

□ 소비동향

○ 구매 선호도

- 맛으로 구매를 정함. 조사에 의하면 맛은 구매 시 가장 중요시 하는 요소로서 44.2%를 차지하고 다음 적당한 가격으로 40.6%를 차지하며 품질 39.8%, 브랜드가 31%와 영양 및 건강이 15.2%를 차지함.

- 이와 같이 신선한 맛, 적당한 가격, 우수한 품질, 브랜드 인지도, 풍부한 영양 등 5개 요소가 소스류 성공의 필수 조건임.

○ 구매층

- 브랜드와 포장에 대한 요구가 높음: 브랜드와 포장은 경쟁에서 중요한 요소로서 시장 경쟁이 치열해 지면서 포장이 점점 예쁘게 변하고 있음

- 쓰촨 : 진간장 소비자중 남성 비율이 여성에 비해 높고 국간장 소비에서 남성과 여성 비율은 거의 비슷함

○ 구매용도

- 볶음 요리에 사용되는 소스류 비율이 가장 높아 44.2%를 차지하고 식사 시 사용되는 비율은 32.7%, 국 혹은 찜에 사용되는 비율은 21.2%, 기타가 1.8% 차지함.

- 이와 같이 소스류는 볶음에 가장 많이 이용되는 생활필수품임.

○ 구매 선호도 특징

- 간장은 소스류에서 가장 큰 비율을 차지하는 제품으로 소스류 총 생산량의 절반을 차지함. 소비특징은 판촉원의 추천, 판매원의 소개, 매장 내 진열 등 영향이 아주 큼.

- 85% 이상의 소비자는 소스류 구매 시 브랜드를 가장 중요시하고 가격도 중요시 함.

- 60% 이상의 소비자는 5위안 이상의 가격대를 선호하며 그 중 3.5-5위안/병 구매비율이 가장 높음.

- 조사에 의하면 간장 이외, 요리 술 및 고추장, 샐러드 소스, 국 소스 등 새로운 소스류도 점점 소비자의 인기를 얻고 있으며 갈수록 품종이 다양함.

- 소비자는 좋은 간장은 첫째 맛이 좋아야 하며 다음으로 우수한 품질이며 3위는 색상이며 4위가 가격임. 브랜드, 영양, 착색제 미 함유와 기타는 아주 적은 비율을 차지하므로 맛, 품질, 색상과 가격이 중요한 구매 표준임.

- 주요 구매층은 가정, 식당 구매 담당임