중국 영유아용 쌀과자 선호도 조사 보고서

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
전북지역본부

목차

Contents Page

1. 리서치 과정 개요

2. 주요 연구결과

3. 제품 선호도 현황

4. 포장 선호도 현황

5. 영유아 스낵 구매 및 사용 선호

순서

Transition Page

1. 리서치 과정 개요

1.프로젝트 배경 및 요구사항

2.프로젝트 실행 스케줄

3.실행 과정 설명

4.견본 완성 현황

2. 주요 연구결과

3. 제품 선호도 상황

4. 포장 선호도 상황

5. 영유아 스낵 구매 및 사용 선호도

1.프로젝트 배경 및 요구

❑ 리서치 목적:

- 중국에 유기농쌀과자상품을 수출하기 위해 진행한 소비자 선호도 조사

❑ 리서치 대상:

- 48개월 미만 영유아의 엄마 또는 간식구매자

❑ 리서치 지역 및 표본수:

- 중국-베이징, 150명

❑ 리서치 방법:

- 1대1 면담조사 (CLT)

❑ 리서치 내용:

- 맛과 포장 선호도 테스트, 구매경로,구매형태, 소비형태 등 내용을 포함. 정리 및 내용 총괄을 통하여 이번 조사내용을 3개의 부분으로 나눔 : 맛 선호도 테스트, 포장 선호도 테스트, 소비자 구매 및 사용 선호도(U&A연구)

2. 조사일정표

작업 내용	시작 시간
계약 체결, 고객이 관련 자료 송부	2015-08-25
설문조사 설계,수정 및 최종 확정	2015-08-28
프로젝트 전기 트레이닝(내부 트레이닝)	2015-09-08
현장조사 시행	2015-09-11
데이터 입력 및 정리	2015-09-16
중문판 리포트 쓰기	2015-09-19
리포트 번역	2015-09-25

3. 조사과정 설명

❑ **실행의 편의를 위해 제품과 포장에 번호를 매긴다**

1번제품 :
- 바나나맛
- 긴 원형

2번 제품 :
- 치즈맛
- 큰 원형

3번 제품 :
- 야채맛
- 작은 원형

1번 포장

2번 포장

3번 포장

- 실행과정에서 임의의 순서로 제품 또는 포장을 보여준다.
- 설문대상은 서로 다른 번호의 제품 또는 포장에 대해 선호도를 표현해야 한다.

3.조사 과정 설명 (계속)

- **본 조사연구의 실행지점은 베이징시 방원아파트이다.**

- 이 지역 부근에는 까르푸슈퍼마켓, 국미전자가 있고 오른쪽에는 베이징동물원이 있으며 일자별 유동인구는 3000명을 넘는데 그 중 대부분이 젊은 부부와 아이들이다.

CLT

구분대상 및 방문지역

현장인터뷰

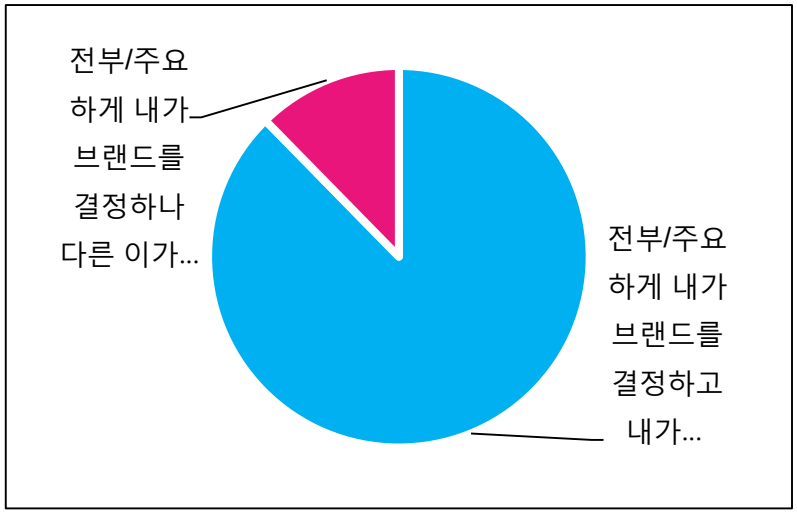
4. 표본 추출 과정

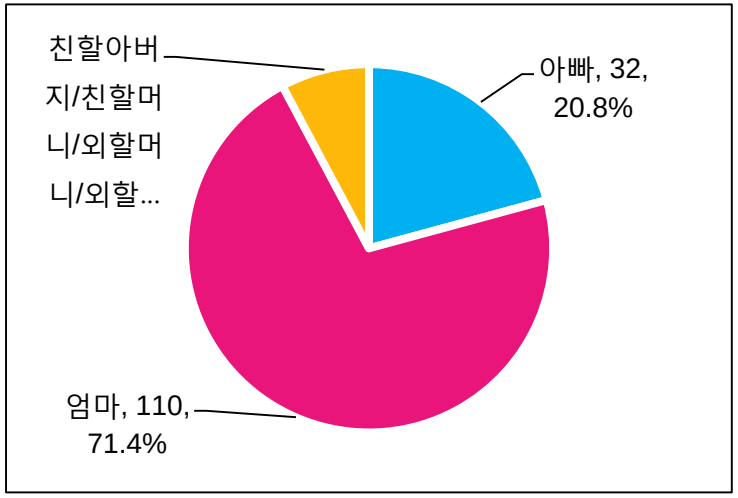
- **이번 리서치 결과 총 154개의 표본을 완성함**

- “완전히/주로 내가 브랜드를 결정하고 내가 구매한다"는 사람은 135명이며 87.7%를 차지함; “완전히/주로 내가 브랜드를 결정하나 다른 사람이 나를 대신해서 구매한다"는 사람은 19명이였고 12.3%를 차지하였다.

- 설문대상에서 "엄마"가 차지하는 비중이 제일 높았으며 110개의 견본으로, 71.4%의 비중을 차지함. “아빠”의 견본은 32개로서 20.8%를 차지함. 이외에도 “친할아버지, 친할머니, 외할아버지, 외할머

그림 : 설문대상과 아이의 관계





4. 표본 추출 현황 (계속)

이번 리서치 결과 **154개의 유효한 표본 을 완성함.**

- 아기들의 나이분포 상으로 보면 각 연령대의 아이가 총체적으로 평형을 이루고 있음. 6-12개월의 아이는 33명, 12-24개월의 아이는 40명 , 24-36개월의 아이는 43명, 36-48개월의 아이는 38명임.
- 아이의 성별구성을 보면 남자아이가 비교적 많았는데 89명이었고 57.8%를 차지하였으며, 여자아이는 65명으로 42.2%를 차지함.

그림 : 설문대상(아이)의 나이분포

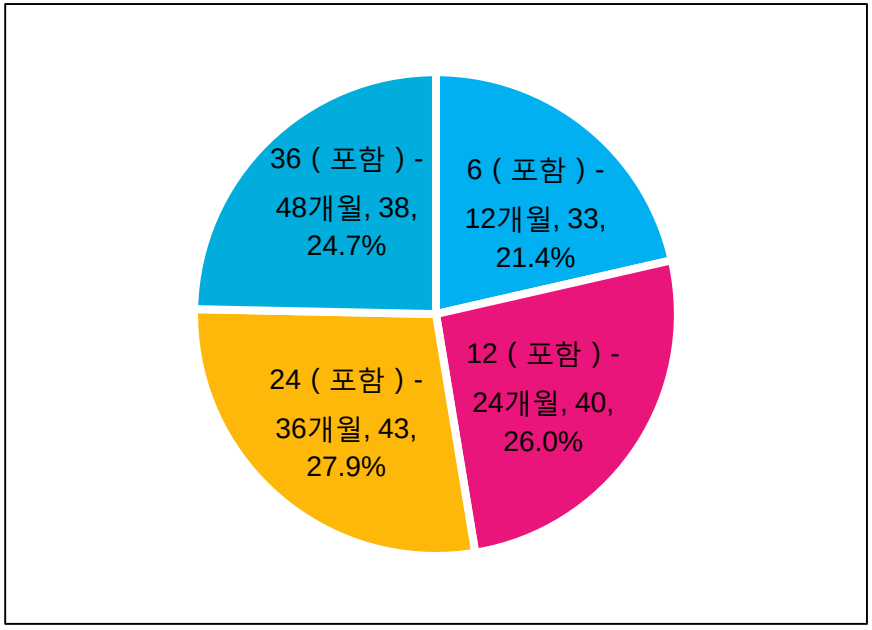
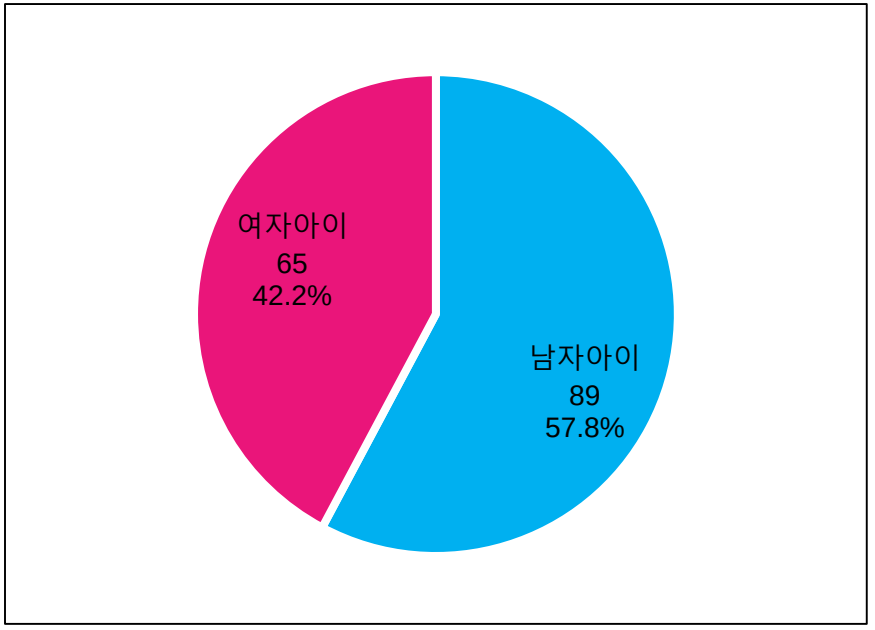


그림 : 설문대상(아이)의 성별구성



순서

Transition Page

1. 리서치 과정 개요

2. 주요 연구결과

1.프로젝트 배경 및 요구사항
2.프로젝트 실행 스케줄
3.실행 과정 설명
4.견본 완성 현황

3. 제품 선호도 현황

4. 포장 선호도 현황

5. 영유아간식 구매 및 사용 선호

1.제품 선호도 주요결과 (계속)

- **중국아이들이 좋아할 가능성이 가장 높은 맛은 치즈맛이며, 형태크기가 제일 적합한것은 큰 원형.**

제품	당신의 아이가 좋아할것 같은 맛은?	어느 제품 크기가 "지금 이대로가 적당" 한가요 ?	설문대상의 제품에 대한 기타 주요 의견
	바나나맛 : 39.0 %	긴 원형 : 52.6%	• 맛이 너무 자극적이라 좀 더 담백했으면 좋겠다 • 형태가 너무 크다. 좀 작거나 가늘게 만들 수 있을 것 같다. • 입 안에서 녹는 시간이 길고 치아에 붙는다.
	치즈맛 : 47.4%	큰 원형 : 79.9%	• 형태가 긴 스트립이거나 얇고 평평하면 잡기 편할듯 • 치즈맛이 너무 옅다.
	야채맛 : 29.2%	작은 원형 : 47.4%	• 채소맛이 너무 옅고 단맛을 더하면 좋을듯; • 형태가 너무 작다 ; • 여러가지 색상이어서 좋긴 한데 더 밝았으면 좋겠다.

- 설문조사대상은 현재의 세가지 제품의 형태가 그다지 예쁘지 않다고 함. 작은 동물, 하트, 별 혹은 캐릭터 모양이었으면 하는 의견이 있었음. 이 외에도 여러가지 색상으로 하되 각 색상이 같은 종류의 맛이었으면 좋겠다는 의견도 있었음.

1. 제품선호도 주요결과 및 제안(계속)

❑ 조사자 제안 :

- 치즈맛, 바나나맛, 야채 맛의 선호도에 대한 절대적 차이가 크지 않았음 (선호도가 제일 낮은 야채(풋나물)맛도 29%가 넘는 대상의 선택을 받음) 이에 중국시장에 세 가지 맛이 동시에 진출할 것을 제안함.
- 긴 타원형 제품의 크기는 좀 더 작게, 작은 원형제품은 좀 더 크게 제작하였으면 함. **이 세가지 제품을 긴 스트립 또는 가늘고 긴 형태로 만들어 잡기 편리하게 할 것을 고려했으면 함.**
- 설문대상의 의견에 따라 중국시장에 투입할 시 참신함을 더하면 좋을 것 같음. 예를 들어 서로 다른 맛의 제품은 각기 다른 외형과 색상을 채택하고, 외형은 귀엽고 색상은 밝게 하도록 할 수 있음. 구체적인 예시로는 치즈 맛은 하얀색의 별 모양, 바나나 맛은 노란색 하트모양, 야채(풋나물)맛은 초록색의 긴 스트립 형태로 만들어 볼 수 있음.

2.포장선호도 주요 결과 및 제안

- **중국소비자가 가장 선호하는 포장은 3번 포장이었고 , 제일 선호하는 포장 재질은 종이박스였음**

이중에 어느 포장이 제일 마음에 드나요 ?

1번 포장

14.3%

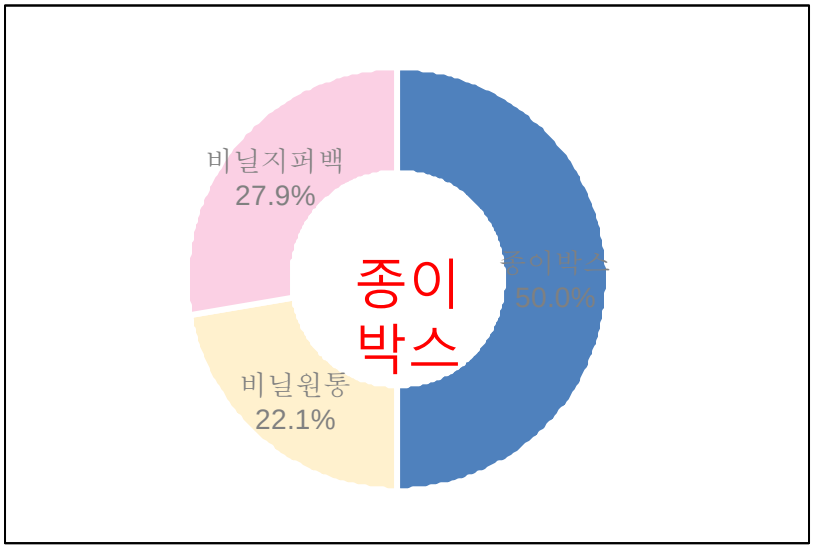
2번 포장

42.2%

3번 포장

43.5%

유아식품 포장이 어떤 재질이길 바라나요?



설문대상이 포장에 대한 기타 제안 :

- 아이의 손가락이 긁힐 가능성이 있으므로 포장이 각지지 않았으면 좋겠다.
- 포장을 뜯은 후 나머지는 간편히 다시 봉할 수 있게 하거나 외포장 안에 또 한 층의 내포장이 있도록 디자인하면 좋겠다 ;
- 포장 제품 상에 적절한 섭취 연령대가 적혀 있었으면 좋겠다.

2.포장 선호도 주요 결과 및 제안 (연속)

❑ 우리의 제안 :

- 3번 혹은 2번 포장 중 하나를 선택하여 중국시장에 진출하는 주요 포장으로 사용할 수 있음.
- **포장재질은 종이박스를 사용하는 것이 가장 좋음;** 이는 중국사람들이 흔히 집에서(외출 시가 아닌) 아이에게 간식을 주는 것과 (P40)과 관련됨 –종이박스는 쉽게 열고 안전하게 보관할 수 있음.
- **포장재 위에 “적합한 연령대”에 대한 설명을 추가할 것 ;**
- 하나의 포장 안에 서로 다른 맛의 제품을 넣는 것을 고려할 수 있으며, 모양(또는 색상)으로 맛을 구분할 수 있다면 아이들에게 인기가 더 많을 것으로 예상됨. 또는 큰 포장 안에 여러 개의 작은 포장을 넣고, 각 포장에 다른 맛을 첨가할 수 있음.

3.구매 행위 및 선호에 관한 주요결과 및 제안

아이에게 간식을 주는 원인

- **영양보충 : 79.9%**
- 아이 달래기:70.8%
- 간식: 62.3%
- 보조식 대체: 35.7%
- 이갈이 : 26.6%

간식 구매 경로

- **슈퍼마켓 : 93.5%**
- 아기용품전문점:50.6%
- 인터넷구매 : 41.6%
- 편의점 : 15.6%
- 해외구매대행 : 11.7%

간식 구매 시 주로 고려하는 요소

- **영양성분 : 93.5%**
- 맛 : 64.3%
- 원재료 : 63.6%
- 유기농 : 61.7%
- 원산지 : 39.6%
- 포장 : 18.2%

매월 소비 현황

- 월평균3봉지
- 봉지 당 평균 79그람
- 월평균 93원 소비

식용 장소

- **때론 집 때론 외출, 집에서 먹을 때가 더 많음 : 47.4%**
- 주로 집에서 먹음 : 33.8%
- 때론 집 때론 외출, 외출할 때가 더 많음 : 12.3%
- 주로 외출 시 먹음 : 6.5%

3. 구매 행위 및 습관에 관한 주요결과 및 제안 (연속)

❑ 조사자 제안 :

- 중국 부모에게는 스낵이 영양을 보충하고 간식으로 사용되는 외에도 아이들이 떼를 쓸 때 달랠 수 있는 유용한 도구임. 그렇기 때문에 **제품의 외형과 포장은 반드시 귀엽고 밝게 제작하여 아이들의 주의를 환기시키고 좋아할 수 있게 해야 함.**
- 중국 시장 진출 시에는 **우선적으로 슈퍼마켓, 아기용품 전문점 및 인터넷 쇼핑몰에 진출해야 함.**
- 중국 소비자들은 영유아 스낵의 영양성분을 중요하게 생각하므로 **포장지에 해당 제품의 각종 영양성분구성을 눈에 띄게 쓸 것을 제안함.**
- 중국 부모들의 소비 데이터에 근거하면 영유아 간식의 매 봉지 당 중량을 50-100그람 사이(P39)로 제작하고, 매 봉지 정가는 10-35원사이(P38)로 책정하는 것이 가장 적합함.

4.본 보고서 관련 설명

❑ 본 보고서에 관한 주요 설명:

- 아래 보고서의 내용은 설문조사 중 공개문제에 대한 답안을 포함하지 않으며 공개문제에 대한 답안은 이미 “주요결과” 부분에서 정리하였음.
- 이번 리서치에서는 아이들의 나이가 비교적 어리고 타 성별 아이들과의 음식 선호도 차이가 명확하지 않으므로, 본 보고서에는 성별 부분에 대한 교차분석을 하지 않음.
- 데이터 결과에 근거하여 설문대상(아이들 가장)의 나이, 학력, 소득 등 요소가 상호 간의 명확한 차이를 보이지 않으므로, 본 보고서에서는 이 부분에 대한 데이터 결과를 제시하지 않음.
- 부분적 문제의 데이터 결과 상에서 서로 다른 연령대의 아이들 사이에 일정한 차이가 있으므로 본 보고서에서는 이 부분에 대한 교차적 분석결과를 제시할 예정임.

순서

Transition Page

1. 리서치 과정 개요

2. 주요 연구결과

3. 제품 선호도 현황

4. 포장 선호도 현황

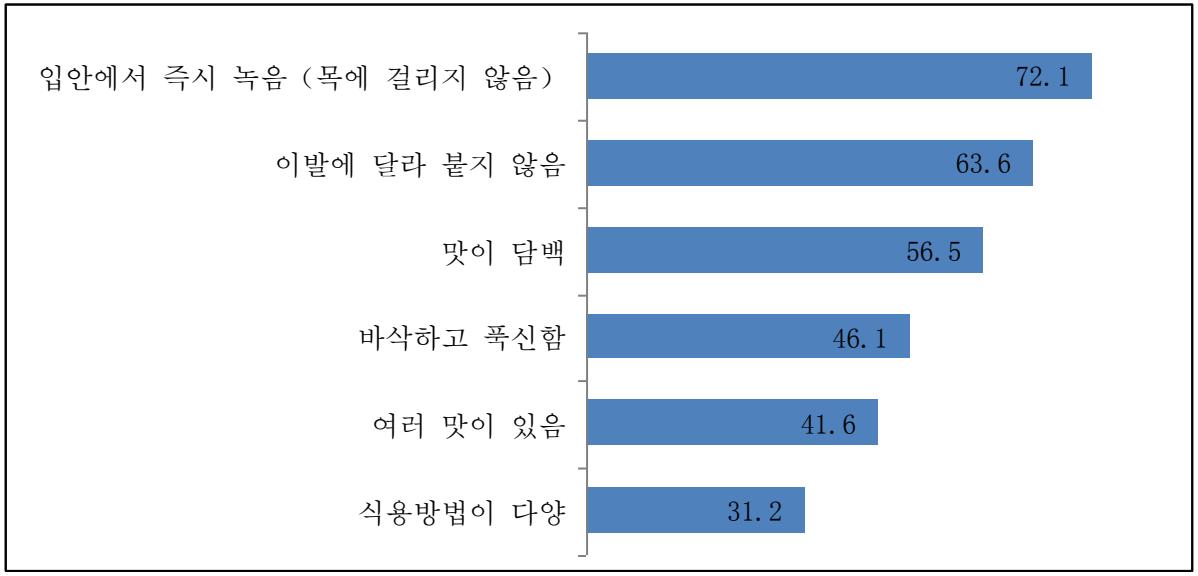
5. 영유아간식 구매 및 사용 선호

1.스낵의 맛에 있어 부모가 중시하는 요소는?
2.어느 제품의 맛이 가장 환영받나요 ?
3.어느 제품의 포장이 가장 환영받나요 ?
4.어느 제품의 크기가 적합한가요 ?
5.이같이 과자를 대체할수 있나요 ?
6.구매가능성,식용가능성은 어떠한가요 ?

1. 스낵의 맛에 있어 부모가 중시하는 요소는?

- **영유아 스낵 맛에 대해 관심을 가지는 요소:**
  - 전체적으로 “입에 들어가면 즉시 녹음 (목에 걸리지 않음) ” 에 관심을 가지는 부모가 가장 많으며 72.1%를 차지함.
  - 다음은 “이빨에 달라 붙지 않음” 이며 63.6%를 차지하였고, “맛이 담백함” 은 56.5%.
  - “식용방법이 다양” 은 31.2%를 차지하여 상대적으로 적음.

그림 : 아이의 부모가 영유아 스낵의 맛에 관심을 가지는 요소 (%)

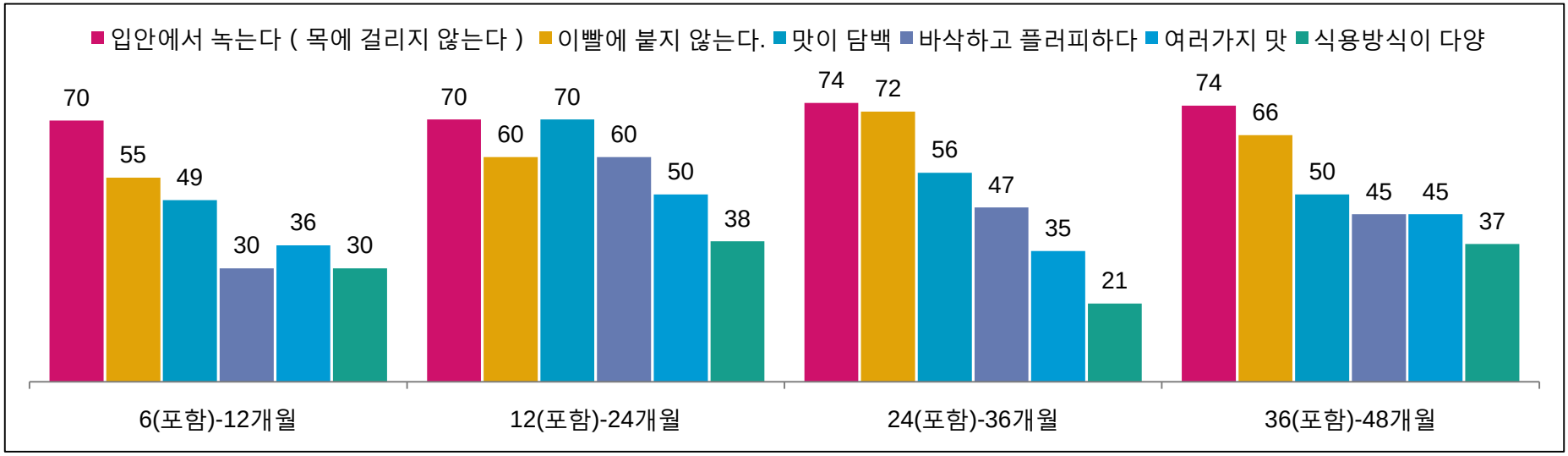


C7.영유아 스낵맛에 대해 어떤 면에 중시를 돌리나요？ (다항선택)

1. 스낵의 맛에 있어 부모가 중시하는 요소는? (계속)

- 서로 다른 연령대 아이의 부모가 중시하는 요소의 차이가 적음
  - 모든 연령대 아이의 부모는 입안에서 녹는 요소를 중시하였음.
  - 이 외에 나이가 많은 아이들의 부모는 어린 아이들의 부모보다 "이빨에 붙지 않음"을 더욱 중시하였는데, 이는 나이가 많은 아이들의 식품에서 이빨에 붙는 현상이 많이 발견되었기 때문임.
  - 12-24개월 아이의 가장은 "맛이 담백", "바삭하고 풍성함"、"다양한 맛" 등 요소에 대한 중시 정도가 다른 가장에 비해 높은데 부모들이 이 나이대 아이의 음식을 엄선한다는 것을 의미함.

그림 : 다른 연령대아이의 가장이 맛에 대한 중시 요소 (%)

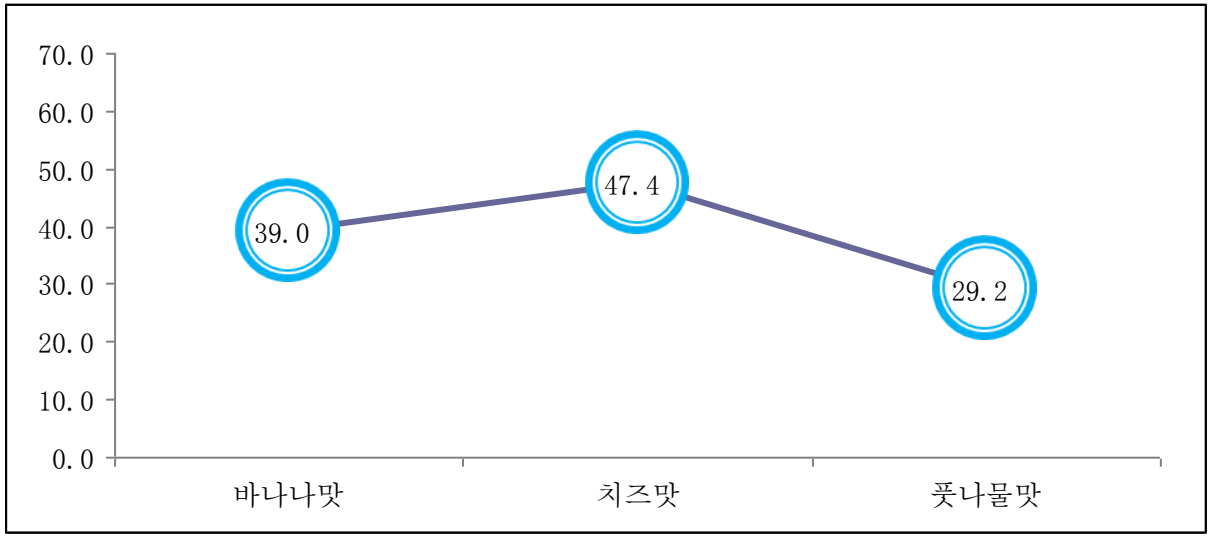


C7 스낵 맛에 대해 어떠한 요소에 중시를 돌리나요 ? (다항선택제)

2.어느 제품의 맛이 가장 환영 받나요？

- **“당신의 아이가 어떤 맛을 제일 좋아할까요?” 라고 물었을 때 :**
  - 47%를 초과한 응답자는 치즈맛이라고 대답함.
  - 그 다음으로 응답자 수가 많은 39%는 바나나맛.
  - 야채(풋나물)맛을 좋아하는 사람은 29.2%로 비교적 적음.

그림 : 아이가 좋아하는 맛 (%)

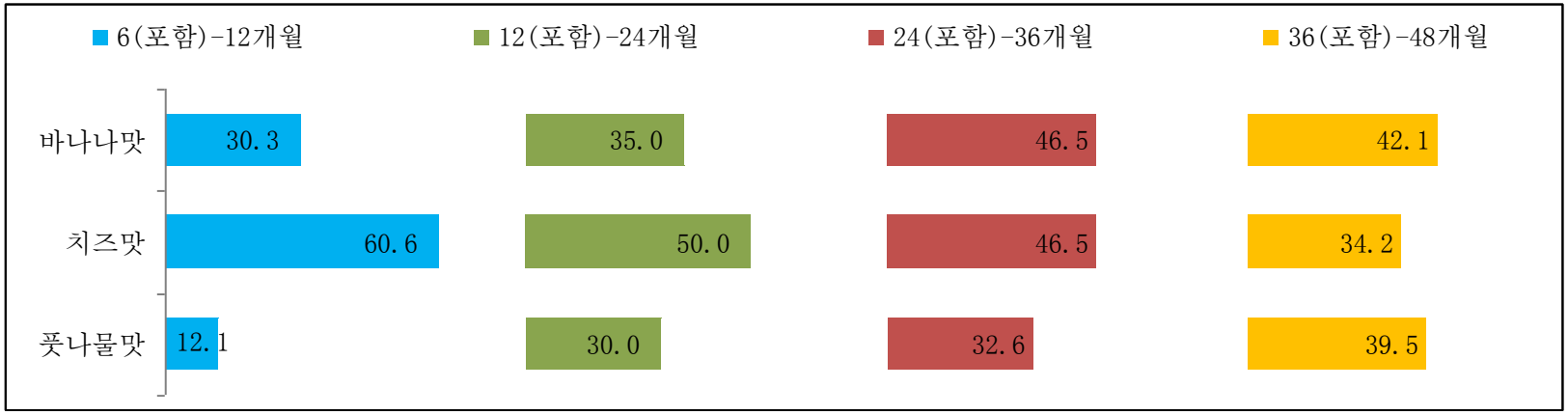


C1. 당신의 아이가 어느 맛을 제일 좋아할 것인가요 ？ (다항제)

2. 어느 제품의 맛이 가장 환영 받나요？（계속）

- **다른 연령대 아이들을 볼 때：**
  - 6-12개월의 아이와 12-24개월의 아이는 치즈맛을 좋아하고；24-36개월의 아이는 바나나맛과 치즈맛；36-48개월의 아이는 바나나맛을 좋아했다.
  - 횡적으로 볼 때 나이가 많을수록 바나나맛과 야채(풋나물)맛을 좋아하는 비례가 높았고 치즈맛을 좋아하는 비례가 낮았다.

그림：다른 연령아이가 좋아하는 맛（%）



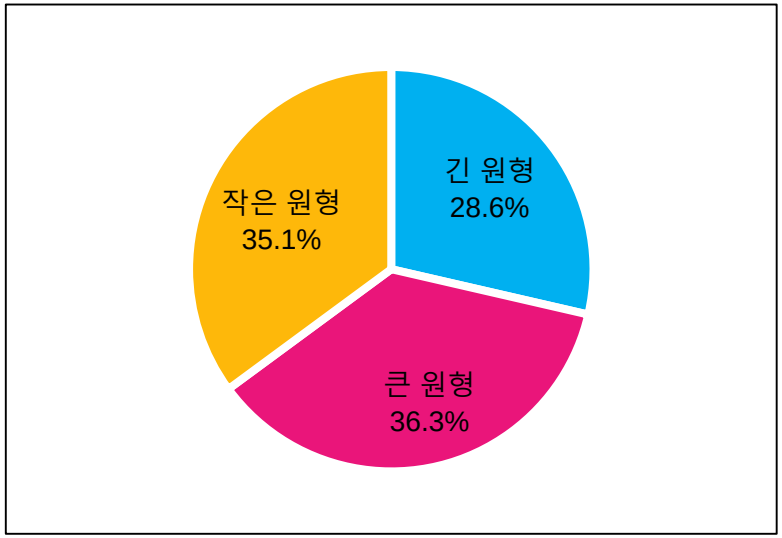
C1. 당신의 아이가 어느 맛을 제일 좋아할 것인가요？（다항제）

3.어느 제품의 외형이 가장 환영 받나요？

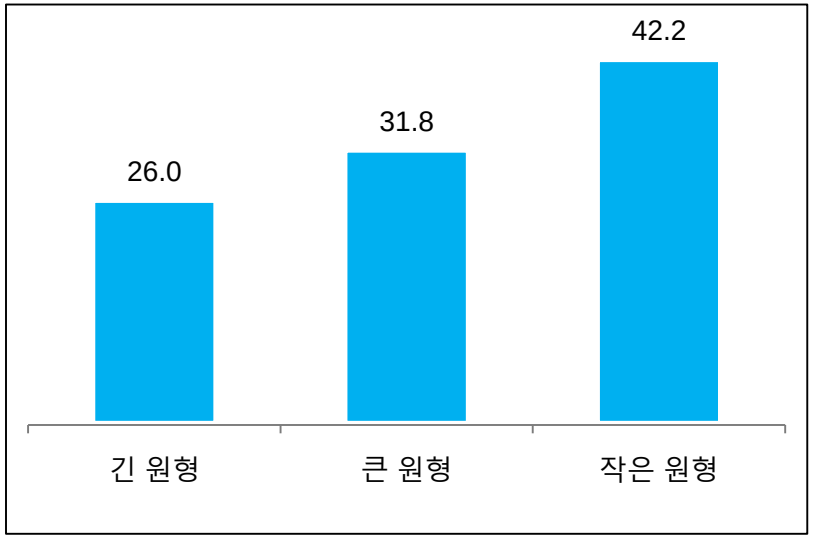
❑ 외형 비교 측면에서：

- “어느 제품이 더 귀여운가요”의 질문에서는 세 제품 중 특별히 눈에 띄는 제품은 없었고, 상대적으로 큰 원형과 작은 원형 제품이 귀엽다는 사람이 많았음.
- 형태 면에서는 42.2%가 작은 원형을 구매할 의사가 있다고 답했고, 많은 응답자는 자신의 아이가 작은 원형이 색상이 다양해 좋아할 것이라 말함.
- 다음으로 많은 응답자 수를 기록한 31.8%는 큰 원형을 구매할 것이라 답함.

그림：어느 제품이 귀여운가요？



그림：형태 면에서 보면 어떤 제품을 사겠나요(%)

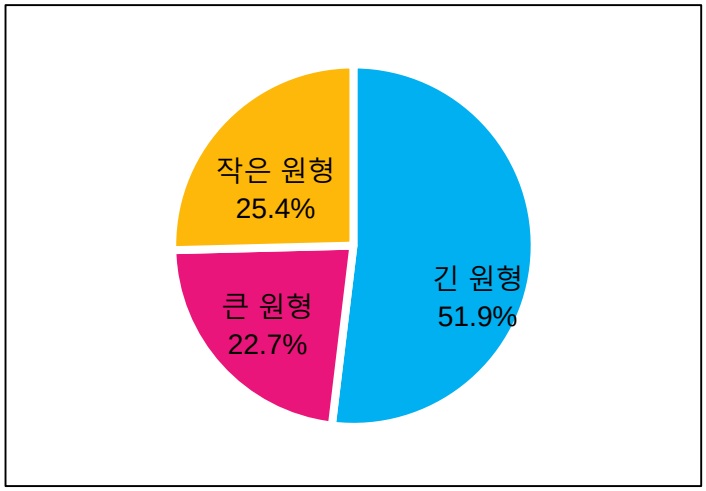


C2-1.어느 제품이 가장 귀여운가요？(단항선택제)
C2-3.형태 면에서 보면 어떤 제품을 사겠나요？(단항선택제)

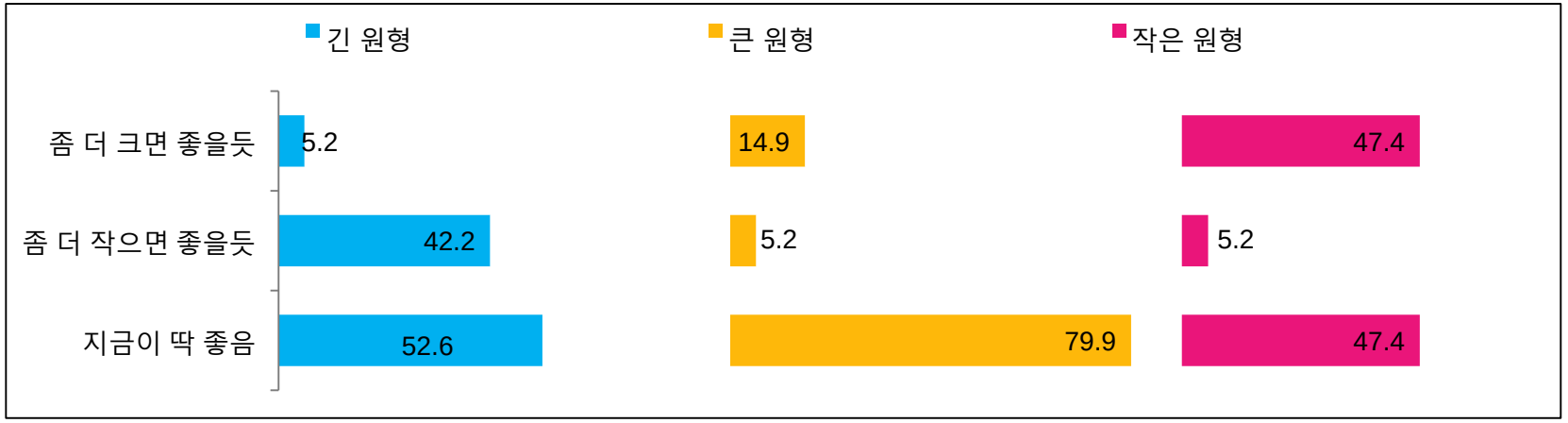
4.어느 제품의 크기가 적합한가요？

- **제품 크기 측면：**
  - 긴 원형의 제품이 아이가 잡기 편리하다는 의견이 가장 많았음 ： 51.9%
  - 큰 원형제품의 크기가 적합하다는 의견이 가장 많았으며 79.9%. 그 다음은 긴 원형제품이었으며, 52.6%.
  - 전체적으로 응답자는 긴 원형제품이 “좀 더 작으면 좋을 듯” 했고, 큰 원형제품은 크기가 적합하고 작은 원형제품은 “좀더 크면 좋을 듯” 했다.

그림：어느 제품이 아이가 잡기 편리한가요？



그림：어느 제품의 크기가 적합한가요？（%）

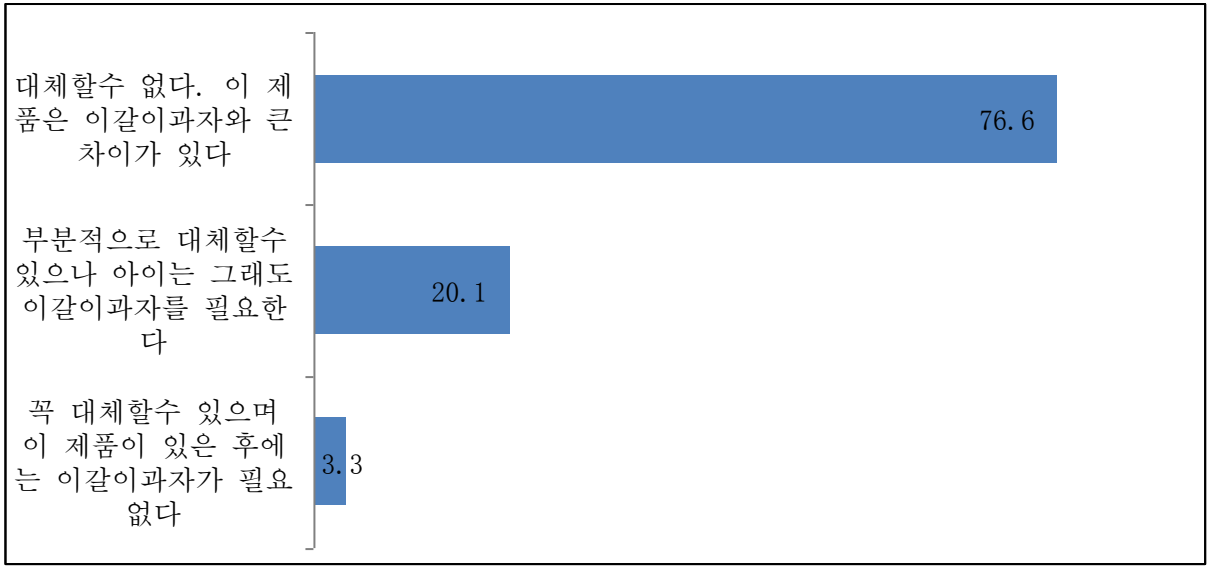


C3.세 제품의 크기가 적합한가요？（단항제）
C2-2.어느 제품이 아이가 잡기 편리한가요？（단항제）

5.시식제품이 이갈이 과자를 대체할 수 있나요？

- **“이갈이 과자를 대체할 수 있다” 질문**
  - 대다수의 부모 (76.6%)는 시식한 제품이 이갈이과자와 비교적 큰 차이가 있다고 하였으며, 이갈이과자를 대체할 수 없다고 하였음.
  - 대체할수 있다고 여긴 소비자는 3.3%뿐이었음.

그림 : 영유아스낵의 맛에 대한 중시요소 (%)

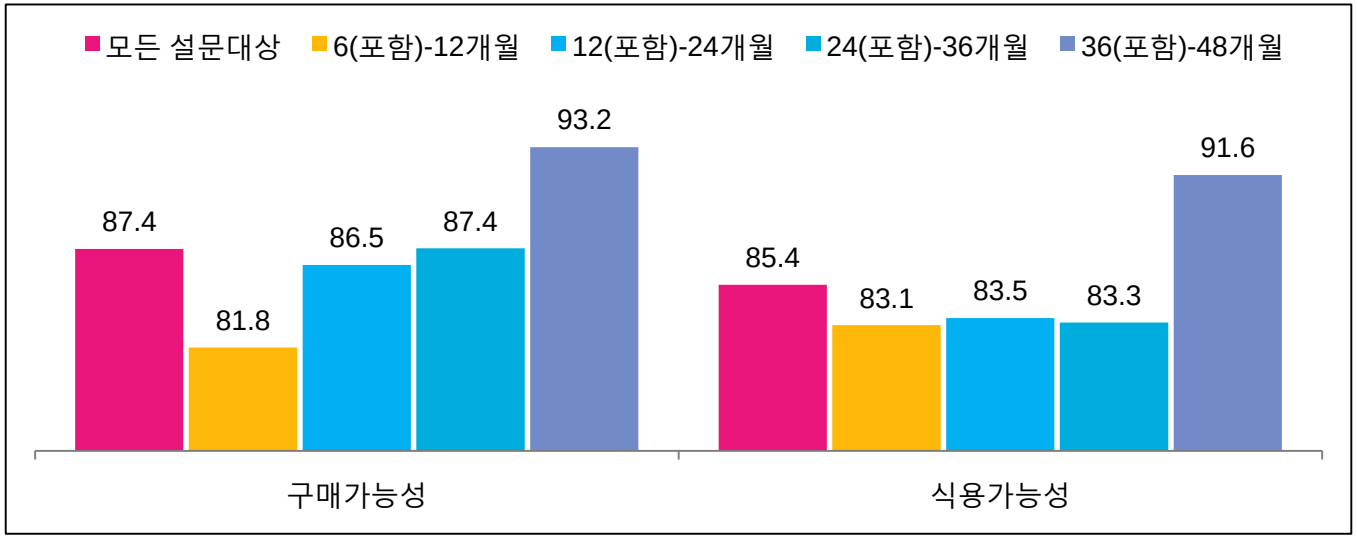


C4.방금 시식한 제품이 이갈이과자를 대체 할수 있다고 생각하나요？ (단항선택제)

6.구매가능성, 식용가능성은 어떠한가요 ?

- **구매가능성과 식용가능성 측면은 점수 차로 표시함. 만점은 100점, 점수가 높을수록 가능성이 큼을 나타냄.**
  - 전체적으로 시식제품에 대한 구매가능성과 식용가능성이 비교적 높았으며 각각 87.4점과 85.4점에 달함.
  - 나이가 많은 아동의 부모는 구매가능성과 식용가능성에서 상대적으로 높은 점수를 주었는데, 나이 많은 아동 시장에서 가능성이 높을 것으로 보임.

그림 : 가장이 시식한 제품에 대한 구매가능성과 식욛가능성



C5방금 시식한 여러 제품 (한국산) 을 당신 아이(4세 이내아이)에게 먹이겠나요 ?
C6.만약 당신의 아이가 이 제품을 좋아한다면 계속 구매하겠나요?(단항선택제)

순서

Transition Page

1. 리서치 과정 개요

2. 주요 연구결과

3. 제품 선호도 현황

4. 포장 선호도 현황

1.어느 포장디자인이 가장 환영 받나요 ?

2.어느 성분이 비교적 중요한가요 ?

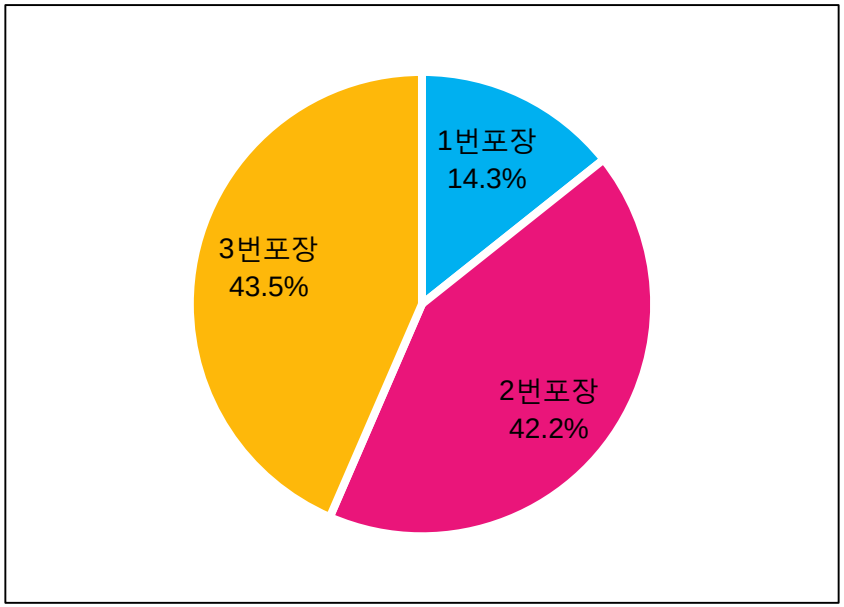
3.어느 포장형태가 가장 환영 받나요 ?

5. 영유아간식 구매 및 사용 선호

1.어느 포장디자인이 가장 환영 받나요？

- **포장 선호도 면：**
  - 3번과 2번 포장을 좋아하는 사람이 비교적 많았으며 1번포장을 좋아하는 사람은 적었음.
  - 43. 5%가 3번 포장을, 42. 2%가 2번 포장을 선호함.

그림：좋아하는 포장 디자인



1번포장

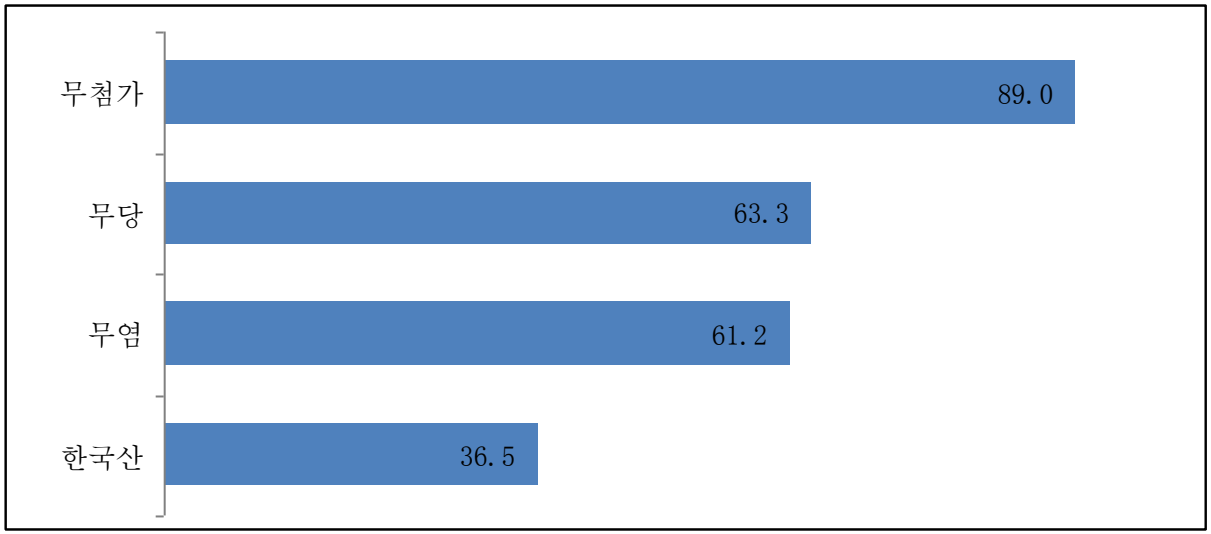
2번포장

3번포장

2.포장지 상의 성분 중 어떤 성분이 비교적 중요한가요？

- 응답자가 중시하는 성분 측면에서는 응답자의 선호도에 따라 수치를 표준화함.
  - 1번은 100점, 2번은 75점, 3번은 50점, 4번은 25점으로 하고 각 요소에 대한 비교를 진행하였으며, 만점은 100으로 점수가 높을수록 중요도가 높다는 것을 뜻함.
  - 비교 결과 부모가 가장 중시하는 것은 “무첨가” 성분이었고, 점수가 89점. 그 다음은 “무당” 과 “무염”. “한국산” 에 대한 중시도는 그다지 높지 않았음.

그림 : 성분에 대한 중시 정도

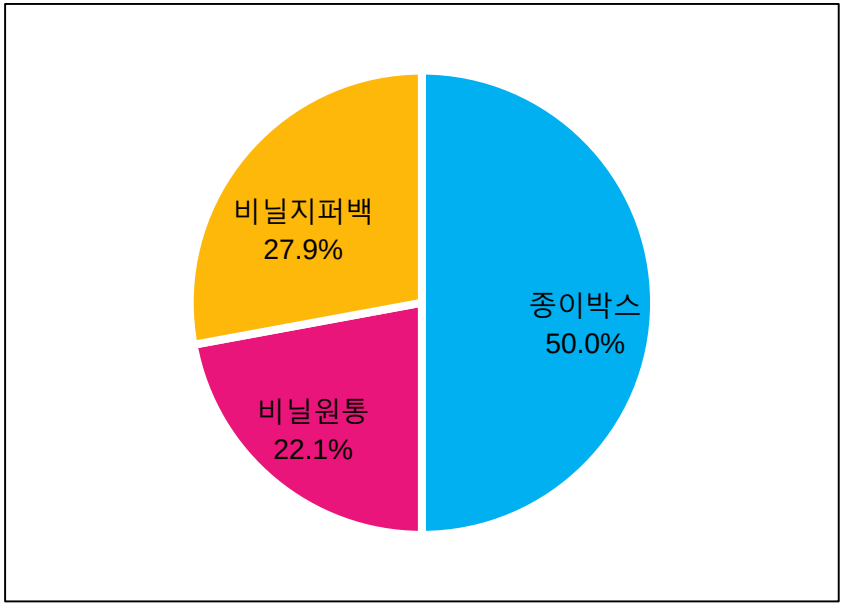


C11.이하의 요소가 포장에 나타난다면 “1-4”의 순서로 배열하세요 (배열제)

3.어느 포장 형태가 가장 환영 받나요？

- **포장 형태 측면：**
  - 절반（50%）이 종이박스를 선호함.
  - 그 다음은 비닐 지퍼백으로 27.9% 차지함
  - 비닐 원통포장은 가장 적었으며，22.1% 차지함.

그림：좋아하는 포장 형태



C9.어떤 포장형태였으면 하나요？（단항제）

순서

Transition Page

1. 리서치 과정 개요

2. 주요 연구결과

3. 제품 선호도 현황

4. 포장 선호도 현황

5. 영유아 스낵구매 및 사용 선호

1.영유아 보조식품/스낵의 식용연령

2.현재 섭취 중인 보조식품/스낵종류

3.아이에게 스낵을 먹이는 이유

4.국내브랜드와 국외브랜드 중 선택

5.구매 경로

6.구매 시 중시하는 요소

7.매월 소비 현황

8.영유아 스낵 식용 장소

1영유아 보조식품/스낵의 식용연령

설문대상 조사 수치에 근거하여 계산한 평균치:
•7개월 (0.58세) 차부터 **보조식품을 식용하기 시작해야 함**

설문대상조사수치에 근거하여 계산한 평균치:
• 15 개월 (1.27세) 차부터 **스낵을 식용하기 시작함**

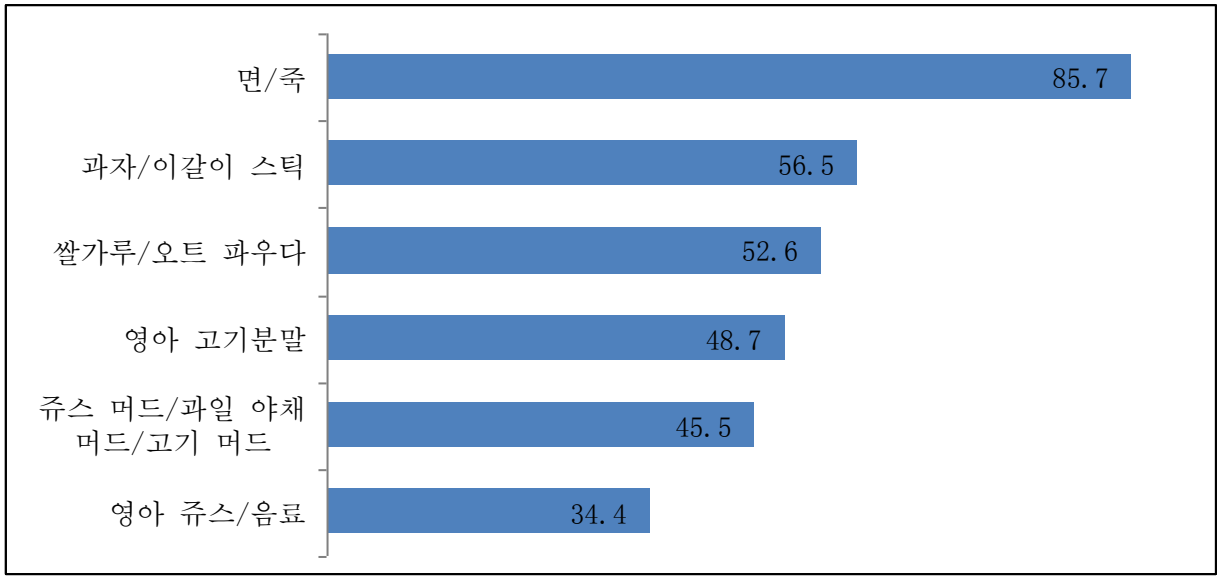
설문대상조사수치에 근거하여 계산한 평균치:
• 32개월 (2.68세) 차부터 **스낵을 스스로 선택할 수 있음**

G1-1. 몇개월 일 때 아이가 보조식품을 식용하기 시작해야 하나요? (단항제)
G1-2. 몇개월 일 때 아이가 간식을 식용할 수 있나요 (보조식품을 대체) ? (단항제)
G1-3.아이가 몇개월 일때 자주적으로 스낵을 선택할 수 있나요 ? (단항제)

2. 현재 섭취 중인 보조식품/스낵 종류

- 아이가 현재 섭취 중인스낵종류 :
  - 면/죽을 언급한 응답자가 85.7%를 차지하였으며, 이는 중국인의 식습관과 아이를 먹이는 습관을 반영함.
  - 다음으로 많은 응답은 과자/이갈이 스틱이었으며, 56.5%가 선택함.
  - 영아쥬스/음료을 택한 34.4%로 가장 낮았음. 일부 응답자는 쥬스/음료는 건강하지 못한 느낌을 준다고 하였음.

그림 : 아이가 현재 섭취 중인 보조식품/스낵종류 (%)

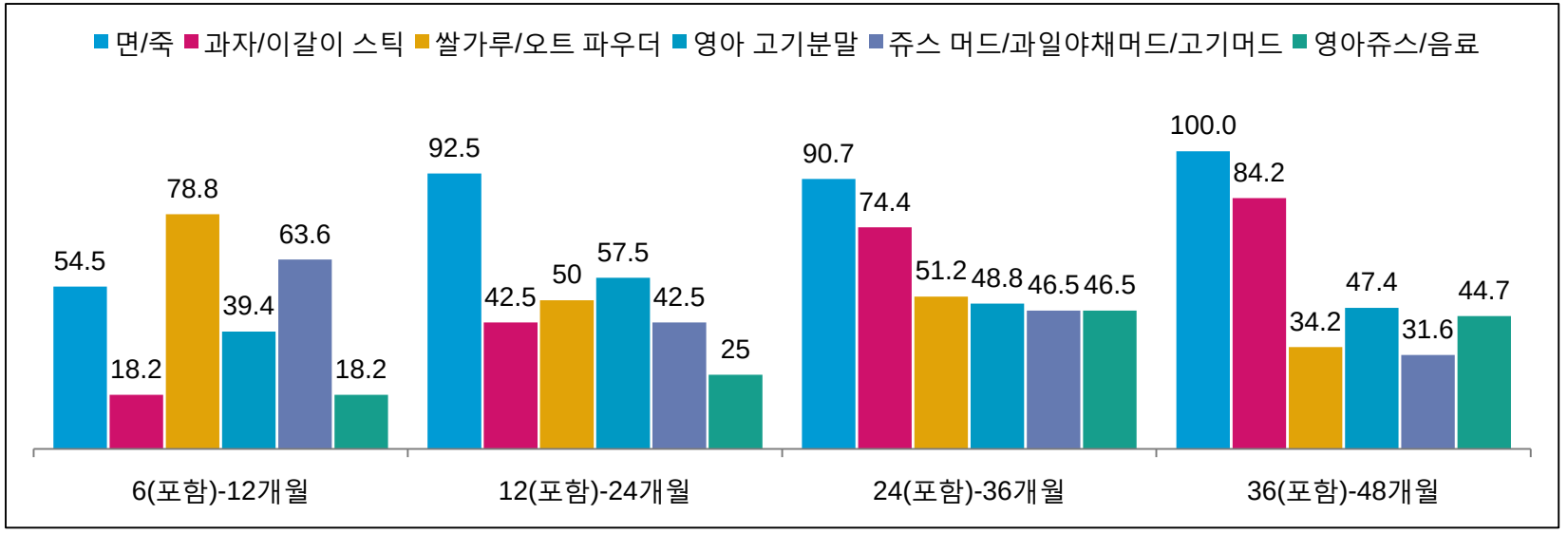


S5. 아이가 지금 먹고있는 보조식품/스낵종류는 어떤것이 있나요 ? (다항선택제)

2. 현재 섭취 중인 보조식품/스낵 종류 (계속)

- 다른 연령대와 비교 시
  - 6-12개월의 아이는 쌀가루/연맥가루、과즙/과일채소즙/다진 고기류를 비교적 많이 섭취하며, 각각 78.8%와 63.6%를 차지함.
  - 12-24 개월의 아이는 주로 면/죽을 섭취함.
  - 24-48 개월의 아이는 주로 면/죽, 그리고 동시에 과자/이갈이 스틱을 비교적 많이 섭취함.

그림: 서로 다른 연령대 아이가 섭취 중인 보조식품/스낵 종류(%)

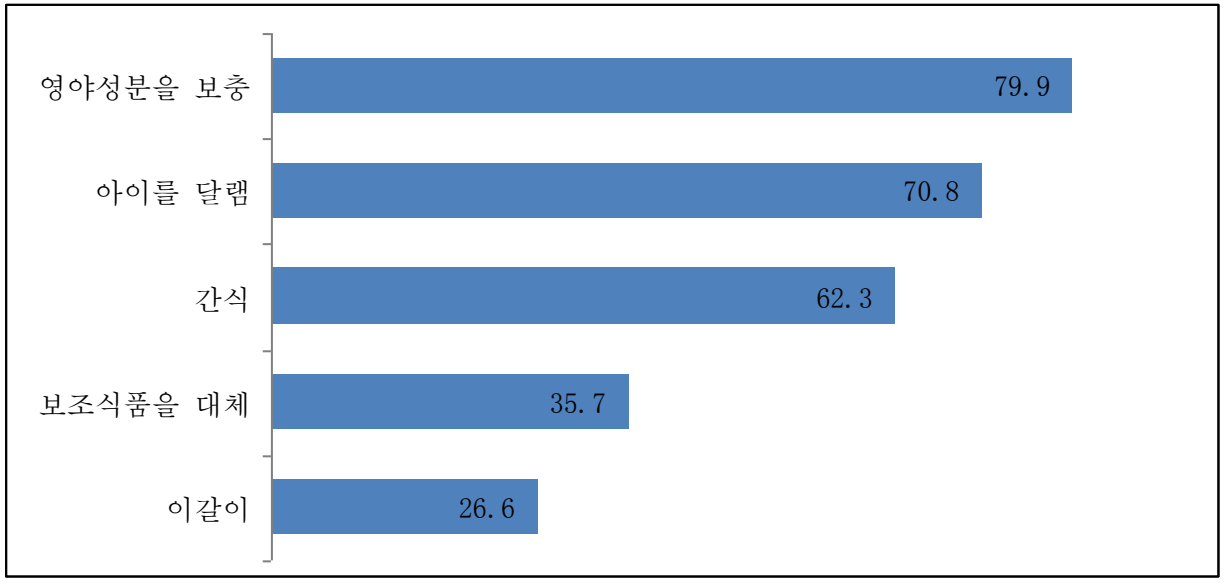


S5.당신의 아이는 아래 어떤 보조식품/스낵을 먹나요 ? (다항선택제)

3.아이에게 스낵을 먹이는 이유

- **대다수의 부모는 여러 가지 이유로 아이에게 스낵을 먹인다고 답함.**
  - 영양성분 보충, 아이 달래기용, 간식 등의 원인이 비교적 많았으며, 각각 79.9%、70.8%와 62.3%을 차지함.
  - 보조식품 혹은 이갈이 용 대체 용도는 비교적 적으며, 응답자의 의견으로 볼 때, 많은 응답자는 스낵이 보조식품을 대체할 수 없다고 생각함. 이와 동시에 많은 사람들이 이갈이 식품을 스낵에 속하지 않는다고 봄.

그림 : 부모가 아이에게 스낵을 먹이는 이유 (%)



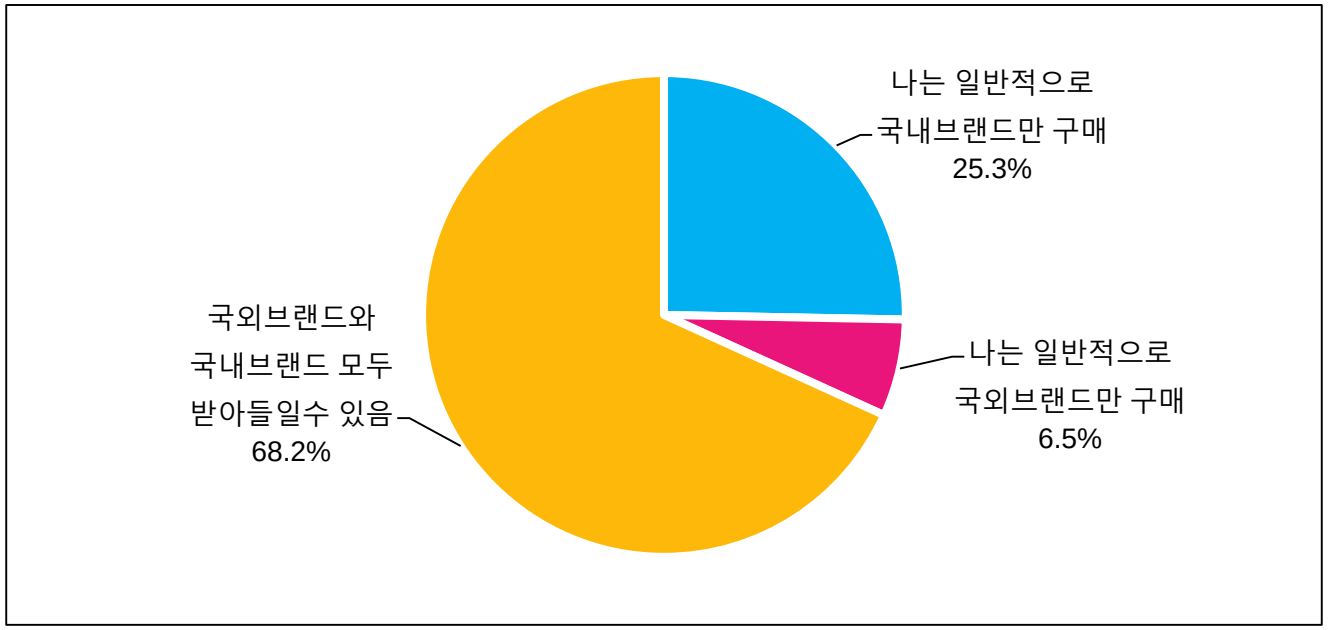
G6.어떤 정황하에 아이에게 스낵을 주나요？(다항선택)

4.국내브랜드와 국외브랜드 중 선택

❑ 국내브랜드와 국외브랜드 중 선택 측면

- 대다수 소비자는 “국내와 국외브랜드를 모두 수용 가능하다”고 하였고, 전체 비중에서 68.2%를 차지함.
- 일반적으로 국내브랜드 제품을 산다는 소비자는 25.3%를 차지함.
- 일반적으로 국외브랜드 제품만 산다는 소비자는 6.5%를 차지함.

그림 : 브랜드에 관한 견해



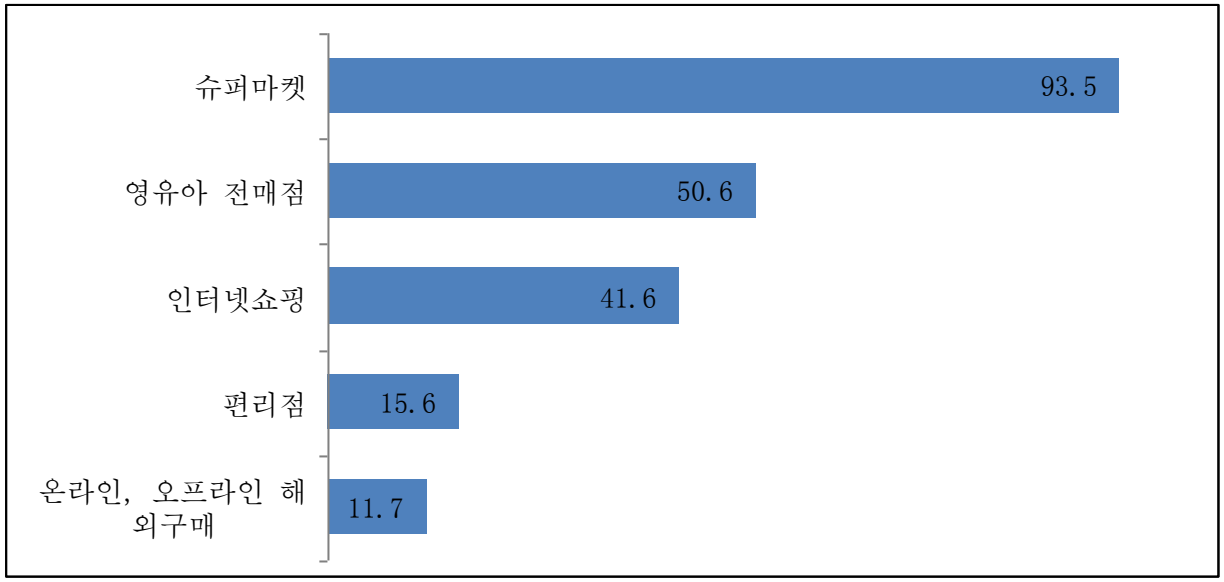
G5.이 중 어느 유형이 당신이 영유아 스낵 제품을 사는데 부합되나요? (단항 선택)

5.스낵 구매 경로

❑ 구매 경로 측면

- 대다수 소비자(93.5%)는 슈퍼마켓에서 구매한다고 응답함.
- 다음은 영유아 용품 전문점과 인터넷쇼핑이였는데 각각 50.6%와 41.6%를 차지함.
- 기타 경로가 차지하는 비중은 비교적 낮음.

그림 : 영유아 스낵 구매 경로 (%)



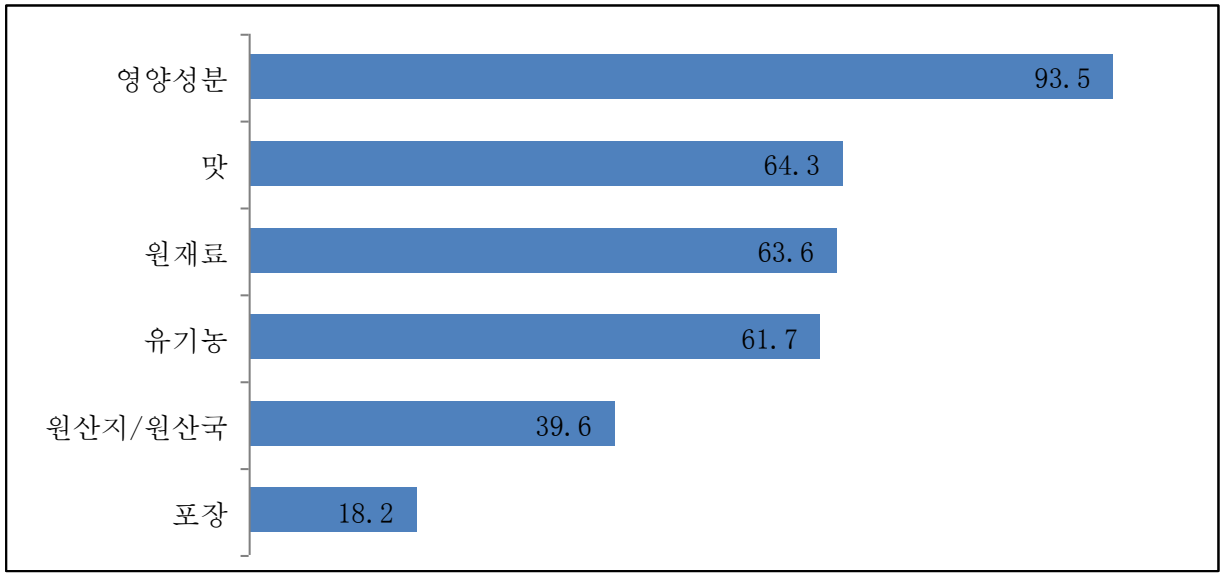
G2.평시에 어떤 경로를 통해 영유아스낵을 사나요 ? (다항문제)

6.스낵을 살 때 중시하는 요소

❑ 스낵을 살 때 :

- 소비자는 주로 “영양성분”을 보는데 93.5%가 이 점을 선택함.
- 다음은 맛, 원재료 및 유기농이었고 각각 64.3%、63.6%와 61.7%를 차지함.
- 포장을 선택한 사람은 적었으며 18.2%뿐이었음. 원산지/원산국을 선택한 소비자들도 많지 않았는데 39.6%를 차지함.

그림 : 설문 대상이 스낵을 살 때 중시하는 요소 (%)



G3.스낵을 살 때 일반적으로 중시하는 요소는 무엇인가요? (다항선택)

7.매월 소비 현황

월평균 3봉지

설문조사 수치에 근거 :
•아이 1명 당 매월 3봉지의 스낵을 식용.
•2봉지、3봉지、4봉지를 쓴 설문대상이 제일 많은데 각각 33.1%、25.3% 와 13.6%를 차지함.

월평균 79그람

설문조사 수치에 근거 :
•응답자의 아이들이 흔히 먹는 스낵의 평균 중량은 봉지 당 79그람.
•20그람、30그람、50그람、100그람을 쓴 설문대상이 비교적 많았고, 각기 10.4%、22.7%、22.1%와 16.9%를 차지하였음.

월평균 93원

설문조사 수치에 근거 :
•아이 1명 당 매달 스낵에 소비하는 평균 비용은 93원.
•대다수 (86% 이상) 가 구매한 스낵단가가 (봉지 당 가격) 10원-35원 사이.
•그 중 10원、15원、20원、30원의 비중이 비교적 높았으며 각각 15.6%、20.1%、16.2%와 9.1%였음.

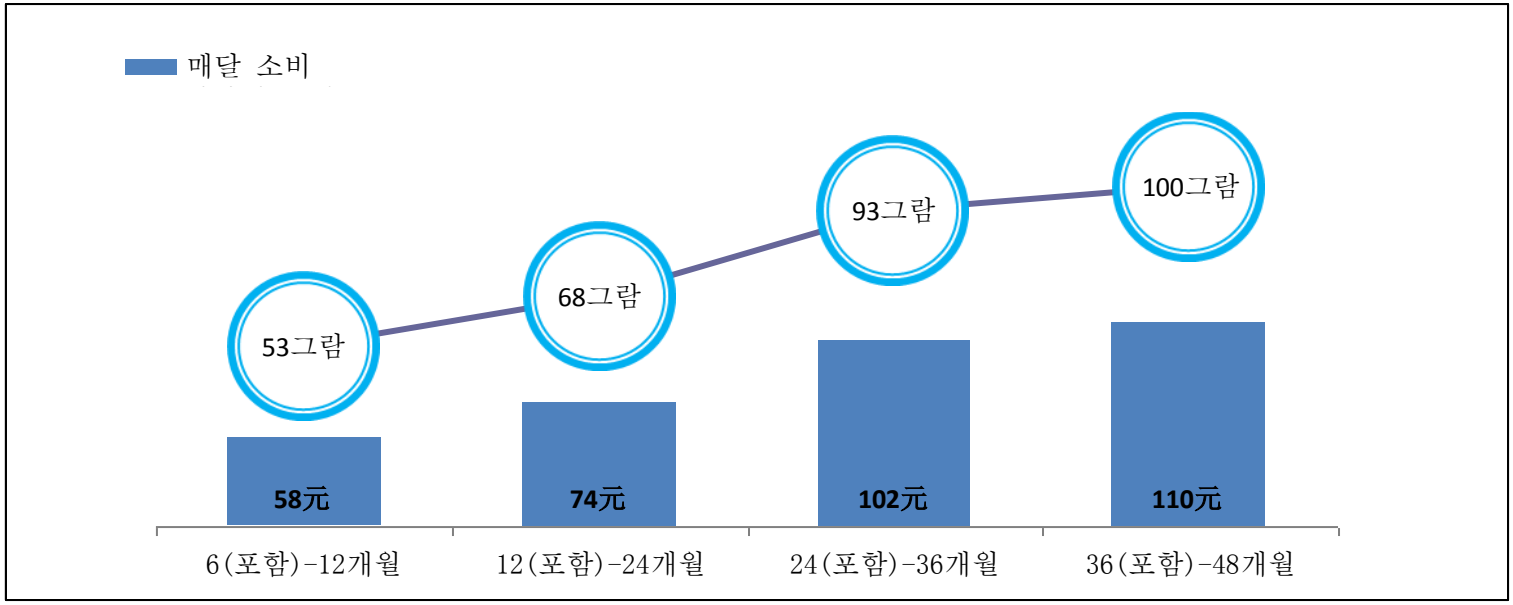
G4-1.흔히 사주는 스낵/간식은 _____그람포장(매봉지 또는 매 곽)이다 (빈자리 써넣기)
G4-2.흔히 구매하는 영유아 스낵/간식단가(매 봉지 또는 단가)는_____원. (빈자리 써넣기)
G4-3.당신 아이는 평균 매달 _____봉지 (곽) 영유아 스낵/간식을 먹는다. (빈자리 써넣기)

7.매월 소비 현황(계속)

❑ 다른 연령대와 비교 시

- 나이가 많은 아이일수록 구매하는 간식 봉지 무게가 큼. 전반적으로 볼 때 2세 (24개월) 이하의 아이가 구매하는 스낵 한 봉지의 중량은 70그람 이하이고, 2세-4세인 아이가 구매하는 스낵 한 봉지의 중량은 약 100그람 정도.
- 매달 스낵 소비량은 나이가 많은 아이일수록 더 많음.

그림 : 매월 스낵 소비 현황

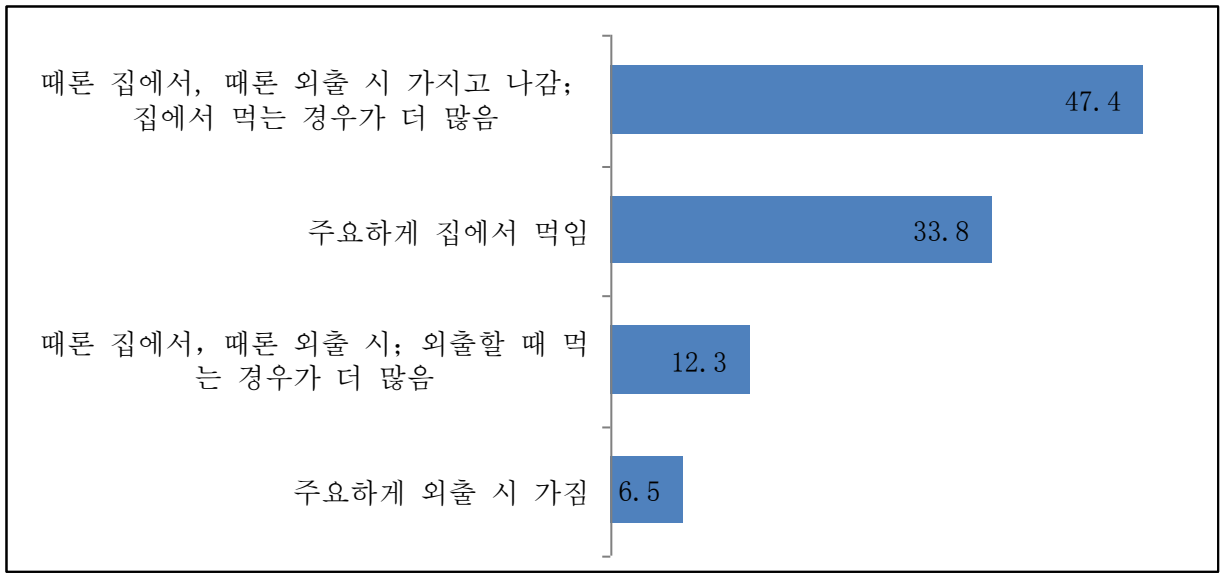


7.스낵 식용 장소

❑ 식용 장소 측면

- 다수의 소비자들은 집에서 스낵을 먹이는데 그 중 “주로 집에서 먹임”은 33.8%를 차지하고, “집에서 먹이는 경우가 더 많음”이 47.7%를 차지함.
- “주로 외출 시 휴대함”을 선택한 소비자가 제일 적음(6.5%).

그림:영유아 스낵의 식용장소 (%)



G7.스낵은 집에서 먹나요 아니면 외출 시 먹나요? (단항선택)

순서

Transition Page

기타 정보

설문대상의 학력과 나이

- **조건이 부합되어 이번 설문조사에 참여한 154명의 설문대상**
  - 석사 및 그 이상의 학력은 2.6%, 대졸 학력은 39.6%, 전문대학 학력은 39%; 중졸/중전/고졸 학력은18.8%를 차지함.
  - 나이분포 측면에서는 26-35세 사이의 설문대상이 제일 많았고(59.8%), 36-45세 사이의 설문대상은 18.8%, 25세 이하가 차지하는 비례가 제일 적었음(2.6%).

그림: 설문대상 학력분포

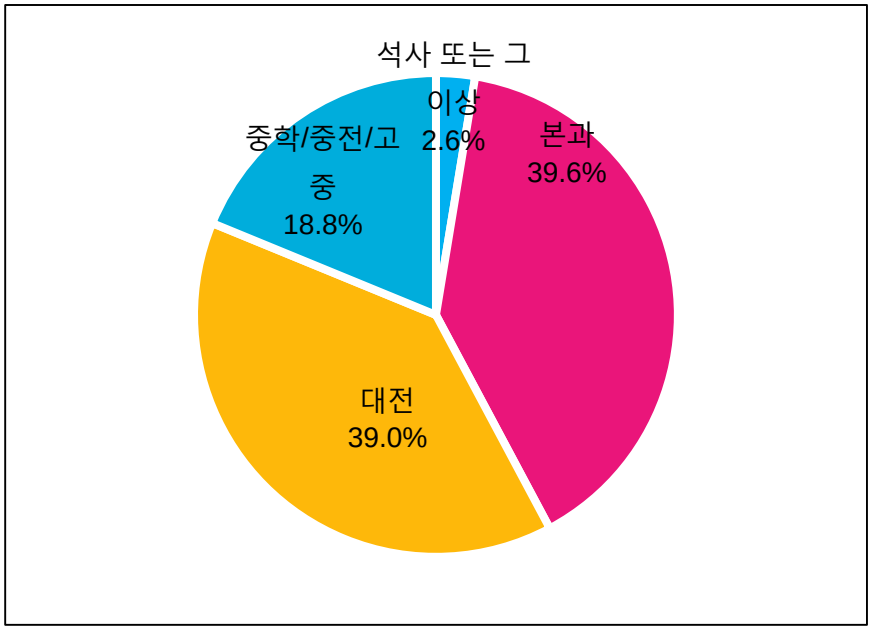
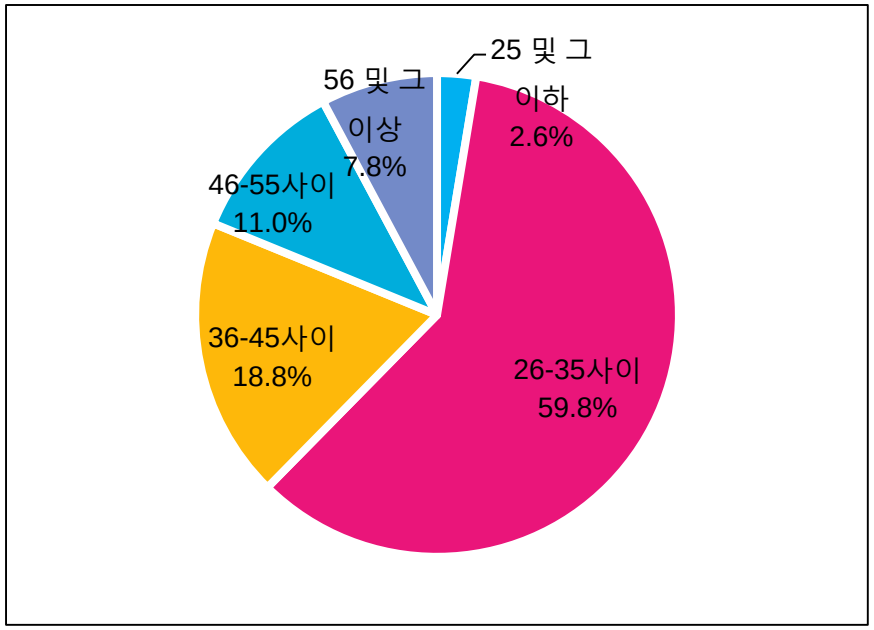


그림: 설문대상 학력분포



설문대상 가족 구성원 현황

- **97% 이상의 설문대상의 가정에는 아이가 한 명이었음. 아이가 둘인 설문대상은 2.6%를 차지하였음. 설문조사에 참가한 모든 응답자는 2명 이상의 아이를 가지고 있지 않다고 답함.**

- **가정 월 소득 측면**

- 86% 이상의 가정 월 소득이 6000-14,999원 사이였음. 베이징시 통계수치에 근거하면 2014년 베이징시 도시주민가정 인구 당 월평균 총 소득은 4144원. 가정 당 평균 2.7인(중국 제6차 인구조사수치: 베이징지역 평균 가정인구수는2.7인)으로 계산하면 베이징시 가정평균 월총소득은 11,189원. 이번 조사의 설문대상은 기본적으로 베이징시 가정 평균소득수준을 반영함.

그림:설문대상 아이의 수

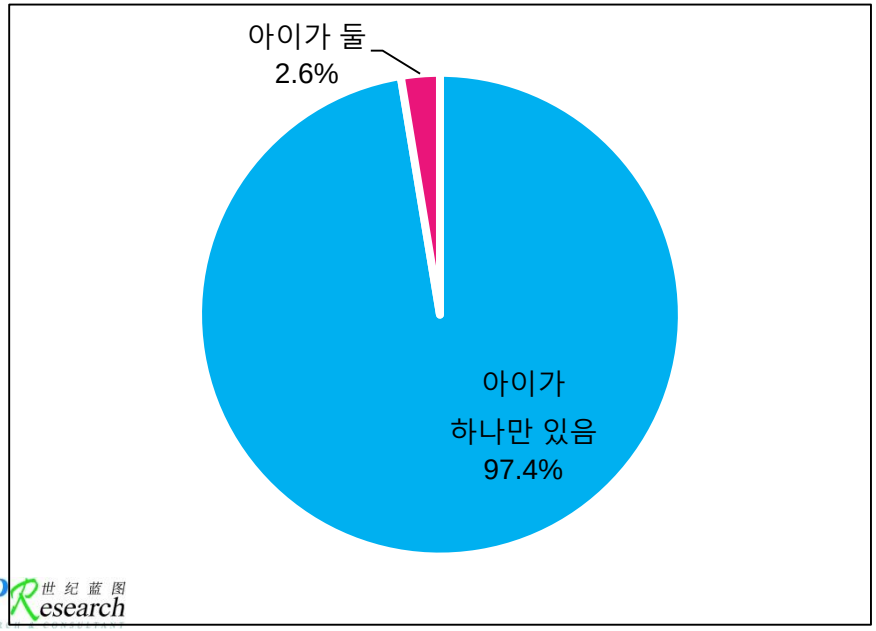
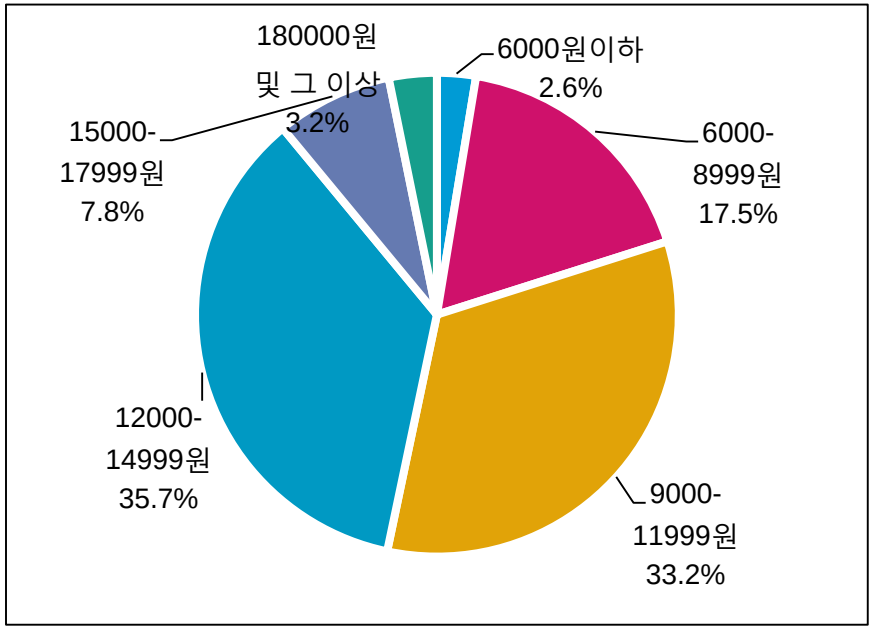


그림: 설문대상 가정 월 소득



아이가 몇 살이 되면 유치원에 보내는가？

❑ 대다수 중국 가정에서는 3살 때 유치원에 보냄

- 89% 이상의가정에서 3살 때 아이를 유치원에 보낸다고 함. 이는 6살 이상의 어린이만 초등학교 의무교육을 받을 수 있도록 규정한 중국 교육부문의 정책과 관련이 있을 것으로 예상함.（유치원은 일반적으로 3년 과정이며, 3살 때에 유치원에 보내면 6살이면 초등학교에 입학할 수 있음）
- 이 외에도 2년 6개월이 된 아이를 유치원에 보내는 가정도 5.8%를 차지함.

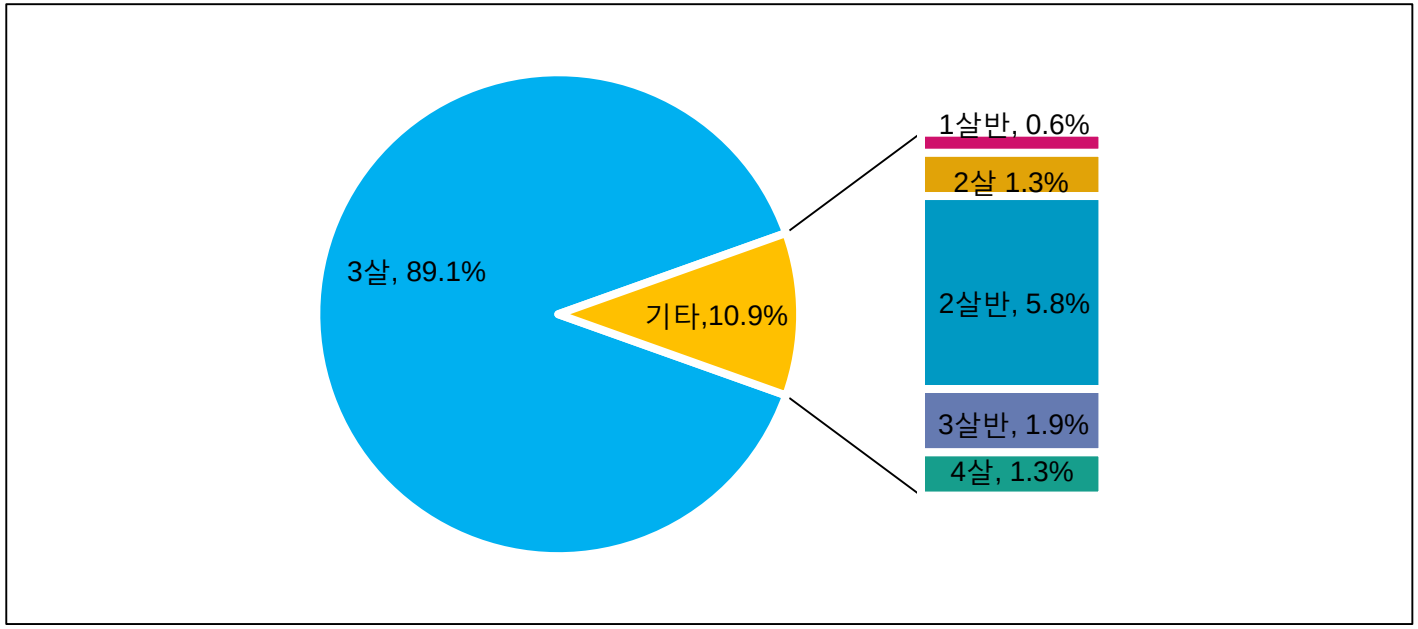



그림: 설문대상이 아이를 유치원에 보내는 나이