

2010 경기도 계란 홍콩 판촉행사 결과

- 지자체 연계 판촉행사

1. 행사개요

- 행사국가 : 홍콩
- 행사품목 : 계란
- 행사기간 : '10. 03. 16. ~ '10. 04. 14.
- 행사장소 : 32개 매장
 - PARKNSHOP 15개 매장 (都會驛, 厚德, 康怡, 盈翠半島, 海怡, 紅磡, 粉嶺名都, 頌富, 新合和, 創意無限, 東涌, 健威花園, 藍灣半島, 新都城, 清河邨)
: '10. 03. 26 ~ '10. 03. 28 (3일간)
 - DCH Food Mart 5개 매장 (富東, 第二街, 置富, 健威, 宇晴軒)
: '10. 03. 26 ~ '10. 03. 28 (3일간)
 - DCH Food Mart 5개 매장 (第二街, 置富, 紅磡中心, 麗港城, 健威坊)
: '10. 04. 2 ~ '10. 04. 03 (3일간)
 - JUSCO 1개 매장 (Kornhill)
: '10. 03. 18 ~ '10. 03. 24 (7일간)
 - JUSCO 1개 매장 (Tai Po)
: '10. 03. 25 ~ '10. 03. 31 (7일간)
 - JUSCO 4개 매장 (Kwun Tong, Tseung Kwan O, Tuen Mun, Whampoa)
: '10. 04. 08 ~ '10. 04. 14 (7일간)
 - YATA 1개 매장 (Shatin)
: '10. 03. 16 ~ '10. 03. 22 (7일간)

2. 행사 주요 내용

- 판촉활동
 - 판촉사원 고용 시식행사
 - 계란요리 시연(계란 후라이, 계란찜, 계란말이, 스크램블 에그 등)
- 홍보 : JUSCO 전단 행사 진행 (4월 8일~14일)
- 기타 : 계란 상품 배너, 포스터, 태극기 등 활용

3. 행사 효과

- 판촉요원 활용 및 시식행사 결과
 - 기존 판촉행사에 참여했던 메테랑 판촉요원을 위주로 고용해 한국 경기도 신선계란에 대한 사전 교육을 실시.
 - 판촉요원들은 한국 경기도 신선계란은 3無(무항생제, 무합성착색제, 무산란촉진제) 계란이라는 사실을 소비자들에게 적극적으로 홍보를 진행.
 - 판촉요원의 설명과 시식을 통해 다국산 계란에 비해 훨씬 고품질의 이미지를 각인 시킬 수 있었음.
 - 현지 소비자들의 취향에 맞춰 속이 보이는 PET케이스 사용을 늘린 것이 주요
-> 현지 소비자들은 한국 경기도 신선계란의 계란의 품질뿐만 아니라 포장상태에 대해서도 만족감을 표했음.
 - 현지 바이어와 협의하여 판촉요원으로서 능력이 검증된 인원만을 채용한 것이 효과적이었음.
- 기타 이벤트 행사 추진결과 등
 - 일본 백화점 식품매장(Jusco, Yata 등)에서는 기존의 계란 매대가 아닌 따로 한 구역을 마련해서 시식 프로모션 행사 진행. -> 사람들의 왕래가 많은 자리에서 많은 사람들을 상대로 한국 계란에 대한 설명과 시식행사 원활하게 이뤄짐.
 - 스크램블 에그와 삶은 계란 등으로 시식행사 진행 -> 계란 고유의 맛을 느낄 수 있는 삶은 계란이 홍콩 시민들에게 더 좋은 반응을 이끌어 냈음.
 - 현지의 프로모터들은 태극기와 우리가 제공한 배너를 적절히 활용하며 한국 경기도 계란의 우수성 설명에 최선을 -> 먼저 샀던 외국 계란을 내려놓고 한국 계란을 사가기도 하는 등 긍정적인 반응이 대다수임.
 - Parknshop에서는 계란 매대 앞에서 부스를 마련해서 시식 판매촉진 행사를 진행했음. 평소보다 두 배가 넘는 매대 공간을 활용해 한국 경기도 신선계란을 진열해 프로모션 진행.
 - 이번 프로모션은 200개가 넘는 Parknshop 매장 중에서도 소득 수준이 높은 지역에 있는 매장이 높고 매장도 일본 백화점 식품매장보다 큰 매장에서 진행.
-> 품질이 우수한 한국 계란을 행사를 통해 시식해보고 살 수 있다는 사실 때문에 한국 경기도 신선계란에 대한 반응이 좋았음.

4. 행사 및 상품에 대한 현지반응

○ 소비자 :

- 중국, 태국산 신선계란에 비해 훨씬 깨끗하고 건강한 계란이라고 생각한다.
- 계란의 품질이 정말 좋다.
- 일본산 계란에 비해 가격은 저렴한데 품질은 더 높다.
- 맛이 좋다.
- 3無(무항생제, 무합성착색제, 무산란촉진제) 계란이라서 더 믿음이 간다.
- 포장의 전체적인 모양, 상태가 훌륭하다.
- 좀 더 시선을 끌 수 있고 차별화될 수 있는 디자인이었으면 좋겠다.
- 지금도 적당한 가격이라고 생각하지만 좀 더 저렴했으면 좋겠다.
- 가격할인, 시식행사가 좀 더 자주 있었으면 좋겠다.
- 계란 증정행사도 진행하면 더욱 좋겠다.

○ 유통업체 :

- 품질이 우수하고 식품의 안전성에서도 장점이 많다.
- 계란의 맛도 좋고 향도 강해서 좋다.
- 일반계란 뿐만 아니라 기능성 계란까지 출시해서 품목의 수를 늘리면 시장점유율을 더욱 신장시킬 수 있을 것이다.
- 판촉, 시식행사를 통해서 한국 경기도 신선 계란에 대한 소비자들의 인지도가 점점 더 올라가고 있다는 사실은 긍정적이다.
- 우리가 요구하는 까다로운 품질 기준을 맞춰 줄 수 있는 한국 경기도 계란은 가격과 품질면에서도 장점이 있다.
- 현지 소비자들의 시선을 끌 수 있는 포장 디자인이 있으면 좋겠다.

○ 수입업체 :

- 한국 경기도 신선계란에 대한 홍콩 소비자들의 인지도가 점점 올라가고 있다.
- 판촉, 시식행사를 통해 한국 경기도 신선계란이 얼마나 품질이 우수하고 안전성을 가진 계란인지 소비자들의 인식이 구체화되고 있다.
- 홍콩 소비자들은 단순히 계란은 계란이라는 인식에서 벗어나 더 품질이 우수하고 믿을 수 있을만큼 안전성이 확보된 계란을 찾기 시작했기 때문에 이번 판촉 행사는 그런 소비자들의 인식을 더욱 견고하게 만드는 데 기여했다.

- 가격할인, 시식행사를 더욱 확대했으면 좋겠다. 지속적인 마케팅 활동은 시장점유율에 지대한 영향을 미치기 때문이다.
- 판촉행사 확대와 더불어 현재 진행하고 있는 기능성계란들까지 출시하고 더욱 적극적인 마케팅 활동을 펼친다면 지속적으로 시장점유율은 확대될 것이다.
- 한국 경기도 신선계란의 품질이나 안전성에 대한 소비자들의 인식이 올라가고 있다. 이에 더해 소비자들의 시선을 잡아끌 수 있는 포장 디자인이 필요하다.
- 판촉행사는 연속성이 있을 때 더욱 효과가 크다. 더욱 공격적으로 움직일 필요가 있다.

5. 경쟁국산과의 비교 분석

○ 소비자 인지도 등 시장상황 변화 분석

1) 일본계 백화점 식품 매장(Jusco, Yata, Apita)

- 우선 일본계 백화점 식품 매장의 경우 압도적으로 일본산 계란의 점유율이 높음.
->일본산 계란 위주로 판매가 이뤄지기 때문에 일본산 계란과 비슷하거나 더 높은 품질을 가지고 있지 않다면 경쟁하기는 불가능한 상황임.
- 일본계 백화점 내에 입점하고 있는 식품 매장의 계란 매대에는 일본산 계란이 80% 정도가 진열돼 판매되고 있으며 나머지는 태국, 중국, 한국 경기도 신선 계란이 나머지 자리를 나눠 가지고 있음.
- 태국산 CP 12구 계란 가격이 일본산 6구 가격보다 낮거나 비슷하기 때문에 홍콩의 많은 소비자들이 가격적인 매력 때문에 태국산 CP 계란을 선택하고 있음.

2) 현지 대형 마트(Parknshop 등)

- 홍콩에서 가장 많은 매장을 가지고 있는 Parknshop은 소비자들이 가장 선호하는 식품 할인 매장임.
- Parknshop은 자체 실험실을 가지고 식품에 대한 홍콩 법률 이상의 강력한 기준을 적용하고 있음. 몇몇 한국 식품 회사들이 Parknshop의 까다로운 규정 때문에 입점에 실패했을 정도로 까다로움.
- Parknshop에서 70%에 육박하는 자체 PB 계란 상품은 SELECT라는 상표를 달고 판매되며 SELECT 상표의 계란은 미국, 태국산이 주류를 이루고 있음.
- PB 상표인 SELECT 계란도 HK\$ 5를 할인해주는 자체 행사를 진행했음에도 불구하고 홍콩 소비자들은 우리 한국 경기도 계란을 많이 선택하는 모습이었음.

- Parknshop에서 한국 경기도 신선계란의 높은 가격 대비 품질은 소비자들의 마음속에 자리를 잡아가고 있음을 확인할 수 있는 계기.
- 지속적인 프로모션 행사를 통해서 홍콩 소비자들에게 한국 경기도 신선 계란의 맛과 우수성을 알리는 것이 중요함.
- 한국 경기도 계란의 시장점유율을 더욱 높이기 위한 방안
 - > 한국 경기도 기능성 계란을 추가로 소개해 홍콩 소비자들에게 일본산에 대비해 더욱 고품질의 저렴한 기능성 계란을 소개할 수 있다면 한국산 계란의 시장 점유율을 더욱 넓힐 수 있을 것으로 예상됨.

3) 한국 경기도 신선 계란에 대한 소비자 인지도

- 시식행사를 통해 한국 경기도 신선계란의 맛과 품질에 대한 홍콩 소비자의 확신을 심어주는 계기 -> 판촉행사를 통해 높아진 한국 계란에 대한 입소문을 통해 점차 수출물량도 늘어날 수 있을 것으로 예상.
- 계란에 대한 홍콩 소비자들의 눈높이를 높이는 계기가 됐음. -> 현지의 소비자들은 아직 계란에 대한 품질에 대한 눈높이가 낮은 편임. 계란의 신선함과 품질의 중요성을 판매도우미를 통해 설명하고 신선한 한국 경기도 신선계란의 맛을 알릴 수 있는 좋은 기회가 마련돼 지속적인 현지 소비자들의 한국 경기도 신선계란 구매를 촉진하는 계기가 됐음.
- 홍콩 소비자들이 원하는 것이 무엇인지 직접 파악할 수 있는 계기를 마련 -> 홍콩 현지의 소비자들을 직접 만날 수 있는 기회를 마련할 수 있었음. 홍콩 현지 소비자와 클라이언트 등과의 대화를 통해 새로운 기능성 계란의 출시를 가시화시킬 수 있게 됐음.
- 태국, 중국, 미국산 계란보다 월등한 품질, 일본산 계란과도 동등한 품질을 가지고 도 상대적으로 저렴한 가격과 현지 소비자들의 한국, 한류에 대해 충성도를 활용.

○ 경쟁국산과의 경쟁력 비교

품 목	매장명	구 분	한국산	중국산	태국산	일본산
계란	PARKN SHOP	크 기	대란	대란	대란	대란
		가 격(HK\$)	21.9	16.9	19.9	27.9
		규 격	10구(600g)	10구(600g)	12구(720g)	10구(600g)
		품질비교	상	하	중	상

○ 기타 주요성과

- 시장 점유율을 비약적으로 높이는 계기가 됐다.
- 판촉행사 이후, 현지 소비자의 반응이 아주 좋아서 제품 발주가 현저하게 증가하고 있다.
- 판촉행사 이후, PARKNSHOP과 함께 현재 대란 10구 품목에 더해 왕란 10구, 김치계란 10구, 엽산계란 10구, 초생란 10구의 4가지 품목의 출시를 진행 중(5월 중 출시 예정). -> 현지의 의견 수렴과 PARKNSHOP과의 협조를 통해 새로 출시되는 4가지 계란에 대한 패키지 디자인, 라벨링 개발 진행 중.
- 판촉행사를 통해 시장점유율 상승이 가시화되고 주문량도 더 늘어나고 있기 때문에 앞으로도 더욱 적극적으로 판촉행사를 진행한다면 홍콩 수출량이 지속적으로 늘어날 것임.

4. 특이점 및 향후 개선사항

- 현지 매장의 규정상 현수막, 커다란 X배너는 사용할 수 없었으며 다른 물품의 판매에 방해가 되지 않는 선에서 프로모션을 진행해야만 했음. 이를 개선하기 위해서는 소비자들에게 한국산 계란의 우수성을 알릴 수 있는 전단행사를 더욱 강화하고 한류를 이용해 한국식으로 계란 요리를 할 수 있는 레시피를 제공하는 등의 노력이 더 필요할 것이라고 생각.
- 한국 계란에 대한 소비자의 인식이 어느 정도 이뤄진 상태에서 더욱 적극적인 마케팅 활동을 통해 시장점유율을 더 넓혀야하는 시기라고 생각됨. 판촉요원에 대한 교육을 더욱 강화하고 할인, 시식행사에 더불어 증정행사도 고려해볼 가치가 있다고 생각됨.
- 추후 Parknshop에 현재 진행 중인 김치계란, 초생란, 엽산계란 등의 기능성 계란이 추가로 출시된다면 한국 계란에 대한 선택의 폭이 더욱 넓어져 시장 점유율도 점차로 높아질 것으로 예상됨. 새로운 계란 출시와 함께 시식 프로모션이 지속적으로 진행될 수 있다면 홍콩 기능성 계란 시장에서 새로운 바람을 몰고 올 수 있으리라 예상됨.
- 현지 판촉요원, 유통업체, 수입업체와의 긴밀한 협조를 통해 현지에서 발생하는 상황에 대해 즉각 대처할 수 있는 유연한 협조 시스템을 더욱 견고하게 마련해 현지에서 원하는 품질, 디자인, 가격의 계란 생산에 최선을 다해야 할 것임.

※ 행사사진



<YATA 판촉요원이 고객에게 시식을 권장>



<YATA 판촉요원이 시식하는 고객에게 상품설명>



<PARKNSHOP 판촉요원과 판촉부스>



<PARKNSHOP 상품을 진열중인 판촉요원>



<JUSCO 판촉요원이 고객에게 시식을 권장>



<JUSCO 판촉요원이 고객에게 제품을 설명하고 있다>



<DCH 시식을 준비중인 판촉요원>



<JUSCO 한국식품전 전단지 >

< * 본 요약서는 판촉행사 진행 협력사의 직접적 연관 내용은 배제한 발췌본임 >