

## '14년도 경북도 연계 태국 신선농산물 판촉행사 결과보고

### 1. 행사 개요

- 행사국가 : 태국 방콕
- 행사품목 : 사과, 배, 단감, 딸기
- 행사기간 : 2014. 11. 6. ~ 11. 10.( 5일간)
- 행사주관 : aT & 경북통상 & 경상북도
- 행사장소 : 1. The Mall Ngamwongwan 매장(오픈식 행사진행)  
2. VILLA MARKET Thonglor지점  
3. VILLA MARKET K-VILLAGE지점

### 2. 소비자 반응

- 소비자 : 태국 현지 상류층은 이미 일본산 사과의 다양한 품종(무쯔, 시나노 레드, 시나노 스위트, 세계일) 등에 대해 시식 및 구매경험이 있으며, 품질 및 가격 대비 경북산 사과의 우수성을 인지하고 있음. 저가의 중국산 신고배 보다 높은 당도와 색택, 포장 등의 차별화 및 초 고가의 일본산 신고배, 풍수배 대비하여, 품질&가격 경쟁력 뿐만 아니라 사과/배의 안전성 면에서도 높은 호응도를 보임.
- 수입&유통업체 : 차별화된 포장(고급선물용포장박스)및 사과/배/단감의 색택, 품질안정성에 매우 만족
  - 1/2차 선적분 물량 소진되는 시점으로 15년도 1월중 추가발주 계획이 있으며, 딸기는 12월부터 2월초까지 꾸준히 수출진행예정

### 3. 홍보 · 판촉결과

- 판촉활동 : 매장별 전문 판촉요원 고용하여 시식홍보행사, 사과,배 단감 등 선물전달 (참석 VIP 대상)
- 홍 보 : 태국 현지유명연애인초청 및 현지 언론사관계자 초청, 주태국대한민국대사관농식품담당관, aT방콕지사장 초청 한국 신선농식품 소개한 태국어 전단지 배포

- 이 벤 트 : 관측요원 한복착용으로 한류 이미지 고조  
태국 유명 연예인 초청하여 한국 신선농산물을 활용한  
다양한 디저트 시연 및 시식과 함께  
한국댄스공연 및 부채춤 공연 등으로 현지 언론홍보  
KBS대구경북에서 동행 촬영하여 12월11일 TV방영
- 기 타 : 배너, 현수막, 시식용 테이블 설치 및 관측물 배부

#### 4. 주요성과

- 수출목표대비 356% 초과달성
- 태국 유명 연예인 초청 및 언론사측의 경북 사과/배/딸기/단감 행사의  
현지 언론 보도를 통해 인지도 상승효과 기대
- 태국 최고급 유통업체를 통한 홍보관측전을 통해 경북 신선농산물의  
후속 수출로도 연계효과 기대가능
- 기존 포장과 차별화된 디자인과 고급 선물용 포장재를 활용하여 소비자  
구매욕구 자극 및 저가의 중국산/뉴질랜드/미국산과 차별화
- 일본 원전사태 이후 태국 소비자들의 일본산 사과/배/딸기 기피로 인한  
고품질 한국 사과/배/딸기/단감으로 대체 구매를 유도
- 주 태국 대한민국 대사관 농식품 담당관 2명, aT방콕 지사장 및 담당  
직원 등 실무 관계자를 초청하여, 선물전달 등 행사 동반참석

#### 5. 문제점 및 애로사항, 향 후 개선사항

- 현지 소비자의 인지도 향상을 위해 지속적인 홍보 및 시식행사 필요
- 수출활성화 및 수출 가격 경쟁력 확보를 위해 지자체의 수출 지원과  
생산자 및 농가들의 수출의식 전환 및 고취
- 현지 홍보 활동을 통해 경북 사과/배/딸기의 국제적 위상을 제고하고  
고품질 사과/배의 수출을 통한 경쟁력 확보 및 소비 확대 계기 마련
- 한류열풍을 활용하여 현지 교포 및 현지인에게 한국 사과/배의 안전  
성과 우수성 홍보를 통한 현지 소비자의 구매력 확보

※ 행사사진 : 별첨