

2020 해외안테나숍 연계 국가별 농식품 수출정보 (20.6월기준)

국가명(도시)	홍콩 / K-FRESH ZONE	
매장수	6개 매장	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	4~5월
	품목	킹스베리, 사과, 배, 방울토마토, 멜론류(참외, 머스크멜론, 양구멜론, 백자멜론 등)
	소비자반응	◦ 킹스베리 - 큰 사이즈로 날개 포장되어 있어 현지 소비자들의 긍정적 반응을 얻었으나, cv19에 따른 항공물류비 인상으로 가격경쟁력이 낮다는 단점 작용. ◦ 방울토마토 - 과즙이 많고 당도가 높아 전반적으로 긍정적인 반응. 소포장(240g)으로 적은양을 선호하는 홍콩소비자들에게 적합하다는 의견. 반면, 홍콩에는 네덜란드산/일본산/중국산 등 경쟁제품이 이미 다수(가격 면에서도 저렴하지 않은 편). - 주 소비층은 여성으로 피부미용, 풍부한 영양소, 저칼로리 등으로 다이어트 식품으로 주목받고 있음. - '안전함'이라는 한국산 농식품의 이미지를 세일즈포인트로 한 전략수립이 필요하며, cv-19로 시식행사가 불가한 점을 고려하여 소비자들에게 증정용 샘플을 배부하는 방안 논의예정. ◦ 멜론 - 본격적인 수확시기가 아니어서 당도가 높지 못하고, 가격경쟁력 또한 낮아 구매에 부담을 느낀다는 소비자가 다수. 그러나 양구멜론, 백자멜론 등 다채로운 상품 구성에 긍정적인 반응.

국가명(도시)	인도네시아(마카사르) / 안테나숍	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	1~5월 (매월 한 제품씩 마켓테스트 진행)
	품목	오징어집(스낵), 양갱, 생강맛 전병, 국물떡볶이
	소비자반응	◦ 오징어집(스낵류) - 현지 유사제품과 달리 구운 오징어의 담백하고 고소한 맛을 그대로 구현했으며, 과자형태가 오징어와 닮아 먹는 즐거움과 보는 즐거움이 함께 있음. 다만, 다양한 맛종류가 있었으면 좋겠다는 일부 반응. ◦ 양갱(밤맛) - 인도네시아에 양갱과 유사한 제품인 'dodol(도돌)'이 있어 현지 소비자에게 거리감이 없는 편. 유사제품보다 깊은 맛, 세련된 포장으로 긍정적인 평가. 특히 박스 안별도의 금박 포장이 소비자들의 주목을 끌었음. ◦ 생강맛 전병 - '생강'이 현지에서 건강식품으로 인식되고 있어 건강식품으로 소개가능. 현지 유사제품보다 가격 면에서도 경쟁력이 있어 충분히 어필 가능. ◦ 국물떡볶이(뚜기네 국물떡볶이) - BPOM(인도네시아 식약청)인증 및 위생적인 포장상태가 안전한 먹거리라는 인식을 심어줌. 대표적인 한식 떡볶이류에 대한 수요는 이미 높은 편으로 컨텐츠 노출 빈도만 높여도 매출 증가예상. ◦ 초코파이(크라운제과) - 단맛을 선호하는 현지인들의 입맛에 적합(인니 사람들은 초콜릿, 치즈가 들어간 단맛 제품 선호)하며, 초콜릿 제품은 인도네시아에서도 종류가 다양하여 충분히 경쟁력이 있는 편. 특히 한국제품은 프리미엄 제품이라는 인식이 자리잡고 있어 한글표기 만으로도 홍보 가능. 다만, 박스 크기와 내용물이 상이하여 일부고객 불만 표시.



국가명(도시)	태국(방콕) / K-FRESH ZONE	
시식행사 및 마켓테스트	기간	1~5월까지 판촉요원 활용하여 일3회 시식행사 진행
	품목	신고배, 딸기, 단감, 샤인머스켓, 감말랭이, 반건조감
	소비자반응	◦ 신고배 - 전년대비 맛이 좋아졌으며, 다양한 크기(선물용, 제사용 등 목적에 따라) 및 높은 가격경쟁력이 판매에 유리하게 작용하였음. 중국설 연계 선물용 박스포장, 리본포장을 추가로 구성하여 고객들로부터 긍정적인 반응 얻음. - 동일매장 내 비슷한 크기가 중국산 배가 절반 가격에 판매되고 있어 시식행사 진행, 고당도와 아삭아삭한 식감에 대한 긍정적 반응. ◦ 딸기 - 매향, 설향, 아리향, 금실, 킹스베리 품종으로 종류/포장/중량 다양화. 이에 따른 소비자 혼선 발생. 금실을 대상으로 마켓테스트 진행결과, 새콤달콤한 맛에 호불호가 나뉘었으며 일부는 신맛이 줄고 당도가 높았으면 한다는 반응. (선호도 : 금실>설향>매향) 킹스베리는 압도적 크기의 패키징으로 가격대가 높아 선물용 중심. 이벤트성 행사와 연계 필요한 품목. - 향과 색상이 전년대비 좋아져 시식후 반응이 좋았으나, 한국산 수출물량이 적어 관세 절하(40%→5%)에도 불구하고 가격대는 전 시즌과 유사하여 저렴한 태국산 딸기 소비로 전향하는 고객들이 많았음. - 일본산 딸기가 저렴한 가격 및 패키징 다양화(캐릭터 활용, 소포장)로 인해 한국산과 비교하는 소비자들이 많았음. 따라서 다양한 수요를 반영한 프리미엄 패키징 개발로 소비자 만족도 제고 필요. - 태국산 딸기가 저렴한 가격 및 전문적인 관리(태국 왕실 royal project 시행)를 통한 품질 향상으로 구매 증가세. 반면 아직까진 색이 고르지 못하고 품질이 떨어진다는 평이 많았음. - 동일매장 내 가격이 낮고 과육이 큰 미국산 딸기가 판매되고 있어 이를 비교하는 고객 많았음. ◦ 단감 - 전년대비 물량이 많아져 사이즈별로 수입하여 판매. 큰 크기의 단감은 개별 포장하여 판매하였으며, 일본산대비 가격경쟁력 및 당도가 높아 긍정적 반응. 반면 과육이 아삭하지 않고 많이 무른 편이며, 표면에 검은 점이 있는 등 색이 일정치 않다는 지적이 많았음. ◦ 샤인머스켓 - 다양한 크기, 패키징으로 선택의 폭 넓힘. 특히 중국 설 기간에 선물용 포장서비스 제공하여 긍정적 반응. 다만 일부 물량이 품질이 고르지 못하여 쉽게 물러져 판매에 애로. - 일본산 대비 가격 저렴하여 전년대비 구매고객 증가. ◦ 감말랭이,반건조감 - 꾸준한 인기로 재구매율이 높은 편. 갈변에 대한 문의가 많아 ‘익을수록 색이 짙어진다’는 안내 문구를 매대에 비치함. - 200g 투명패키징이 소포장 구매 선호하는 고객들에게 인기가 있었으나, 선물용으로 적합하지 않아 선물용 포장 요청 있었음.
애로 및 건의사항	◦ 19년도말부터 과채류 수입시 GMP기준에 부합하는 품질관리인증서 제출이 의무사항이 됨에 따라 해당 인증서 부재한 채소류 품목 수입이 일시중단. ◦ 올초부터 태국식약청 공지에 따라 신선과채류 수입시 134개 농약성분에 대한 샘플검사 진행. 검사 원치 않을 시, 잔류농약성분분석표(COA) 제출 필수이나 발행비용, 시간소요 예상 ◦ 수입산 프리미엄 과일은 선물용, 소포장에 대한 선호가 높은 편. 고객의 니즈에 맞는 패키징 다양화 필요.	

국가명(도시)	도미니카공화국(산토도밍고) / 안테나숍	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	1~5월 (매주 매장내 시식 및 시음회 진행)
	품목	알밤/잣막걸리, 컵밥, 소주, 쌍화탕, 팔죽, 볶음고추장 등
	소비자반응	◦ 알밤막걸리 - 일반 막걸리와 달리 고소하고 달콤한 알밤이 첨가되어 대부분이 주스같다고 평가하였으며, 캔 형태로 판매되어 휴대하기 간편함. ◦ 컵밥 치킨마요 덮밥 - 한국음식은 맵고 단백한 음식만 있다고 생각했는데, 현지식과 비슷하게 쌀과 닭을 이용한 달콤한 맛의 요리가 있어서 의외였다는 반응. 한끼 식사대용으로 적당한 양. ◦ 리얼치즈칩 - 치즈 함유량이 높아 풍미가 깊고 고소함. 식감이 부드럽고 건강에 좋은 재료를 이용하여 아이들에게 인기가 많아서 간식으로 챙겨주고 싶은 제품. ◦ 참이슬 클래식+토닉워터 / 참이슬 클래식 + 봉봉포도 / 참이슬클래식 + 홍초 - 소주 특유의 알콜향을 중화시켜주기 때문에 소주 구매시에 함께 구매하고 싶음. - 포도 봉봉과 함께 시음시 각테일처럼 즐길 수 있으며, 다양한 안주와 조합도 좋을 것 같음. - 홍초를 첨가하니 상그리아와 유사하며 상큼하고 달달해 여름에 마시기 적합. ◦ 생강 쌍화탕 - 쌍화, 대추, 계피, 생강이 한데 어우러져 진한 풍미가 나며, 감기기운에 따뜻하게 마시기 좋음. 건강하고 면역력이 좋아지는 느낌. ◦ 가평잣막걸리 - 알밤막걸리보다 덜 달지만 고소한 잣의 풍미가 느껴지며 건강한 맛. 특히 디자인이 세련되어서 눈길이 감. ◦ 왕고래밥 - 포장지 하단의 파란색이 바다속에 있는 듯한 느낌을 주며, 귀여운 고래 캐릭터가 눈에 띄며. 바삭한 식감과 짭조름한 맛으로 구미를 당김. ◦ 한상 김말이튀김 - 한입에 썩 들어오는 크기, 조리의 용이함으로 아이들 간식이나 야식으로 적합. 잡채, 야채, 김 등 비건푸드로 재료가 구성되어 있어 채식위주 식단을 선호하는 소비자에게 적합. ◦ 동지팔죽 - 팔 함유량이 높아 달달하고 고소하며, 즉석식품임에도 직접 조리한 음식과 큰 차이가 없을 정도로 우수함. 아침, 간식, 야식으로 먹기 적당해보임. ◦ 현미 태양초 볶음고추장 - 소고기, 마늘, 양파, 참기름 등 몸에 좋은 식재료가 함유되어 있어 깊은 맛이 나고 맵지 않아 좋았고, 떡볶이 양념으로도 적합. 튜브형태로 사용과 보관이 용이.
		

국가명(도시)	중국 샤먼 / 안테나숍	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	1~5월
	품목	바나나라떼 분말, 요구르트 스파클링, 구운감자, 통아몬드 캔디 등
	소비자반응	◦ 바나나라떼 분말 - 바쁜 현대인을 위한 식사대용 간편식으로 적합. - 바나나향이 강하다는 등 맛, 품질에 대한 긍정적 반응이 다수였으며 컬러풀하고 세련된 디자인으로 소비자 유인. ◦ 구운감자 : 감자칩과는 다른 독특한 식감이며 노란색 포장지가 눈에 띄며 가격대비 용량이 적어 과대포장이라는 일부 의견. ◦ 요구르트맛 스파클링 : 다양한 표정을 살린 포장지 캐릭터디자인이 신선했고, 탄산의 청량감과 요구르트의 상큼한 맛 조합이 좋았음. ◦ 통아몬드 캔디 : 아몬드 견과와 캔디 조합이 달콤하고 고소해 좋았음. 날개포장으로 보관이 용이하고 외포장에 제품이미지 삽입하여 내용물 직관적으로 파악 가능.
   		

국가명(도시)	멕시코(과달라하라) / 안테나숍	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	1~5월
	품목	오미자음료, 강냉이과자, 오롱컵(라면류)
	소비자반응	◦ 오미자음료 - 제품명 이해가 어렵지만 단맛이 좋은 건강음료라고 인식. 패키지도한 깔끔하여 품질이 좋아보인다는 의견. 일부 소비자는 조리법, 효능 등 정보가 필요하다는 의견. ◦ 강냉이 과자 - 기존 팝콘제품이 기름기가 많은 반면에 본제품은 짜지 않고 담백하며 기름이 적어 옥수수 튀김 제품이 전무한 멕시코시장에서 가능성 높은 편. ◦ 오롱컵 - 닭,새우,해물맛 등 맛종류가 다양하며, 1인용으로 적당한 용량 75g이며 소비자가격 또한 25페소로 적당한 편. 맵지 않아서 어린이 등 젊은소비층 사이에서 긍정적 반응.
  		

국가명(도시)		사우디(리야드) / 안테나숍	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	1~5월	
	품목	할랄 고추장소스, 쌈장소스, 진주 할랄배	
	소비자반응	◦ 할랄 고추장 소스 - 핫소스, 스리라차가 대부분인 매운맛 소스시장에 한국식 소스 소개로 많은 관심. - 건강한 이미지를 보유하여 매운맛을 즐기는 현지소비자 사이에서 인기. 밥에 바로 비벼먹거나 라면에 넣어먹기 적합. ◦ 할랄 쌈장소스 - 매운맛 소스류 중 고추장, 떡볶이소스보단 소비자반응 저조한 편. ◦ 진주 할랄배 - 할랄인증배로 크기가 좋고 흠집이 없어 훌륭하다는 평가. 할랄배 이미지를 상기시키는 적절한 포장지. 대형마트 위주의 고소득 소비층 공략 필요.	
	통관/검역	◦ 할랄인증을 받은 경우에도 엄격한 통관검역이 적용되며, 특히 KMF할랄 경우 현지 기관에 추가로 등록필요. ◦ 인삼 및 홍삼제품의 경우 현재 차류 등 일반식품류는 통관이 큰 문제가 없으나, 진액/엑기스/분말 등 기능성제품은 여전히 통관어려운 상황. ◦ '20년도부터 설탕이 포함된 음료에 대해 특별세 50% 부과하면서 음료 가격 종전대비 평균 50%인상. ◦ 제과제빵 제품은 식물성 유지제품, 핵경화유 수입금지로 수입여부 불투명. ◦ 중동국가는 신선농산물에 대해선 검역이 용이한 편.	
기타	애로사항	◦ CV19로 사우디 또한 온라인 플랫폼에 대한 수요가 증가하고 있으나, 플랫폼 등록에 복잡한 행정절차와 높은 입점료 발생.	
			

국가명(도시)		필리핀(라구나) / 안테나숍	
홍보판촉행사 및 마켓테스트	기간	1~5월	
	품목	떡볶이떡, 부산어묵, 오렌지음료,	
	소비자반응	◦ 떡볶이 떡 - 과반수 이상이 떡볶이 떡에 대해 잘 알지 못하나, 떡볶이나 팬에 구워 꿀을 곁들이는 등 다양한 조리법을 소개하였을 때 '만족한다'는 의견이 88%에 달했음. - 제품용량대비 가격만족도도 50%로 높은 편. 타사 떡볶이소스 활용하여 떡볶이조리 및 시식 진행하여 세트 구매 권장. ◦ 부산어묵 - 시식후 만족한다는 의견이 77%, 가격만족도도 63%로 높은 편. - 오뎅탕, 김밥속재료로 활용하여 시식진행후 조리법에 대한 관심이 높았음. ◦ 오렌지음료 - 투명한 용기에 담겨 영문라벨 없이도 곧바로 제품을 인지할 수 있어 좋았으며, 신맛이 강해 다소 호불호가 갈렸음.	