



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202108-12
품목	컵라면(Instant Noodle Cup)
HS CODE	1902.30.1010
국가	우즈베키스탄(Uzbekistan)
구분	경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 선정	05
2. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 현지조사 결과	18
III. 경쟁기업	
1. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 선정	21
2. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 분석 기준	22
3. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	24
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 불라브카(Bulavka)	33
Interview ② 마크로(Makro)	36
Interview ③ 케이몰(Kmall)	39
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	44
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
VI. 시사점	51
*참고문헌	53

Summary

A사-B사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
2개 채널에서 모두 판매되는 제품	빅번 비프 위드 살사 소스	마레벤푸드
	빅번 치킨 위드 살사 소스	
	빅번 맥스 치킨 위드 스파이시 소스	
	빅번 맥스 그릴드 비프	
	롤턴 김치 스파이시	
	롤턴 홈메이드 비프	
	롤턴 홈메이드 치킨	
	롤턴 홈메이드 스파이시 비프	
	롤턴 홈메이드 스파이시 치킨	

■ 오프라인 주요 경쟁제품

진라면 순한 맛(A사)		빅번맥스(마레벤푸드)	
	가격 12,490.0숨		가격 7,990.0숨
	중량 65g		중량 95g
현지인의 입맛을 고려한 순한 맛의 라면		저렴한 가격과 넉넉한 제품 용량	

■ 경쟁기업 3개사 분석

마레벤푸드		알코니	A사	우즈베키스탄 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	러시아	키리키스스탄	한국	
제품 현지화	○	○	○	
포장 현지화	○	○	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널에만 입점	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	3개사 중 1개사, 포장 문구 현지화를 통해 국내 유통 제품과 차별화함 + 3개사 모두 현지 생산 후 우즈베키스탄으로 수출 및 유통함

제품 현지화

● 상 (현지인 선호 신제품 개발)

● 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)

● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)

● 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)

○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(9개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(9개)		
가격(100g당) (26,000숨)	○	매운 맛 제품 (6개)	마일드 맛 제품 (3개)	포장 형태 (종이 컵)	●	종이 컵	스티로폼 컵	
		9,995숨	11,609숨			7개	2개	
중량(g) (65g)	○	매운 맛 제품 (6개)	마일드 맛 제품 (3개)	맛 (매운 맛)	●	소고기 맛	김치 맛	
		91g	87g			7개	2개	
유통기한 (6개월)	○	12개월		홍보문구 (매운 맛)	●	맛	원산지	섭취 간편
		9개				2개	2개	2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싸며, 제품 중량은 경쟁제품보다 작음 2) 경쟁제품 9개 중 7개가 고객사 제품과 같은 종이 컵 포장 형태를 나타냄 3) 경쟁제품 9개 중 제품의 맛을 주요 홍보문구로 활용하고 있는 제품은 2개인 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 러시아 및 한국 경쟁기업이 온라인 및 오프라인 채널에 모두 입점한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 러시아 및 키리키스스탄 경쟁기업은 러시아어 계정의 SNS 플랫폼으로 우즈베키스탄 시장에서 홍보 활동을 진행하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 선정
2. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 조사지표 선정
3. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 현지조사 결과

1. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	신라면컵
제품 종류	컵라면
소비자가격 1)2)	16,900숨 (1,808원)
100g당 가격	26,000숨 (2,782원)
중량	65g
포장	종이컵
유통기한	6개월
특징	HMR 방식으로 간편하게 섭취

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 신라면컵
 - 제품 종류 : 컵라면
 - 제품 소비자가격 : 16,900숨(1,808원)
 - 용량 : 65g
 - 포장 형태: 종이 컵

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



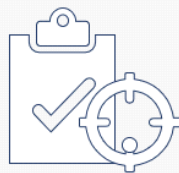
- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 레바자(La Bazar)
 2. 오르존(Orzon)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 판매 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 모두에서 확인: 9개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 1숨=0.107원

2) 한국 원 화폐와 우즈베키스탄 숨의 직접 환전 서비스를 제공하지 않아, 미국 달러를 기준으로 자체 환산하였음
1달러=1,129.5원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용), 1달러 = 10,595숨 (2021. 07. 01, KEB 하나은행 증가 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

우즈베키스탄 컵라면 판매 온라인 쇼핑몰

사이트명	취급 종류
 레바자	식료품, 생활용품 등
 오르존	식료품, 생활용품, 유아용품 등

▶ 우즈베키스탄 컵라면 판매 온라인 쇼핑몰 2개, 레바자, 오르존

우즈베키스탄 주요 온라인 쇼핑몰인 레바자(Le Bazar), 오르존(Orzon), 고마트(Go Mart), 아르바(Arba)를 조사한 결과, 레바자와 오르존에서 컵라면 제품을 취급하고 있었음. 이에 레바자와 오르존 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 컵라면 제품 전수 조사를 진행하였음

▶ 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 9개

우즈베키스탄 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 경쟁제품을 확인한 결과, 레바자에 총 13개, 오르존에 총 17개의 컵라면 제품이 팔리는 것을 확인함. 온라인 쇼핑몰 2곳 모두에서 판매 중인 제품은 9개로 확인됨

[표 2.1] 우즈베키스탄 온라인 쇼핑몰 판매제품³⁾

번호	레바자	오르존
1	빅번 비프 위드 살사 소스 (마레벤푸드)	빅번 비프 위드 살사 소스 (마레벤푸드)
2	빅번 치킨 위드 살사 소스 (마레벤푸드)	빅번 치킨 위드 살사 소스 (마레벤푸드)
3	빅번 맥스 치킨 위드 스파이시 소스 (마레벤푸드)	빅번 맥스 치킨 위드 스파이시 소스 (마레벤푸드)
4	빅번 맥스 그릴드 비프 위드 소스 (마레벤푸드)	빅번 맥스 그릴드 비프 위드 소스 (마레벤푸드)
5	롤턴 김치 스파이시 (마레벤푸드)	롤턴 김치 스파이시 (마레벤푸드)
6	롤턴 홈메이드 비프 (마레벤푸드)	롤턴 홈메이드 비프 (마레벤푸드)
7	롤턴 홈메이드 치킨 (마레벤푸드)	롤턴 홈메이드 치킨 (마레벤푸드)
8	롤턴 홈메이드 스파이시 비프 (마레벤푸드)	롤턴 홈메이드 스파이시 비프 (마레벤푸드)
9	롤턴 홈메이드 스파이시 치킨 (마레벤푸드)	롤턴 홈메이드 스파이시 치킨 (마레벤푸드)
10	진라면 매운 맛 (A사)	롤턴 비프 (마레벤푸드)
11	진라면 순한 맛 (A사)	롤턴 치킨 (마레벤푸드)
12	도시락 소고기맛 (B사)	롤턴 치킨 시저 (마레벤푸드)
13	도시락 치킨맛 (B사)	롤턴 커리 (마레벤푸드)
14		롤턴 램 (마레벤푸드)
15		라-면 비프 (알코니)
16		라-면 김치 (알코니)
17		라-면 치킨 (알코니)

2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 레바자(Le Bazar) 홈페이지, 오르존(Orzon) 홈페이지

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 우즈베키스탄 타슈켄트 정보⁴⁾

인구	252만 명
인구 밀도	7,526명/km ²
면적	334.8km ²

▶ 우즈베키스탄 타슈켄트, 방문지역으로 선정

우즈베키스탄의 수도이자 중앙아시아 최대의 공업도시인 타슈켄트(Тошкент)를 방문지역으로 선정함. 타슈켄트는 기계제조업(농기·광산토목기·직물기·장치류)이 발달했으며, 대규모 면직물 공업 콤비나트가 위치해 있음. 버스, 지하철, LRT, 시가전차 등 기반 시설을 갖추고 있고, 이시하바드 철도·오렌부르크 철도 및 그 외 2개의 지선 철도가 집결되며, 모스크바·트빌리시·바쿠·알마타·부하라·뉴델리 등으로 공로(空路)가 이어지는 교통의 중심지임. 공화국과학아카데미·레닌 대학 등의 교육·연구기관, 알셀나보이 기념 극장·하므자 극장·민족역사박물관 등의 문화시설이 밀집되어 있음. 우즈베크인 외 러시아인, 타타르인, 고려인 등 다양한 인종이 거주하고 있으며, 때문에 이슬람, 그리스 정교, 러시아 문화 등이 혼합된 다채로운 문화의 양상을 보임

▶ 현지 조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점

우즈베키스탄 현지 식품 유통채널을 조사한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 온라인이 주요 유통채널인 것으로 확인됨. 이에 따라 유통채널별 주요 매장을 선별하고, 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.2] 우즈베키스탄 주요 식품 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	마크로(Makro), 코르진카(Korzinka), 까르푸(Carrefour)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 마크로(Makro)
온라인	레바자(Le Bazar), 오르존(Orzon)

■ 고객사 진출 선호 매장

4) 자료: 스탯티스타 홈페이지 (www.statista.com)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 레바자(Le Bazar), 오르존(Orzon)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 마크로(Makro), 코르진카(Korzinka), 까르푸(Carrefour)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 분류

- 매운 맛 제품: 캡사이신, 청양고추 등을 첨가한 매콤한 맛의 제품
- 마일드 맛 제품: 현지인의 입맛을 고려한 마일드한 맛의 제품

[표 2.3] 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 분류	
	오프라인	온라인	매운 맛	마일드 맛
① 빨게떡 (알코니)	○ (마크로, 까르푸)	(-)	○	
② 진라면 매운 맛 (A사)	○ (마크로, 코르진카)	○ (레바자)	○	
③ 알코니빅사이즈 (알코니)	○ (코르진카, 까르푸)	(-)	○	
④ 라면누들수프 (이우인터내셔널)	○ (까르푸)	(-)	○	
⑤ 라면알코니 (알코니)	○ (까르푸)	○ (오르존)	○	
⑥ 롤턴 (마레벤푸드)	○ (코르진카, 까르푸)	○ (레바자, 오르존)	○	
⑦ 진라면 순한 맛 (A사)	○ (마크로, 코르진카)	○ (레바자)		○
⑧ 빅번맥스 (마레벤푸드)	○ (코르진카)	○ (레바자, 오르존)		○
⑨ 유로익스프레스 (이우인터내셔널)	○ (까르푸)	(-)		○

(*) 현지 판매 컵라면 경쟁제품 9개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 판매제품

2. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 분류	매운 맛 제품	캡사이신, 청양고추 등을 첨가한 매콤한 맛의 제품
	마일드 맛 제품	현지인의 입맛을 고려한 마일드한 맛의 제품
맛		소고기 그릴 맛, 김치, 매운 소고기 맛, 소고기 맛
포장 형태	종이컵	종이 소재의 컵 용기
	스티로폼 컵	플라스틱 소재의 컵 용기
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
보유 인증		제품이 보유한 인증
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 우즈베키스탄 타슈켄트에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓

우즈베키스탄 타슈켄트에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 마크로(Makro), 코르진카(Korzinka), 까르푸(Carrefour)를 방문함. 이 중 마크로는 우즈베키스탄에서 가장 큰 대형 하이퍼마켓으로, 우즈베키스탄 전역에 95개 매장을 운영하는 것으로 확인되었음

[표 2.5] 우즈베키스탄 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
마크로 (Makro)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	상업 지역 내 있으며, 주변에는 경찰청, 교육청, 경기장, 쇼핑몰, 병원 등이 위치해 있음
코르진카 (Korzinka)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	타슈켄트 외곽의 주거지역에 위치하여 현지 주민들이 자주 방문함
까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	상업 지역 내 있으며, 주변에는 경찰청, 교육청, 경기장, 쇼핑몰, 병원 등이 위치해 있음



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 9개 중 5개 제품은 2개 이상의 매장에서 판매

우즈베키스탄 하이퍼마켓/슈퍼마켓 마크로(Makro), 코르진카(Korzinka), 까르푸(Carrefour) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 진라면 순한 맛, 빨게떡, 진라면 매운 맛, 알코니 빅사이즈, 롤턴 5개 제품이 2개의 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	마크로	코르진카	까르푸
① 빨게떡 (알코니)	○		○
② 진라면 매운 맛 (A사)	○	○	
③ 알코니빅사이즈 (알코니)		○	○
④ 라면누들수프 (이우인터내셔널)			○
⑤ 라면알코니 (알코니)			○
⑥ 롤턴 (마레벤푸드)		○	○
⑦ 진라면 순한 맛 (A사)	○	○	
⑧ 빅번맥스 (마레벤푸드)		○	
⑨ 유로익스프레스 (이우인터내셔널)			○

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 마크로(Makro)

● 매장 정보

- 유형: 소매점
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 채소, 육류,
해산물, 농산물, 생활용품,
의류 등 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 있으며,
주변에는 경찰청, 교육청,
경기장, 쇼핑몰, 병원 등이
위치해 있음
- 주요 고객층:
현지 주민, 직장인

브랜드 기본 정보 ⁵⁾			마크로는 2010년에 설립된 우즈베키스탄 슈퍼마켓 체인으로 우즈베키스탄 30개 도시에 108개의 매장을 운영 중임. 규모 및 점포 특성별로 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 익스프레스 3종류를 운영하고 있음
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	타슈켄트 Chilanzar Str, 155, Chilanzar District, Tashkent, Uzbekistan, Uzbekistan
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 컵라면 경쟁제품 정보		
			
	빨게떡 (알코니)	진라면 순한 맛 (A사)	

사진자료: 현지 조사원 자료, 레바자/오르존 웹사이트

			
제품명 (현지어)	빨게떡	제조사 (현지어)	알코니 (Алькони)
제품 분류	매운 맛 제품	중량	100g
소비자가격	6,490.0숨 (694원)	100g당 가격	6,490.0숨 (694원)
원산지	키르기스스탄	유통기한	12개월
맛	매운 소고기 맛	포장 형태	스티로폼 컵
인증	HALAL, EAC	수입자	Yiwu International Company, Ltd.
홍보문구	국수, 맛, 문화, 사람		
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 소금, 팜유, 소금, 쇠고기(가루), 말린 야채(양파, 마늘), 후추, 고추, 향미료, 쇠고기(동결 건조), 토마토, 식물성 기름, 향신료(생강)		

			
제품명 (현지어)	진라면 순한 맛	제조사 (현지어)	A사
제품 분류	마일드 맛 제품	중량	65g
소비자가격	12,490.0숨 (1,336원)	100g당 가격	19,215.4숨 (2,056원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	순한 소고기 맛	포장 형태	종이 컵
인증	EAC	수입자	Dae Jong Co, Ltd.
홍보문구	한국 스타일 라면		
원료 및 첨가물	밀가루, 식물성 기름, 녹말, 소금, 효모, 설탕, 콩, 식물성 단백질, 고추, 후추, 향미증진제, 마늘, 말토덱스트린, 포도당, 갈조류, 건조 야채 혼합물(배추, 식물성 단백질, 당근, 파, 버섯, 미역)		

Shop ② 코르진카(Korzinka)

● 매장 정보

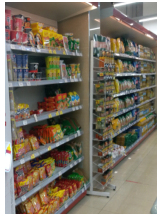
- 유형: 소매점
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 채소, 육류,
해산물, 농산물, 생활용품
등 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
타슈켄트 외곽의 주거지역에
위치

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁶⁾		코르진카(Korzinka)는 타슈켄트를 중심으로 운영하고 있는 슈퍼마켓 체인임. 1996년에 설립된 이후로 현재까지 18개의 슈퍼마켓과 4개의 스토어를 운영하고 있음. ‘가정에 필요한 모든 것’을 모토로 취급하고 있는 제품 수는 약 1만 가지에 이릅니다.
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	도시(지역)	타슈켄트
	상세주소	Kichik Halqa Yuli Street, 120, Yakkasaray District, Tashkent, Uzbekistan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 컵라면 경쟁제품 정보	
		
	진라면 매운 맛 (A사)	빅번맥스 (마레벤푸드)

사진자료: 현지 조사원 자료, 레바자/오르존 웹사이트

6) 코르진카(Korzinka) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	진라면 매운 맛	제조사 (현지어)	A사
제품 분류	매운 맛 제품	중량	65g
소비자가격	12,490.0숨 (1,336원)	100g당 가격	19,215.4숨 (2,056원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	매운 소고기 맛	포장 형태	종이 컵
인증	EAC	수입자	Dae Jong Co, Ltd.
홍보문구	한국 스타일 라면		
원료 및 첨가물	밀가루, 변성 녹말, 팜유, 글루텐, 감자 녹말, 소금, 유화유, 달걀껍데기분말, 쇠고기 육수 추출물, 농축액, 마늘 시즈닝, 효모 추출물, 구아검, 녹차 향미, 설탕, 포도당, 간장 분말 등		

			
제품명 (현지어)	빅번맥스 (Big Bon Max)	제조사 (현지어)	마레벤푸드 (Mareven Food)
제품 분류	마일드 맛 제품	중량	95g
소비자가격	7,990.0숨 (855원)	100g당 가격	8,410.5숨 (900원)
원산지	러시아	유통기한	12개월
맛	소고기 그릴 맛	포장 형태	종이 컵
인증	EAC	수입자	"ЕВРОТОРГ" Co, Ltd.
홍보문구	소스의 풍부한 맛		
원료 및 첨가물	밀가루, 팜유, 식수, 소금, 달걀 분말, 베타 카로틴, 콩기름, 토마토 페이스트, 설탕, 말린 야채(말린 양파 분말, 마늘 분말) 등		

Shop ③ 까르푸(Carrefour)

매장 정보

- 유형: 소매점
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 채소, 육류,
해산물, 농산물, 생활용품,
의류 등 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 있으며,
주변에는 경찰청, 교육청,
경기장, 쇼핑몰, 병원 등이
위치해 있음
- 주요 고객층:
현지 주민, 직장인

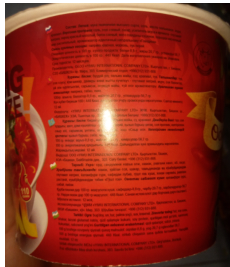
브랜드 기본 정보 ⁷⁾		까르푸는 1960년에 설립된 프랑스 프랜차이즈 대형 할인 매장임. 1995년 UAE에 본사를 둔 마지드 알 푸타임(Majid Al Futtaim)에 의해 우즈베키스탄 시장으로 진출한 이후 현재까지 중동, 아프리카, 아시아 전역에서 320개 이상의 매장을 운영 중임
		조사 제품 수: 5개

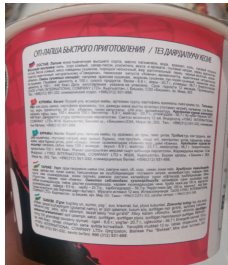
매장 정보		
	도시(지역)	타슈켄트
	위치	상세주소 Atlas Shopping Mall, Katartal Street, Chilaranz District, Tashkent 100123, Uzbekistan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 컵라면 경쟁제품 정보		
			
	알코니빅사이즈 (알코니)	라면누들수프 (이우인터내셔널)	라면알코니 (알코니)
			
	롤턴 (마레벤푸드)	유로익스프레스 (이우인터내셔널)	

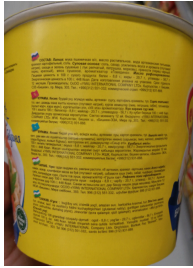
사진자료: 현지 조사원 자료, 제조사 홈페이지

					
제품명 (현지어)	알코니빅사이즈 (Алькони Big Size)	제조사 (현지어)	알코니 (Алькони)		
제품 분류	매운 맛 제품	중량	110g		
소비자가격	10,700.0숨 (1,145원)	100g당 가격	9,727.3숨 (1,041원)		
원산지	키르기스스탄	유통기한	12개월		
맛	매운 소고기 맛	포장 형태	종이 컵		
인증	HALAL, EAC	수입자	Yiwu International Company, Ltd.		
홍보문구	즉시 조리하여 먹을 수 있는				
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 소금, 팜유, 소금, 양념, 쇠고기(분말), 말린 야채(양파, 마늘), 향신료(후추, 홍고추), 소금, 향미료, 쇠고기(동결 건조), 토마토, 식물성 기름, 향신료(생강)				

					
제품명 (현지어)	라면누들수프 (P a-M ě n Noodle Soup)	제조사 (현지어)	이우인터내셔널 (Yiwu International)		
제품 분류	매운 맛 제품	중량	110g		
소비자가격	10,700.0숨 (1,145원)	100g당 가격	9,727.3숨 (1,041원)		
원산지	키르기스스탄	유통기한	12개월		
맛	김치 맛	포장 형태	종이 컵		
인증	HALAL, EAC	수입자	Yiwu International Company, Ltd.		
홍보문구	누들 수프				
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 팜유, 녹말, 양파 분말, 소금, 간장, 과일 설탕, 향미증진제, 간고추, 간장 단백질, 쇠고기 육포, 말린 야채(양파, 마늘), 식물성 지방, 간 후추, 배추김치, 후추, 홍고추, 말린 당근				

			
제품명 (현지어)	라면알코니 (Ра-Мён Алькони)	제조사 (현지어)	알코니 (Алькони)
제품 분류	매운 맛 제품	중량	90g
소비자가격	6,000.0숨 (642원)	100g당 가격	6,666.7숨 (713원)
원산지	키르기스스탄	유통기한	12개월
맛	김치 맛	포장 형태	스티로폼 컵
인증	HALAL, EAC	수입자	Yiwu International Company, Ltd.
홍보문구	즉시 조리하여 먹을 수 있는		
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 팜유, 녹말, 양파 분말, 소금, 간장, 과립 설탕, 향미증진제, 간고추, 대두단백질, 쇠고기 육포, 말린 야채(양파, 마늘), 식물성 지방, 간 후추, 배추김치, 후추, 홍고추, 말린 당근		

			
제품명 (현지어)	롤톤 (Rollton)	제조사 (현지어)	마레벤푸드 (Mareven Food)
제품 분류	매운 맛 제품	중량	70g
소비자가격	5,700.0숨 (610원)	100g당 가격	8,142.9숨 (871원)
원산지	러시아	유통기한	12개월
맛	매운 소고기 맛	포장 형태	종이 컵
인증	EAC	수입자	"ЕВРОТОРГ" Co, Ltd.
홍보문구	매콤한 소고기 맛		
원료 및 첨가물	고급 밀가루, 식물성 기름, 옥수수 및 타피오카 녹말, 식수, 소금, 달걀 분말, 구아검, 안정제(탄산칼륨), 베이킹 파우더(베이킹 소다) 등		

		 	
제품명 (현지어)	유로익스프레스 (Euro Express)	제조사 (현지어)	이우인터내셔널 (Yiwu International)
제품 종류	마일드 맛 제품	중량	100g
소비자가격	7,200.0숨 (770원)	100g당 가격	7,200.0숨 (770원)
원산지	키르기스스탄	유통기한	12개월
맛	순한 소고기 맛	포장 형태	종이 컵
인증	HALAL, EAC	수입자	Yiwu International Company, Ltd.
홍보문구	대용량으로 든든하게 저녁식사를 해결하세요.	원료 및 첨가물	밀가루, 식물성 기름, 물, 감자녹말, 소금, 설탕, 향미증진제(글루탐산나트륨), 말린 야채 및 허브(양파, 파슬리, 당근), 향신료(후추, 홍고추), 건조육, 쇠고기 향미료

III. 경쟁기업

1. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 선정
2. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 선정

- ▶ 대표 경쟁기업으로 컵라면 판매 러시아 기업 1개사, 키르기스스탄 기업 1개사, 한국 기업 1개사 총 3개사 선정

우즈베키스탄 오프라인 매장에 진출한 컵라면 판매 경쟁기업 중, 다수의 컵라면 제품을 보유하고 있는 러시아 기업 1개, 키르기스스탄 1개, 한국 기업 1개를 선정함. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

- ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 28년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 32년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 마레벤푸드와 알코니는 1999년 설립되어 약 22년째 사업을 이어오고 있으며, A사는 52년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

- ▶ 경쟁기업 3개사, 컵라면 동일품목 종류 조사

우즈베키스탄에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 컵라면의 동일 품목 수를 조사한 결과 마레벤푸드 및 A사가 19개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 알코니는 9개 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 컵라면 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
마레벤푸드	러시아	22년	19개
알코니	키르기스스탄	22년	9개
A사	한국	52년	19개

자료: 우즈베키스탄 진출 컵라면 제조기업 3개사 분석

2. 우즈베키스탄 컵라면 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 20년도 매출액
	직원 수
	기업 20년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	컵라면

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	● (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 혹은 형태를 일부 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통 채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통 채널

기준	채널 종류
오프라인	마크로, 코르진카, 까르푸
온라인	레바자, 오르존

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	브콘택테, 페이스북, 인스타그램, 유튜브

3. 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 우즈베키스탄 오프라인 매장 진출하였으며, 온라인 채널에는 2개사가 진출

우즈베키스탄에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 하이퍼마켓 체인인 코르진카에는 마레벤푸드, 알코니, A사 3개사 모두 진출하였으며, 마크로에는 알코니, A사가 까르푸에서는 마레벤푸드, 알코니가 확인되었음. 온라인의 경우, 마레벤푸드는 현지 주요 온라인 판매채널인 레바자(Le Bazar)와 오르존(Orzon)에 입점하였으며, A사는 레바자에 입점하였음. 알코니의 경우, 온라인 판매채널에서는 경쟁제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨

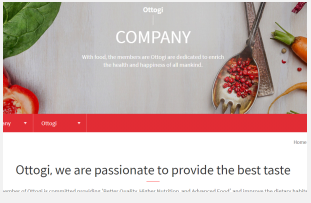
▶ 경쟁기업 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하여 제품 홍보

우즈베키스탄 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 마레벤푸드와 A사는 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, 알코니는 러시아어 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼에서의 홍보 활동으로는 마레벤푸드와 알코니가 러시아어 계정으로 우즈베키스탄 시장에서의 홍보 활동을 진행하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 맛, 간편성, 재료 등을 강조하여 홍보

우즈베키스탄 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조한 문구로는 ‘풍부한 맛’, ‘매콤한 소고기 맛’, ‘매혹적인 맛과 풍미’, ‘중국 매운 맛’ 등을 사용함. 제품의 간편성을 강조하는 문구로는 ‘어느 곳에서나’, ‘집을 떠나지 않고’, ‘편리한 포장’, ‘즉시 조리’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 재료를 강조하였으며, ‘육즙이 많은 소고기’, ‘소고기 뼈 육수’, ‘조림 소고기’, ‘쫄깃한 국수’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 우즈베키스탄 컵라면 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
마레벤푸드	- 오프라인 매장 - 코르진카 - 까르푸 - 온라인 매장 - 레바자 - 오르존	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 - 브콘택테(러시아) - 인스타그램(러시아)	- 소스의 풍부한 맛 - 매콤한 소고기 맛 - 집을 떠나지 않고 맛과 풍미의 세계로 이동! - 국수는 어느 곳에서나 최선의 선택 - 진정한 미식의 즐거움 - 부드러운 국수와 함께 육즙이 많은 소고기 - 현대의 편안함을 위해 만들어진 편리한 포장	
알코니	- 오프라인 매장 - 마크로 - 코르진카 - 까르푸	- 자사 홈페이지 (러시아) - SNS 플랫폼 - 인스타그램(러시아)	- 즉시 조리하여 먹을 수 있음 - 중국 매운 맛 - 항상 맛있고 식욕을 돋움 - 알코니는 최선의 선택입니다! - 모든 취향에 편리한 패키지 - 조림 소고기와 국수의 매혹적인 맛과 풍미 - 간편하게 들고 다닐 수 있음	
A사	- 오프라인 매장 - 마크로 - 코르진카 - 온라인 매장 - 레바자	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 - 페이스북(글로벌)	- 한국 스타일 라면! - 컵에서 진라면 순한 맛의 풍부한 맛을 즐길 수 있습니다. - 쫄깃한 국수, 소고기 뼈 육수, 숙성된 매운 맛의 조화가 깊고 풍부한 경험을 선사합니다.	

자료: 우즈베키스탄 진출 컵라면 제조기업 3개사 분석

① 마레벤푸드

기업 기본 정보	기업명	마레벤푸드	
	기업 설명	마레벤푸드는 카자흐스탄의 식품 업체로 대표적인 브랜드로는 'Rollton', 'Big Bon', 'Petra', 'Actibo'가 있음. 마레벤푸드의 공장은 우크라이나와 러시아에 위치해 있으며, 전 세계 33개국에 제품을 판매하고 있음	
	위치	15th floor, Business center 'Koktem Grand', 210 Dostyk Ave., Almaty, Republic of Kazakhstan	
	규모	직원 수	610명
		동일품목 수 ⁸⁾	19개 (Rollton 12개, Big Bon 7개)
		설립연도	1999년
		매출	500만 달러

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 코르진카 까르푸		제품명	빅번맥스 (Big Bon Max)
			중량	95g
			가격	7,990.0숨 ⁹⁾ (855원)
			제품 분류	마일드 맛 제품
	〈온라인 매장〉 레바자 오르존		제품명	빅번맥스
			중량	95g
			가격	7,990.0숨 (855원)
			제품 종류	마일드 맛 제품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	원산지에서 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

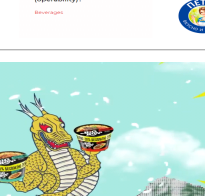
사진자료: 현지 조사원 자료, 레바자/오르존 웹사이트

8) 컵라면 제품을 동일품목으로 분류함

9) 1숨=0.107원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 및 종가 기준)

홍보 방식

게시물 유형

About the Company Responsibility <u>Brands</u> Мираторг Career Media Contacts Main page — About the Company ABOUT THE COMPANY  Mareven Food Tien-Shan LTD is a Kazakhstani FMCG business company specialized in development, production and promotion of a wide range of food products and their sales in Kazakhstan and in the countries of Central Asia. These are famous brands "NARBON", "NARON" and "ACTIBO". 	• 기본적인 회사 소개 (역사, 사명, 비전) • 사업 규모 (진출 시장, 직원 수, 생산 제품 수, 생산량) • 기업 최신 활동, 보도 자료
About the Company Responsibility <u>Brands</u> Мираторг Career Media Contacts Main page — Brands BRANDS For those who are young and busy  Instant noodles Noodle Pasta Need to enhance your focus and efficiency (operability)?  Beverages It tastes better this way  Instant noodles Beverages (beverage pasta) Noodle Beverages (beverage pasta) Noodle Instant noodles Beverages Eat well for a reasonable price  Instant pasta Pasta	• 브랜드 소개 (브랜드 별 홈페이지 운영) • 제품 소개
 bigbon, official • Therapeutics bigbon, official its 20th birthday, но мы продолжаем развиваться — continue development of BIGBON. Уже в ближайшее время ожидается открытие в республике ЮН, Кыргыз, на следующей BIGBON начнет свою деятельность в ЮН. #BIGBON #bigbonkgyrgyzstan 3 мая Издательство «Правда» — это не просто журнал, это журнал, который дает вам возможность увидеть мир глазами своих читателей. Присоединяйтесь к нам! Присоединяйтесь к нам! Присоединяйтесь к нам! Присоединяйтесь к нам!	• 제품 홍보 • 프로모션 및 이벤트 정보

사진자료: 마레벤푸드(Mareven Food) 홈페이지 (mareven.com)

② 알코니

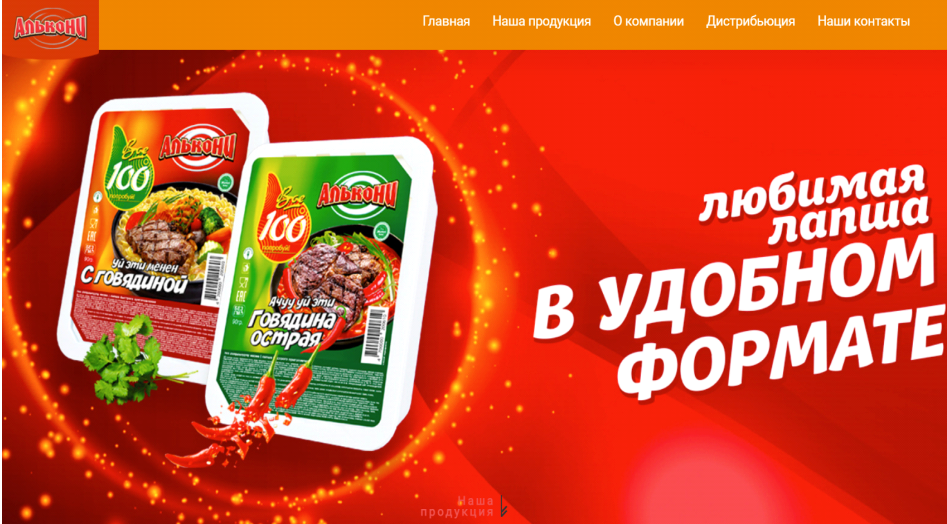
기업 기본 정보	기업명	알코니	
	기업 설명	알코니는 Yiwu International Company Ltd에서 제조하는 인스턴트 라면 브랜드로 본사는 키르기스스탄 비슈케크에 위치하고 있음. 알코니는 카자흐스탄, 파키스탄, 러시아에 사무소를 두고 있음	
	위치	303, Mira Ave., FEZ "Bishkek", Bishkek, Kyrgyzstan	
	규모	직원 수	15명
		동일품목 수 ¹⁰⁾	9개
		설립연도	1999년
		매출	263만 달러

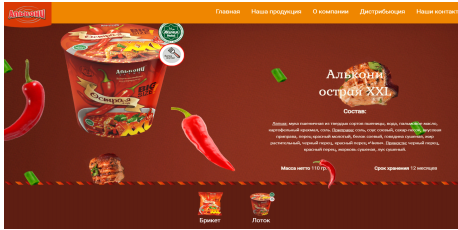
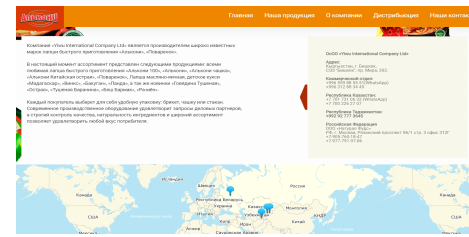
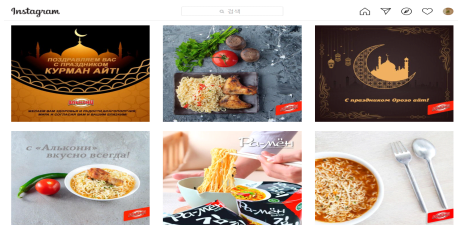
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 코르진카 마크로 까르푸		제품명	빨게떡
			중량	100g
			가격	6,490.0숨 (694원)
			제품 분류	매운 맛 제품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	원산지에서 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지 조사원 자료, 레바자/오르존 웹사이트

10) 컵라면 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (러시아), 인스타그램 (러시아)
	게시 주기	1주일에 1건
	게시물 유형	기업 및 판매 제품 소개, 레시피 제공, 프로모션 및 이벤트 정보

게시물 유형		- 제품 소개 - 제품 정보 제공 (원료, 중량, 유통기한)
		회사 소개 (주력 제품, 사무소 위치)
		- 제품 홍보 - 프로모션 및 이벤트 정보

사진자료: 알코니(Алькони) 홈페이지 (alkoni.kg)

③ A사

기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 1969년에 설립된 한국의 식품 업체로, 1981년 미국 지사 설립을 시작으로 현재까지 중국, 베트남, 뉴질랜드에 해외 지사를 설립함. A사 카레를 첫 출시로 시작한 식품 사업은 현재 1억불 수출을 달성함	
	위치	대한민국 서울특별시 강남구 영동대로 308	
	규모	직원 수	2,962명
		동일품목 수 ¹¹⁾	19개
		설립연도	1969년
		매출	약 2조 1086억 원

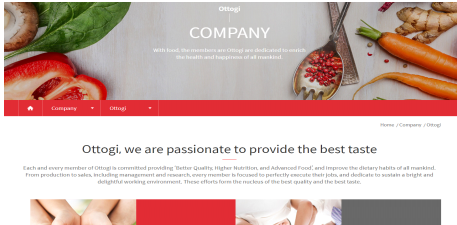
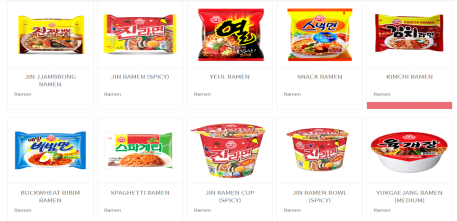
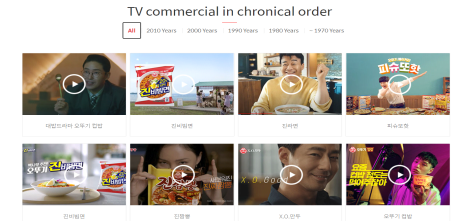
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마크로 코르진카		제품명	진라면 매운 맛
			중량	65g
			가격	12,490.0숨 (1,336원)
			제품 분류	매운 맛 제품
	〈온라인 매장〉 레바자		제품명	진라면 매운 맛
			중량	65g
			가격	12,490.0숨 (1,336원)
			제품 분류	매운 맛 제품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	원산지에서 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 혹은 형태를 일부 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	한국 현지 생산 후 수출, 유통

사진자료: 현지 조사원 자료, 레바자/오르존 웹사이트

11) 컵라면 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북 (글로벌)
	게시 주기 비정기적 (페이스북 2018년 이후 업데이트 없음)
	게시물 유형 기업 소개, 판매 제품 소개 및 홍보

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (역사, 이념, CI, 개발이력)
		• 제품 소개 (신제품, 제품 분류 별 생산 제품, 원료, 중량, 영양표시)
		• 제품 홍보 (TV 광고, 지면 광고)

사진자료: A사 홈페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 불라브카(Bulavka)

Interview ② 마크로(Makro)

Interview ③ 케이멀(Kmall)

Interview ① 불라브카 (Bulavka)

불라브카
(Bulavka)

유통업체

담당자 정보

Import Manager

12)



12)

Bulavka
Только новые товары

Например: джинсы

Регистрация Вход Корзина На русском UZS

Женщинам Мужчинам Детям Игрушки Косметика Канцтовары Книги Электроника Дом Продукты Подарочные сертификаты **NEW**

Подарочные наборы и упаковка Товары со скидкой %

Продукты > Бакалея > Продукты быстрого приготовления > Лапша быстрого приготовления > Лапша рамен в чашке "Kimchi Ramyun" (75 гр)

Лапша рамен в чашке "Kimchi Ramyun" (75 гр)




Артикул: 31650

15 000 сум

Этот товар сейчас не доступен. Приносим свои извинения. Посмотрите [другие наши товары](#): наверняка вам что-нибудь понравится.

Товар на складе
Все товары есть в наличии.

Примерка
Бесплатная примерка (одежда и обувь) при заказе в Ташкент.

Доставка
Доставка по всему Узбекистану

Оплата
Оплата наличными или по терминалу при доставке в Ташкент. Click или Рауте при доставке в регионы.

Есть вопросы?
Звоните нам: +998 78 150 55 57.
Режим работы: 9:00–17:00 с понедельника по субботу

Гарантия
Гарантия возврата денег

Параметры

Описание:

Endi saytimiz o'zbek tilida ham mavjud. **O'ZBEK VERSIYASIGA O'TISH**

приготовления корейского производства от TM Nongshim, в по всему миру. При **Yopish / Закрыть X** невероятно, что удовольствие данный вид пищи выпустят в удобных чашках.

불라브카(Bulavka) Import Manager

불라브카(Bulavka)는 우즈베키스탄의 온라인 유통업체로, 2016년 설립 당시엔 의류를 주로 취급하였음. 이후 사업을 확장하여 현재는 생활용품, 식품 등 다양한 종류의 상품을 판매하고 있음. 한국 제품으로는 컵라면을 비롯한 인스턴트 식품, 소스 완제품 및 조미료, 믹스커피 등을 취급하고 있는 것으로 확인됨



가격	16,900송 (1,808원)
중량	65g
포장 형태	종이컵

Q1. 한국 컵라면에 대한 현지 소비자의 인식은 어떤가요?

전세계적인 한류 열풍은 우즈베키스탄 등 중앙아시아에서도 유효합니다. 한국 문화의 인기가 커지면서 한국 식품에 대한 선호 역시 폭발적으로 증가했습니다. 라면 자체는 꽤 인기가 있지만 컵라면은 이제 막 보편화되기 시작했습니다. 한국 컵라면은 다른 일반 컵라면과 비교했을 때 활발하게 판매되지 않고 있는데, 이는 무엇보다 한국 컵라면이 일반 컵라면보다 상대적으로 비싸기 때문입니다.

Q2. 컵라면을 구매하는 데 있어 후레이크에 들어가는 재료가 현지 소비자에게 중요한 고려사항인가? 현지 소비자가 특히 선호하는 맛이 있나요?

전반적으로 우즈베키스탄 요리는 맵지 않고 기름집니다. 이러한 요인은 일반 식품을 선택하는 데 영향을 줍니다. 라면의 경우, 소비자들은 마일드한 맛의 라면을 선호합니다. 덧붙여, 이슬람교가 국교인 우즈베키스탄의 특성상 돼지고기 함유 여부가 식품 구매에 있어 중요한 고려 사항입니다.

Q3. 신라면이 현지 소비자의 입맛에 너무 맵진 않나요? 현지 소비자는 신라면 같이 매운 맛의 컵라면과 도시락 같이 소고기 맛이 나는 마일드한 맛의 컵라면 중 무엇을 더 선호하나요?

경우에 따라 다릅니다. 우즈베키스탄에는 다양한 국적의 사람들이 거주하고 있습니다. 러시아인이나 고려인 같은 비무슬림은 빨간 국물의 매콤한 라면을 선호하고, 우즈베키스탄인은 마일드한 맛을 더 선호합니다. 도시락은 시장에 유통된 지 오래되었기 때문에 선호도가 높은 편입니다. 또한 다른 라면은 특정 가게나 온라인으로만 구매할 수 있는 반면, 도시락은 일반 식료품점에서도 쉽게 구매할 수 있어 접근성 면에서도 우위를 점하고 있습니다.



가격	16,900숨 (1,808원)
중량	65g
포장 형태	종이컵

Q4. 현지에서 특히 도시락이 다른 컵라면에 비해 선호되는 이유는 무엇인가요?

도시락이 다른 컵라면에 비해 선호되는 이유는 여러 가지가 있습니다. 도시락은 몇 년 전부터 유통되어 왔기 때문에, 특히 나이가 있는 소비자들에게 이미 친숙한 제품입니다. 또한 도시락은 시장, 식료품점, 마트 등 다양한 곳에서 쉽게 구매할 수 있습니다. 다른 라면에 비해 저렴한 가격에 판매되고 있다는 점도 도시락이 선호되는 이유 중 하나입니다.

Q5. 현지에서 컵라면은 어느 정도의 가격대를 형성하고 있나요?

우즈베키스탄은 기본적으로 집에서 직접 요리를 해 먹는 식문화가 자리 잡고 있기 때문에, 컵라면은 큰 인기를 끌지 못하고 있습니다. 특히 가족 단위의 식사 자리에서는 더욱 선호되지 않습니다. 하지만 한국 문화의 영향 때문인지 일부 젊은층에서는 컵라면을 소비하는 소비자도 존재합니다. 한국 컵라면은 평균 25,000숨(약 2,675원)으로, 도시락의 가격이 8,000숨(약 856원)인 것을 감안했을 때, 중산층 및 저소득층이 구매하기엔 상대적으로 비싼 가격대를 형성하고 있습니다.

Interview ② 마크로 (Makro)

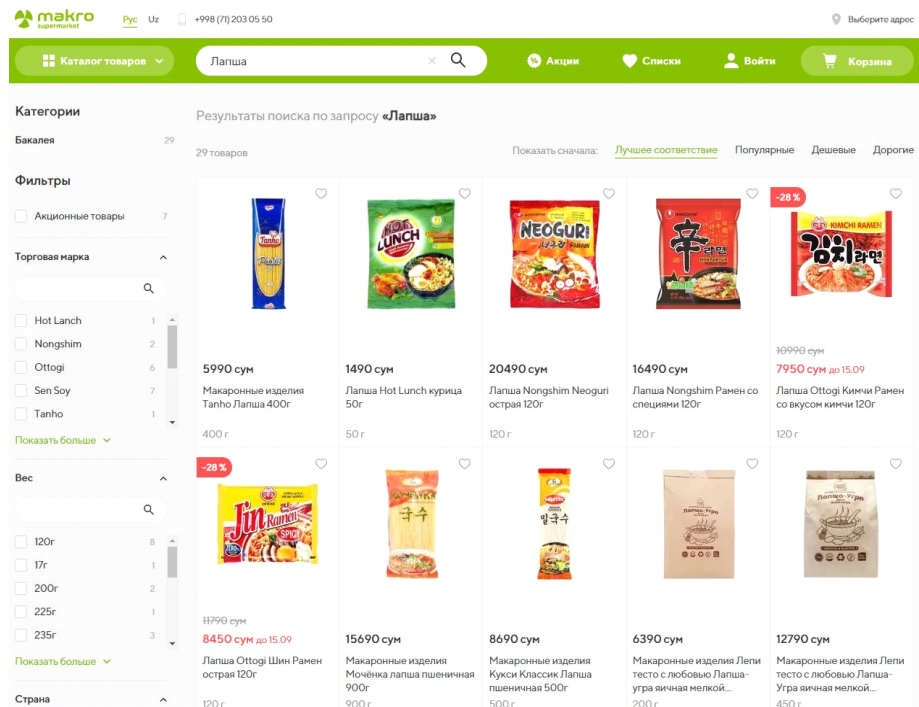
마크로
(Makro)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

13)



마크로(Makro) Sales Manager

마크로(Makro)는 우즈베키스탄에서 가장 큰 식품 유통업체로, 25개 지역에 108개 지점을 두고 있음. 규모에 따라 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점의 형태로 점포를 운영하며, 온라인으로도 간편하게 상품을 구매할 수 있는 것으로 확인됨. 라면, 통조림 등 가공식품을 비롯해 신선식품, 생활용품, 화장품 등 다양한 종류의 상품을 취급함



가격	16,900송 (1,808원)
중량	65g
포장 형태	종이컵

Q1. 한국 컵라면에 대한 현지 소비자의 인식은 어떤가요?

우즈베키스탄 시장에 처음 소개된 컵라면은 러시아의 도시락입니다. 도시락은 쉽게 접할 수 있고 가격도 저렴해 여전히 현지에서 가장 인기 있는 인스턴트 식품 중 하나입니다. 라면의 경우, 이제 막 인기가 높아지고 있는 것 같습니다. 예전엔 관세 때문에 가격이 꽤 비싸다고 느껴졌는데 요즘엔 라면을 찾는 사람들이 점점 늘고 있고, 더 쉽게 구매할 수 있습니다. 덧붙여, 우즈베키스탄에 거주하고 있는 고려인이 꽤 많기 때문에 한국 식품이 보편적인 인기를 누리고 있습니다.

Q2. 컵라면을 구매하는 데 있어 후레이크에 들어가는 재료가 현지 소비자에게 중요한 고려사항인가요? 현지 소비자가 특히 선호하는 맛이 있나요?

우즈베키스탄은 국교가 이슬람교이기 때문에, 현지 소비자는 돼지고기가 함유된 식품을 섭취할 수 없습니다. 어떤 소비자층을 타겟으로 삼느냐에 따라 일부 소비자는 일화성으로 섭취해볼 수 있겠지만, 자주 찾진 않을 것으로 예상합니다. 하지만 우즈베키스탄에는 다양한 국적의 사람들이 거주하고 있기 때문에, 러시아인이나 고려인은 아마 꾸준히 구매할 수도 있을 것입니다. 이와 더불어, 현지 음식이 대체로 맵지 않기에 마일드한 맛의 라면을 선호할 것이라는 점도 고려해야 할 사항입니다.

Q3. 신라면이 현지 소비자의 입맛에 너무 맵진 않나요? 현지 소비자는 신라면 같이 매운 맛의 컵라면과 도시락 같이 소고기 맛이 나는 마일드한 맛의 컵라면 중 무엇을 더 선호하나요?

현지 소비자는 주로 매운 맛보다는 마일드한 맛의 음식을 선호합니다. 현지 소비자들은 신라면을 대체로 너무 맵다고 생각하며, 그보다는 덜 매운 마일드한 맛의 라면을 주로 구매합니다. 도시락은 집에서 만든 음식과 비슷한 맛이 난다는 이유로 소비자들에게 인기가 있습니다. 반면 다른 라면의 맛은 소비자들에게 익숙하지 않습니다.



가격	16,900숨 (1,808원)
중량	65g
포장 형태	종이컵

Q4. 현지에서 특히 도시락이 다른 컵라면에 비해 선호되는 이유는 무엇인가요?

K-POP 문화가 전세계적인 인기를 끌면서, 식품을 포함한 한국 제품의 수요도 늘어난 것으로 생각됩니다. 그 때문인지 많은 이들이 매일까지는 아니지만, 한 두번 정도는 여러 한국 식품과 라면을 접해보고 싶어 하는 것 같습니다. 또한 다른 나라의 상품에선 찾아볼 수 없는 짭하고 화려한 색감의 포장에 한국 상품을 매력적으로 보이게 하는 것 같습니다.

Q5. 현지에서 컵라면은 어느 정도의 가격대를 형성하고 있나요?

우선 우즈베키스탄에서는 컵라면을 비롯한 인스턴트 식품이 다른 나라에 비해 인기가 없다는 점을 고려해야 합니다. 또한 한국, 일본, 태국 등에서 수입한 상품들은 다른 나라에서 수입한 상품들보다 항상 더 비쌌습니다. 일반 라면 제품들은 지난 5년 동안 매우 높은 가격대를 형성해왔습니다. 다행히 최근엔 전반적으로 가격대가 하락하여, 중산층에게도 합리적인 수준이 되었습니다. 그럼에도 불구하고 도시락과 비교했을 때, 아직은 꽤 비싼 가격대입니다. 2017년 당시 일반 라면 제품의 가격은 약 5달러(약 5,648원)¹⁴⁾로, 대부분의 소비자들에게 너무 비쌌습니다. 현재는 0.8달러(약 904원)까지 내려왔지만, 도시락은 0.3달러(약 339원)로 훨씬 저렴합니다.

14) 1달러=1,129.5원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 케이말 (Kmall)

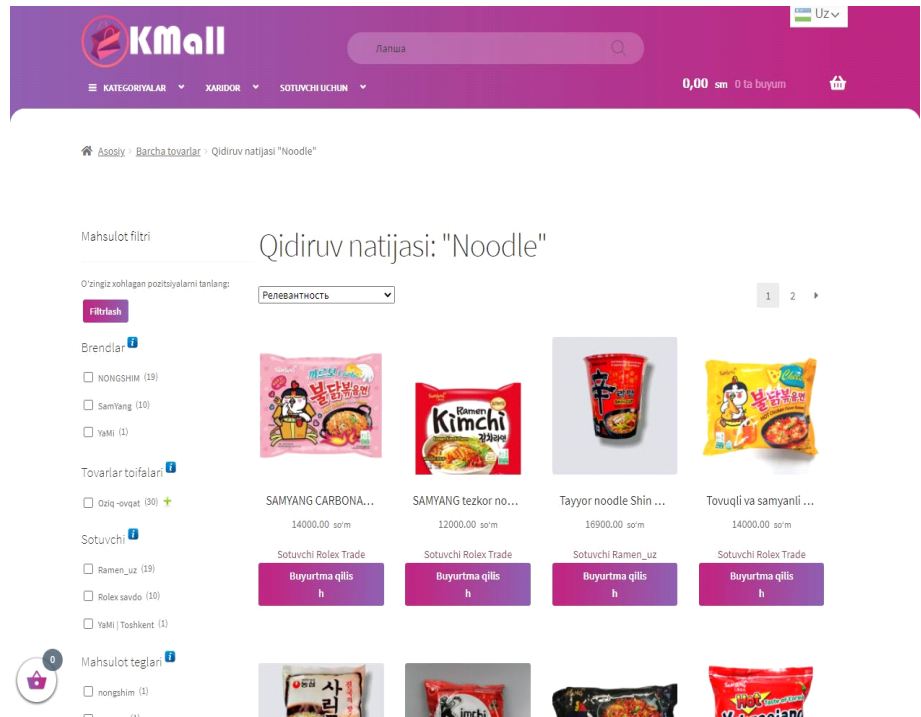
케이말
(Kmall)

유통업체

담당자 정보

Sales Representative

15)



케이말(Kmall) Sales Representative

케이말(Kmall)은 한국 제품 전문 유통업체로, 여러 유명 브랜드의 식품을 비롯해 가정용품 및 화장품 등 다양한 인기 상품을 취급하고 있음. 2017년 설립되었으며, 활발하게 운영 중인 온라인 쇼핑몰을 통해 쉽고 간편하게 상품을 구매하여 배송 받을 수 있음



가격	16,900송 (1,808원)
중량	65g
포장 형태	종이컵

Q1. 한국 컵라면에 대한 현지 소비자의 인식은 어떤가요?

현지 소비자들 중에서도 특히 젊은층이 한국 음식을 선호하면서, 한국 식품에 대한 소비자의 전반적인 인식은 충분히 우호적입니다. 한국 음식은 대부분의 소비자에게 매운 편이며, 도시락이나 롤턴 같은 브랜드의 식품과 비교했을 때는 더욱 그렇습니다. 현지에서 판매되고 있는 다른 인스턴트 누들과 비교했을 때 라면은 가격대가 높은 편이기 때문에, 소비자들은 라면이 비싼 음식이라는 인식을 가지고 있습니다. 다른 인스턴트 누들과 비교했을 때, 라면엔 훨씬 더 다채로운 풍미가 있습니다.

Q2. 컵라면을 구매하는 데 있어 후레이크에 들어가는 재료가 현지 소비자에게 중요한 고려사항인가요? 현지 소비자가 특히 선호하는 맛이 있나요?

라면을 구매하는 소비자는 대부분 비무슬림입니다. 대부분의 우즈베키스탄 국민은 무슬림으로, 돼지고기가 함유된 식품을 섭취할 수 없습니다. 또한 인스턴트 식품은 건강에 해롭다는 인식이 있어, 소비자들은 인스턴트 음식을 아주 가끔씩만 섭취하고자 합니다. 신라면 블랙처럼 매운 맛의 라면보단 마일드한 맛의 라면이 훨씬 인기가 많습니다.

Q3. 신라면이 현지 소비자의 입맛에 너무 맵진 않나요? 현지 소비자는 신라면 같이 매운 맛의 컵라면과 도시락 같이 소고기 맛이 나는 마일드한 맛의 컵라면 중 무엇을 더 선호하나요?

우즈베키스탄 음식은 대체로 맵지 않고 기름집니다. 인스턴트 식품으로 식사를 해결하거나 외식을 하기보다는 집에서 직접 요리를 해 먹는 문화가 자리잡고 있습니다. 이러한 이유 때문인지 소고기 맛의 도시락이 일반 라면보다 훨씬 인기가 있습니다. 컵라면은 젊은층이나 고소득 1인 가정에서 인기가 있는데, 이는 컵라면이 일반 인스턴트 누들보다 비싼 가격대를 형성하고 있기 때문입니다. 대부분의 소비자들은 매운 맛의 컵라면을 한두 번 정도만 구매하고, 주로 마일드한 맛의 제품을 선택합니다.



가격	16,900숨 (1,808원)
중량	65g
포장 형태	종이컵

Q4. 현지에서 특히 도시락이 다른 컵라면에 비해 선호되는 이유는 무엇인가요?

도시락보다는 롤턴(Rolton)의 제품이 더 인기가 많습니다. 롤턴 제품의 맛이 평소 현지인들이 먹는 음식의 맛과 비슷하고, 가격 또한 저렴하기 때문입니다. 건강에 해롭다는 이유로 라면을 선호하지 않는 소비자들도 요리를 할 때 롤턴 제품의 맛을 내기 위해 롤턴에서 나온 소스 완제품을 구매하여 사용할 정도입니다. 한국 라면은 대부분의 현지 소비자에게 너무 맵습니다. 때문에 주기적으로 롤턴 제품을 구매하듯 라면이나 라면 스프를 구매하는 소비자가 많진 않을 것으로 예상됩니다.

Q5. 현지에서 컵라면은 어느 정도의 가격대를 형성하고 있나요?

컵이나 플라스틱 용기에 담긴 인스턴트 식품은 일반적인 포장의 인스턴트 식품보다 훨씬 더 비쌉니다. 유명 브랜드 빅번의 경우, 집에서 직접 조리하여 섭취해야 하는 일반 포장 제품의 가격이 0.5달러(한화 약 565원)인 반면 컵 용기에 담긴 제품은 1달러(약 1,130원)에 판매되고 있습니다. 이는 롤턴과 도시락도 마찬가지로, 일반 포장 제품은 1달러에 판매되고 있는 반면, 컵 용기에 담긴 제품은 일반 포장 제품의 약 2배 가격에 판매되고 있습니다. 일반 컵라면 제품의 가격은 현재 약 1.5달러(약 1,694원) 정도로, 중산층 소비자의 입장에서는 꽤 합리적인 가격대를 형성하고 있습니다. 하지만 모든 소비자를 아우르고자 한다면 롤턴이나 도시락과 비슷한 1달러 선에 판매되어야 합니다.

우즈베키스탄 컵라면 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 컵라면 또는 유사 컵라면 제품 취급 경험 있음

업체명	불라브카 (Bulavka)	마크로 (Makro)	케이몰 (Kmall)
업태 ▶	유통업체	유통업체	유통업체
취급 품목 ▶	 컵라면	 컵라면	 컵라면

우즈베키스탄 컵라면 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	불라브카 (Bulavka)	마크로 (Makro)	케이몰 (Kmall)
	유통업체	유통업체	유통업체
바이어 취급 컵라면의 평균 가격은?	평균 15,000숨 (약 1,605원)	평균 12,500숨 (약 1,338원)	평균 16,900-18,000숨 (약 1,808-1,926원)
바이어가 선호하는 컵라면 중량은?	75-100g	65-90g	70-120g
컵라면 제품 주요 유통채널은?	온라인 쇼핑몰	하이퍼마켓/슈퍼마켓/편의점 또는 온라인 쇼핑몰	마트 또는 온라인 쇼핑몰
컵라면 제품 주요 소비층은?	우즈베키스탄에 거주중인 러시아인 또는 고려인 등 비무슬림	경제적으로 풍족한 중산층	경제적으로 풍족한 중산층

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

● 경쟁제품(제조사)

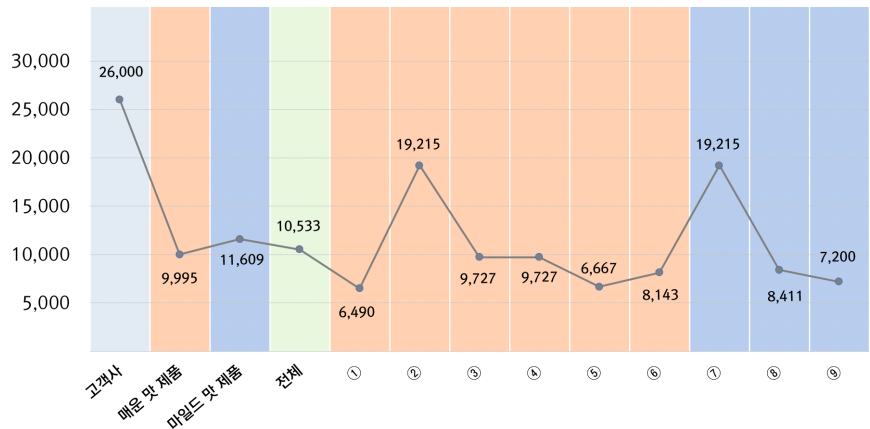
- ① 빨계떡 (알코니)
- ② 진라면 매운 맛 (A사)
- ③ 알코니빅사이즈 (알코니)
- ④ 라면누들수프 (이우인터내셔널)
- ⑤ 라면알코니 (알코니)
- ⑥ 롤턴 (마레벤푸드)
- ⑦ 진라면 순한 맛 (A사)
- ⑧ 빅번맥스 (마레벤푸드)
- ⑨ 유로익스프레스 (이우인터내셔널)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 제품의 100g당 가격은 26,000숨(약 2,782원)¹⁶⁾으로 경쟁제품 9개의 평균 100g당 가격 10,533숨(약 1,127원) 대비 약 2.5배 비싼 편임. 제품 분류별 평균 100g당 가격은 매운 맛 제품이 9,995숨(약 1,069원)으로 고객사 제품 대비 약 16,000숨(약 1,712원) 저렴하고, 마일드 맛 제품은 11,609숨(약 1,242원)으로 고객사 제품 대비 약 14,000숨(약 1,498원) 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 우즈베키스탄 컵라면 가격 경쟁력 분석

(단위: 숨)



16) 1숨=0.107원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 및 종가 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

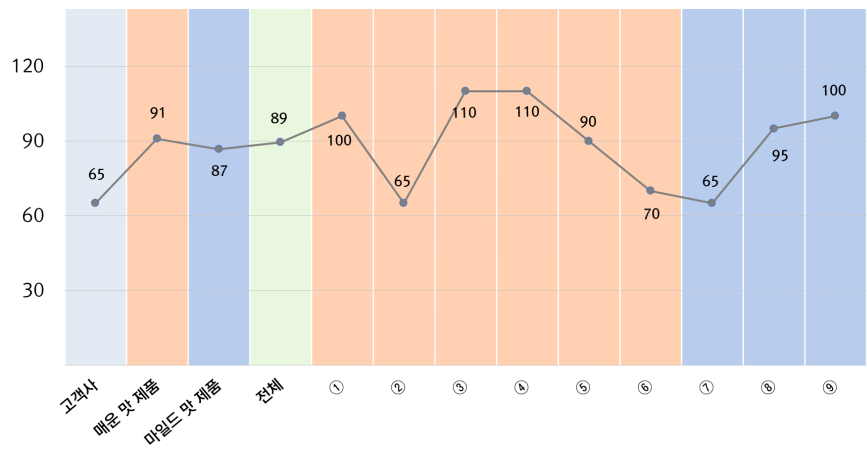
- ① 빨계떡 (알코니)
- ② 진라면 매운 맛 (A사)
- ③ 알코니빅사이즈 (알코니)
- ④ 라면누들수프 (이우인터내셔널)
- ⑤ 라면알코니 (알코니)
- ⑥ 롤턴 (마레벤푸드)
- ⑦ 진라면 순한 맛 (A사)
- ⑧ 빅번맥스 (마레벤푸드)
- ⑨ 유로익스프레스 (이우인터내셔널)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

고객사 제품의 중량은 65g으로 경쟁제품 9개의 평균 중량 약 89g에 비해 약 36% 적은 편임. 제품 분류별 평균 중량은 마일드 맛 제품이 87g으로 가장 적으나 고객사 제품 대비 여전히 22g 많은 것으로 확인됨. 고객사 제품과 유사한 매운 맛 제품들의 평균 중량은 91g으로, 고객사 제품 대비 26g 많음

[표 5.2] 우즈베키스탄 컵라면 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

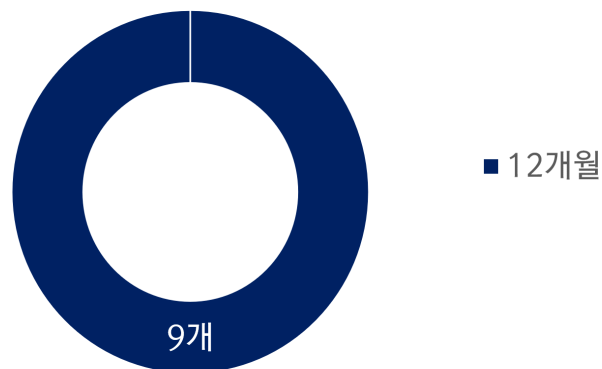


3) 유통기한

▶ 고객사 제품 유통기한, 경쟁제품 평균 대비 짧은 편

우즈베키스탄에서 판매되고 있는 컵라면 경쟁제품 9개의 유통기한을 조사한 결과, 모든 제품의 유통기한이 12개월인 것으로 조사됨. 이는 유통기한이 6개월인 고객사 제품과 비교했을 때, 전반적으로 2배 차이가 나는 것으로 파악됨

[표 5.3] 우즈베키스탄 컵라면 제품 유통기한 경쟁력 분석

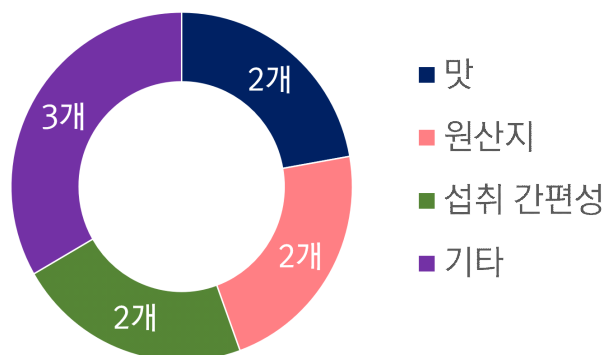


4) 홍보문구

▶ 경쟁제품 9개 중 2개, 맛을 강조한 홍보문구 사용

우즈베키스탄에서 판매되고 있는 컵라면 경쟁제품 9개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘소스의 풍부한 맛’, ‘매콤한 소고기 맛’과 같이, 맛을 강조한 홍보문구를 사용하여 판매하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘한국 스타일’ 등 원산지를 강조한 홍보문구를 사용하거나, ‘즉시 조리’처럼 간편하게 섭취할 수 있는 컵라면의 장점을 서술하기도 함

[표 5.4] 우즈베키스탄 컵라면 제품 홍보문구 분석

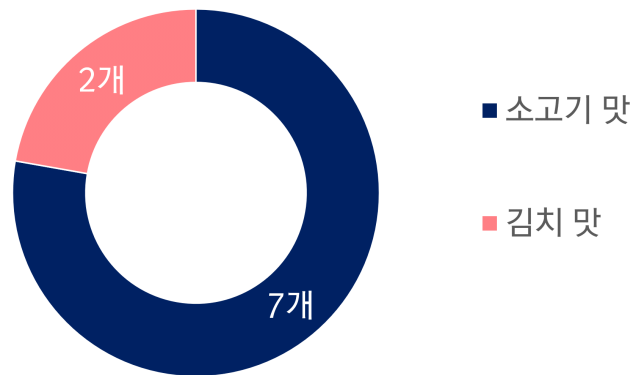


5) 맛

▶ 경쟁제품 9개 중 7개, 고객사 제품과 유사한 소고기 맛

우즈베키스탄에서 판매되고 있는 컵라면 경쟁제품 9개의 제품 맛을 조사한 결과, 3개 제품이 ‘소고기 그릴 맛’, ‘매운 소고기 맛’, ‘순한 소고기 맛’ 등 고객사 제품과 유사한 소고기 맛인 것으로 조사됨. 이 중 매운 소고기 맛이 4개로 가장 많으며, 순한 소고기 맛 2개, 소고기 그릴 맛 1개로 나타남. 그 외로 김치 맛 제품이 2개 발견됨

[표 5.5] 우즈베키스탄 컵라면 맛 경쟁력 분석

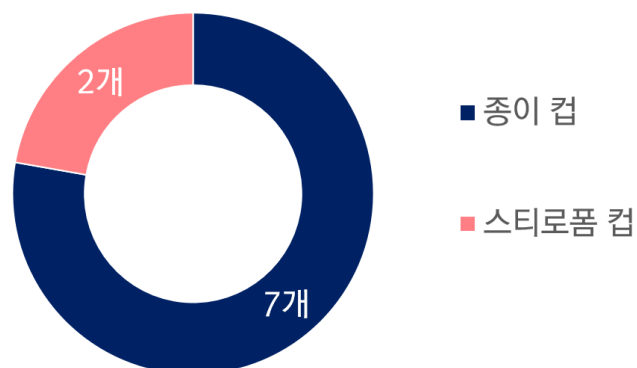


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 9개 중 7개, 종이 컵 용기에 제공

우즈베키스탄에서 판매되고 있는 컵라면 경쟁제품 9개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 종이 컵 용기에 내용물을 제공하는 것으로 확인됨. 그 외 2개 제품은 스티로폼 컵 용기를 사용함

[표 5.6] 우즈베키스탄 컵라면 포장 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 수입·유통업체 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑물 : 레바자, 오르존

(*) 오프라인 매장 : 마크로, 코르진카, 까르푸

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑물 : 1개 이상의 온라인 쇼핑물에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



마일드 맛 제품

공통 특징 ①
제품 유형

마일드 맛 제품

12개월

공통 특징 ②
유통기한

12개월



현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _ 진라면 순한 맛)

(-)

· 벤치마킹
가격

7,990송
(855원)

현지 벤치마킹 인기 제품
(마레벤푸드 _ 빅본맥스)

‘현지인의 입맛을
고려한 순한 맛의 라면’

순한 맛

· 벤치마킹
맛

소고기 그릴 맛

‘저렴한 가격과,
넉넉한 제품 용량’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 가격

▶ 벤치마킹 제품, 7,990숨에 판매

현지에서 판매되는 컵라면 경쟁제품 9개의 가격을 조사한 결과, 최소 5,700숨(약 610원)에서 최대 12,490숨(약 1,336원) 사이의 저렴한 가격대를 형성하고 있는 것으로 확인됨. 고객사 제품의 가격은 16,900숨(약 1,808원)으로 9개 경쟁제품보다 상대적으로 비싸며 제품의 중량 역시 65g으로 9개 경쟁제품의 평균 중량인 89g보다 작음

[표 5.7] 우즈베키스탄 컵라면 인기제품, 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) 한국 컵라면은 평균 25,000숨(한화 약 2,675원)으로, 도시락의 가격이 8,000숨(한화 약 856원)인 것을 감안했을 때, 중산층 및 저소득층이 구매하기엔 상대적으로 비싼 가격대를 형성하고 있습니다.

- 불라브카, Import Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 맛

▶ 벤치마킹 제품, 현지인의 입맛에 맞는 마일드한 맛

전문가 인터뷰에 따르면 우즈베키스탄에서 인기 있는 라면 제품은 맵지 않은 마일드한 맛의 제품임. 우즈베키스탄 음식은 대체로 맵지 않고 기름지다는 특징이 있음. 이와 더불어 우즈베키스탄에는 주로 요리를 집에서 해 먹는 식습관이 자리잡고 있어, 친숙한 맛의 제품이 인기 있는 것으로 확인됨

[표 5.8] 우즈베키스탄 컵라면 인기제품, 맛 인터뷰 분석

(인터뷰) 현지 소비자는 주로 매운 맛보다는 마일드한 맛의 음식을 선호합니다. 현지 소비자들은 신라면을 대체로 너무 맵다고 생각하며, 그보다는 덜 매운 마일드한 맛의 라면을 주로 구매합니다. 도시락은 집에서 만든 음식과 비슷한 맛이 난다는 이유로 소비자들에게 인기가 있습니다.

- 마크로, Sales Manager -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 컵라면 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		마레벤푸드	알코니	A사
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	코르진카 까르푸	마크로 코르진카 까르푸	마크로 코르진카
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	레바자 오르존	-	레바자
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌	러시아	글로벌
	SNS 플랫폼	브콘택테(러시아) 인스타그램(러시아)	인스타그램(러시아)	페이스북(글로벌)
홍보문구	제품의 맛 간편성 재료	경쟁기업 주요 홍보문구		
				
요약	판매채널	경쟁기업 3개사 모두 현지 슈퍼마켓 체인에 입점하였으며, 이 중 2개사는 우즈베키스탄 주요 온라인 채널에서도 판매		
	홍보채널	글로벌 혹은 러시아 홈페이지를 활용하고 있으며, 러시아 계정의 SNS 플랫폼을 주기적으로 업데이트하여 홍보 진행		
	홍보문구	제품의 맛, 간편성, 재료를 강조		

VI. 시사점

Instant Noodle Cup Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 26,000숨으로, 컵라면 경쟁제품 9개 평균인 10,533숨 대비 약 2.5배 더 높은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 매운 맛 경쟁제품 6개의 평균은 9,995숨으로 고객사 제품보다 16,000숨 가량 저렴했으며, 마일드 맛 경쟁제품 3개의 평균은 11,609숨으로 고객사 제품보다 14,000숨 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 65.0g으로, 컵라면 경쟁제품 10개 평균인 89.0g 대비 약 36% 작은 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 매운 맛 경쟁제품 6개의 평균은 91.0g으로 고객사 제품보다 26.0g 가량 컷으며, 마일드 맛 경쟁제품 3개의 평균은 87.0g으로 고객사 제품보다 22.0g 가량 컷음

Instant Noodle Cup Package&Text



Point. 1



우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 9개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 고객사 제품과 같은 종이 컵 용기에 내용물을 제공하는 것으로 확인됨. 그 외 2개 제품은 스티로폼 컵 포장 형태를 나타냄. 한편, 경쟁제품 9개의 유통기한을 조사한 결과, 9개 제품 모두 12개월인 것으로 나타남. 이는 고객사 제품 유통기한 6개월보다 6개월 더 긴 수준이었음

Point. 2



우즈베키스탄 컵라면 경쟁제품 9개의 맛을 조사한 결과, 7개 제품이 고객사 제품 맛과 유사한 소고기 맛 제품인 것으로 나타남. 뒤이어 2개 제품이 김치 맛인 것으로 나타남. 한편 경쟁제품 9개의 제품 홍보문구를 조사한 결과, 2개 제품이 맛을 강조한 홍보문구를, 2개 제품이 원산지를 강조한 홍보문구를, 2개 제품이 섭취 간편성을 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남

Uzbekistan Market Competitor



Point. 1



우즈베키스탄 시장에 진출한 컵라면 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 중 알코니가 마크로, 코르진카, 까르푸 3개 유통채널에 모두 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널로는 알코니를 제외한 2개사가 진출했으며, 레바자에는 2개사 모두 진출하였고 오르존에는 마레벤푸드만 진출하였음

Point. 2



우즈베키스탄 시장에 진출한 컵라면 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 맛, 간편성, 재료를 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 한국 경쟁기업 A사를 제외한 2개사가 모두 러시아어 계정을 통해 제품 홍보 활동을 진행하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



우즈베키스탄 현지 컵라면 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 담당자 3명이 취급하는 컵라면 제품의 소비자가격 범위는 12,000~18,000숨으로 나타남. 이는 고객사 컵라면 제품 가격인 16,900숨이 포함되는 범위임. 한편 담당자 3명이 선호하는 컵라면 중량은 65~120g으로 나타나 고객사 컵라면 제품 중량인 65g이 상대적으로 작았음

Point. 2



러시아 현지 수입·유통업체 인터뷰 결과, 경쟁제품 중 도시락 제품은 시장에 유통된 지 오래되었고, 온라인 뿐 아니라 일반 식료품점에서도 쉽게 구매할 수 있어 컵라면 시장에서 우위를 점하고 있다는 답변을 수취함. 또한 롤턴, 도시락 등의 제품은 집에서 만든 음식과 비슷한 맛이 난다는 이유로 인기가 많으나, 고객사 제품의 경우 대체로 맵다고 생각하는 경우가 많다고 언급함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 레바자(Le Bazar) 홈페이지 (lebazar.uz)
2. 오르존(Orzon) 홈페이지 (orzon.uz)
3. 스타티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
4. 마크로(Makro) 홈페이지 (makromarket.uz)
5. 코르진카(Korzinka) 홈페이지 (korzinka.uz)
6. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (carrefouruzbekistan.com)
7. 마레벤푸드(Mareven Food) 홈페이지 (mareven.com)
8. 알코니(Ал ь к о н и) 홈페이지 (alkoni.kg)
9. 불라브카(Bulavka) 홈페이지 (bulavka.uz/uz)
10. 마크로(Makro) 판매 페이지 (makro.zakaz.uz/ru)
11. 케이몰(Kmall) 홈페이지 (kmall.uz)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.08.27

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea