

홍콩지사

K-FRESH ZONE(중국 홍콩) 마켓테스트 결과요약(9월)

o 추진일자 : 2024년 9월 23일 / o 응답자 수 : 30명

제품명 Product Name	홍로 사과	제품종류 Product type	과실류
			

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	Male 11명, Female 19명	연령 Age	20~30s 14명 / 30~40s 10명 / 40~50s 2명/ 50+ 4명
-----------	----------------------	--------	---

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 (6명/20%)	맛 (19명/63%)	패키지 (2명/6.7%)	인지도 (2명/6.7%)	기타 (1명/3.6%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (2명/6.7%)	좋다 (21명/70%)	보통이다 (5명/16.6%)	좋지않다 (2명/6.7%)	매우좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?	없음				
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (8명/26.6%)		아니다 (4명/13.4%)	잘 모르겠다 (18명/60%)	
- 그렇다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (0명/0%)	맛 (3명)	패키지 (0명/0%)	인지도 (0명/0%)	기타 (5명)
- 그렇지않다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (1명)	맛 (0명/0%)	패키지 (0명/0%)	인지도 (0명/0%)	기타 (3명)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (0명/0%)	좋다 (15명/50%)	보통이다 (11명/36.7%)	좋지않다 (0명/0%)	매우좋지 않다 (4/13.3%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기있을 것 같나요?	매우 그렇다 (0명/0%)	그렇다 (15명/50%)	보통 이다 (14명/46.4%)	그렇지 않다 (1명/3.6%)	전혀 그렇지 않다 (0명/0%)

보완사항 및 기타의견 / Supplement and comprehensive analysis

- 온오프라인 매장에서 지속적인 판촉 및 마케팅활동을 추진하여 소비자들에게 집중적으로 홍보하여 본 상품의 인지도를 높이고 온라인 플랫폼 및 옥외홍보활동(버스 광고 및 신문광고 등)을 수반하여 소비자들에게 본 제품을 노출시킬 예정
- K-FRESH ZONE에서 한국 신선 농산물 일정액(약 300불) 이상 구매시 증정품(주관사 자부담) 제공 및 이벤트를 추진하여 본 상품을 홍보하고 판촉활동을 극대화할 예정임

