aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2021
해외시장 맞춤조사

No.	|	202112-34
품목	|	게살 가공품(Processed Crab)
HS CODE	|	1605.10-1091
국가	|	대만(Taiwan)
구분	|	경쟁력분석형

KaTi
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약 03

Ⅱ. 경쟁제품

1. 대만 게살 가공품 경쟁제품 선정 05
2. 대만 게살 가공품 경쟁제품 조사지표 선정 09
3. 대만 게살 가공품 경쟁제품 현지조사 결과 10

Ⅲ. 경쟁기업

1. 대만 게살 가공품 경쟁기업 선정 25
2. 대만 게살 가공품 경쟁기업 현지화 분석 기준 26
3. 대만 게살 가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 28

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 지아스하이시엔(家適海鮮) 38
Interview ② 우띠하오스(無敵好食) 40
Interview ③ 위따시아(魚大俠) 42

Ⅴ. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 45
2. 벤치마킹 제품 분석 50
3. 기업 마케팅 벤치마킹 52

Ⅵ. 시사점 53

*참고문헌 55

Summary

A사~E사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	오이시이	시옹마마마이차이왕
	바로먹는 게살장	A사
	영덕게딱지장	E사
	영덕게살장	E사
	영덕매운게장	E사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

속초 붉은대게 딱지장 (C사)		바로먹는 게살장 (A사)	
	가격 129.0 타이완달러		가격 169.0 타이완달러
	중량 80.0g		중량 90.0g
제품명 및 홍보문구 중국어로 표기		한국산 강조 홍보문구	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	위짠마오이요우시앤공스	후지미츠	A사
국적	대만	일본	한국
제품 현지화	○	○	○
포장 현지화	●	○	◐
생산 방식	●	◐	◐
입점 채널	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용
홍보 채널	자사 홈페이지(대만), SNS 플랫폼(대만)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(대만) SNS 플랫폼(한국)

대만 현지 진출 경쟁기업 현황

경쟁기업 3개사 중, **한국기업 1개사는 포장** 디자인 문구를 대만 **현지화**

+

경쟁기업 3개사 중 **2개사,** 주요 **SNS 플랫폼 페이스북을 활용**해 기업 및 제품 홍보

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(10개)			
가격(100g당) (125.6 타이완달러)	◐	게살 가공품 (6개)	166.4 타이완달러	게맛살 (4개)	73.3 타이완달러
중량(g) (180.0g)	○	게살 가공품 (6개)	208.3g	게맛살 (4개)	165.0g
포장 형태(내부) (플라스틱 박스)	◐	플라스틱 트레이	플라스틱 박스	알루미늄 캔	플라스틱 파우치
		5개	3개	1개	1개

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
유통기한 (24개월)	◐	24개월	12개월	1개월	10일
		6개	2개	1개	1개
브랜드 국적 (한국)	●	대만	한국	일본	
		8개	2개	1개	
홍보문구(중복값 有) (원산지, 성분 강조)	◐	사용법	맛	성분	품질	원산지
		6개	6개	4개	3개	3개

● 차별화된 경쟁력 ◐ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 비슷한 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 6개가 제품 사용법 및 맛을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 한국기업 1개사는 제품 포장 디자인 문구를 대만 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 주요 SNS 플랫폼 페이스북을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 대만 게살 가공품 경쟁제품 선정
2. 대만 게살 가공품 경쟁제품 조사지표 선정
3. 대만 게살 가공품 경쟁제품 현지조사 결과

1. 대만 게살 가공품 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	든게진게 게살큐브
제품 종류	게살 가공품
FOB가격	약 226 타이완달러[1] (9,500원)
중량	180g (4분할/6분할)
포장	플라스틱 박스
특징	한국산 대게살이 분할된 용기에 담겨 간편 활용

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명: 든게진게 게살큐브
- 제품 종류: 게살 가공품
- FOB가격: 약 226타이완달러(9,500원)
- 중량: 180g
- 포장 형태: 플라스틱 박스

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 모모샵(Momoshop): 12.4%
2. 쇼피(Shopee): 11.4%
3. 야후 바이(Yahoo Buy): 8.5%

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 5개 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

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) 1타이완달러=42.03원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

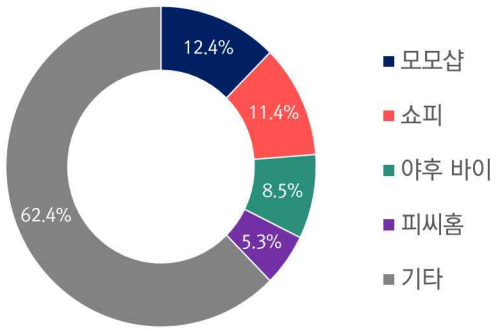
● **대만 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)**

▸ 대만 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 모모샵, 쇼피, 야후 바이

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 대만 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 모모샵(Momoshop), 쇼피(Shopee), 야후 바이(Yahoo Buy)로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 32.3%임

사이트명	취급 종류
모모샵	가공식품, 건강식품, 차, 조미료 등
쇼피	가공식품, 음료, 스낵, 반려동물용품, 건강식품 등
야후 바이	가공식품, 음료, 스낵, 건강식품, 유제품 등

[표 2.1] 대만 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▸ 인기 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 10위 내에 든 경쟁제품, 총 5개

대만 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 5개 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	모모샵	쇼피	야후 바이
1	뛔이포우디왕시에로우지아오 (엑설런트 프레쉬 매치)	르시펑웨이시에방 (샹유쉐이찬)	리스시에로우방 (하이로우판지아)
2	오이시이 (시옹마마마이차이왕)	프시펑웨이 띠왕쉐웨이방 (러후아))	츠키지 이치방 프레시 카니노아시 (츠키지 이치방 프레시)
3	더킹크랩스 (B사)	시에관로우징쭝 (까오리 야쿠아틱 프로덕츠)	오이시이 (시옹마마마이차이왕)
4	교오무요오레이토오카니카마 (야마사)	영덕게딱지장 (E사)	르뻔디왕시에로우방 (쭈송)
5	홍게살장 (C사)	에이지시에관로우 (쭝팡쉐이찬)	영덕게살장 (E사)
6	르스펑웨이시에웨이방 (진홍리스예구펀요우시앤공스)	시티피크틱 재패니즈 크랩 스틱 (펑웨이지아)	영덕게살 (E사)
7	자송예시에키안치에로우 (싼둔판)	바로먹는 게살장 (A사)	영덕매운게장 (E사)
8	바로먹는 게살장 (A사)	영덕게살장 (E사)	영덕게딱지장 (E사)
9	간장청게장 (D사)	츄케시에지아오로우 (러후아)	르뻔 야마구치 따시에로우방 (쭈송)
10	칠게젓 (D사)	영덕매운게장 (E사)	디왕시에로우방 (구산둔)

3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 모모샵(Momo Shop) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지, 야후 바이(Yahoo Buy) 홈페이지

3) 조사 지역 및 매장 선정

대만 타이베이 정보[2)]

인구	260만 2,000명
면적	271.8㎢
인구밀도	9,573명/㎢

▸ 대만 타이베이, 방문지역으로 선정

대만의 북부에 위치한 수도 타이베이시(台北市)를 방문지역으로 선정함. 대만의 수도 타이베이는 대만의 정치, 경제, 교육, 문화의 중심이며 주요 첨단산업이 크게 발달해 있는 도시임. 타이베이시 내 방문지역 중 중산구는 타이베이시 핵심업무지구 중 하나로, 고급 호텔이 밀집된 지역임. 다안구는 타이베이시 지역구 중 인구 1위 지역으로, 타이완대학, 타이완사범대학 등 유명 대학이 모여있는 지역임. 신이구는 시청, 타이베이 101, 타이베이 세계무역센터 등 주요 시설이 밀집한 지역으로, 타이베이시 지역구 중 가장 국제화된 지역임

▸ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 유기농 매장, 편의점

게살 가공품이 포함된 대만 가공육, 가공해산물, 대체육(Processed Meat, Seafood and Alternatives to Meat)[3)]의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 51.5%로 가장 높았으며, 유기농 매장을 포함한 개인 및 기타 식료품점 22.6%, 온라인 20.6%, 편의점 2.9%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 대만 게살 가공품 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	51.5%	까르푸(Carrefour), 알티 마트(RT Mart), 피엑스마트(PX Mart)
혼합 소매업체[4)]	22.6%	그린앤세이프(Green&Safe), 오렌지 마트(Orange Mart)
온라인	20.6%	모모샵(Momo Shop), 쇼피(Shopee), 야후 바이(Yahoo Buy)
편의점	2.9%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart)

고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 타이베이(台北) 정부 홈페이지
3) 유로모니터(Euromonitor), 2021 대만 식품 유통채널(Distribution of Processed Meat, Seafood and Alternatives to Meat) 정보
4) 혼합 소매업체는 유기농 매장을 포함함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
  (*) 모모샵(Momo Shop), 쇼피(Shopee), 야후 바이(Yahoo Buy)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
  (*) 그린 앤 세이프(Green&Safe), 오렌지 마트(Orange Mart), 까르푸(Carrefour), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 게살 가공품: 게살을 주원료로 사용한 가공식품
- 게맛살: 모양, 식감, 색상 등을 게의 살에 가깝게 만든 가공식품

[표 2.4] 대만 게살 가공품 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	게살 가공품	게맛살
① 렁동펑후예셩비앤시에취커시에쟈오로우 (용펑위셩지구펀요우시앤공스)	○ (그린 앤 세이프)	(-)	○	
② 시에관로우 (하이짠시앤핀)	○ (오렌지 마트)	(-)	○	
③ 바로먹는 게살장 (A사)	○ (까르푸)	○ (모모샵, 쇼피)	○	
④ 마츠바시에치앤 (샹이위예요우시앤공스)	○ (까르푸)	(-)	○	
⑤ 슈디왕시에쟈오 (위짠마오이요우시앤공스)	○ (까르푸)	(-)	○	
⑥ 속초 붉은대게 딱지장 (C사)	○ (패밀리마트)	○ (모모샵)	○	
⑦ 쉬에창시에웨이방 (위엔지아치예구펀요우시앤공스)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 야후 바이)		○
⑧ 코레타라바 (후지미츠)	○ (까르푸)	(-)		○
⑨ 르스펑웨이시에웨이방 (진홍리스예구펀요우시앤공스)	○ (까르푸)	○ (모모샵)		○
⑩ 페이위루안쉬에시에펑웨이리우 (쟈푸구펀요우시앤공스)	○ (세븐일레븐)	(-)		○

(*) 현지 판매 게살 가공품 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기 브랜드 제품

2. 대만 게살 가공품 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 대만 게살 가공품 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 대만 게살 가공품 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	중량(g)	제품의 전체 중량
제품 종류	게살 가공품	게살을 주원료로 사용한 가공식품
	게맛살	모양, 식감, 색상 등을 게의 살에 가깝게 만든 가공식품
포장 형태	플라스틱 박스	플라스틱 소재의 박스
	플라스틱 트레이	플라스틱 소재의 트레이
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	종이 박스	종이 소재의 박스
	종이 띠지	종의 소재의 띠지
	알루미늄 캔	알루미늄 소재의 캔
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
브랜드 국적		제품 브랜드의 국적
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

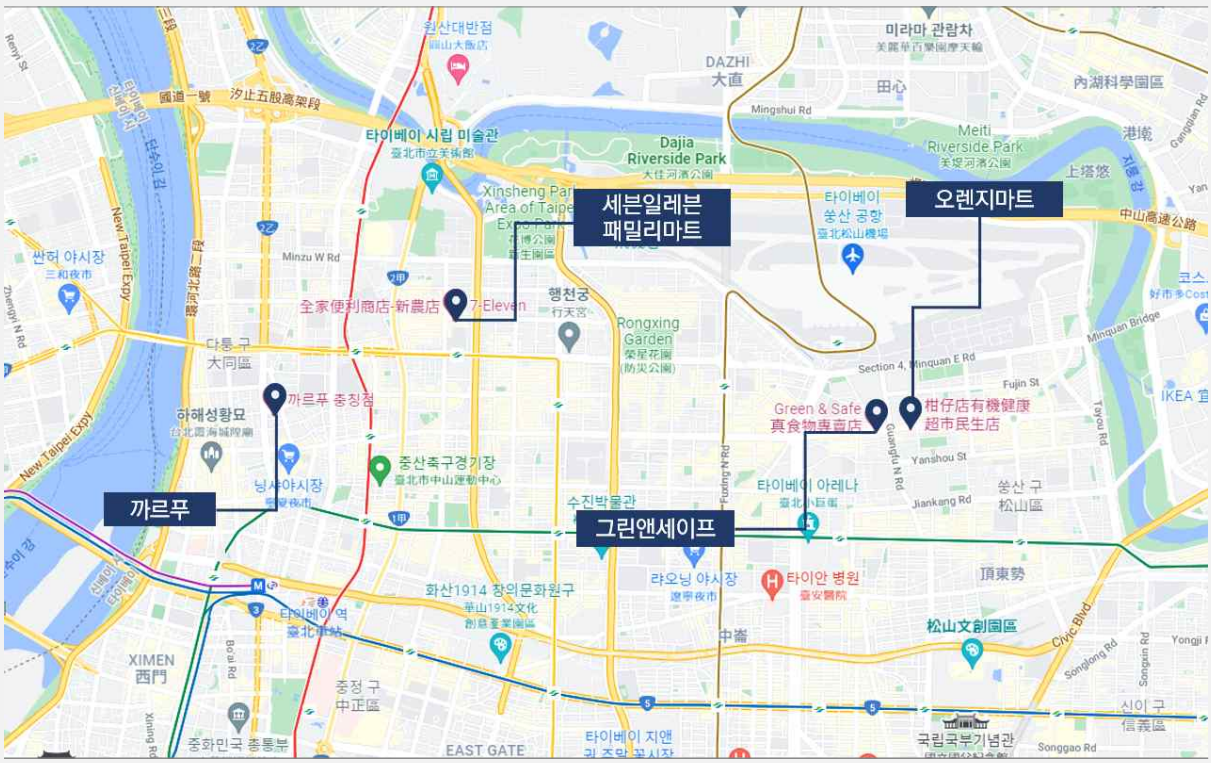
3. 대만 게살 가공품 경쟁제품 현지조사 결과

▸ **대만 타이베이에 위치한 유기농 매장, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점**

대만 타이베이에 위치한 유기농 매장 그린 앤 세이프(Green &Safe)와 오렌지 마트(Orange Mart), 하이퍼마켓/슈퍼마켓 까르푸(Carrefour), 편의점 세븐일레븐(7-Eleven)과 패밀리마트(Family Mart)를 방문함. 이 중 그린 앤 세이프는 매장 내에 식당을 오픈하여 유기농 재료로 만든 요리를 판매하고 있으며, 까르푸는 대만 내 최대 규모의 하이퍼마켓 브랜드 중 하나임

[표 2.6] 대만 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
그린 앤 세이프 (Green&Safe)	유기농 매장	1	· 1998년 설립된 유기농 매장 · 다양한 유기농 식품을 판매하며 11개 매장 보유
오렌지 마트 (Orange Mart)	유기농 매장	1	· 대만의 유기농 체인 매장으로 10개 매장 보유 · 유기농 제품을 비롯한 신선식품 및 생활용품 판매
까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	6	· 1959년 설립된 프랑스의 하이퍼마켓 · 1987년 대만 진출 후 현재 120개 매장 운영 중
세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	1	· 미국의 편의점 체인으로 대만에 1978년 진출 · 현재 대만 최대 규모 편의점 기업으로 성장
패밀리마트 (Family Mart)	편의점	1	· 1973년 설립된 편의점 체인으로 1988년 대만 진출 · 2013년 PB브랜드 출시함



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▸ 경쟁제품, 10개 모두 1개 매장에서 판매

그린 앤 세이프(Green&Safe). 오렌지 마트(Orange Mart), 까르푸(Carrefour), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart)매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 모든 제품이 1개 매장에서 판매중인 것으로 조사됨. 이 중 까르푸는 6개 제품을 취급하며, 조사매장 5개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	그린 앤 세이프	오렌지 마트	까르푸	패밀리마트	세븐일레븐
① 렁동펑후예셩비앤시에취커시에쟈오로우 (용펑위셩지구펀요우시앤공스)	○				
② 시에관로우 (하이쫜시앤핀)		○			
③ 바로먹는 게살장 (A사)			○		
④ 마츠바시에치앤 (샹이위예요우시앤공스)			○		
⑤ 슈디왕시에쟈오 (위짠마오이요우시앤공스)			○		
⑥ 속초 붉은대게 딱지장 (C사)				○	
⑦ 쉬에창시에웨이방 (위엔지아치예구펀요우시앤공스)			○		
⑧ 코레타라바 (후지미츠)			○		
⑨ 르스펑웨이시에웨이방 (진홍리스예구펀요우시앤공스)			○		
⑩ 페이위루안쉬에시에펑웨이리우 (쟈푸구펀요우시앤공스)					○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 그린 앤 세이프(Green & Safe)

매장 정보

- **유형: 유기농매장**
- **판매 제품 특징:**
  유기농 식료품, 유제품, 차, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  쑹산 공항 인근에 위치
  주변에 식당가, 학교, 공원, 병원 등이 위치함
  오렌지마트와 한 블럭 떨어져 있음
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[5]	GREEN & SAFE	그린 앤 세이프(Green & Safe)는 1998년 설립된 유기농 매장으로 유기농 신선 제품 및 다양한 간편식 제품을 판매하고 있음. 판매 되는 제품의 품질 유지를 위해 제3자 기관에게 품질 검사를 받고 있음
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	타이페이
		상세주소	No. 110, Section 5, Minsheng E Rd, Songshan District, Taipei City, Taiwan

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**

제품 판매 정보	**판매 게살 가공품 경쟁제품 정보**
	렁동펑후예셩비앤시에취커시에쟈오로우 (용펑위셩지구펀요우시앤공스)

사진자료: 현지조사원 자료

5) 그린 앤 세이프(Green & Safe) 홈페이지

제품명 (현지어)	렁동펑후예셩비앤시에취커시에쟈오로우 (冷凍澎湖野生扁蟹去殼蟹腳肉)	**제조사 (현지어)**	용펑위셩지구펀요우시앤공스 (永豐餘生技股份有限公司)
제품 종류	게살 가공품	**중량**	190.0g
소비자가격	420.0타이완달러 (17,653원)	**100g당 가격**	221.1타이완달러 (9,293원)
원산지	대만	**브랜드 국적**	대만
유통기한	12개월	**포장 형태**	플라스틱 트레이
기타 표기사항	먹기 하루 전 냉장실에 보관하거나 흐르는 물에 10분간 해동, 풍미와 품질을 위해 해동 후 바로 조리하세요, 본 제품은 갑각류를 포함하고 있으며 알레르기가 있는 사람에게는 적합하지 않습니다, 영하18도 이하 냉동보관		
홍보문구	볶음요리, 계란찜에 사용, 중금속 정기 검사, 본 제품은 화학 약품이 첨가되지 않음		
원료 및 첨가물	납작게		

Shop ② 오렌지 마트(Orange Mart)

매장 정보

- **유형: 유기농매장**
- **판매 제품 특징:**
  유기농 식료품, 유제품, 차, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  쑹산 공항 인근에 위치
  주변에 식당가, 학교, 공원, 병원 등이 위치함
  그린 앤 세이프와 한 블럭 떨어져 있음
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[6]	柑仔店 Organic Health Mart	오렌지 마트(Orange Mart)는 대만의 유기농 체인 매장으로 대만에 10여 개의 매장을 운영하고 있음. 건강하고 친환경적인 유기농 제품과 안심되는 식재료를 제공하고 있음	
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	타이페이
		상세주소	No. 26, Section 5, Minsheng E Rd, Songshan District, Taipei City, Taiwan
매장 내부 전경	**매장 내부 전경**		
제품 판매 정보	**판매 게살 가공품 경쟁제품 정보**		
	시에관로우 (하이짠시앤핀)		

사진자료: 현지조사원 자료

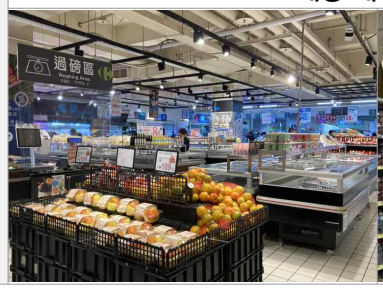
6) 오렌지 마트(Orange Mart) 페이스북 페이지

제품명 (현지어)	시에관로우 (蟹管肉)	**제조사 (현지어)**	하이쫜시앤핀 (海撰鮮品)
제품 종류	게살 가공품	**중량**	130.0g
소비자가격	117.0타이완달러 (4,918원)	**100g당 가격**	90.0타이완달러 (3,783원)
원산지	베트남	**브랜드 국적**	대만
유통기한	12개월	**포장 형태 (외부/내부)**	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이
수입자	海撰鮮品	**기타 표기사항**	바로 식용이 불가하며 완전한 가열 후 섭취하세요, 본 제품에는 게가 함유되어 있으며, 알러지가 있는 사람에게는 적합하지 않습니다, 영하18도이하 냉동보관
홍보문구	원산지 직배송, SGS테스트 통과, 캐세이생명 제조물 배상 책임보험, 역삼투압 2차 세척		
원료 및 첨가물	게살		

Shop ③ 까르푸(Carrefour)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  닝샤 야시장 인근에 위치
  주변에 호텔, 레스토랑, 경찰서 등이 위치해 있음
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[7]	Carrefour 家樂福線上購物	까르푸(Carrefour)는 1959년에 설립된 프랑스 하이퍼마켓 브랜드로 전 세계 30여 개국에 진출함. 대만에는 1987년 처음 매장을 오픈한 이후 총 120여개의 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 6개		
매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	타이페이
		상세주소	No. 171, Section 2, Chongqing N Rd, Datong District, Taipei City, Taiwan
매장 내부 전경	**매장 내부 전경**		
			
제품 판매 정보	**판매 게살 가공품 경쟁제품 정보**		
	바로먹는 게살장 (A사)	쉬에창시에웨이방 (위엔지아치예구펀 요우시앤공스)	코레타라바 (후지미츠)
	마츠바시에치앤 (샹이위예요우시앤공스)	슈디왕시에쟈오 (위짠마오이요우시앤공스)	르스펑웨이시에웨이방 (진홍리스예구펀 요우시앤공스)

사진자료: 현지조사원 자료, 모모샵/야후 바이/쇼피 웹사이트

7) 까르푸(Carrefour) 홈페이지

제품명 (현지어)	바로먹는 게살장 (바로먹는 게살장)	**제조사 (현지어)**	A사
제품 종류	게살 가공품	**중량**	90.0g
소비자가격	169.0타이완달러 (7,103원)	**100g당 가격**	187.8타이완달러 (7,893원)
원산지	한국	**브랜드 국적**	한국
유통기한	24개월	**포장 형태 (외부/내부)**	종이 박스/ 알루미늄 캔
수입자	韓英國際有限公司	**기타 표기사항**	영하18도 이하 냉동보관
홍보문구	한국산, 게딱지랑 게살이 들어있어요, 따뜻한 밥과 함께 즐기세요, 다른 식재료들과 함께 조리해서 즐기세요		
원료 및 첨가물	게장(대게장, 식용주, 감미료, 식염, 설탕, 조미료), 생선연육(어육, 밀전분, 식염, 게추출물, 설탕), 마요네즈, 참기름		

제품명 (현지어)	쉬에창시에웨이방 (鱈場蟹味棒)	**제조사 (현지어)**	위엔지아치예구펀요우시앤공스 (元家企業股份有限公司)
제품 종류	게맛살	**중량**	250.0g
소비자가격	115.0타이완달러 (4,833원)	**100g당 가격**	46.0타이완달러 (1,933원)
원산지	대만	**브랜드 국적**	대만
유통기한	24개월	**포장 형태**	플라스틱 트레이
기타 표기사항	영하18도 이하 냉동보관		
홍보문구	보다 나은 게 맛, 보다 나은 해산물, 신제품		
원료 및 첨가물	생선연육, 단백질, 대두유, 감자전분, 증점제, 감미료, 향료, 식염, 설탕, 게향, 조미료, 품질개선제, 카민, 고추색소, 홍국색소, 접착제		

제품명 (현지어)	코레타라바 (これタラバー)	제조사 (현지어)	후지미츠 (フジミツ)
제품 종류	게맛살	중량	90.0g
소비자가격	95.0타이완달러 (3,993원)	100g당 가격	105.6타이완달러 (4,438원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
유통기한	1개월	포장 형태	플라스틱 트레이
수입자	信利貿易有限公司	기타 표기사항	바로 식용이 불가하며 완전한 가열 후 섭취하세요, 개봉 후에는 되도록 빨리 드세요, 검은 반점은 생선 껍질이며, 안심하고 드셔도 됩니다 1-7도 냉장보관
홍보문구	게풍미의가마보코(어묵), 있는 그대로 안주로, 샐러드 토핑으로		
원료 및 첨가물	어육(대구), 설탕, 옥수수전분, 식염, 발효밀가루(소맥분, 효모), 게 추출물, 덱스트린, 곤약분말, 계란흰자, 효모추출물, 가공전분(타피오카전분, 젤라틴화전분), 초산나트륨, 향료, 탄산나트륨, 대두레시틴, 칼슘, 식용색소(고추, 토마토)		

제품명 (현지어)	마츠바시에치앤 (松葉蟹鉗)	제조사 (현지어)	샹이위예요우시앤공스 (上億漁業有限公司)
제품 종류	게살 가공품	중량	260.0g
소비자가격	489.0타이완달러 (20,553원)	100g당 가격	188.1타이완달러 (7,906원)
원산지	일본	브랜드 국적	대만
유통기한	24개월	포장 형태 (외부/내부)	종이 띠지/ 플라스틱 박스
수입자	上億漁業有限公司	기타 표기사항	영하18도 이하 냉동보관
홍보문구	신선함, 일본산, 마츠바 게의 최대의 산지는 돗토리현으로 마츠바는 게의 여왕으로 알려져 있으며 일본 3대 명물 중 하나입니다, 집게발의 수확량은 희소하여 귀중하며 속에 가득찬 살은 탄탄하며 달콤하고 맛있습니다		
원료 및 첨가물	마츠바 게, 식염		

제품명 (현지어)	슈디왕시에쟈오 (熟帝王蟹腳)	**제조사 (현지어)**	위짠마오이요우시앤공스 (鈺贊貿易有限公司)
제품 종류	게살 가공품	**중량**	500.0g
소비자가격	749.0타이완달러 (31,480원)	**100g당 가격**	149.8타이완달러 (6,296원)
원산지	칠레	**브랜드 국적**	대만
유통기한	24개월	**포장 형태 (외부/내부)**	종이 띠지/ 플라스틱 박스
수입자	鈺贊貿易有限公司	**홍보문구**	극품(최상품)
기타 표기사항	본 상품은 게를 포함하고 있으며, 알레르기가 있는 사람에게는 적합하지 않습니다, 해동 후 가열하여 섭취하세요, 영하18도 이하 냉동보관		
원료 및 첨가물	킹크랩 다리		

제품명 (현지어)	르스펑웨이시에웨이방 (日式風味蟹味棒)	**제조사 (현지어)**	진홍리스예구펀요우시앤공스 (金洪利實業股份有限公司)
제품 종류	게맛살	**중량**	270.0g
소비자가격	139.0타이완달러 (5,842원)	**100g당 가격**	51.5타이완달러 (2,165원)
원산지	태국	**브랜드 국적**	대만
유통기한	24개월	**포장 형태**	플라스틱 트레이
수입자	金洪利實業股份有限公司	**기타 표기사항**	본 상품은 어류, 계란 제품을 포함하고 있습니다
홍보문구	해동 후 바로 섭취하거나, 개인의 취향에 맞게 조리하여 즐기세요, 맛있음		
원료 및 첨가물	냉동대구연육(금선어가루, 설탕, 계란흰자, 탄산나트륨), 물, 변성전분, 단백질분말(계란), 정제대두유, 식염, 아미노초산, L-나트륨글루텐, 감미료 포도당시럽, 천연향료, 게향료, 토마토색소, 카민, 고추색소		

Shop ④ 세븐일레븐(7-Eleven)

매장 정보

- **유형: 편의점**
- **판매 제품 특징:** 음료, 스낵, 신선식품, 가공식품, 생활용품 등을 판매함
- **매장 주변 특징:** 상업지역 내에 위치해 있음 근처에 레스토랑, 상점, 야시장, 학교 등이 있음
- **주요 고객층:** 현지 주민

브랜드 기본 정보[8]	7-ELEVEN	세븐일레븐(7-Eleven)는 미국의 글로벌 편의점 체인임. 대만에는 1978년에 진출하였으며, 대만 최대 규모의 편의점 체인점으로 성장함. 고객 서비스로 배송서비스와 픽업서비스 등을 제공하고 있음	
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	타이페이
		상세주소	No. 28, Nong'an St, Zhongshan District Taipei City, Taiwan
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
제품 판매 정보	판매 게살 가공품 경쟁제품 정보		
	페이위루안쉬에시에펑웨이리우 (쟈푸구펀요우시앤공스)		

사진자료: 현지조사원 자료, 모모샵/야후 바이/쇼피 웹사이트

8) 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

제품명 (현지어)	페이위루안쉬에시에펑웨이리우 (飛魚卵鱈蟹風味柳)	**제조사 (현지어)**	쟈푸구펀요우시앤공스 (佳福股份有限公司)
제품 종류	게맛살	**중량**	50.0g
소비자가격	45.0타이완달러 (1,891원)	**100g당 가격**	90.0타이완달러 (3,783원)
원산지	대만	**브랜드 국적**	대만
유통기한	10일	**포장 형태**	플라스틱 파우치
인증	HACCP, ISO 22000		
기타 표기사항	개봉 후에는 품질 보장을 위해 되도록 빨리 드세요, 검은 반점은 생선 껍질이며, 안심하고 드셔도 됩니다, 본 상품은 생선살, 계란, 어란, 게, 콩 제품을 포함하고 있으며 알레르기가 있는 사람에게는 적합하지 않습니다, 5도 이하 냉장보관		
홍보문구	게풍미의가마보코(어묵), 날치알 증량, 바로 섭취 가능, 전자레인지 혹은 끓는 물에 데워서 드시거나 찜, 구이, 샐러드 등의 재료로 조리하여 드셔도 좋습니다		
원료 및 첨가물	어육, 물, 옥수수전분, 설탕, 단백질, 보리발효액, 발효조미료(알코올), 소금, 양조식초, 날치알, 게 추출물, 향료, 초산나트륨, 감미료, 게향, 토마토색소, 카로틴, 숙신산이나트륨		

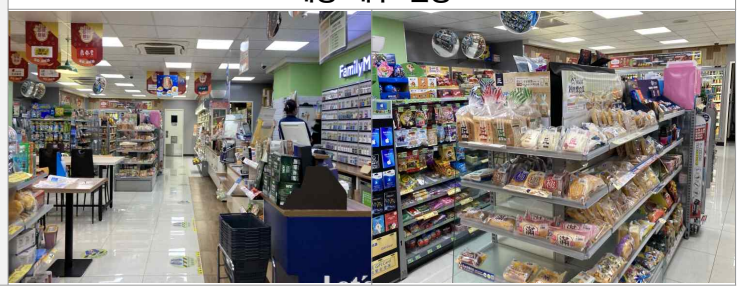
Shop ⑤ 패밀리마트(Family Mart)

매장 정보

- **유형: 편의점**
- **판매 제품 특징:**
  음료, 스낵, 신선식품, 가공식품, 생활용품 등을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  상업지역 내에 위치해 있음 근처에 레스토랑, 상점, 야시장, 학교 등이 있음
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[9]	FamilyMart	패밀리마트(Family Mart)는 1973년 설립된 편의점 체인으로 대만에는 1988년에 진출함. 회원 1,000만 명 이상을 보유하고 있으며, 2013년에는 자체 브랜드 패밀리마트 컬렉션(Family Mart Collection)을 출시하였음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	타이페이
		상세주소	No. 26, Nong'an St, Zhongshan District, Taipei City, Taiwan

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**
	

제품 판매 정보	**판매 게살 가공품 경쟁제품 정보**
	속초 붉은대게 딱지장 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료

9) 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지

제품명 (현지어)	속초 붉은대게 딱지장	**제조사 (현지어)**	C사
제품 종류	게살 가공품	**중량**	80.0g
소비자가격	129.0타이완달러 (5,422원)	**100g당 가격**	161.3타이완달러 (6,779원)
원산지	한국	**브랜드 국적**	한국
유통기한	24개월	**포장 형태 (외부/내부)**	종이 띠지/ 플라스틱 박스
수입자	岢利亞貿易有限公司	**기타 표기사항**	밀, 참깨, 계란, 게 등 관련 제품 함유, 영하18도 이하 냉동보관
홍보문구	고소한 참기름이 들어있어요, 해동 후 참기름과 함께 즐기세요, 전자레인지로 해동해주세요, 실온에서 해동 후 따뜻한 밥과 함께 즐기세요, 해동 후 다른 식재료들과 함께 조리해서 즐기세요, 양양의 농부		
원료 및 첨가물	대게게장, 대구연육, 밀전분, 타피오카전분, 소금, 설탕, 마요네즈, 조미액, 게향, 들기름, 참기름, 해염		

Ⅲ. 경쟁기업

1. 대만 게살 가공품 경쟁기업 선정
2. 대만 게살 가공품 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 대만 게살 가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 대만 게살 가공품 경쟁기업 선정

▸ 대표 경쟁기업으로 게살 가공품 판매 한국기업 1개사, 대만기업 1개사와 게맛 가공품 판매 일본기업 1개사, 총 3개사 선정

대만 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 게살 가공품을 판매하는 한국기업 1개사, 대만기업 1개사와 게맛 가공품을 판매하는 일본기업 1개사, 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품의 유통 및 판매를 위탁하는 경우도 있으나, 상품을 개발하고 원료 생산을 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▸ 경쟁기업 3개사, 평균 55년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 55년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 위짠마오이요우시앤공스는 1998년에 설립되어 약 23년째 사업을 이어오고 있으며, 후지미츠는 134년, A사는 9년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▸ 경쟁기업 3개사, 게살 가공품 동일품목 종류 조사

대만에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 게살 가공품의 동일 품목 수를 조사한 결과 위짠마오이요우시앤공스, 후지미츠, A사 모두 1개의 제품을 판매하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.1] 게살 가공품 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
위짠마오이요우시앤공스	대만	23년	1개
후지미츠	일본	134년	1개
A사	한국	9년	1개

자료: 대만 진출 게살 가공품 경쟁기업 3개사 분석

2. 대만 게살 가공품 경쟁기업 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	게살 및 게맛 가공품

▸ 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 문구 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 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	그린 앤 세이프, 오렌지 마트, 까르푸, 세븐일레븐, 패밀리마트
온라인	모모샵, 야후 바이, 쇼피

▸ 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	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 대만 게살 가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▸ 경쟁기업 3개사 대만 오프라인 매장 진출

대만에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 위짠마오이요우시앤공스, 후지미츠, A사 모두 까르푸에 입점한 것이 확인되었으며, 온라인 채널에는 입점하지 않은 것으로 확인됨

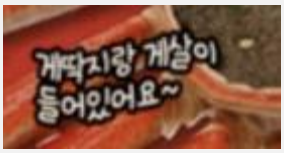
▸ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

대만 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 위짠마오이요우시앤공스는 대만 홈페이지를 운영하고 있으며, 후지미츠는 글로벌 홈페이지를, A사는 대만 및 한국 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 통한 홍보활동으로는, 위짠마오이요우시앤공스가 대만 계정의 SNS 플랫폼을 통해 홍보 활동을 진행하고 있으며, 후지미츠와 A사는 자국어 계정의 SNS 플랫폼을 운영하고 있는 것으로 확인됨

▸ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질과 재료, 섭취방법 등을 강조

대만 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 품질을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 품질을 나타내는 문구로는 '극품(최상품)', '엄선, 검품, 양질, 보증', '식품 안전에 대한 약속' 등을 사용함. 재료를 강조하는 문구로는 '게 풍미의 가마보코(어묵)', '게딱지랑 게살이 들어있어요' 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 섭취방법을 강조하는 문구로 '있는 그대로 안주로', '샐러드 토핑으로', '따뜻한 밥과 함께 즐기세요.', '다른 식재료들과 함께 조리해서 즐기세요' 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 대만 게살 가공품 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
위짠마오이요우 시앤공스	• 오프라인 매장 – 까르푸	• 자사 홈페이지 (대만) • SNS 플랫폼 (대만) – 페이스북	– 극품(최상품) – 4가지의 약속: 엄선, 검품, 양질, 보증	
후지미츠	• 오프라인 매장 – 까르푸	• 자사 홈페이지 (글로벌) • SNS 플랫폼 (일본) – 페이스북 – 유튜브 – 트위터	– 게 풍미의 가마보코(어묵) – 있는 그대로 안주로 – 샐러드 토핑으로 – 식품 안전에 대한 약속	
A사	• 오프라인 매장 – 까르푸	• 자사 홈페이지 (대만/한국) • SNS 플랫폼 (한국) – 인스타그램	– 한국산 – 게딱지랑 게살이 들어있어요 – 따뜻한 밥과 함께 즐기세요 – 다른 식재료들과 함께 조리해서 즐기세요	

자료: 대만 진출 게살 가공품 경쟁기업 3개사 분석

① 위짠마오이요우시앤공스

기업 기본 정보	기업명	위짠마오이요우시앤공스	
	기업 설명	위짠마오이요우시앤공스(鈺贊貿易有限公司)는 대만의 식품 업체로 주요 판매 제품으로는 냉동 수산물, 통조림 식품, 견과류/건조품 등이 있음. 제품을 도매업체에 납품하거나 택배로 소비자에게 배달하고 있음	
	위치	No.75,Qingfeng 3rd Rd.,Nan-Tzu Dist., Kaohsiung 81164,Taiwan	
	규모	동일품목 수[10]	1개
		설립연도	1998년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸		제품명	슈디왕시에쟈오 (熟帝王蟹腳)
			중량	500.0g
			소비자가격	749.0타이완달러[11] (31,480원)
			제품 종류	게살 가공품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	게살 원물에 따로 첨가물이나 맛을 입히지 않고 그대로 유통
	포장 현지화	● (상)	대만 현지에서 흔히 유통되는 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	● (상)	가공 원물 수입 후 현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료

10) 게살 및 게맛 가공품을 동일품목으로 분류함
11) 1타이완달러=42.03원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(대만), 페이스북(대만)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 건강 정보 제공</td></tr>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td> </td><td>• 기본적인 회사 소개
(회사개요, 판매 제품, 판매 채널)</td></tr>
<tr><td> </td><td>• 제품 소개
(전복, 문어/오징어, 새우/게, 냉동 생선, 냉동 양념 해산물, 통조림 과일, 견과류/건조식품)</td></tr>
<tr><td> </td><td>• 건강 정보</td></tr>
</table>

사진자료: 위짠마오이요우시앤공스(鈺贊貿易有限公司) 홈페이지 (www.great-garden.com.tw)

② 후지미츠

기업 기본 정보	기업명	후지미츠	
	기업 설명	후지미츠(フジミツ)은 어묵 제품을 전문으로 생산하는 일본의 식품업체임. 본사는 야마구치현 나가토시에 위치해 있으며, 1887년부터 사업을 시작함. 일본 내 야마구치현 나가토시 본점과 야마구치현 신야마구치역점 매장, 총 2개 매장을 운영하고 있음	
	위치	2537-1, Higashifukawa, Nagato-shi, Yamaguchi, 759-4101, Japan	
	규모	직원 수	250명 이하
		동일품목 수[12]	1개
		설립연도	1887년
		매출	7억 9,500만 달러

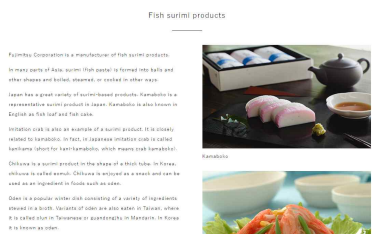
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸		제품명	코레타라바 (これタラバー)
			중량	90.0g
			소비자가격	95.0타이완달러 (3,993원)
			제품 종류	게맛살

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

사진자료: 현지조사원 자료

12) 게살 및 게맛 가공품을 동일품목으로 분류함

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/유튜브/트위터(일본)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>2-3일에 1건</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 연구 및 개발</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기본적인 회사 소개
(개요, 연혁, 이념)
• 채용 정보</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 제품 소개
(가마보코, 치쿠와, 오뎅, 게맛살)</td></tr>
<tr><td> </td><td>• 연구 및 개발</td></tr>
</table>

사진자료: 후지미츠(フジミツ) 홈페이지 (fujimitsu.jp)

③ A사

기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 2011년 건조해삼을 수입한 것을 시작으로 2012년 수산물 가공공장을 설립하며 사업을 시작함. 건조해삼 수출 및 해외산 건조해삼 수입을 통해 건조해삼 전문기업으로 성장하였으며, 한국 백화점과 면세점에서 제품을 판매하고 있음. 해외 수출로는 현재 중국, 홍콩, 일본, 캐나다, 미국 5개국에 진출함	
	위치	대한민국 경상남도 김해시 금관대로804번길 79-13	
	규모	직원 수	50명 이하
		동일품목 수[13]	1개
		설립연도	2012년
		매출	5억 8,583만 원

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸		제품명	바로 먹는 게살장
			중량	90.0g
			소비자가격	169.0타이완달러 (7,103원)
			제품 종류	게살 가공품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	◐ (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	◐ (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

13) 게살 및 게맛 가공품을 동일품목으로 분류함

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(대만/한국), 인스타그램(한국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>일주일에 1건 이하</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 요리법 제공</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기본적인 회사 소개
(개요, 역사, 위치)
• 인증 정보
• 판매 매장(국내, 해외)</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 제품 소개
(해삼, 전복, 가공식품, 젓갈)
제품 판매</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 해삼/전복 요리법</td></tr>
</table>

사진자료: A사 홈페이지, A사 브랜드 페이지

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 지아스하이시엔(家適海鮮)

Interview ② 위따시아(魚大俠)

Interview ③ 우띠하오스(無敵好食)

대만 게살 가공품 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준
① 현지 해산물 수입·유통업체
② 게살 가공품 또는 유사제품 취급 경험 있음

업체명	지아스하이시엔 (惟元國際藥業)	위따시아 (魚大俠)	우띠하오스 (無敵好食)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목 ▶			
	냉동 대게	게살 가공품	냉동 대게

대만 게살 가공품 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	지아스하이시엔 (家適海鮮)	위따시아 (魚大俠)	우띠하오스 (無敵好食)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
현지 게살 가공품 시장성 및 전망	섬나라 특성상 신선한 해산물을 저렴하고 쉽게 구할 수 있어 시장성 낮을 것으로 예상됨	죽, 스프, 샤브샤브 등 국물 요리에만 쓰이기 때문에 시장 규모는 작음 한국 음식에 대한 관심은 높음	가공 게살은 스프, 죽 정도에만 쓰이며 신선한 해산물 인기 최근 한류 영향으로 한국 게 제품 소비는 늘어 전망 좋음
고객사 제품 가격 및 중량 피드백	180g FOB가격치고는 비싼 편으로 소비자들은 비슷한 가격에 신선식품 게 사먹을 듯 1팩당 중량은 적당해 보임	FOB가격으로 추산한 소비자 가격은 경쟁제품 대비 비싼 편 중량은 적당함	가격은 비쌀 것으로 예상 중량은 적당한 편
고객사 제품 포장 형태 피드백	1팩을 4분할/6분할한 점 좋음 플라스틱 팩도 유통 및 보관하기 적당한 포장 형태임	1팩 분할 포장은 좋음 최근 1-2인 가구 많아져 소용량 제품 인기	소용량 제품인 점, 사용 후 다시 밀폐 가능한 점이 좋음
현지 진출 시 추천 홍보 방법 및 채널	SNS, 라이브 스트리밍을 통한 홍보, 인플루언서 섭외 오프라인은 시식 행사 추천	오프라인에서 시식 행사 또는 샘플 배포 후 온라인으로 재구매할 수 있도록 유도 온라인 홍보는 리뷰에 신경쓸 것	KOL을 통한 SNS 홍보 먹방을 통한 인지도 상승
현지 진출 시 추천 유통채널	온라인은 라쿠텐, 쇼피 오프라인은 코스트코, 까르푸 등 대형 마트 입점 추천	오프라인은 까르푸, PX마트 등 대형마트 시식 연계 프로모션 온라인은 쇼피, 라쿠텐, 야후쇼핑 검색 쉽도록 키워드 설정	오프라인에 먼저 선보여 시식 행사 등으로 인지도 높인 뒤 온라인으로 재구매 할 수 있도록 유도
인기 경쟁제품	게살 가공품의 경쟁제품은 없음 신선한 게를 사는 것이 나음	100% 게살 제품보단 게맛살 제품이 더 많이 팔림	게맛 스틱(게맛살)이 인기

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 지아스하이시엔(家適海鮮)

14)

지아스하이시엔 (家適海鮮)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 가오슝에 위치한 유통업체
  - 해산물 및 쇠고기를 취급
  - 자체 오프라인 매장을 운영 중이며 라쿠텐에도 입점

담당자 정보

Sales Manager

지아스하이시엔(家適海鮮) Sales Manager

Q1. 현지 시장에서 게살 가공품의 시장성 및 전망은 어떤가요?

대만은 섬나라 특성상 신선한 해산물을 저렴하고 쉽게 구할 수 있기 때문에 살아있는 게를 즐겨 먹는 편입니다. 일반 소비자들 대상으로는 가공 게살에 대한 수요가 거의 없을 것이며, 식당처럼 많은 양을 조리해야 하는 곳에선 편리성 때문에 사용할 것으로 예상됩니다.

Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

180g 1팩에 FOB가격이 약 226타이완달러[15](9,500원)라면 가격이 높은 편입니다. 수입 후 이 정도 가격이라면 소비자가격은 더 높은 수준일 것이며, 대부분의 소비자들은 신선한 게를 사 먹는 것이 더 낫다고 판단할 것입니다. 1팩당 중량은 많으나 분할 포장되어있기 때문에 1회당 중량은 적당해 보입니다.

14) 사진자료: 지아스하이시엔(家適海鮮) 홈페이지
15) 1타이완달러=42.03원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 226타이완달러 (9,500원)
중량	180g
포장 형태	플라스틱 박스

Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

고객사 제품처럼 1팩 중량을 4-6회로 분할 포장한 점은 적당합니다. 일반적인 가정에서 게살 180g을 한 번에 소비하는 것은 쉽지 않기 때문입니다. 플라스틱 팩 형태 또한 유통 및 보관하기엔 적당한 포장 형태입니다.

Q4. 가장 인기 있는 경쟁제품은 무엇인가요?

살아있는 게라는 더 좋은 대체재가 있기 때문에 게살 가공품은 경쟁제품이 따로 없습니다. 합리적인 가격에 살아있는 게 또는 손질된 신선한 게를 대형마트, 수산물 전문점에서 쉽게 구매할 수 있으며, 살아있는 게를 사용하는 식당도 많습니다. 더 저렴한 제품을 원하는 소비자들은 주로 게맛살을 이용합니다.

Q5. 현지 진출 시 적절한 홍보 채널 및 홍보 방법은 무엇인가요?

온라인의 경우 페이스북, 인스타그램 등 SNS를 활용한 홍보가 가능합니다. 특히 최근엔 인스타그램 또는 틱톡 등에서 라이브 스트리밍으로 홍보하는 제품이 증가하는 추세입니다. 영향력있는 인플루언서를 섭외한 뒤 제품 홍보를 의뢰하면 효과적일 것입니다. 오프라인의 경우 대형 마트 시식 프로모션을 진행하는 것이 좋습니다. 소비자가 맛을 본 뒤 입맛에 맞으면 즉시 구매할 수 있도록 유도해야 합니다.

Q6. 현지 진출 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 유통의 경우 라쿠텐, 쇼피 등 온라인 플랫폼에 입점하는 것이 좋습니다. 코로나19 이후 비대면 쇼핑을 선호하는 소비자가 늘어나며, 온라인 쇼핑몰의 매출 규모가 늘어난 것으로 알고 있습니다. 오프라인의 경우 코스트코, 까르푸 등의 대형 마트를 추천합니다. 대형 마트는 냉동 제품, 해산물 제품 등을 취급한 경험이 많아 도움이 될 것입니다. 또한 대형 마트에 납품해야 더 많은 소비자에게 상품이 노출될 것이고, 소비자들은 일반 소매점보다 싼 가격에 구매 가능할 것이기 때문에 가격 경쟁력을 가질 수 있습니다.

Interview ② 위따시아(魚大俠)

위따시아 (魚大俠)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 타이난에 위치한 유통업체
  - 해산물, 육류, 냉동 야채를 취급하며 식기류도 판매
  - 라쿠텐 입점 및 홈페이지를 통한 홍보 및 판매

담당자 정보

Sales Director

16)

위따시아(魚大俠) Sales Director

Q1. 현지 시장에서 게살 가공품의 시장성 및 전망은 어떤가요?

대만에서 게살을 사용하는 곳은 죽, 스프, 샤브샤브 등 국물 요리에 한정되어 있습니다. 국물에 넣어서 향을 내려는 경우는 신선한 게보다 훨씬 저렴한 다리 살을 발라낸 연육 제품을 사용하기 때문에 시장 규모 자체는 크지 않으나 꾸준한 수요는 있습니다. 최근엔 한국 드라마가 인기를 끌며, 드라마에 나오는 한국 음식에 관한 관심과 수요가 크게 늘어났습니다. 제품 홍보엔 시간이 걸리겠지만 시장 전망도 좋을 것으로 예상합니다.

Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 가격은 비쌀 것으로 예상됩니다. FOB가격이 226 타이완달러라면 현지 소비자가격은 최소 600타이완달러(약 25,218원)으로 예상되며 이 정도 가격은 경쟁제품에 비해 비싼 편입니다. 당사가 취급하는 게살 제품은 400g에 1,000타이완달러(약 42,030원)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품의 중량은 적당한 편입니다.

16) 사진자료: 위따시아(魚大俠) 홈페이지

FOB가격	약 226타이완달러 (9,500원)
중량	180g
포장 형태	플라스틱 박스

Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

1팩을 다시 분할 포장하여 계량이 필요 없고 소분할 필요도 없는 것은 소비자들 사이에서도 좋은 평가를 얻을 것입니다. 최근엔 핵가족 뿐만 아니라 2인 가구, 1인 가구가 많기 때문에 소용량 제품의 판매가 늘고 있습니다.

Q4. 가장 인기 있는 경쟁제품은 무엇인가요?

일본산 항공 직배송 게살 400g이 1,000타이완달러(약 42,030원)에 판매되고 있습니다. 다음으로 진진(珍珍)의 게살 함유 게맛살 제품이 270g에 102타이완달러(약 4,287원)에 판매되고 있으며 진홍리(金洪利)의 게살 함유 게맛살 제품이 270g에 85타이완달러 (약 3,573원)에 판매되고 있습니다. 게살 제품보다 게맛살 제품이 저렴한 가격 때문에 더 많이 판매됩니다.

Q5. 현지 진출 시 적절한 홍보 채널 및 홍보 방법은 무엇인가요?

대만에 진출하지 않은 제품이라면 오프라인 홍보가 가장 좋습니다. 현지 소비자들은 처음 접하는 식품을 온라인으로 구매하지 않고, 이미 아는 제품을 온라인으로 구매하는 경향이 강합니다. 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등에서 시식 행사를 열거나 샘플을 만들어 다른 제품에 묶어서 판매해 소비자가 직접 맛보고 구매를 결정하게 해야 합니다. 온라인 홍보는 직접적인 홍보보단 소비자들이 직접 작성하는 SNS리뷰가 더 효과적입니다.

Q6. 현지 진출 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

오프라인의 경우 까르푸, PX마트 등 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 납품하는 것이 좋습니다. 시식 행사 후 바로 고객들이 구매할 수 있도록 마트와 연계를 하는 것이 좋습니다. 온라인은 쇼피, 라쿠텐, 야후 쇼핑 등의 플랫폼을 추천합니다. 고객사 제품을 이미 경험한 소비자들이 쉽게 재구매 할 수 있도록 검색어, 키워드를 설정해야 합니다.

Interview ③ 우띠하오스(無敵好食)

17)

우띠하오스
(無敵好食)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 가오슝에 위치한 유통업체
  - 해산물 및 쇠고기를 취급
  - 자체 오프라인 매장을 운영 중이며 라쿠텐에도 입점

담당자 정보

Marketing Manager

우띠하오스(無敵好食)
Marketing Manager

Q1. 현지 시장에서 게살 가공품의 시장성 및 전망은 어떤가요?

대만은 지리적 특성상 해산물이 풍부합니다. 이 때문에 신선한 해산물을 저렴한 가격에 구매할 수 있어 가공된 제품은 수요가 적은 편입니다. 대부분의 경우 게살 자체를 즐기기 때문에 가공된 게살은 스프나 죽 정도에만 사용하는데 그칩니다. 다만 최근에 한국 드라마나 한국 먹방 등에서 게장에 밥을 비벼 먹는 모습을 보고 한국산 게 소비가 늘어나 전망이 나쁘진 않습니다.

Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품 가격은 비싸 보입니다. 계약 조건을 더 알아봐야 하겠지만 FOB가 226타이완달러라면 운송 비용, 창고임대료, 관세 등을 더하면 판매가는 2배 이상 올라갈 것입니다. 고객사 제품이 100% 게살임을 감안 하더라도 비싼 가격입니다. 중량은 적당합니다. 현지에서는 1인 가구가 늘어나며 소포장 제품의 매출이 증가하는 추세입니다.

17) 사진자료: 우띠하오스(無敵好食) 홈페이지

FOB가격	약 226타이완달러 (9,500원)
중량	180g
포장 형태	플라스틱 박스

Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

고객사 제품의 포장 형태는 매우 좋습니다. 소포장 제품인 점, 소분된 게살을 사용한 뒤 다시 밀폐 가능한 점이 마음에 듭니다.

Q4. 가장 인기 있는 경쟁제품은 무엇인가요?

고객사 제품과 비슷한 제품은 당사에서 취급하지 않습니다. 현재 취급 중인 게살 제품 중 가장 많이 판매되는 제품은 스프나 샐러드에 넣어 먹을 수 있는 게맛 스틱이며 30g*20개 1팩 제품이 360타이완달러(약 15,131원)에 판매되고 있습니다.

Q5. 현지 진출 시 적절한 홍보 채널 및 홍보 방법은 무엇인가요?

온라인의 경우 KOL(Key Opinion Leader)[18]을 통해 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등에서 홍보하는 것이 효과적입니다. 또는 고객사 제품을 사용한 요리를 가지고 먹방을 진행하며 인지도를 높이는 방법도 있습니다.

Q6. 현지 진출 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

오프라인 매장 진출 후 온라인 매장 진출을 추천드립니다. 당사의 매출만 보면 온라인 채널의 매출 규모가 훨씬 큽니다. 다만 대만에 새롭게 진출하는 제품이라면 오프라인 매장에 먼저 선보이며 시식 행사 등으로 소비자들이 해당 제품을 맛보게 한 뒤에 온라인으로 재구매할 수 있도록 하는 것이 좋습니다.

18) 일반적인 왕홍이나 인플루언서와는 다르게 특정 분야에 장기간 종사하며 전문지식을 갖춰 제품 이해도가 높아 SNS 등 온라인 플랫폼에서 대중의 구매력에 영향력을 끼치는 사람들

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

① 렁동펑후예셩비앤시에취커시에쟈오로우 (용펑위셩자구펀요우시앤공스)
② 시에관로우 (하이쫜시앤핀)
③ 바로먹는 게살장 (A사)
④ 마츠바시에치앤 (샹이위예요우시앤공스)
⑤ 슈디왕시에쟈오 (위짠마오이요우시앤공스)
⑥ 속초 붉은대게 딱지장 (C사)
⑦ 쉬에창시에웨이방 (위엔지아치예구펀요우시앤공스)
⑧ 코레타라바 (후지미츠)
⑨ 르스펑웨이시에웨이방 (진홍리스예구펀요우시앤공스)
⑩ 페이위루안쉬에시에펑웨이리우 (자푸구펀요우시앤공스)

▸ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격과 유사

고객사 제품의 100g당 가격은 약 125.6타이완달러(약 5,277원[19]) 이며, 이는 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 약 129.1타이완달러(약 5,426원)의 97% 수준으로 거의 유사함. 제품 종류별 100g당 평균 가격의 경우, 고객사 제품과 유사한 게살 가공품 제품은 약 166.4타이완달러(약 6,994원)로 고객사 제품의 1.3배 수준으로 확인되어 고객사 제품보다 비싼 것으로 나타남. 인터뷰에서 게살 가공품보다 더 많이 판매된다고 조사된 게맛살 제품의 경우 100g당 평균 가격이 73.3타이완달러(약 3,081원)로 고객사 제품 가격의 58% 수준으로 확인되어 저렴한 것으로 조사되었음

[표 5.1] 대만 게살 가공품 가격 경쟁력 분석

(단위: 타이완달러)

19) 1타이완달러=42.03원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용

2) 중량

경쟁제품(제조사)

① 렁동펑후예셩비앤시에취커시에쟈오로우 (용펑위셩지구펀요우시앤공스)
② 시에관로우 (하이쫜시앤핀)
③ 바로먹는 게살장 (A사)
④ 마츠바시에치앤 (샹이위예요우시앤공스)
⑤ 슈디왕시에쟈오 (위짠마오이요우시앤공스)
⑥ 속초 붉은대게 딱지장 (C사)
⑦ 쉬에창시에웨이방 (위엔지아치예구펀요우시앤공스)
⑧ 코레타라바 (후지미츠)
⑨ 르스펑웨이시에웨이방 (진홍리스예구펀요우시앤공스)
⑩ 페이위루안쉬에시에펑웨이리우 (자푸구펀요우시앤공스)

▸ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 180.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 약 191.0g의 약 94% 수준으로 평균 대비 약간 작은 편으로 조사됨. 제품 종류별 평균 중량의 경우, 고객사 제품과 유사한 게살 가공품 제품의 평균 중량은 약 208.3g으로 고객사 제품 대비 약 1.2배 컸음. 반면 게맛살 제품의 평균 중량은 약 165.0g으로 조사되어 고객사 제품보다 약 15.0g 작은 것으로 조사되었음. 다만 제품별 중량의 편차가 크기 때문에 중량 비교에 유의해야 할 것으로 보임

[표 5.2] 대만 게살 가공품 중량 경쟁력 분석

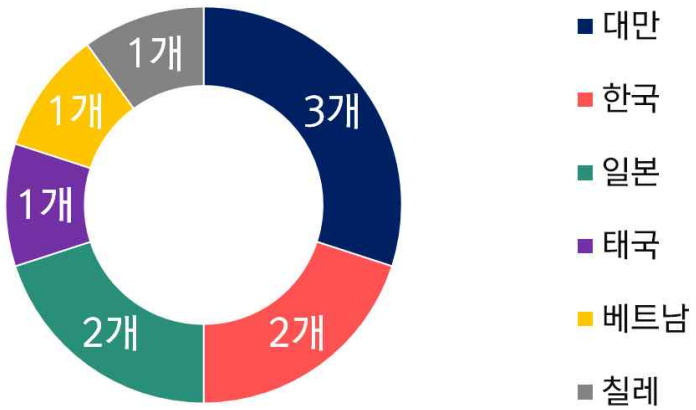
(단위: g)

3) 원산지

▸ 경쟁제품 10개 중 3개, 원산지 대만

대만에서 판매되고 있는 게살 가공품 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 3개 제품의 원산지가 대만인 것으로 확인됨. 다음으로 한국과 일본 원산지 제품이 각각 2개씩 확인되었으며, 그 외로 태국, 베트남, 칠레 원산지 제품이 각각 1개씩 조사됨

[표 5.3] 대만 게살 가공품 제품 원산지 분석

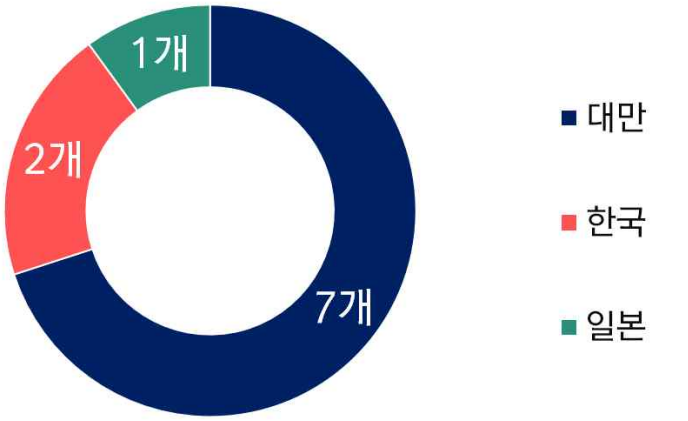


4) 브랜드 국적

▸ 경쟁제품 10개 중 7개, 대만 브랜드

대만에서 판매되고 있는 게살 가공품 경쟁제품 10개의 브랜드 국적을 조사한 결과, 7개 제품이 대만 현지 브랜드인 것으로 조사되었음. 다음으로 한국 국적 브랜드가 2개 확인되었으며, 일본 브랜드는 1개로 조사됨

[표 5.4] 대만 게살 가공품 브랜드 국적 분석

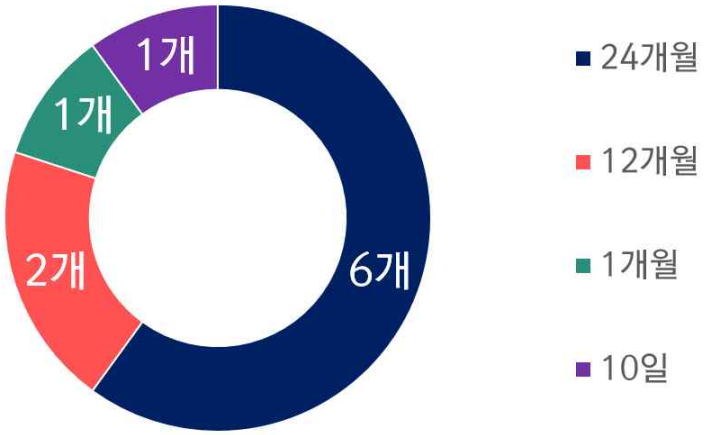


5) 유통기한

▸ 현지 경쟁제품 중 6개, 24개월의 긴 유통기한 보유

대만에서 판매되고 있는 게살 가공품 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 6개 제품이 고객사 제품과 같은 24개월로 확인됨. 다음으로 12개월 제품이 2개, 1개월 제품이 1개, 10일 제품이 1개로 확인됨

[표 5.5] 대만 게살 가공품 유통기한 경쟁력 분석

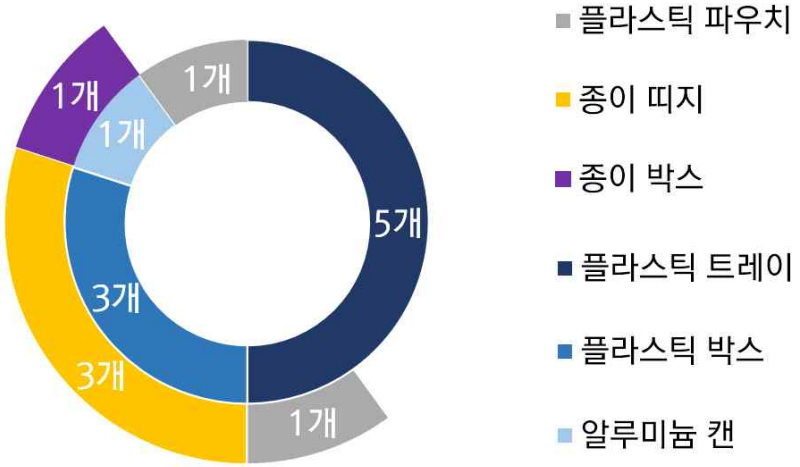


6) 포장 형태

▸ 경쟁제품 10개 중 5개, 플라스틱 트레이 형태로 포장

대만에서 판매되고 있는 게살 가공품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 5개 제품이 플라스틱 트레이를 활용해 제품을 포장함. 다음으로 플라스틱 박스 제품이 3개 확인되었으며 알루미늄 캔과 플라스틱 파우치 제품이 각각 1개씩 확인되었음. 경쟁제품 10개 중 5개는 이중 포장을 채택했으며, 고객사 제품과 같은 플라스틱 박스 제품의 경우 모두 종이 띠지를 외부 포장에 활용한 것으로 나타남

[표 5.6] 대만 게살 가공품 포장 형태 경쟁력 분석

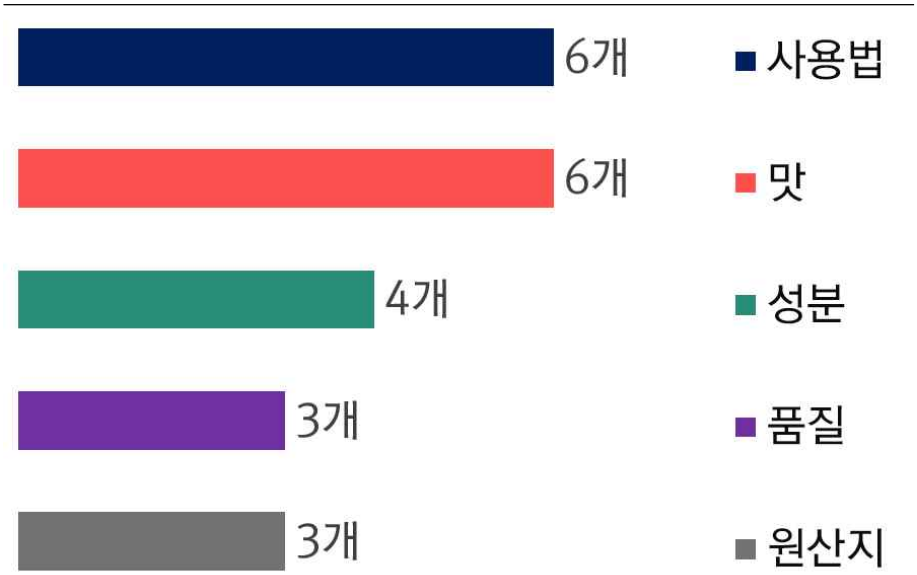


7) 홍보문구

▸ 현지 경쟁제품, 사용법과 맛 강조 홍보문구 사용

대만에서 판매되고 있는 게살 가공품 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, '계란찜에 사용', '따뜻한 밥과 함께 즐기세요', '샐러드 토핑으로' 등 사용법을 강조한 홍보문구가 6개 확인되었음. 또한 '보다 나은 맛', '살이 탄탄하고 달콤하고 맛있음', '게 풍미' 등 맛을 강조한 홍보문구도 6개 확인되었음. 다음으로 '화학 약품 미첨가', '날치알 증량' 등 성분을 강조한 홍보문구 4개가 확인되었으며 '극품(최상품)', '게의 여왕' 등 품질 강조 홍보문구 3개, '한국산', '일본산' 등 원산지 강조 홍보문구가 3개 확인되었음

[표 5.7] 대만 게살 가공품 유통기한 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. 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되는 브랜드의 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 모모샵, 쇼피, 야후 바이

(*) 오프라인 매장 : 그린 앤 세이프, 오렌지 마트, 까르푸, 세븐일레븐, 패밀리마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▸ 유사 인기 제품 벤치마킹

현지 벤치마킹 인기 제품
(C사 _
속초 붉은대게 딱지장)

'제품명 및 홍보문구 중국어로 표기'

공통 특징①
한국산 게살

공통 특징②
플라스틱 박스

◂ 벤치마킹
포장 현지화

현지 벤치마킹 인기 제품
(고객사 _ 든게진게 게살큐브)

'한국산 대게살 분할 포장'

공통 특징①
한국산 게살

벤치마킹 ▸
원산지 강조

현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _
바로먹는 게살장)

'한국산 강조 홍보문구'

2) 벤치마킹 제품 분석
- 포장 현지화

▸ 벤치마킹 제품, 제품 포장 현지화

현지에서 판매 중인 게살 가공품 경쟁제품 10개를 확인한 결과, 벤치마킹 제품 2개 모두 포장을 현지화한 것으로 조사됨. 제품명을 한국어와 중국어 2개 언어로 표기하였으며, 홍보문구, 라벨 등은 모두 중국어로 표기하였음. 고객사 제품도 현지 진출 시 수출용 제품의 포장을 현지화할 것을 권장함

3) 벤치마킹 제품 분석
- 원산지 강조

▸ 벤치마킹 제품, 원산지 강조 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 게살 가공품 경쟁제품 10개를 조사한 결과, 벤치마킹 제품 2개를 포함한 총 3개 제품이 대만이 아닌 해외 브랜드의 제품이었으며, 3개 제품 모두 원산지를 강조한 홍보문구를 사용함. 벤치마킹 2개 제품 모두 'Product of Korea', 'Made in Korea' 등 한국산임을 강조한 홍보문구가 삽입되어 있음

[표 5.8] 대만 게살 가공품, 홍보문구 인터뷰 분석

(인터뷰 1) *최근엔 한국 드라마가 인기를 끌며, 드라마에 나오는 한국 음식에 관한 관심과 수요가 크게 늘어났습니다.*

- 위따시아, Sales Director -

(인터뷰 2) *한국 드라마나 한국 먹방 등에서 게장에 밥을 비벼 먹는 모습을 보고 한국산 게 소비가 늘어나 전망이 나쁘진 않습니다.*

- 우띠하오스, Marketing Manager -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

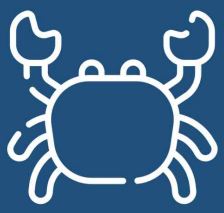
[표 5.9] 게살 가공품 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		위짠마오이요우시앤공스	후지미츠	A사
판매채널	오프라인 매장 (총 5개 매장 조사)	까르푸	까르푸	까르푸
	온라인 매장 (총 3개 매장 조사)	(-)	(-)	(-)
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	자사 홈페이지(대만)	자사 홈페이지(글로벌)	자사 홈페이지(대만) 자사 홈페이지(한국)
	SNS 플랫폼	페이스북(대만)	페이스북(일본) 유튜브(일본) 트위터(일본)	인스타그램(한국)
홍보문구	제품의 품질 제품의 재료 제품의 섭취방법	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	3개사 오프라인 매장에 진출		
	홍보채널	자사 홈페이지와 다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있음		
	홍보문구	제품의 품질과 재료, 섭취방법을 강조		

Ⅵ. 시사점

Export Insights

Processed Crab Price&Volume



Point. 1

고객사 제품의 100g당 가격은 125.6타이완달러로, 게살 가공품 경쟁제품 10개 평균인 129.1타이완달러와 비슷한 수준의 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 게살 가공품 제품 6개의 100g당 가격 평균은 166.4타이완달러로 고객사 제품의 약 1.3배 수준이었으며, 게맛살 제품 4개의 평균은 73.3타이완달러로 고객사 제품의 약 58% 수준인 것으로 나타남

Point. 2

고객사 제품의 중량은 180.0g으로, 게살 가공품 경쟁제품 10개 평균인 191.0g 대비 약 94% 수준의 작은 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 게살 가공품 제품 6개 평균이 208.3g으로 고객사 제품의 약 1.2배 수준이었으며, 게맛살 제품 4개 평균은 165.0g으로 고객사 제품보다 15.0g 가량 작은 것으로 나타남

Processed Crab Package&Text

Point. 1

대만 게살 가공품 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 24개월 유통기한 제품이 6개로 가장 많이 나타났으며, 뒤이어 12개월 유통기한 제품이 2개, 기타 유통기한 제품이 2개 발견되었음. 한편 경쟁제품 10개의 내부 포장 형태를 조사한 결과, 플라스틱 트레이 포장 제품이 5개로 가장 많이 나타났으며, 뒤이어 플라스틱 박스 포장 제품이 3개, 플라스틱 파우치 및 알루미늄 캔 포장 제품이 각각 1개씩 조사되었음

Point. 2

대만 게살 가공품 경쟁제품 10개의 브랜드 국적을 조사한 결과, 대만 현지 브랜드 제품이 7개로 가장 많이 나타났으며, 뒤이어 한국 브랜드 제품이 2개, 일본 브랜드 제품이 1개 조사되었음. 한편 대만 게살 가공품 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 제품 사용법 및 맛을 강조하는 홍보문구를 사용한 제품이 각각 6개씩 발견되었으며, 원산지를 홍보문구로 사용한 제품은 3개 조사되었음

Taiwan Market Competitor

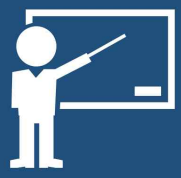
Point. 1

대만 시장 게살 가공품 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 대만 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 까르푸에 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널의 경우 3개사 모두 대만 주요 온라인 쇼핑몰인 모모샵, 쇼피 및 야후 바이에 진출하지 않은 것으로 확인되었음

Point. 2

대만 시장 게살 가공품 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 품질, 재료 및 섭취방법을 강조해 제품을 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 중 2개사가 주요 SNS 플랫폼인 페이스북을 활용하고 있는 것으로 조사되었으며, 페이스북을 활용하고 있지 않은 1개사는 인스타그램을 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1

대만 현지 게살 가공품 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 모두 고객사 제품 FOB가격 및 소비자가격에 대해 비싸다는 피드백을 보였음. 이와 관련해 1명의 담당자는 현재와 같은 가격이면 현지 소비자들이 게살 가공품 대신 게 신선식품을 사 먹을 것이라고 덧붙임. 한편 고객사 제품 중량에 대해서는 담당자 3명 모두 현지에 유통하기 적절한 중량이라는 피드백을 보였음

Point. 2

대만 현지 게살 가공품 제품 취급 경험이 있는 수입 · 유통업체 인터뷰 결과, 담당자들은 대만 현지에서 신선한 해산물을 저렴하고 쉽게 구할 수 있어 고객사 제품 시장성이 높지 않을 것이라고 예측했으며, 가공 게살은 스프, 죽, 샤브샤브 등의 재료로 사용되는 편이라고 답함. 한편, 한국 음식에 대한 현지 소비자들의 관심이 높고 1팩 제품을 소분할한 포장 형태가 현지에서 선호된다는 점에서 고객사 제품의 이점이 있는 것으로 나타남

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 모모샵(Momo Shop) 홈페이지 (www.momoshop.com.tw)
3. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.tw)
4. 야후 바이(Yahoo Buy) 홈페이지 (tw.buy.yahoo.com)
5. 타이베이(台北) 정부 홈페이지 (www.gov.taipei)
6. 그린 앤 세이프(Green & Safe) 홈페이지 (www.green-n-safe.com)
7. 오렌지 마트(Orange Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/mart.orange)
8. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.com.tw)
9. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7-11.com.tw)
10. 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지 (www.family.com.tw)
11. 위짠마오이요우시앤공스(鈺贊貿易有限公司) 홈페이지 (www.great-garden.com.tw)
12. 후지미츠(フジミツ) 홈페이지 (fujimitsu.jp)
13. 지아스하이시엔(家適海鮮) 홈페이지 (www.weeiywun.com)
14. 위따시아(魚大俠) 홈페이지 (aprimax.com)
15. 우띠하오스(無敵好食) 홈페이지 (www.pcstore.com.tw/korea_shop/HM)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2021.12.24

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

Copyright 2021 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KaTi
농 식 품 수 출 정 보