로 만들어졌습니다.

Q3. 현지 스틱형 젤리 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

젤리는 주로 어린이들을 위한 간식으로 여겨져 왔으며, 포장, 모양, 색상, 맛으로 관심을 끌었습니다. 과거에는 젤라틴과 과일 향 같은 기본 재료로만 만들어졌지만, 최근 젤리 제조사들은 건강 트렌드에 맞춰 혁신적인 제품을 만들고 있습니다. 젤리 브랜드들은 비타민, 미네랄, 건강한 성분들을 추가하여 타겟 소비층을 넓히고 있습니다. 특히 콜라겐을 첨가해 여성들의 미용에 도움을 준다는 홍보를 하거나, 운동선수들을 위한 에너지 강화 성분을 추가하는 등의 변화가 이루어지고 있습니다.

Q4. 현지 소비자들의 스틱형 젤리 관련 제품에 대한 인식과 선호도, 대중화 정도는 어떠한가요?

스티크형 젤리에 대한 소비자 인식이 점점 더 커지고 있으며, 대형 슈퍼마켓뿐만 아니라 다양한 온라인 판매 채널에서도 널리 유통되어 많은 관심을 받고 있습니다. 섭취하기 편리한 디자인으로 소비자들에게 인기를 얻었으며, 특히 100% 과일 주스를 사용하고 화학 색소를 포함하지 않는 과일 맛 젤리 제품에 대한 수요가 더욱 높아지고 있습니다.

Q5. 유통업체 입장에서 스틱형 젤리를 구매할 때 우선적으로 고려하는 주요 요소는 무엇인가요?

제품의 품질과 매력도는 소비자를 모으고 제품 판매를 증대시키는 데 있어 매우 중요하기 때문에 고려하는 요소입니다. 또한, 재고를 효과적으로 관리하기 위해 제조업체와 거래 시 최소 주문 수량에도 신경을 씁니다. 이렇게 하면 실제 수요에 맞춰 제품을 주문하고, 이익을 극대화하면서 위험을 회피할 수 있기 때문입니다. 또한, 다양한 제조업체의 제품을 유통함으로써 제품 다양성을 유지하기 위해 유통망을 확장하려고 노력합니다.

Q6. 스틱형 젤리가 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

편의점에 유통하는 것을 추천합니다. 우선 경쟁을 줄이기 위해서는 경쟁자가 적은 지역에 유통하는 것을 고려해야 하며, 제품의 가격에 따라 시장의 특성을 세분화할 필요가 있습니다. 가격이 높은 경우, 소득이 높은 소비자가 있는 지역이나 베트남에 거주하는 외국인, 특히 한국인에게 유통하는 것이 좋습니다. 베트남 시장에는 케이마트(Kmart), 롯데백화점과 같은 많은 한국 유통업체와 대리점이 있습니다.

Q7. 현지 진출 시 어떤 마케팅 채널, 마케팅 방법이 효과적인가요?

전자상거래 플랫폼인 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki)에서 광고를 진행하는 것은 매우 중요합니다. 이들 플랫폼은 플래시 세일¹²⁾ 프로그램과 무료 배송 서비스를 제공하기 때문입니다. 이런 플랫폼의 광고 캠페인을 활용하면 초기 매출을 증대시킬 수 있습니다. 또한, 베트남에서는 현재 틱톡(TikTok) 인플루언서와의 협업이 급부상하고 있는 추세입니다. 이들은 스틱형 젤리를 독창적이고 효과적인 방식으로 소개하여 소셜 미디어에서의 바이럴 효과를 촉진할 수 있습니다.

12) 제한된 시간 동안 한정된 수량을 선착순으로 할인 판매하고 품절되면 자동으로 종료되는 판매 형태

Interview ③

13)



떡볶이 스토어
(Teobokki Store)

- 유형: 유통·수입업체
- 업체 특징:
 - 한국에서 수입한 식품을 전문적으로 취급하고 있음
 - 호치민시 빈탄구에 위치하고 있음

담당자 정보

Manager

떡볶이 스토어(Teobokki Store) Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 용량 등에 대해 의견 부탁드립니다.

HACCP 인증을 받아 저희 업체의 기준을 충족하고 있지만, 소비자들의 신뢰도를 높이기 위해 Non-GMO 인증을 추가하는 것도 좋은 방법입니다. 또한, 비건 인증을 통해 식물성 성분의 장점을 명확히 전달하는 것도 도움이 됩니다. 개선이 필요한 부분으로는, 맛 측면에서 파인애플과 망고는 인기가 있지만, 파프리카와 같은 일부 맛은 일반 소비자에게 혼란을 줄 수 있습니다. 딸기나 포도와 같이 더욱 대중적인 맛을 추가하면 구매를 촉진할 수 있을 것입니다.

고객사 제품 정보

소비자가격	(-)
중량/용량	300g (20ml*15ea)
인증	HACCP
마케팅 슬로건	100% 식물성 스틱형 젤리 주스

Q2. 귀사가 수입하고 있는 스틱형 젤리 제품에 대해 설명해주세요.

한국산 젤리를 판매하고 있습니다. 이 젤리는 한 봉지당 386g(19.3g*20개입)이며, 판매 가격은 약 9만 5,000동(5,101원)입니다. 젤리는 해조류 추출물인 식물성 젤라틴(한천)으로 만들어져 식이섬유, 비타민 A, 그리고 몇 가지 필수 미네랄이 풍부합니다. 칼로리가 매우 낮고 채식주의 소비자도 섭취할 수 있습니다. 젤리에 사용된 과일 맛은 망고, 복숭아, 블루베리, 리치, 청포도, 적포도, 오렌지, 파인애플, 키위, 사과, 레몬, 딸기, 배 등 총 13가지로 구성되어 있어 다양한 천연 과일 맛을 경험할 수 있습니다.

Q3. 현지 스틱형 젤리 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

소비자들은 성분과 구성을 고려하며, 특히 제조지와 브랜드를 확인하는 경향이 있습니다. 또한, 스틱형 젤리를 찾는 소비자들은 개별 포장된 제품의 크기를 고려하는 경우가 많습니다.

Q4. 현지 소비자들의 스틱형 젤리 관련 제품에 대한 인식과 선호도, 대중화 정도는 어떠한가요?

베트남 소비자들 사이에서 과일 스틱형 젤리는 특히 어린이 간식으로 빠르게 인기가 증가하였습니다. 스틱형 젤리는 점점 더 많은 소비자에게 긍정적인 평가를 받고 있으며, 현지 시장에는 국내 제품뿐만 아니라 일본과 한국에서 수입된 다양한 제품이 있습니다. 여러 브랜드들이 건강에 좋은 성분이 있음을 강조하며 경쟁하고 있으며, 이에 따라 고객사 제품은 특히 자녀를 위해 젤리 제품을 구매하는 소비자들 사이에서 점점 더 선호될 수 있습니다.

Q5. 유통업체 입장에서 스틱형 젤리를 구매할 때 우선적으로 고려하는 주요 요소는 무엇인가요?

가격을 가장 우선적으로 고려하며, 프로모션과 보조금 지원 정책도 중요하게 생각합니다. 젤리는 일반적으로 과일이나 청량음료 같은 제품의 대체제이기 때문에 이러한 제품들과 가격 경쟁을 해야 합니다. 또한, 젤리는 계절에 따라 수요가 변동하기 때문에 공급업체는 판매가 저조한 시기에 확실한 지원 정책을 마련하는 것이 중요합니다. 제품 보존도 중요한 요소로, 유통기한이 긴 제품이 더 유리합니다.

Q6. 스틱형 젤리가 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

음료 제품을 전문으로 유통하는 유통업체를 찾아야 합니다. 이들은 수입과 수출 권한을 가지고 있으며, 베트남 전역의 소매점과 밀접한 유통망을 운영하고 있기 때문에 소매점에 직접 접근하는 것보다 더 효과적으로 제품을 유통할 수 있습니다.

Q7. 현지 진출 시 어떤 마케팅 채널, 마케팅 방법이 효과적인가요?

학교 근처의 식료품점과 파트너십을 맺는 것이 좋습니다. 타겟 고객이 학생이나 어린이이므로, 단기 할인이나 1+1 이벤트와 같은 프로모션을 통해 학생들을 유인할 수 있습니다. 또한, 학교와 직접 협력하여 제품을 기부하고, 학교 행사를 후원하거나 장학금을 수여하는 등의 활동을 통해 브랜드 이미지를 긍정적으로 구축하는 것도 효과적인 전략입니다. 이렇게 하면 소비자와의 신뢰를 쌓고 브랜드에 대한 호감도를 높일 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) 소비자가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 네이처스 웨이 아덜트 비타
구미스 비타민 D3
(파마케어 오퍼레이션)
- ② 시홀스
(C.M.거미)
- ③ 웨일
(C.M.거미)
- ④ 펜슬 젤리
(베트남 푸드)
- ⑤ 치어리 로보키즈 젤리 드링크
(PT 마크무르 아르타
세자테라)
- ⑥ 탁 구매 리본 비 짜이 꺼이
(리본)
- ⑦ 탁 구매 리본 비 짜이 꺼이
(리본)
- ⑧ 진진 프룻 아가
(젤리코 푸드)
- ⑨ 치어리 로보키즈 젤리 드링크
(PT 마크무르 아르타
세자테라)
- ⑩ 진진 젤리 스트립(어솔티드
플레이버)
(젤리코 푸드)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격, 83,670동

경쟁제품 10개의 평균 소비자가격은 83,670동(4,493원¹⁴⁾)으로 나타남. 경쟁제품 중 가격이 가장 높은 제품이 412,000동(22,124원)이고, 가격이 가장 낮은 제품이 4,500동(242원)임. 가격대가 가장 높은 제품 종류는 영양 젤리에 해당하며, 가격대가 가장 낮은 제품은 스틱형 젤리에 해당함. 고객사 제품과 같은 유형인 스틱형 젤리의 평균 소비자가격은 52,100동(2,798원)으로 나타남. 이를 참고하여, 상품의 종류와 타겟층에 맞는 소비자가격을 책정할 것을 추천함

[표 5.1] 베트남 스틱형 젤리 가격 경쟁력 분석

(단위: 동)



14) 100동=5.37원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량/용량

● 경쟁제품(제조사)

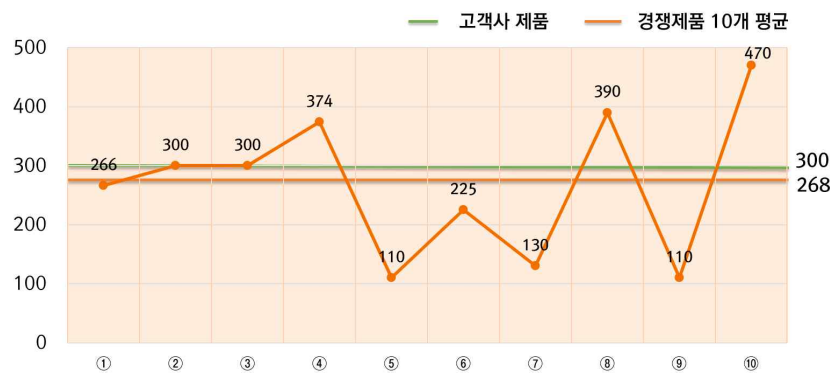
- ① 네이처스 웨이 아덜트 비타
구미스 비타민 D3
(파마케어 오퍼레이션)
- ② 시홀스
(C.M.거미)
- ③ 웨일
(C.M.거미)
- ④ 팬슬 젤리
(베트남 푸드)
- ⑤ 치어리 로보키즈 젤리 드링크
(PT 마크무르 아르타
세자테라)
- ⑥ 탁 꾸애 리본 비 짜이 끼이
(리본)
- ⑦ 탁 꾸애 리본 비 짜이 끼이
(리본)
- ⑧ 진진 프룻 아가
(젤리코 푸드)
- ⑨ 치어리 로보키즈 젤리 드링크
(PT 마크무르 아르타
세자테라)
- ⑩ 진진 젤리 스트립(어쉴티드
플레이버)
(젤리코 푸드)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량 및 용량, 268g

스틱형 젤리 경쟁제품 10개의 평균 중량 및 용량은 약 268g(ml)으로 조사됨. 이는 영양 젤리와 스틱형 젤리, 일반 젤리 형태의 제품을 모두 포함하여 계산한 것임. 가장 많은 제품 유형이자 고객사 제품과 같은 형태에 해당하는 스틱형 젤리의 평균 중량은 약 258g(ml)임. 고객사는 현지 경쟁제품의 평균 중량을 참고하여 제품의 포장 중량을 설정할 것을 추천함¹⁵⁾

[표 5.2] 베트남 스틱형 젤리 중량 경쟁력 분석

(단위: g, ml)



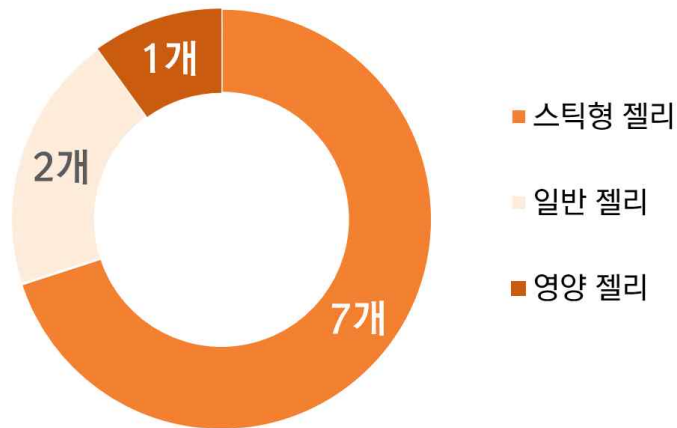
15) 8개 제품은 중량(g)으로 조사되었으며, 2개 제품은 용량(ml)으로 조사됨

3) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 스틱형 젤리

베트남에서 판매되고 있는 스틱형 젤리 경쟁제품 10개를 조사하였으며, 조사한 제품 종류의 분포는 다음과 같음. 스틱형 젤리는 7개, 일반 젤리는 2개, 영양 젤리는 1개로 조사됨

[표 5.3] 베트남 스틱형 젤리 제품 종류 경쟁력 분석

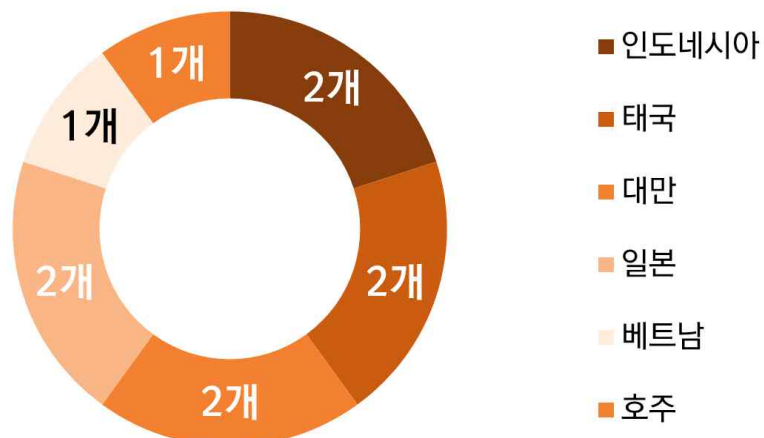


4) 원산지

▶ 현지 경쟁제품 원산지 분석 결과, 다양한 국가 제품 유통 확인

베트남에서 판매 중인 스틱형 젤리 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 원산지가 인도네시아, 태국, 대만, 일본인 제품이 각각 2개씩이며, 베트남산과 호주산 제품이 각각 1개씩인 것으로 나타남. 베트남의 스틱형 젤리 시장은 다양한 국가의 제품이 유통되는 것으로 확인됨

[표 5.4] 베트남 스틱형 젤리 원산지 경쟁력 분석

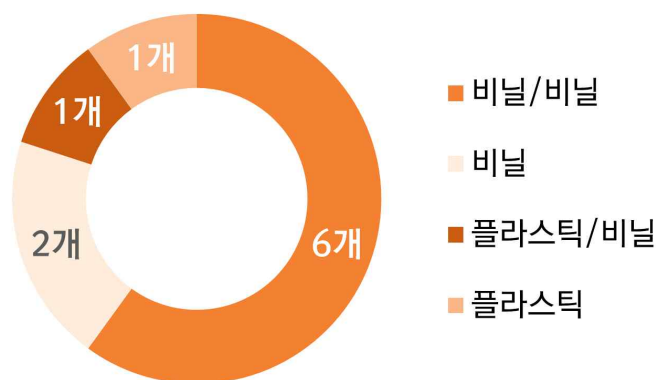


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개 제품, 비닐 사용

베트남에서 판매 중인 스틱형 젤리 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개의 제품이 외부 및 내부 포장에 모두 비닐을 사용함. 2개 제품은 내부 포장은 따로 없이 외부 포장에만 비닐을 사용한 것으로 확인됨. 나머지 2개의 제품은 외부 포장에 모두 플라스틱을 사용한 것으로 확인됨

[표 5.5] 베트남 스틱형 젤리 포장 형태 경쟁력 분석

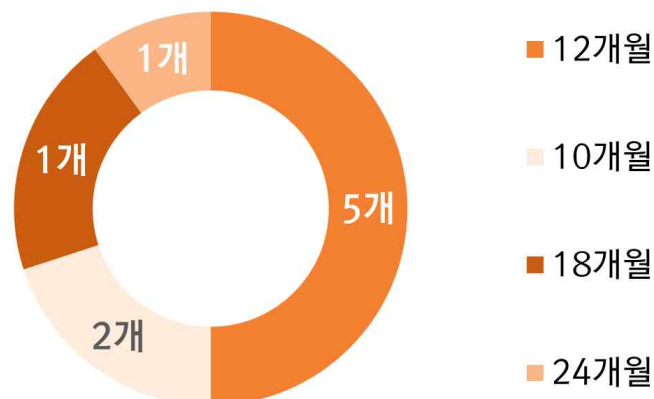


6) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개 제품, 유통기한 12개월

베트남에서 판매 중인 스틱형 젤리 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 유통기한이 12개월인 제품이 5개로 가장 많았음. 그다음으로는 유통기한 10개월과 18개월인 제품이 각각 2개, 24개월인 제품이 1개로 확인됨. 경쟁제품 10개 유통기한의 평균은 14개월인 것으로 나타남

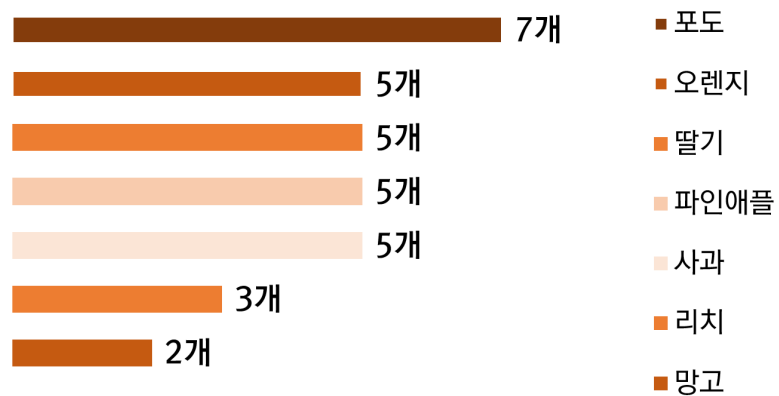
[표 5.6] 베트남 스틱형 젤리 유통기한 경쟁력 분석



7) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 포도 맛 포함

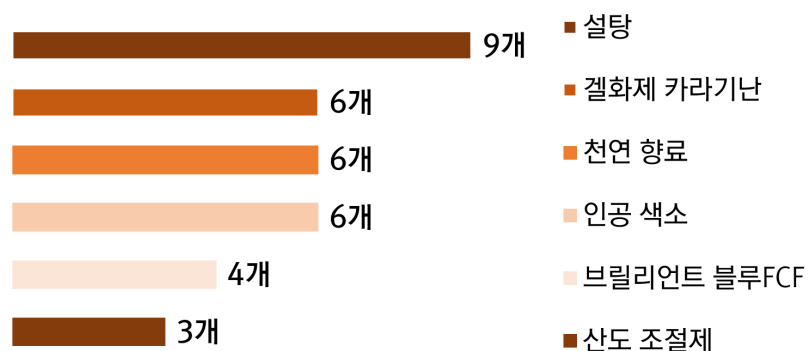
베트남에서 판매 중인 스틱형 젤리 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 포도 맛 제품이 7개로 가장 많았음. 오렌지, 딸기, 파인애플, 사과 맛이 각각 5개씩인 것으로 확인되었으며, 그 외에도 리치, 망고, 바나나 등 다양한 맛의 제품이 있는 것으로 나타남

[표 5.7] 베트남 스틱형 젤리 포장 형태 경쟁력 분석¹⁶⁾

8) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 9개 제품, 설탕 포함

베트남에서 판매 중인 스틱형 젤리 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 설탕을 포함한 제품이 9개로 가장 많았음. 겔화제 카라기난, 천연 향료, 인공 색소를 포함한 제품이 각각 6개로 그 뒤를 이었음. 이 외에도 브릴리언트 블루FCF, 산도 조절제, 포도 주스 농축액 등의 원료가 사용된 제품들이 확인됨

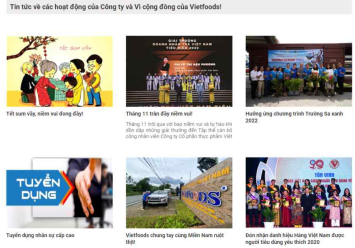
[표 5.8] 베트남 스틱형 젤리 원료 및 첨가물 경쟁력 분석¹⁷⁾

16) 해당 그래프에서는 2번 이상 등장한 맛만을 표시하였으며, 두 가지 이상의 맛을 가진 제품들이 존재함

17) 해당 그래프에서는 3번 이상 등장한 원료 및 첨가물만을 표시함

2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 젤리 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	베트남 푸드(Vietnam Foods)
	기업 설명	베트남 푸드는 베트남의 식품기업으로, 비엣 푸드(Viet Food), 에이비씨(ABC), 뉴조이(Newjoy), 판다(Panda), 브라비타(Bravita), 하치(Hachi), 쿼틴(Coomteen) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 베트남 푸드의 모든 제품은 직접 생산 및 판매하며 생산과정부터 포장, 유통까지 엄격하게 관리하고 있음. 안전한 먹거리와 고품질의 제품으로 골든컵을 수상한 이력이 있음
주요 마케팅 전략	기업 수상 이력 소개	 TRUY CHƯNG VÀNG VIỆT NAM BEST FOOD CỤC AN TOÀN VỆ SINH THỰC PHẨM - BAN TỔ CHỨC VIETNAM BESTFOOD TRAO TẶNG Năm 2007: Công ty Cổ phần thực phẩm Việt Nam - Vietfoods ra đời sau khi chuyển đổi hình thức doanh nghiệp  TRUY CHƯNG VÀNG VIỆT NAM BEST FOOD CỤC AN TOÀN VỆ SINH THỰC PHẨM - BAN TỔ CHỨC VIETNAM BESTFOOD TRAO TẶNG Năm 2007: Nhận cúp vàng - Thực phẩm an toàn vì sức khỏe cộng đồng Năm 2008: Nhận cúp vàng - Doanh nghiệp tiêu biểu Việt Nam Năm 2009: Top 10 - siêu cúp Thương hiệu nổi tiếng vì sự nghiệp bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Liên tục từ năm 2013 đến 2020: Đạt danh hiệu hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn. Năm 2017: Công ty Cổ phần thực phẩm Việt Nam được chuyển sang địa điểm mới tại khu CN Hapro, Lê Chi, Gia Lâm, Hà Nội với 1 nhà máy được xây dựng khang trang, đảm bảo tiêu chí 1 nhà máy công nghiệp thực phẩm hiện đại. - Chúng tôi luôn trăn trở trong những gì đã làm được, để hướng tới tương lai với mong muốn làm tốt hơn thế nữa. Chúng tôi trân trọng cảm ơn và hi vọng được quý khách hàng, các đối tác và cộng đồng xã hội tiếp tục ủng hộ để chúng tôi hoàn thành tốt nhất ý nghĩa doanh đã đề ra, mang lại lợi
	소비자 인식 제고	 Mục tiêu kinh doanh: - Đưa ra các sản phẩm tốt, đảm bảo an toàn VSTP và sức khỏe người tiêu dùng. - Quy trình sản xuất được quản lý nghiêm ngặt từ khâu sản xuất đến đóng gói, lưu thông. - Luôn thay đổi để sản phẩm mới mẻ về hương vị, đặc sắc, thơm ngon và hướng tới nguồn nguyên liệu tự nhiên. - Đảm bảo nguồn gốc và tính pháp lý trong suốt quá trình sản xuất, kinh doanh đối với mọi hàng hóa đầu vào và đầu ra. - Luôn tiếp thu mọi ý kiến đóng góp để nâng cao chất lượng, cải tiến quy trình, đáp ứng đầy đủ các tiêu chí của một nhà máy an toàn, hiện đại.
	위생적인 공장 시설과 생산 공정 등을 영상으로 공개	 Tin tức về các hoạt động của Công ty và Vì cộng đồng của Vietfoods! Từ sản vật, niềm vui đang đây Thương 11 liên tiếp vượt Những ứng dụng trình trình trình trình Tuyển dụng nhân sự cấp cao Vietfoods chung tay cùng Việt Nam vượt đại Các chiến dịch nhân đạo của Vietfoods được người tiêu dùng yêu thích 2020
요약	판매채널	오프라인 매장(원마트 플러스, 푸지마트) 온라인 매장(쇼피)
	홍보채널	자사 홈페이지(베트남) SNS 플랫폼(페이스북)
	홍보문구	제품의 맛과 안정성 강조

3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기 제품 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 5.10] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Quantity, Amount, Portion 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Satisfied, Recommend, Repurchase, Enjoy 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Delicious, Taste, Flavor, Sweet 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Organic, Reliable, Fresh 등

▶ 라자다에서 판매되고 있는 젤리 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	라자다 (Lazada)	리뷰 수	258건
제품명	알펜리베 젤리 (Alpenliebe Jelly)		
제품 종류	일반 젤리	소비자가격	67,000동 (3,598원)
중량	288g (24g*12개입)	포장	비닐
특징	달콤한 복숭아 맛, 여러 가지 과일 맛, 소형 패키지		

● 조사 제품

사이트	라자다
분석 건수	258건
제품명	알펜리베 젤리
제품 종류	일반 젤리
소비자가격	67,000동 (3,598원)
중량	288g (24g*12개입)
포장	비닐
성분	달콤한 복숭아 맛, 여러 가지 과일 맛, 소형 패키지

▶ 온라인 인기 제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 베트남 온라인 쇼핑몰 라자다에서 판매되고 있는 젤리 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 328점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 ‘중량’에 대한 긍정 점수가 204점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 베트남 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 젤리 제품에 대하여 맛과 중량에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.12] 온라인 인기 제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	171	15
맛	328	21
제품 선호도	153	6
중량	204	11
품질	35	1
종합	891	54

▶ 과일 맛과 휴대 및 섭취가 편리한 개별 포장 선호

베트남 젤리 인기 제품의 리뷰 키워드 분석 결과, ‘과일 맛’, ‘다양한 맛’, ‘과일 젤리’ 등의 키워드가 빈출되어, 다양한 과일 맛에 대한 소비자의 관심도 및 선호도가 높은 것을 확인함

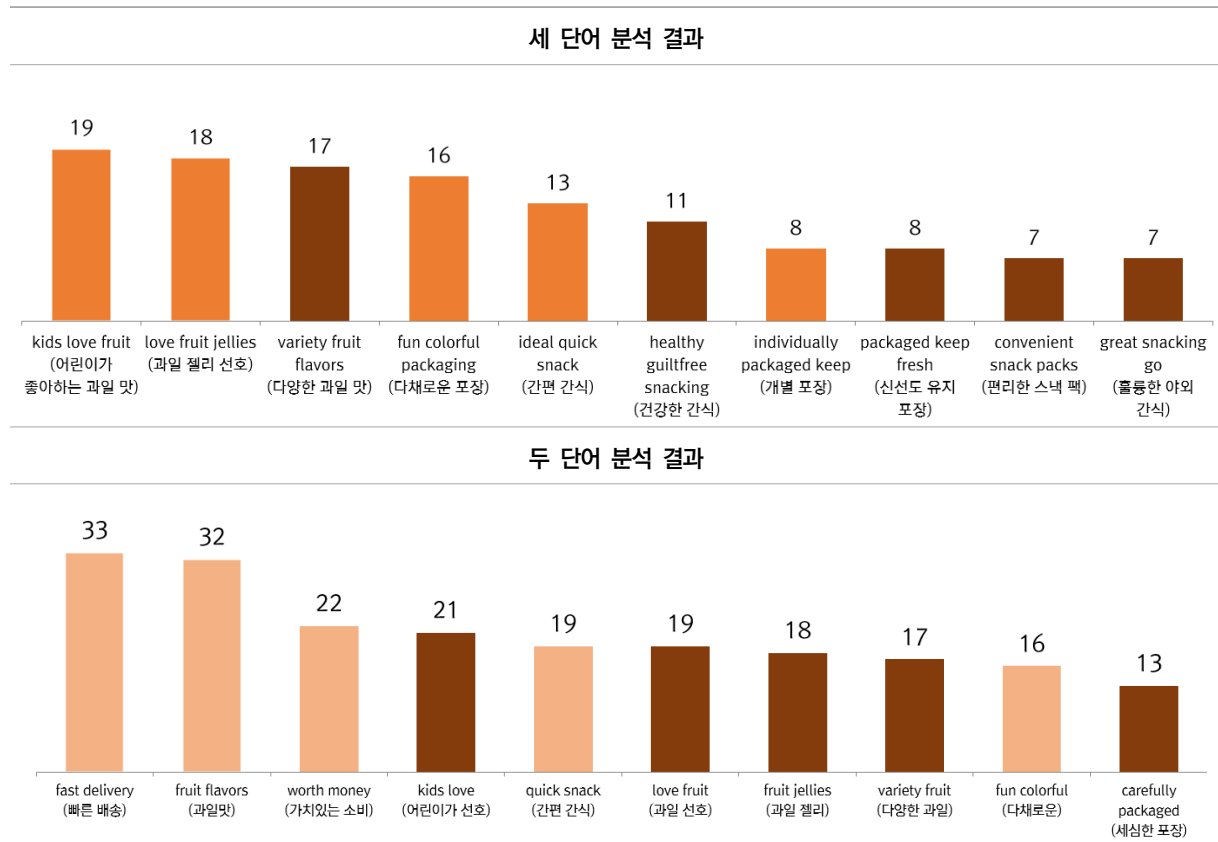
이 외, ‘개별 포장’, ‘신선도 유지 포장’ 등의 키워드를 통해 위생적으로 휴대하고 섭취하기 편한 포장 형태에 대한 선호 요인도 확인함. ‘훌륭한 간식’, ‘빠른 배송’ 키워드도 순위권에 든 것으로 확인됨

“Individually packaged to keep fresh, Delicious fruit flavor, Delicious and refreshing, Kids love these fruit jellies.”

“신선함을 유지하기 위한 개별 포장, 맛있는 과일 맛, 아이들이 이 과일 젤리를 너무 좋아해요.”

[표 5.13] 베트남 젤리 온라인 인기 제품 리뷰 다빈출 키워드 분석¹⁸⁾

(단위: 개)



18) 베트남 젤리 인기 제품의 리뷰에서 발생한 키워드의 빈도 수를 분석함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 (www.statista.com)
2. 쇼피 (shopee.vn)
3. 라자다 (www.lazada.vn)
4. 티키 (tiki.vn)
5. 베트남 통계청 (www.gso.gov.vn)
6. 가디언 홈페이지 (www.guardian.com.vn)
7. 윈마트 홈페이지 (winmart.vn)
8. 푸지마트 홈페이지 (fujimart.vn)
9. 엘스 플레이스 홈페이지 (www.lsplace.com.vn)
10. C.M. 거미 홈페이지 (www.cmgummy.com)
11. 베트남 푸드 홈페이지 (vietfoods.com.vn)
12. 젤리코 푸드 홈페이지 (en.jellicofood.com)
13. 소키마트 홈페이지 (www.sokimart.com)
14. 떡볶이 스토어 홈페이지 (www.tteokbokki.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.10.18

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