

# 홍콩지사 | K-FRESH ZONE(중국 홍콩) 마켓테스트 결과요약(10월)

o 추진일자 : 2024년 10월 20일 / o 응답자 수 : 30명

제품명 Product Name	태추단감	제품종류 Product type	과실류

분석 결과 Analysis result			
소비자 유형 / Consumer type			
성별 Gender	Male 18명, Female 12명	연령 Age	20~30s 8명 / 30~40s 11명 / 40~50s 6명/ 50+ 5명

제품 평가 (1) / Product evaluation					
질문 (Questions)	답변 (Answer)				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	있다 (0명/0%)	없다 (30명/100%)	없지만 본적있다 (0명/0%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는게 무엇입니까?	가격 (5명/16.7%)	맛 (17명/56.6%)	패키지 (8명/26.7%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명/0%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (4명/13.3%)	좋다 (18명/60%)	보통이다 (8명/26.7%)	좋지않다 (0명/0%)	매우좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?	없음				
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (15명/50%)		아니다 (0명/0%)	잘 모르겠다 (15명/50%)	
- 그렇다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (24명/80%)	맛 (6명/20%)	패키지 (0명/0%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명/0%)
- 그렇지않다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (0명)	맛 (0명/0%)	패키지 (0명/0%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (1명/3.3%)	좋다 (16명/53.3%)	보통이다 (11명/36.7%)	좋지않다 (2명/6.7%)	매우좋지 않다 (0명/0%)

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기있을 것 같나요?	매우 그렇다 (1명/3.3%)	그렇다 (20명/66.7%)	보통 이다 (6명/20%)	그렇지 않다 (3명/10%)	전혀 그렇지 않다 (0명/0%)

### 보완사항 및 기타의견 / Supplement and comprehensive analysis

- 관련 품목을 접한 소비자 거의 없으나 사이즈가 크고 선택이 좋다는 의견이 많았음. 전반적인 밸런스가 좋아 품질 면에 있어 조금더 일정하게 유지된다면 시장에서 좋은 반응을 보일 가능성이 높음
- 프리미엄 이미지 구축을 위한 포장개발이 필요하다는 의견이 많았고, 다양한 마케팅 활동으로 10개 구매시 1개 증정 또는 500불 이상 구매시 10% 할인혜택 등의 활동을 통해서 본 제품을 많이 홍보하고 판촉활동을 추진하여야 인지도 제고 가능

