



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-26

품목 | 조미김(Laver)

국가 | 중국(China)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 중국 조미김 경쟁제품 선정	10
2. 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 중국 조미김 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 중국 조미김 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 중국 조미김 경쟁기업 선정	31
2. 중국 조미김 경쟁기업 현황	32
3. 중국 조미김 경쟁기업 세부정보	34
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 선전스야미야미상마오유오시안공스(深圳市叶米叶米商贸有限公司)	39
Interview ② 베이징런루이더후마오이유오시안공스(北京仁睿德厚贸易有限公司)	42
Interview ③ 웨이하이훙취가오찌수찬예카이파취위치상서 (威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)	44
Interview ④ 다렌시바오상마오유오시안공스(大连禧宝商贸有限公司)	46
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	49
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55
VI. 시장진출제언(Export Insights)	57
*참고문헌	60

I. 요약(Summary)


Summary

(요약)

온라인 조사				오프라인 조사			
온라인	타오바오(淘宝网)	34.3%	오프라인	하이퍼마켓&슈퍼마켓	올레(Ole)		
	징둥(京东)	17.5%			알티마트(RT Mart)		
	티몰(天猫)	5.6%					

조사 지역(중국 상하이)

중국 상하이에 있는 하이퍼마켓&슈퍼마켓인 올레(Ole)와 알티마트(RT Mart)를 방문하여 조미김 경쟁제품을 조사함. 올레는 중국 내 약 20개 매장을 운영하는 고급 슈퍼마켓 유통 브랜드임. 알티마트는 중국 하이퍼마켓 점유율 1위(약 13.0%) 브랜드로, 초저가 전략을 통해 많은 고객을 유인하고 있음



CHINA
상하이 (Shanghai)

경쟁제품		경쟁기업		
<ul style="list-style-type: none"> 중국 조미김 경쟁제품 15개 조사 <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>제품 종류별 평균 10g당 가격, 조미김 제품이 무조미김 제품보다 50%이상 저렴</p> <p>조미김 8.88위안(약 1,483원) 무조미김 23.83위안(약 3,978원)</p> </div> </div>		경쟁기업	국적	대표제품
		C사	한국	요우위웨이하이타이
		D사	한국	치푸우추안통하이타이
		J사	한국	한진카오하이타이
		F사	한국	동위안량뽀 간란요우신웨이하이타이

경쟁력파악			진출 제언		
기준(A사)	경쟁력	경쟁제품	기준(A사)	경쟁력	경쟁제품
가격(10g당) (4.31위안)	●	조미김 8.9위안 무조미김 23.8위안	맛 (오리지널)	●	오리지널 14개 오징어 맛 1개
개별 중량(g) (5.0g)	●	조미김 3.8g 무조미김 1.73g	인증 (HACCP)	●	HACCP 취득 7개 HACCP 미취득 8개
포장 형태 (외부포장+내부포장)	●	외부포장+내부포장 15개	원산지 (한국)	●	한국 15개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) A사 제품 10g당 가격, 경쟁제품과 비교하면 약 50% 이상 저렴한 것으로 확인
- 2) 경쟁제품 모두 한국산, 제품 대부분 별도의 시즈닝 첨가 없는 오리지널 맛

Point. 02

- 1) 경쟁사, 제품의 원료, 제조방법, 맛 등의 특징을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사 중 2개사 중국어 홈페이지 운영, 3개사가 SNS 플랫폼을 통해 제품 홍보

Competitive Product

(경쟁제품)

중국(China)

조미김 경쟁제품

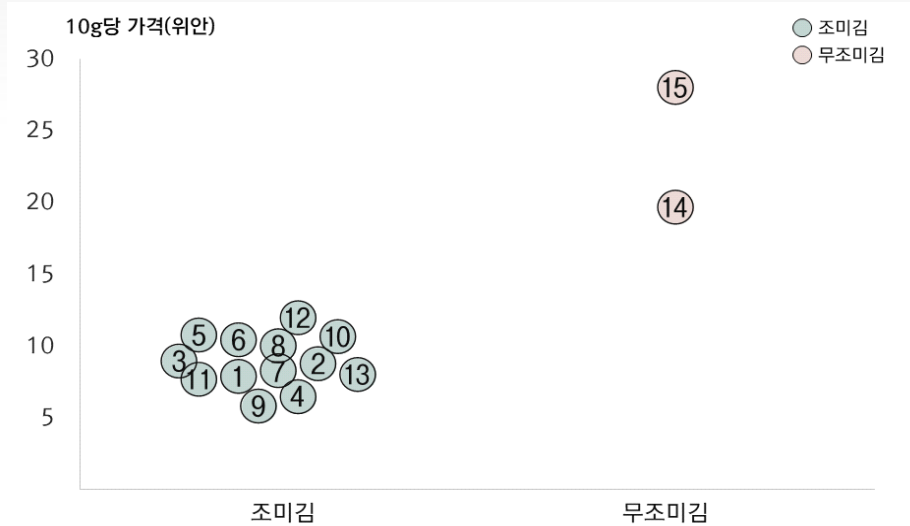
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 10g당 가격(위안)



중국(China)

조미김 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가가격 ¹⁾	10g당 가격	총 중량 (개별 중량)	포장 형태		맛	인증	원산지
					외부	내부			
조미김	① 추안통하이타이 (B사)	11.8위안 (1,970원)	7.9위안 (1,313원)	15g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP	한국
	② 요우위웨이하이타이 (C사)	14.0위안 (2,337원)	8.8위안 (1,461원)	16g (2.0g*8봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오징어 맛	HACCP	한국
	③ 치푸우추안통하이타이 (D사)	26.8위안 (4,475원)	8.9위안 (1,492원)	30g (5.0g*6봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP	한국
	④ 치앤치미니하이타이 (E사)	12.9위안 (2,154원)	6.5위안 (1,077원)	20g (2.0g*10봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑤ 퉁위앤량뽀간란요우신취이하이타이 (F사)	25.8위안 (4,308원)	10.8위안 (1,795원)	24g (4.0g*6봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑥ 신평허간란요우하이타이 (G사)	12.5위안 (2,087원)	10.4위안 (1,739원)	12g (4.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑦ 제크하이타이 (H사)	12.4위안 (2,070원)	8.3위안 (1,380원)	15g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑧ 한진추안통평웨이하이타이 (I사)	15.0위안 (2,504원)	10.0위안 (1,670원)	15g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑨ 한진카오하이타이 (J사)	11.6위안 (1,937원)	5.8위안 (968원)	20g (2.0g*10봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP	한국
	⑩ 샤오후어처콰이러청창하이타이 (K사)	15.0위안 (2,504원)	10.6위안 (1,776원)	14g (4.7g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑪ 푸타오쯔요우하이타이 (D사)	11.5위안 (1,920원)	7.7위안 (1,280원)	15g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	(-)	한국
	⑫ 하이파이징핀밍후하이타이 (C사)	39.8위안 (6,645원)	12.0위안 (1,995원)	33g (3.7g*9봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP	한국
	⑬ 지우르미니하이타이 (L사)	12.8위안 (2,137원)	8.0위안 (1,336원)	16g (2.0g*8봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP, ISO 9001, 전통식품인증	한국
무조미김	⑭ 카오하이타이 (J사)	22.8위안 (3,807원)	19.7위안 (3,282원)	12g (1.5g*8봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP	한국
	⑮ 아이리빠오요우지하이타이 (M사)	16.8위안 (2,805원)	28.0위안 (4,675원)	6g (2.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	유기식품인증, USDA 인증	한국

(*) 현지 판매 조미김 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

1) 1위안 = 166.96원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

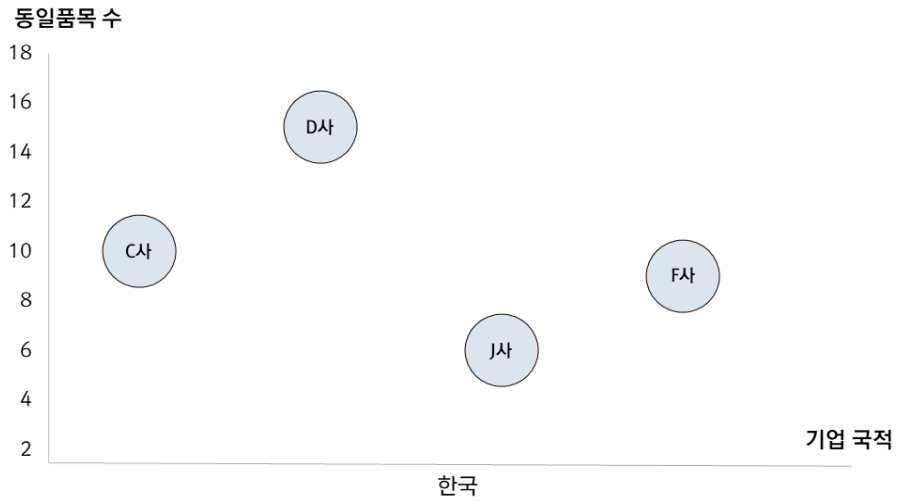
Competitor

(경쟁기업)

중국(China)
조미김 경쟁기업
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝
· X축: 기업(제조사) 국적
· Y축: 동일품목 수



중국(China)
조미김 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	동일 품목 수
C사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 전통방식으로 만든 100% 통깨에서 짠 들기름 사용 고소한 맛과 진한 향 업계 최초 HACCP 인증 	10개
D사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 최고급 원초 및 기름 사용 최적의 생산 환경 전통 방식 그대로 건강을 생각하는 	15개
J사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 청정지역 원초사용 부부의 사랑과 정성으로 만든 깊은 맛과 향 바삭하고 고소한 돌김의 참맛 HACCP 인증 공장에서 만든 	6개
F사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 향긋한 올리브유 사용 바삭하고 부드러운 두 번 구워 고소한 맛과 향이 뛰어난 엄격한 품질 관리 	9개

(*) 현지 조미김 판매 경쟁기업 4개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

중국(China)

조미김 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입 · 유통업체 ○
- 조미김 취급 경험 ○

업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
선전스야미야미상마오 유오시안공스 (深圳市叶米叶米商贸有限公司)	베이징런루이더후마오이 유오시안공스 (北京仁睿德厚贸易有限公司)	웨이하이휘쥐가오찌수찬예 카이파취위차상서 (威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)	다렌시바오상마오 유오시안공스 (大连禧宝商贸有限公司)	
조미김 취급 ▶				
	한국산 조미김	한국산 무조미김	한국산 조미김	한국산 조미김
사진자료:	선전스야미야미상마오유오시안공스, 베이징런루이더후마오이유오시안공스, 웨이하이휘쥐가오찌수찬예카이파취위차상서, 다렌시바오상마오유오시안공스 제품 판매 페이지			

중국(China)

조미김 바이어 인터뷰

A사	선전스야미야미상마오 유오시안공스 (深圳市叶米叶米商贸有限公司)	베이징런루이더후마오이 유오시안공스 (北京仁睿德厚贸易有限公司)	웨이하이휘쥐가오찌수찬예 카이파취위차상서 (威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)	다렌시바오상마오 유오시안공스 (大连禧宝商贸有限公司)
	수입업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
15g(5.0g*3봉) 제품 종량 · 가격	도매가 7.6위안, 소매가 기준 15위안, 개별 중량 2-3g 제품 묶음 구성	도매가는 18위안, 소매가는 40위안 정도, 2g 제품 10봉으로 구성	도매가는 7위안이며, 소매가는 12위안이 적당, 5g 제품 3봉으로 구성	도매가는 8위안, 소매가는 14위안, 4.7g 3봉으로 구성
오리지널 맛 제품 맛	오리지널 맛과 오징어 맛이 인기	맵거나 짠 맛이 가미된 제품이 많이 있지만, 오리지널 맛을 가장 선호	소금이 들어가지 않은 제품의 판매량이 상대적으로 높음	오리지널 맛 제품이 인기, 올리브유와 포도씨유를 사용한 제품도 인기
조미김 섭취 방법	어린이 간식용, 밥 반찬용	아이 간식으로 먹이거나 이유식 조리 시 맛을 내기 위해 사용	이유식에 첨가 혹은 아이 간식으로 활용, 김말이, 주먹밥 등 요리에 활용	아이나 어른이나 간식으로 섭취하는 경우 다수
조미김 구매 시 고려사항	짜지 않으면서 기름기가 적고 바삭한 식감 선호	어린이용으로 소금, 기름, 첨가제 등 기타 조미료 없이 순수 김 자체로 맛을 낸 제품(무조미김)	맛과 식감이 중요, 얇고 균일하며 바삭한 식감과 고소한 향의 제품을 선호	브랜드, 건강, 가격을 고려
조미김 제품 홍보전략	(-)	뉴미디어를 이용한 다양한 홍보 콘텐츠 노출이 중요	뉴미디어 홍보가 효과적	보통 제품이 속한 브랜드 업체에서 홍보 지원

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

Competitiveness

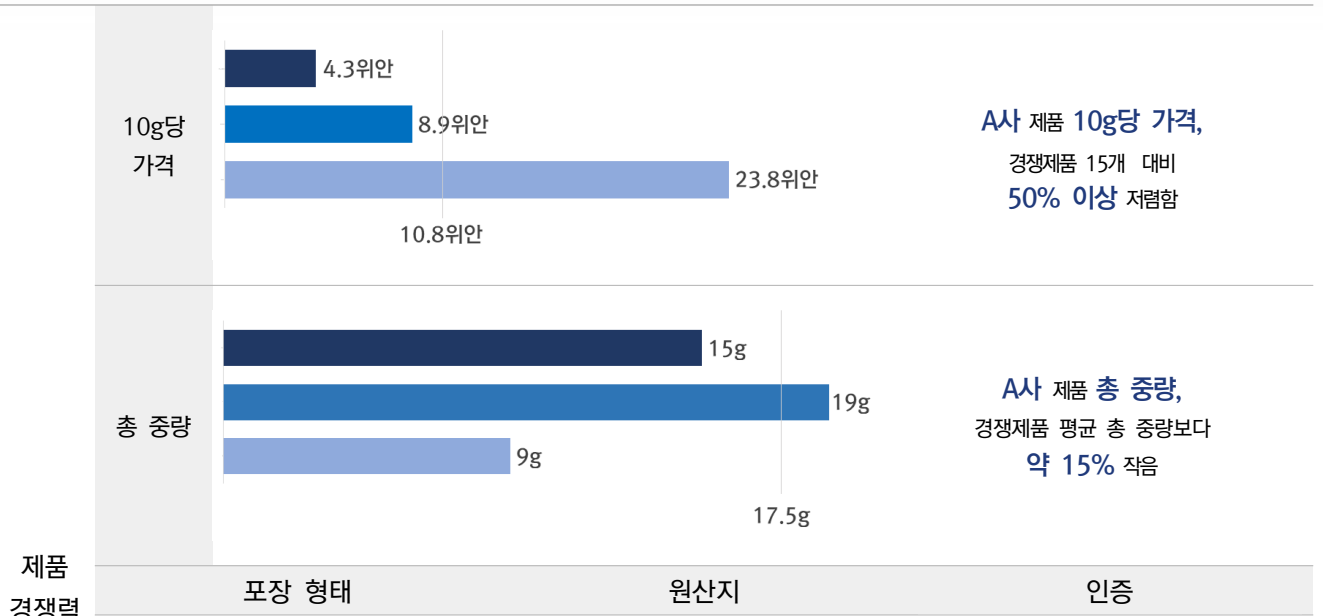
(경쟁력파악)

중국 (China) - 제품 경쟁력 검증

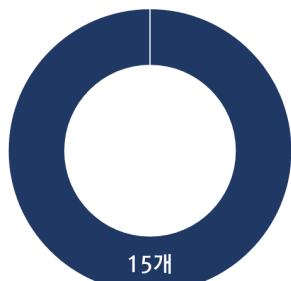
■ A사 제품 ■ 조미김 ■ 무조미김

15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견

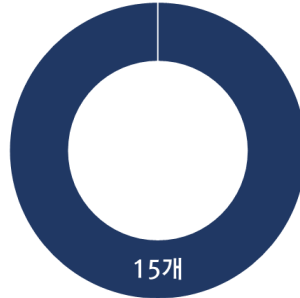


제품 경쟁력



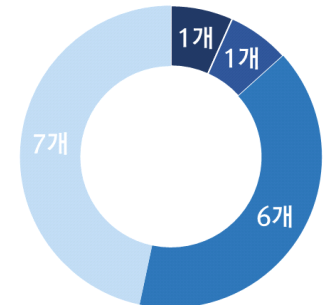
■ 외부포장(플라스틱 파우치)
+ 내부포장(플라스틱 병)

경쟁제품 중 15개 제품,
외부포장과 내부포장 모두 사용



■ 한국

경쟁제품 15개 제품,
모두 한국산



■ 3개 이상 ■ 2개 ■ 1개 ■ 0개

경쟁제품 15개 중 8개, 인증 보유 제품

		진출 채널	홍보 채널	홍보문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 4개사 모두 중국 온·오프라인 매장 진출	경쟁기업 4개사는 자사 홈페이지 를 제품 홍보 채널로 주로 활용하며, 3개사는 SNS 플랫폼 또한 운영하고 있음	경쟁기업 4개사는 주로 제품의 ‘원료’, ‘제조방법’, ‘맛’ 등을 강조한 홍보문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 중국 조미김 경쟁제품 선정
2. 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 조미김 경쟁제품 포지셔닝
4. 중국 조미김 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 중국 조미김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	재래김
품목	조미김
중량	15g(5.0g*3봉)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치 /플라스틱 통
특징	스낵 형태로 간식처럼 먹을 수 있는 절단 김

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 재래김
 - 품목 : 조미김
 - 중량 : 15g(5.0g*3봉)
 - 포장(외부/내부) : 플라스틱 파우치 / 플라스틱 통
 - 특징 : 스낵 형태로 간식처럼 먹을 수 있는 절단 김

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



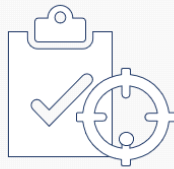
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
 1. 타오바오(淘宝网) : 34.3%
 2. 징둥(京东) : 17.5%
 3. 티몰(天猫) : 5.6%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인

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, 유기농 매장
- 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

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

● 중국 주요 온라인 쇼핑몰

사이트명	판매 제품 종류
 淘宝网 타오바오	식품, 가공식품, 비타민 등
 京东 징동	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
 Tmall 天猫 티몰	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등

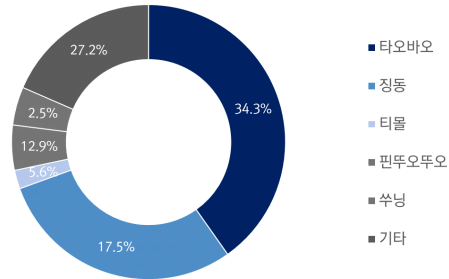
● 중국 주요 온라인 및 오프라인
매장에서 모두 판매 중인 제품

제품명	제조사
요우위웨이하이타이	C사
제크하이타이	H사
지우르미니하이타이	L사

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 타오바오, 징동, 티몰

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 중국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 타오바오(淘宝网), 징동(京东), 티몰(天猫)로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 57.4%임

[표 2.1] 중국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 품목별 인기제품 상위 10개 조사

중국 주요 온라인 쇼핑몰 중 점유율 상위 3곳 타오바오(淘宝网), 징동(京东), 티몰(天猫)에서 품목별 인기제품 상위 10개를 조사함

[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰 조미김 인기제품(Top 10)

순위	타오바오	징동	티몰
1	한꾸어나또우잉얼하이타이 우앤우티앤지아 빠오빠오우어(얼)통지스링스 (나또우)	지우르미니하이타이 (L사)	뽀리하이타이위앤웨이 (뽀라스핀공예(쿤산)요우시엔공스)
2	제크하이타이 (H사)	베이차오웨이하이타이피엔 (베이차오웨이)	요우위웨이하이타이 (C사)
3	요우위웨이하이타이 (C사)	하이타이취앤하이타이셔우스 (꾸양칭)	시즈랑메이하오스꾸앙 하이타이앤샤오핑웨이 (시즈랑)
4	샤오후어취과이러청창 하이타이(위안웨이) (K사)	취우티앤만만빠오빠오링스우앤 하이타이 (치우티앤만만)	칭징위앤한꾸어진커우하이타이 (한꾸어따상주스웨이셔)
5	샤오후어취과이러청창 하이타이(간란유오) (K사)	칭징위앤한꾸어위앤주양진커우 간란유오지스카오하이타이 (한꾸어따상주스웨이셔)	한꾸어잉신요우지우우앤 빠오빠오하이타이 (잉신)
6	샤오후어취과이러청창 하이타이(한카이) (K사)	한꾸어칭징위앤하이타이 간란유오카오하이타이 (한꾸어따상주스웨이셔)	시즈랑메이하오스꾸앙 하이타이피안 (시즈랑)
7	뽀리하이타이위앤웨이 (뽀라스핀공예(쿤산)요우시엔공스)	시즈랑메이하오스꾸앙하이타이 (시즈랑)	지우르한꾸어진커우하이타이 (지우르)
8	시즈랑메이하오스꾸앙 웨이하이타이위안웨이 (시즈랑)	요우위웨이하이타이 (C사)	나또우빠오빠오우앤하이타이 (나또우)
9	뽀리하이타이위앤웨이 (뽀라스핀공예(쿤산)요우시엔공스)	쓰쑤우하이타이지스시우시엔링스 (쓰쑤우)	제크하이타이 (H사)
10	칭징위앤한꾸어위앤주양진커우 간란유오지스카오하이타이 (한꾸어따상주스웨이셔)	티앤러카통왕샤오주페이치 하이타이 (티앤러카통왕)	라이이핀아미추안통핑웨이 하이타이 (하이라이이핀꾸편요우시엔공스)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 타오바오(淘宝网) 홈페이지, 징동(京东) 홈페이지, 티몰(天猫) 홈페이지

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 중국 상하이 정보²⁾

인구('18)	2,424만 명
인구 밀도('18)	3,823명/km ²
면적	6,340km ²

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓&슈퍼마켓
유기농매장
온라인 쇼핑몰
백화점
편의점
전문점
아시아마트(한인마트)

▶ 중국 상하이, 방문지역으로 선정

중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 상하이(上海)를 방문지역으로 선정함. 상하이는 경제, 금융, 무역, 항운, 과학기술혁신 등 5대 중심센터를 구축하고 있으며, 태평양백화점(太平洋百货), 상하이 경기장(八万人 体育场) 등이 위치하여 유동인구가 많고, 동방명주(东方明珠), 난징루 보행가(南京路步行街) 등 관광명소가 있어 여행객들의 방문이 많은 지역임. 또한, 상하이 교통대학(上海交通大学), 푸단대학(复旦大学) 등 교육기관이 위치하여 높은 교육 수준을 보유한 도시이기도 함. 중국 통계청에 따르면, 2018년 상하이시는 1인당 국내총생산 약 13만 5,000위안(약 2,287만 원³⁾)으로 중국 31개 지역 중 베이징시(北京)에 이어 2위를 차지하여⁴⁾ 소득수준 또한 높은 도시임

▶ 현지 조사매장 선정, 하이퍼마켓&슈퍼마켓

2020년 중국 가공식품(Packaged Foods)⁵⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓이 53.2%로 가장 높으며, 개인 소매 식료품점이 23.9%로 뒤를 이음. 온라인 쇼핑몰은 11.8%, 편의점은 4.1%로 확인됨. 이에 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 중국 조미김 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	53.2%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 올레(Ole), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart)
개인 소매 식료품점	23.9%	(-)
온라인 쇼핑몰	11.8%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会)
편의점	4.1%	메이이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven)

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 상하이 통계국(上海市统计局), 「2019年上海统计年鉴」, 2019.12.

3) 1위안 = 168.81원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4) 자료 : 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「Gross Regional Product (2018)」, 2019

5) '조미김'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 가공식품(Packaged Food)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 티몰(天猫)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 올레(Ole), 알티마트(RT Mart)

▶ 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 조미김: 김을 종이 형태로 얇고 넓게 펴서 말린 후 기름과 소금을 더한 제품
- 무조미김: 기름과 소금 없이 굵기만 한 순수 김 100% 제품
- ※ 조사된 경쟁제품은 모두 전장김을 6-9등분하여 소포장한 도시락김 제품임

[표 2.4] 중국 조미김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	조미김	무조미김
① 추안통하이타이 (B사)	○ (올레)		○	
② 요우위웨이하이타이 (C사)	○ (올레)	○ (타오바오, 징둥, 티몰)	○	
③ 차푸우추안통하이타이 (D사)	○ (올레)		○	
④ 차옌차미니하이타이 (E사)	○ (올레)		○	
⑤ 퉁위안량뽀간란요우신취이하이타이 (F사)	○ (올레)		○	
⑥ 신팅하간란요우하이타이 (G사)	○ (올레)		○	
⑦ 제크하이타이 (H사)	○ (올레)	○ (타오바오, 티몰)	○	
⑧ 한진추안통핑웨이하이타이 (I사)	○ (알티마트)		○	
⑨ 한진카오하이타이 (J사)	○ (알티마트)		○	
⑩ 사오후어차콰이러청창하이타이 (K사)	○ (알티마트)	○ (타오바오)	○	
⑪ 푸타오쯔요우하이타이 (D사)	○ (알티마트)		○	
⑫ 하이파이징핀밍후하이타이 (C사)	○ (알티마트)		○	
⑬ 자우르미니하이타이 (L사)	○ (알티마트)		○	
⑭ 카오하이타이 (J사)	○ (올레)			○
⑮ 아이러빠오요우지하이타이 (M사)	○ (올레)			○

(*) 현지 판매 조미김 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 10g당 가격

▶ 조사 지표 ② 중량

- 제품의 총 중량(g)
- 제품의 개별 중량(g)

▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 조미김: 김을 종이 형태로 얇고 넓게 펴서 말린 후 기름과 소금을 더한 제품
- 무조미김: 기름과 소금 없이 굵기만 한 순수 김 100% 제품
- ※ 조사된 경쟁제품은 모두 전장김을 6-9등분하여 소포장한 도시락김 제품임

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
- ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외부포장)
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치 용기
- 포장 형태(내부포장)
 - 플라스틱 통: 플라스틱 소재의 그릇 모양 용기

▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑥ 맛

- 제품의 맛

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

●
보유 인증 마크



HACCP



USDA 인증



유기식품인증



전통식품인증



ISO 9001

▶ 조사 지표 ⑪ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 2.5] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증
USDA 인증	생산 과정에서 유해물질이 사용되지 않는 등 미국 농무부(United States Department of Agriculture)에서 제시한 유기농 제품 인증 기준(NOP Standard)에 적합함을 증명하는 인증. 검은색 마크는 100% 유기농 제품, 녹색 마크는 5% 미만의 비유기농 원료를 사용했음을 의미
유기식품인증	공인받은 인증기관이 원재료와 가공과정 등을 심사하여, 그 관리체계가 유기인증기준에 부합하면 유기농식품으로 인증하고, 인증받은 제품만 인증 로고와 유기(농) 명칭을 사용할 수 있게 하는 제도
전통식품인증	국내산 농수산물을 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도
ISO 9001	모든 산업 분야 및 활동에 적용할 수 있는 품질경영시스템의 요구사항을 규정한 국제규격으로, 제품 또는 서비스의 실현 시스템이 규정된 요구사항을 충족하고 이를 유효하게 운영하고 있음을 제3자가 객관적으로 인증해주는 제도

[표 2.6] 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격		제품의 10g당 가격
중량	총 중량		제품의 총 중량
	개별 중량		제품의 개별 중량
제품 종류	조미김		김을 종이 형태로 얇고 넓게 펴서 말린 후 기름과 소금을 더한 제품
	무조미김		기름과 소금 없이 굵기만 한 순수 김 100% 제품
포장 형태	외부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치 용기
	내부포장	플라스틱 통	플라스틱 소재의 그릇 모양 용기
유통기한			제품의 유통기한
맛			제품의 맛
원산지			제품의 원산지
홍보문구			제품의 홍보문구
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	HACCP		식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 인증
	USDA 인증		생산 과정에서 유해물질이 사용되지 않는 등 미국 농무부(United States Department of Agriculture)에서 제시한 유기농 제품 인증 기준(NOP Standard)에 적합함을 증명하는 인증
	유기식품인증		원재료와 가공과정 등 식품 관리체계가 유기인증기준에 부합하는 것을 증명하는 제도
	전통식품인증		국내산 농수산물을 주원(제)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도
	ISO 9001		제품 또는 서비스의 실현 시스템이 규정된 요구사항을 충족하고 이를 유효하게 운영하고 있음을 제3자가 객관적으로 인증해주는 제도

3. 중국 조미김 경쟁제품 포지셔닝

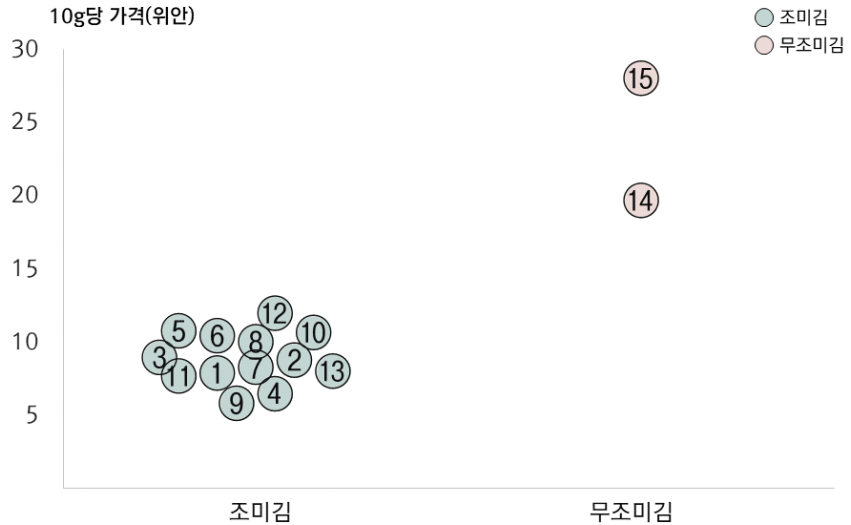
경쟁제품(제조사)

- ① 추안통하이타이 (B사)
- ② 요우위웨이하이타이 (C사)
- ③ 치푸우추안통하이타이 (D사)
- ④ 차먼차미니하이타이 (E사)
- ⑤ 동위안량뽀간란요우신취이하이타이 (F사)
- ⑥ 신평허간란요우하이타이 (G사)
- ⑦ 제크하이타이 (H사)
- ⑧ 한진추안통핑웨이하이타이 (I사)
- ⑨ 한진카오하이타이 (J사)
- ⑩ 사오후어치콰이러칭창하이타이 (K사)
- ⑪ 푸타오쯔요우하이타이 (D사)
- ⑫ 하이파이징핀밍후하이타이 (C사)
- ⑬ 지우르미니하이타이 (L사)
- ⑭ 카오하이타이 (J사)
- ⑮ 아이러빠오우지하이타이 (M사)

▶ 포지셔닝 : 제품 종류별 평균 10g당 가격, 조미김 제품이 무조미김 제품보다 약 40% 저렴

중국 오프라인 매장에서 조사된 조미김 경쟁제품 15개 제품은 그 종류에 따라 조미김 제품 13개, 무조미김 제품 2개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 10g당 가격을 비교한 결과, 조미김 제품이 8.9위안(약 1,483원), 무조미김 제품이 13.8위안(약 2,309원)으로 조미김 제품이 무조미김 제품보다 약 40% 정도 저렴한 것으로 확인됨. 무조미김 제품 2개는 어린이 이미지를 넣은 포장지를 사용하며 건강하고 순한 맛의 어린이용 김인 프리미엄 제품을 표방하고 있어 조미김과 비교하면 가격대가 높게 형성되어 있는 것으로 보임

[표 2.7] 중국 조미김 경쟁제품 포지셔닝



자료: 중국 조미김 경쟁제품 15개 분석

4. 중국 조미김 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 중국 상하이에 있는 하이퍼마켓&슈퍼마켓 방문

중국 상하이에 있는 하이퍼마켓&슈퍼마켓인 올레(Ole)와 알티마트(RT Mart)를 방문하여 조미김 경쟁제품을 조사함. 올레는 중국 내 약 20개 매장을 운영하는 고급 슈퍼마켓 유통 브랜드임. 알티마트는 중국 하이퍼마켓 점유율 1위(약 13.0%) 브랜드로, 초저가 전략을 통해 많은 고객을 유인하고 있음

[표 2.8] 중국 방문매장 및 특징

방문매장	구분	조사 제품 수	방문매장 특징
올레 (Ole)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	7	<ul style="list-style-type: none"> · 수입 제품 위주로 판매 · 변화한 도시 중심에 위치하여 유동인구가 많음 · 고급 백화점에만 입점하는 고급 슈퍼마켓
알티마트 (RT Mart)		8	<ul style="list-style-type: none"> · 3층 건물 전체를 사용하는 대형 하이퍼마켓 · 거주지역 인근에 있어 고정 수요가 많은 편



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 판매 현황, 각 조사매장에서만 판매

중국 상하이 지역의 올레, 알티마트 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 경쟁제품 중 두 곳의 매장에서 중복으로 판매 중인 제품은 없는 것으로 조사됨

[표 2.9] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매현황	
	올레	알티마트
① 추안통하이타이 (B사)	○	
② 요우위웨이하이타이 (C사)	○	
③ 치푸우추안통하이타이 (D사)	○	
④ 치앤치미니하이타이 (E사)	○	
⑤ 동위앤량뽀간란요우신취이하이타이 (F사)	○	
⑥ 신평허간란요우하이타이 (G사)		○
⑦ 제크하이타이 (H사)		○
⑧ 한진추안통핑웨이하이타이 (I사)		○
⑨ 한진카오하이타이 (J사)		○
⑩ 샤오후어취과이러칭창하이타이 (K사)		○
⑪ 푸타오쯔요우하이타이 (D사)		○
⑫ 하이파이징핀밍후아하이타이 (C사)		○
⑬ 지우르미니하이타이 (L사)		○
⑭ 카오하이타이 (J사)	○	
⑮ 아이러빠오요우지하이타이 (M사)	○	

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 올레(Ole)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓&슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
고급 백화점 안에 있는
슈퍼마켓으로, 다양한 식료품을
취급함
- 주요 고객층:
지역 주민, 외국인 거주자, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁶⁾	 <p>올레는 중국 유통업체인 화룬완자(华润万家) 산하의 고급 하이퍼마켓&슈퍼마켓 브랜드임. 2004년 개장했으며 중국 전역에 40개 이상의 매장을 운영하고 있음. 한국 제품을 포함하여 다양한 수입식품을 취급하며 신선식품을 등급별로 판매하는 특징이 있음</p>			
	조사 제품 수: 7개			
매장 정보				
	위치	<p>상하이</p> <p>Jingting Tiandi Life Plaza, 1078 Hongquan Road, Minhang District, China</p>		
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
	 			
조미김 판매 정보	판매 조미김 제품 정보			
	 <p>추안통하이타이 (B사)</p>	 <p>요우웨이웨이하이타이 (C사)</p>	 <p>치푸우추안통하이타이 (D사)</p>	
	 <p>치앤치미니하이타이 (E사)</p>	 <p>둥위안량반 간란요우신 취이하이타이 (F사)</p>	 <p>카오하이타이 (J사)</p>	 <p>아이러빠오 요우지하이타이 (M사)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료

6) 올레(Ole) 웨이보 페이지(weibo.com/olesupermarket)



제품명 (현지어)	추안통하이타이 (传统海苔)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	15g (5.0g*3봉)
소비자가격 ⁷⁾	11.8위안 (1,970원)	10g당 가격	7.9위안 (1,313원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP	수입자	칭따오파스다이꾸어지 마오이요우시안공쓰 (青岛大食代国际贸易有限公司)
홍보문구	고소한 향이 담겨있는 바삭바삭한 재래김	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 소금

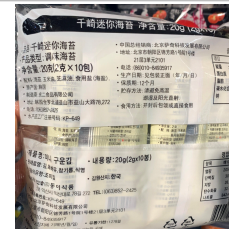


제품명 (현지어)	요우웨이하이타이 (鱿鱼味海苔)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	16g (2.0g*8봉)
소비자가격	14.0위안 (2,337원)	10g당 가격	8.9위안 (1,461원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오징어 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP	수입자	따리안하이파이 마오이요우시안공쓰 (大连海牌贸易有限公司)
홍보문구	김이라면, 난 해표김!	원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 소금, 설탕, 오징어 가루, 양조간장

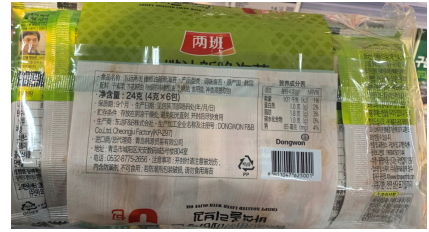
7) 1위안 = 166.96원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (현지어)	치무우추안통하이타이 (七福屋传统海苔)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	30g (5.0g*6봉)
소비자가격	26.8위안 (4,475원)	10g당 가격	8.9위안 (1,492원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP	수입자	전즈웨이상마오 상하이요우시안공쓰 (珍之味商贸上海有限公司)
홍보문구	100% 바다 냄새	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 소금



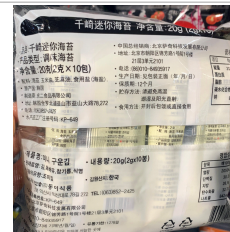
제품명 (현지어)	치안치미니하이타이 (千崎迷你海苔)	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	20g (2.0g*10봉)
소비자가격	12.9위안 (2,154원)	10g당 가격	6.5위안 (1,077원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	베이징싸차커지파잔 요우시안공쓰 (北京萨奇科技发展有限公司)	홍보문구	바삭하게 구워 건강까지 생각한 우리 가족 식탁 풍경
원료 및 첨가물			김, 옥수수유, 참기름, 천일염



제품명 (현지어)	동위안량반 간란요우신취이하이타이 (东远两班橄榄油新脆海苔)	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	24g (4.0g*6봉)
소비자가격	25.8위안 (4,308원)	10g당 가격	10.9위안 (1,795원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	칭따오한위엔 마오이요우시안공쓰 (青岛韩源贸易有限公司)	홍보문구	바삭 올리브김

원료 및 첨가물

김, 겨자씨유, 올리브유, 참기름, 소금, 바닐라 추출물



제품명 (현지어)	카오하이타이 (烤海苔)	제조사 (현지어)	J사
제품 종류	무조미김	총 중량 (개별 중량)	12g (1.5g*8봉)
소비자가격	22.8위안 (3,807원)	10g당 가격	19.7위안 (3,282원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP	수입자	따리안밍꾸안 마오이요우시안공쓰 (大连名冠贸易有限公司)
홍보문구	소금과 기름없이 구운 김 심플 레시피	원료 및 첨가물	김



제품명 (현지어)	아이러빠오오유지하이타이 (爱乐宝有机海苔)	제조사 (현지어)	M사
제품 종류	무조미김	총 중량 (개별 중량)	6g (2.0g*3봉)
소비자가격	16.8위안 (2,805원)	10g당 가격	28.0위안 (4,675원)
원산지	한국	유통기한	7개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	유기식품인증, USDA 인증	수입자	상하이진윈터우쯔 꾸안리요우시안공쓰 (上海金蕴投资管理有限公司)
홍보문구	무가미! 기름, 소금 없이 건강하게!	원료 및 첨가물	김

Shop ② 알티마트(RT Mart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓&슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
한국산 제품을 포함한 다양한 신선식품, 가공식품 등을 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인





























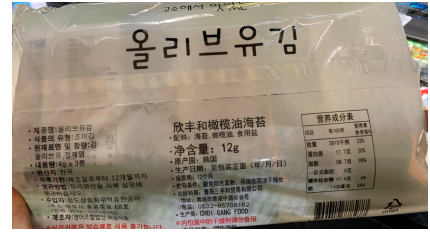
<p>브랜드 기본 정보⁸⁾</p>	 <p>알티마트는 대만의 하이퍼마켓&슈퍼마켓 체인으로 1997년 설립됨. 중국 내에서 가장 큰 대형 할인매장 중 하나이며, 2010년에는 프랑스의 대형 유통기업 오상(Auchan)과 합작 투자하여 중국 내 많은 대형 할인매장 점포 수를 보유하고 있음. 매장 서비스를 운영하며, 가격이 저렴하여 소비자들의 선호도가 높은 브랜드임</p>																
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 8개</p>  <p>위치: 상하이 上海市闵行区春申路2801号, China</p>																
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>  																
<p>조미김 판매 정보</p>	<p>판매 조미김 제품 정보</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="710 1411 845 1601">  </td> <td data-bbox="893 1411 1029 1601">  </td> <td data-bbox="1077 1411 1212 1601">  </td> <td data-bbox="1260 1411 1396 1601">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="686 1612 845 1691"> <p>신평허간란오우하이타이 (G사)</p> </td> <td data-bbox="893 1612 1029 1691"> <p>제크하이타이 (H사)</p> </td> <td data-bbox="1077 1612 1212 1691"> <p>한진추안동평웨이 하이타이 (I사)</p> </td> <td data-bbox="1260 1612 1396 1691"> <p>한진카오하이타이 (J사)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="710 1702 845 1892">  </td> <td data-bbox="893 1702 1029 1892">  </td> <td data-bbox="1077 1702 1212 1892">  </td> <td data-bbox="1260 1702 1396 1892">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="686 1904 845 1993"> <p>샤오후어차과리러 청창하이타이 (K사)</p> </td> <td data-bbox="893 1904 1029 1993"> <p>푸타오쯔오우하이타이 (D사)</p> </td> <td data-bbox="1077 1904 1212 1993"> <p>하이파이징핀밍 후하이타이 (C사)</p> </td> <td data-bbox="1260 1904 1396 1993"> <p>지우르미니하이타이 (L사)</p> </td> </tr> </table>					<p>신평허간란오우하이타이 (G사)</p>	<p>제크하이타이 (H사)</p>	<p>한진추안동평웨이 하이타이 (I사)</p>	<p>한진카오하이타이 (J사)</p>					<p>샤오후어차과리러 청창하이타이 (K사)</p>	<p>푸타오쯔오우하이타이 (D사)</p>	<p>하이파이징핀밍 후하이타이 (C사)</p>	<p>지우르미니하이타이 (L사)</p>
																	
<p>신평허간란오우하이타이 (G사)</p>	<p>제크하이타이 (H사)</p>	<p>한진추안동평웨이 하이타이 (I사)</p>	<p>한진카오하이타이 (J사)</p>														
																	
<p>샤오후어차과리러 청창하이타이 (K사)</p>	<p>푸타오쯔오우하이타이 (D사)</p>	<p>하이파이징핀밍 후하이타이 (C사)</p>	<p>지우르미니하이타이 (L사)</p>														

사진 자료: 현지 조사원 자료

8) 알티마트(RT Mart) 홈페이지(www.rt-mart.com.tw)



제품명 (현지어)	신평허간란요우하이타이 (欣丰和橄榄油海苔)	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	12g (4.0g*3봉)
소비자가격	12.5위안 (2,087원)	10g당 가격	10.4위안 (1,739원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	칭따오따스따이꾸어지 마오이요우시앤푹쓰 (青岛大食代国际贸易有限公司)	홍보문구	한국산

원료 및 첨가물

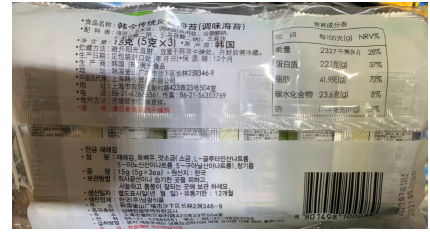
김, 올리브유, 소금



제품명 (현지어)	제크하이타이 (ZEK海苔)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	15g (5.0g*3봉)
소비자가격	12.4위안 (2,070원)	10g당 가격	8.3위안 (1,380원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	한진상하이스핀 요우시앤푹쓰 (韩进上海食品有限公司)	홍보문구	한국식으로 구워낸 고소하고 바삭한 김

원료 및 첨가물

김, 옥수수유, 참기름, 소금



제품명 (현지어)	한진추안통평웨이하이타이 (韩今传统风味海苔)	제조사 (현지어)	사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	15g (5.0g*3봉)
소비자가격	15.0위안 (2,504원)	10g당 가격	10.0위안 (1,670원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	상하이한진마오이 요우시앤공쓰 (上海韩今贸易有限公司)	홍보문구	바삭바삭하고 감칠맛 나는 미네랄 가득 재래김

원료 및 첨가물

김, 옥수수유, 소금, 참기름



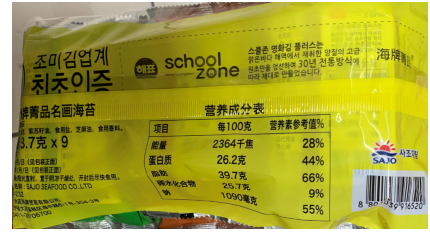
제품명 (현지어)	한진카오하이타이 (韩今烤海苔)	제조사 (현지어)	사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	20g (2.0g*10봉)
소비자가격	11.6위안 (1,937원)	10g당 가격	5.8위안 (968원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP	수입자	상하이한진마오이 요우시앤공쓰 (上海韩今贸易有限公司)
홍보문구	바삭하고 고소한 돌김	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 소금



제품명 (현지어)	사오후어차궤이러칭칭하이타이 (小火车快乐成长海苔)	제조사 (현지어)	K사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	14g (4.7g*3봉)
소비자가격	15.0위안 (2,504원)	10g당 가격	10.6위안 (1,776원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	엔타이나지상 마오요우시엔공쓰 (烟台纳吉商贸有限公司)	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 카놀라유, 참기름, 소금



제품명 (현지어)	푸타오쯔오우하이타이 (葡萄籽油海苔)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	15g (5.0g*3봉)
소비자가격	11.5위안 (1,920원)	10g당 가격	7.7위안 (1,280원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
수입자	전즈웨이상마오 상하이요우시엔공쓰 (珍之味商贸上海有限公司)	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 포도씨유, 참기름, 소금



제품명 (현지어)	하이파이핀핑밍후아하이타이 (海牌菁品名画海苔)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	33g (3.7g*9봉)
소비자가격	39.8위안 (6,645원)	10g당 가격	12.0위안 (1,995원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP	수입자	다리안하이파이 마오이요우시안공쓰 (大连海牌贸易有限公司)
홍보문구	9봉 명화김 플러스	원료 및 첨가물	김, 채유, 들기름, 소금, 참기름



제품명 (현지어)	지우르미니하이타이 (九日迷你海苔)	제조사 (현지어)	L사
제품 종류	조미김	총 중량 (개별 중량)	16g (2.0g*8봉)
소비자가격	12.8위안 (2,137원)	10g당 가격	8.0위안 (1,336원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 통
인증	HACCP, 전통식품인증, ISO	수입자	웨이하이후아쭈어 진커우요우시안공쓰 (威海华卓进口有限公司)
홍보문구	한국산	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 들기름, 소금, 해바라기씨유

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 중국 조미김 경쟁기업 선정
2. 중국 조미김 경쟁기업 현황
3. 중국 조미김 경쟁기업 세부정보

1. 중국 조미김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 4개 브랜드 선정

중국 오프라인 매장에 진출한 조미김 제조 경쟁기업 중, 한국 기업 C사와 D사, J사, F사를 선정하여 조사함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 44년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 평균 44년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. C사는 1971년에 설립되어 50년의 업력을 보유하고 있으며, D사 51년, J사 23년, F사는 52년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 4개사, 조미김 동일품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 조미김의 동일품목 수를 조사한 결과 D사가 15개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 C사 10개, F사 9개, J사 6개 순으로 조사됨

[표 3.1] 조미김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
C사	한국	50년	10개
D사	한국	51년	15개
J사	한국	23년	6개
F사	한국	52년	9개

자료: 중국 진출 조미김 경쟁기업 4개사 분석

2. 중국 조미김 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 4개사 모두 중국 오프라인 매장 진출

중국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사된 오프라인 매장에 진출하였음. J사를 제외한 3개사는 올레(Ole)에 진출하였으며, 알티마트(RT Mart)에는 J사만 진출한 것으로 조사됨. 또한, 4개사 모두 중국 온라인 매장에도 진출하였음. 경쟁기업 4개사 모두 타오바오(淘宝网)&타몰(天貓), 징둥(京东)에 진출하였으며, C사는 쑤닝(苏宁)에도 진출한 것으로 확인됨

▶ 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

중국 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 자사 및 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 한국어 홈페이지만을 사용하는 J사를 제외한 3개사는 영어를 사용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. D사와 F사는 중국어 홈페이지도 운영하는 것으로 확인됨. 또한, J사를 제외한 3개사는 SNS 플랫폼을 활용해 제품 홍보, 이벤트 진행 등 다양한 홍보 활동을 진행하고 있음. 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 주로 활용하며, F사의 경우 중국 현지 SNS 웨이보와 위챗도 활용하는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 '원료', '제조방법', '맛'을 강조하여 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 원료와 제조방법을 강조한 문구를 활용함. 제품의 원료를 강조하는 문구로써 '100% 통째에서 짠 들기름 사용', '최고급 원초 및 기름 사용', '향긋한 올리브유 사용' 등을 사용하였으며, 제품의 제조방법을 강조하는 문구로 '전통 방식으로 만든', '최적의 생산 환경' 등의 문구를 사용함. 이외에도 제품의 맛을 강조하는 문구로 '바삭하고 고소한 돌김의 참맛', '맛과 향이 뛰어난' 등을 사용하는 것으로 나타남. 또한, 위생을 강조하는 '업계 최초 HACCP 인증' 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.2] 중국 조미김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 전통 방식으로 만든 - 100% 통깨에서 짠 들기름 사용 - 고소한 맛과 진한 향 - 업계 최초 HACCP 인증
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 타오바오&티몰 - 징둥 - 쑤닝 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	
D사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/중국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 최고급 원초 및 기름 사용 - 최적의 생산 환경 - 전통 방식 그대로 - 건강을 생각하는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 타오바오&티몰 - 징둥 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 인스타그램 - 유튜브 	
J사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 알티마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 청정지역 원초사용 - 부부의 사랑과 정성으로 만든 - 깊은 맛과 향 - 바삭하고 고소한 돌김의 참맛 - HACCP 인증 공장에서 만든
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 타오바오&티몰 - 징둥 		
F사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/중국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 향긋한 올리브유 사용 - 바삭하고 부드러운 - 두 번 구워 고소한 - 맛과 향이 뛰어난 - 엄격한 품질 관리
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 타오바오&티몰 - 징둥 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 웨이보 - 위챗 	

자료: 중국 진출 조미김 경쟁기업 4개사 분석

3. 중국 조미김 경쟁기업 세부정보

① C사	
동일품목 종류 ① 광천김 도시락/전장 	기업명 C사
	기업 기본 정보
	위치 서울특별시 서초구
	규모
	동일품목 수 10개
	설립연도 1971년
	제품명 요우위웨이하이타이 (魷鱼味海苔)
	중량 16g (2.0g*8봉)
	가격⁹⁾ 14.0위안 (2,337원)
	제품 종류 조미김
	제품명 요우위웨이하이타이 (魷鱼味海苔)
	중량 16g (2.0g*8봉)
	가격 13.3위안 (2,219원)
	제품 종류 조미김
② 더 고소한 재래김 도시락/전장 	기업 진출 채널
	〈오프라인 매장〉 올레
	
	〈온라인 매장〉 타오바오&티몰 징둥 쑤닝
	
③ 올리브 듬뿍 김 	기업 홍보 채널
	
④ 와사비김/마라김/양꼬치김 	기업 홍보문구
	
	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어/영어) 기업 소개, 브랜드 및 제품 소개 기업의 사회공헌활동 홍보 SNS 플랫폼(자사 계정) (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동
	<ul style="list-style-type: none"> 전통방식으로 만든 100% 통깨에서 짠 들기름 사용 고소한 맛과 진한 향 업계 최초 HACCP 인증

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 티몰 홈페이지

자료: C사 홈페이지

9) 1위안 = 166.96원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 파래 전장김/도시락김



② 재래 전장김/도시락김



③ 키즈김 유기원초/무조미김



④ 곱창김 도시락김



⑤ 명란알김 도시락김



자료: D사 홈페이지

② D사

기업명	D사		
기업 기본 정보	위치	충청남도 홍성군	
	규모	동일품목 수	15개
		설립연도	1970년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 올레	제품명	치푸우추안통하이타이 (七福屋传统海苔)
		중량	30g (5.0g*6봉)
		가격	26.8위안 (4,475원)
	〈온라인 매장〉 타오바오&티몰 징둥	제품명	타오쯔요우하이타이 (萄籽油海苔)
		중량	15g (5.0g*3봉)
		가격	25.6위안 (4,274원)
기업 홍보 채널	 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어/중국어/영어) 기업 소개, 제품 소개 기업의 사회공헌활동 홍보 SNS 플랫폼(자사 계정) (인스타그램, 유튜브) 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동 	
		<ul style="list-style-type: none"> 최고급 원초 및 기름 사용 최적의 생산 환경 전통 방식 그대로 건강을 생각하는 	
기업 홍보문구	 SEASONED SEAWEED '수십수백만 장을 만들어도 고객은 김 한장으로 평가한다' 김에 가장 기본이 되는 것 3가지 (최상의 원료, 최적의 생산 환경, 최고의 고객 만족 정신). 이 3가지와 50년 전통의 노하우를 바탕으로 (주)광천김 만의 정력을 담고 있습니다. 국내 1위 및 세계 60여 개국에 진출할 수 있었던 광천김만의 이념이 담겨 있습니다.		

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 티몰 홈페이지

③ J사

동일품목 종류	기업명	J사
① 돌김	기업 기본 정보	전라북도 완주군
	위치	6개
② 하등 녹차김	규모	1998년
	설립연도	제품명 한진카오하이타이 (韩今烤海苔)
③ 땅끝마을 파래김	〈오프라인 매장〉 알티마트	중량 20g (2.0g*10봉)
	기업 진출 채널	가격 11.6위안 (1,937원)
④ 포도씨유 구운김	〈온라인 매장〉 타오바오&티몰 징동	제품 종류 조미김
		제품명 한진카오하이타이 (韩今烤海苔)
⑤ 파래김 생김	기업 홍보 채널	중량 15g (5.0g*3봉)
		가격 12.8위안 (2,137원)
자료: J사 홈페이지	홍보문구	제품 종류 조미김
	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어) - 기업 소개 - 제품 소개 및 판매 	<ul style="list-style-type: none"> 청정지역 원초사용 부부의 사랑과 정성으로 만든 깊은 맛과 향 바삭하고 고소한 돌김의 참맛 HACCP 인증 공장에서 만든

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 징동 홈페이지

동일품목 종류		④ F사	
		기업명	F사
① 더 바삭한 양반김		기업	서울특별시 서초구
		기업 기본 정보	위치
② 명품김			동일품목 수
			9개
③ 참기름김			규모
			설립연도
④ 들기름김			1969년
		기업 진출 채널	제품명
⑤ 올리브유김			동위앤랑뵤 간란요우신취이하이타이 (东远两班橄榄油新脆海苔)
			중량
		〈오프라인 매장〉 올레	24g (4.0g*6봉)
			가격
			25.8위안 (4,308원)
			제품 종류
			조미김
			제품명
			동위앤랑뵤 간란요우신취이하이타이 (东远两班橄榄油新脆海苔)
			중량
		〈온라인 매장〉 타오바오&티몰	45g (5.0g*9봉)
			가격
			33.5위안 (5,586원)
			제품 종류
			조미김
		기업 홍보 채널	
			<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어/중국어/영어) - 기업 소개, 브랜드 및 제품 소개 - 기업의 사회공헌활동 홍보 SNS 플랫폼 자사 계정: 페이스북, 인스타그램, 유튜브 현지 계정: 웨이보, 위챗 - 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동
		기업 홍보문구	
			<ul style="list-style-type: none"> 향긋한 올리브유 사용 바삭하고 부드러운 두 번 구워 고소한 맛과 향이 뛰어난 엄격한 품질 관리

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 티몰 홈페이지

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

- Interview ① 선전스야미야미상마오유오시안공스(深圳市呀米呀米商贸有限公司)
Interview ② 베이징런루이더후마오이유오시안공스(北京仁睿德厚贸易有限公司)
Interview ③ 웨이하이훙쥘가오찌수찬예카이파취위치상서
(威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)
Interview ④ 다렌시바오상마오유오시안공스(大连禧宝商贸有限公司)



가격 6.5위안
(약 1,078원)

중량 15g(5.0g*3봉)

포장 형태 플라스틱 파우치
(외부/내부) /플라스틱 통

Q1. 인기 조미김 제품은 무엇인가요? 가격과 중량은 어느 정도인가요?

저희가 취급하는 제품 중에서 해표 김이 인기이며 1팩에 2g 제품 8봉으로 구성되어 있습니다. 해당 제품은 한국의 유명 브랜드여서 중국에서도 인지도가 높습니다. 고정 고객을 확보하고 있어 재구매율이 높으며 수요가 안정적입니다. 조미김 제품은 대부분 2-3g씩 묶음으로 구성되어 있습니다. 가격은 도매가가 7.6위안(약 1,269원), 소매가 기준 15위안(약 2,504원)입니다. 대체로 조미김 제품의 평균 소매가는 20위안(약 3,339원) 이하이며 20위안을 초과하는 제품은 판매가 잘되지 않습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

현재 해표 김 제품의 경우 오리지널, 와사비, 오징어, 토마토 맛을 판매하고 있으며, 이중 오리지널과 오징어 맛이 인기가 좋습니다. 오리지널 맛은 김 본연의 향이 살아있고 적당한 짠맛으로 어린이 간식으로도 적합합니다.

Q3. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

조미김은 과거에는 밥반찬이라는 인식이 강해서 판매량이 많지 않았으나, 최근에는 간식으로 조미김을 찾는 사람들이 늘어났습니다. 어린 자녀를 둔 소비자들이 조미김을 어린이 간식으로 자주 구매하고, 직장인들도 사무실용 간식으로 구매합니다. 일부 한국 문화에 익숙한 소비자들은 밥에 싸서 먹거나 비빔밥에 함께 넣어 먹습니다.

Q4. 현지 소비자가 조미김 구매 시 고려하는 요소는 무엇인가요?

맛과 식감, 가격이 중요합니다. 앞서 말씀드렸듯이 반찬이 아닌 간식으로 먹는 경우가 많아, 맛이 너무 짜지 않으면서 기름기가 적고 바삭한 식감을 선호하며 쉽게 부서지지 않는 것도 중요합니다. 또한, 현재 중국 현지 브랜드의 제품 중 가격경쟁력이 좋은 제품들이 많으므로, 합리적인 가격도 중요합니다.

Q5. 중국에서 조미김의 주 유통채널은 무엇인가요?

신규 브랜드의 경우 온라인으로 먼저 유통하는 것을 추천합니다. 수입 제품의 경우 오프라인 유통 시 요구되는 사항들이 엄격하므로, 온라인 판매를 통해 중국 시장에서 어느 정도 인지도를 쌓은 후 오프라인 채널에 진출하는 것을 추천합니다.

Q6. 중국 조미김 경쟁업체들의 주요 홍보 방법은 무엇인가요?

최근에는 샤오홍슈(小红书), 도인(抖音), 콰이쇼(快手) 등 플랫폼을 통한 왕홍 마케팅 및 라이브 방송이 대세입니다. 따라서 중국 내 핫한 SNS 왕홍과 연결해서 마케팅을 진행하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 베이징런루이더후마오이유오시안공스 (北京仁睿德厚贸易有限公司)

베이징런루이더후마오이
유오시안공스
(北京仁睿德厚贸易有限公司)

전문가 소속



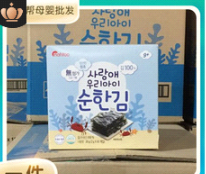





베이징런루이더후마오이
유오시안공스
(北京仁睿德厚贸易有限公司)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Kou Guang Jian
(Sales Manager)

北京仁睿德厚贸易有限公司

11)

 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥7.90</p> <p>韩国进口托马斯海苔小火车葡萄籽油...</p> <p>商品满意度: 5.0 30天成交1925元</p> <p>加入进货单</p>	 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥11.00</p> <p>韩国进口爱森有机迷你海苔紫菜即食...</p> <p>商品满意度: 5.0 30天成交844元</p> <p>加入进货单</p>	 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥18.00</p> <p>行货韩国进口那都海苔无盐即食紫菜...</p> <p>商家热销 30天成交2.8万</p> <p>加入进货单</p>	 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥18.50</p> <p>现货 韩国进口beefood宝宝福德海苔...</p> <p>商品满意度: 5.0 30天成交185元</p> <p>加入进货单</p>
 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥10.80</p> <p>老客福利~儿童国产肉松儿童米饼...</p> <p>商家热销 30天成交9.4万</p> <p>加入进货单</p>	 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥5.50</p> <p>台湾脆脆妮巴坦木巴日本南瓜子坚果...</p> <p>商品满意度: 5.0 30天成交130元</p> <p>加入进货单</p>	 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥5.00</p> <p>破耳兔夹心海苔脆片紫菜儿童宝宝零...</p> <p>商品满意度: 无 30天成交98元</p> <p>加入进货单</p>	 <p>一件代发 供货稳定 手续齐全</p> <p>¥7.20</p> <p>韩国进口乐味海苔即食儿童宝宝...</p> <p>商品满意度: 5.0 30天成交3899元</p> <p>加入进货单</p>

베이징런루이더후마오이유오시안공스 (北京仁睿德厚贸易有限公司) Sales Manager, Mr. Kou Guang Jian

베이징런루이더후마오이유오시안공스는 2013년 설립한 중국의 수입·유통업체로 베이징(北京)에 본사를 두고 있음. 김, 과자, 과일칩, 치즈, 소시지 등 영유아 스낵을 취급함. 온라인 유통채널로 1688 점포를 운영하고 있으며, 오프라인은 영유아식품 전문매장에 진출해 있음. 주요 구매처로는 한국, 일본, 영국, 스페인, 미국 등이 있음

11) 사진자료: 베이징런루이더후마오이유오시안공스(北京仁睿德厚贸易有限公司) 판매 페이지 (huashengmuying.1688.com)



가격 6.5위안
(약 1,078원)

중량 15g(5.0g*3봉)

포장 형태 플라스틱 파우치
(외부/내부) /플라스틱 통

Q1. 인기 조미김 제품은 무엇인가요? 가격과 중량은 어느 정도인가요?

저희가 취급하는 제품 중 인기제품으로는 나투(Nahtoo/那鄒) 사랑에 우리아이 순한김이 있습니다. 해당 제품은 1팩에 2g 제품 10봉으로 구성되어 있습니다. 해당 제품은 소금과 기름이 사용되지 않은 100% 김만 들어있는 제품으로, 영유아식품의 느낌이 나는 귀여운 이미지의 포장 디자인을 사용하였습니다. 9개월 이상 영유아도 섭취할 수 있도록 개발되었으며 한국에서 직수입되어 품질이 보장된다는 인식이 인기 요인인 것 같습니다. 저희가 취급하는 도매가는 18위안(약 3,005원), 소매가로는 40위안(약 8,014원) 정도가 될 것 같습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

최근에는 조미김 제품의 맛이 다양해져서 맵거나 짠맛이 가미된 제품이 많이 있지만, 담백한 맛(오리지널)을 가장 선호하는 것 같습니다. 자녀에게 먹일 용도로 소금, 기름, 식품첨가제 등이 전혀 들어가지 않은 순수 김 100%의 제품을 찾는 소비자도 늘어났습니다.

Q3. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

일반적으로는 조미김을 간식으로 섭취하는 경우가 많은 것으로 알고 있습니다. 다만 저희가 판매 중인 김 제품의 경우 대부분 영유아용이어서 이것을 기준으로 말씀드리면, 자녀를 둔 소비자가 아이 간식으로 먹이거나 이유식 조리 시 맛을 내기 위해 사용합니다.

Q4. 현지 소비자가 조미김 구매 시 고려하는 요소는 무엇인가요?

아이에게 먹일 용으로 구매하는 소비자는 가격보다는 오히려 품질에 관심이 있습니다. 어린 자녀를 둔 소비자들은 소금, 기름, 첨가제 등 기타 조미료 없이 순수 김 자체로 맛을 낸 제품인지를 확인합니다.

Q5. 중국 조미김 경쟁업체들의 주요 유통채널과 홍보 방법은 무엇인가요?

온라인과 오프라인으로 동시에 유통하는 제품이 많습니다. 무조미김 제품의 경우에는 영유아식품 전문매장으로도 많이 유통합니다. 홍보 방법은 최근 뉴미디어를 이용한 다양한 홍보 콘텐츠 노출이 중요해졌습니다. 특히 왕홍 라이브 방송을 통한 홍보가 판매 효과가 좋습니다. 또한, 상해 국제 식품 박람회와 같은 중국 현지 대표 식품 전시회에 노출하는 것도 좋은 방법입니다.

Interview ③ 웨이하이훙쥐가오찌수찬예카이파취 위치상서 (威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)

威海火炬高技术产业开发区俞淇商社

웨이하이훙쥐가오찌수찬예카이파취 위치상서
(威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)

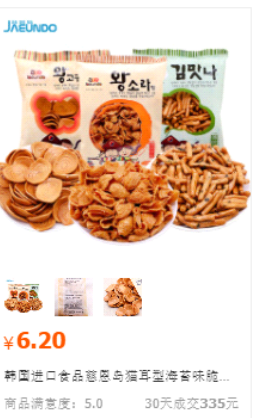
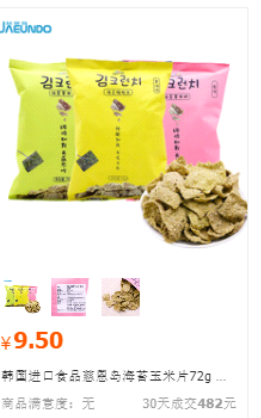
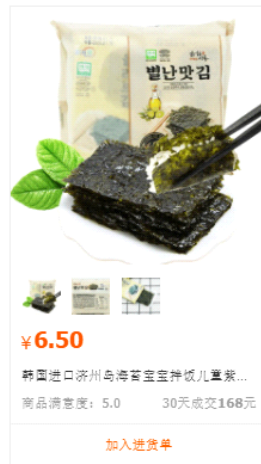
전문가 소속

웨이하이훙쥐가오찌수찬예카이파취 위치상서
(威海火炬高技术产业开发区俞淇商社)
한국 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Li Yuan Yuan
(Sales Manager)

12)



웨이하이훙쥐가오찌수찬예카이파취 위치상서 (威海火炬高技术产业开发区俞淇商社) Sales Manager, Ms. Li Yuan Yuan

웨이하이훙쥐가오찌수찬예카이파취 위치상서는 2016년 설립한 중국의 수입·유통업체로 웨이하이(威海)에 본사를 두고 있음. 김, 커피, 음료, 젤리 등 한국 수입 식품을 취급함. 대표 취급 브랜드로는 제크(ZEK), 해태, 롯데, 오리온 등이 있음. 온라인 유통채널로 1688 스토어, 위챗 계정을 운영하고 있음

12) 사진자료: 웨이하이훙쥐가오찌수찬예카이파취 위치상서(威海火炬高技术产业开发区俞淇商社) 판매 페이지 (shop2156elm270241.1688.com)



가격 6.5위안
(약 1,078원)

중량 15g(5.0g*3봉)

포장 형태 플라스틱 파우치
(외부/내부) /플라스틱 통

Q1. 인기 조미김 제품은 무엇인가요? 가격과 중량은 어느 정도인가요?

당사 취급 제품 중에는 제크(ZEK)의 조미김이 인기가 있습니다. 해당 제품은 5g 제품 3봉으로 구성되어 총 15g입니다. 올리브유로 구운 김, 포도씨유로 구운 김, 죽염으로 구운 김, 그리고 소금이 들어가지 않아 어린이가 먹기 좋은 한식 구운 김 이렇게 총 4가지 맛의 제품이 있습니다. 도매가는 7위안(약 1,169원)이며, 소매가로는 12위안(약 2,004원) 정도가 적당하다고 생각합니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

제크(ZEK)의 4가지 맛 김 제품의 경우 소금이 들어가지 않아 담백한 맛의 한식 구운 김과 포도씨유 맛 제품의 판매량이 상대적으로 높습니다. 담백한 맛과 포도씨유 맛은 1세 이상의 영유아가 먹기에 적합하며, 죽염 맛과 올리브유 맛은 짠맛이 상대적으로 강하여 2세 이상의 영유아가 먹기에 적합합니다.

Q3. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

소금이 첨가되지 않은 담백한 구운 김 제품의 경우에는 아이 이유식에 첨가하여 맛을 내거나 아이 간식으로 먹입니다. 일반 성인들이 먹는 조미김 제품도 간식으로 즐기는 경우가 많으며 김말이, 김 죽, 주먹밥 등 요리에 활용하기도 합니다.

Q4. 현지 소비자가 조미김 구매 시 고려하는 요소는 무엇인가요?

대부분 제품이 가격경쟁력은 비슷하게 형성되어 있으므로 맛과 식감을 주요하게 봅니다. 소비자들은 얇고 균일하며 바삭한 식감과 고소한 향의 제품을 선호합니다. 소비자들 사이에서 한국 제품은 제품의 맛과 품질이 좋다는 인식이 있어서 한국 수입 제품인 것도 선호 요인입니다.

Q5. 중국 조미김 경쟁업체들의 주요 홍보 방법은 무엇인가요?

뉴미디어를 통한 홍보가 효과적이라고 여겨집니다. 특히 온라인 제품의 경우에는 최근 위챗을 통한 판매가 많이 이루어지는 것으로 파악됩니다. 따라서 영유아 자녀를 둔 소비자들이 모여 있는 위챗 단체방에서 제품을 홍보한다면 판매량에 직접적인 효과가 나타날 것입니다.

Interview ④ 다렌시바오상마오유오시안공스 (大连禧宝商贸有限公司)

다렌시바오상마오유오시안공스
(大连禧宝商贸有限公司)

전문가 소속

다렌시바오상마오유오시안공스
(大连禧宝商贸有限公司)
한국 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Lin Ling Lan
(CEO)

13)



<p>正规货源 手续齐全 可分销代理</p> <p>¥7.20</p> <p>韩国乐味调味海苔即食紫菜零食小吃2... 商品满意度: 5.0 30天成交55笔</p> <p>加入进货单</p>	<p>正规货源 手续齐全 可分销代理</p> <p>¥7.00</p> <p>马来西亚EGO小鱼饼干140g多种口味... 商品满意度: 5.0 30天成交49笔</p> <p>加入进货单</p>	<p>正规货源 手续齐全 可分销代理</p> <p>¥20.50</p> <p>韩国日本禧宝食椰子味芝麻味夹心海... 商品满意度: 5.0 30天成交47笔</p> <p>加入进货单</p>
<p>正规货源 手续齐全 可分销代理</p> <p>¥15.00</p> <p>韩国东远两强名品拌饭芝麻海苔碎香... 商品满意度: 5.0 30天成交43笔</p> <p>加入进货单</p>	<p>正规货源 手续齐全 可分销代理</p> <p>¥17.00</p> <p>国产诺恩调味粉调味料佐料多种口味... 商品满意度: 5.0 30天成交37笔</p> <p>加入进货单</p>	<p>正规货源 手续齐全 可分销代理</p> <p>¥11.00</p> <p>韩国婴童有机迷你海苔即食紫菜... 商品满意度: 5.0 30天成交37笔</p> <p>加入进货单</p>

다렌시바오상마오유오시안공스 (大连禧宝商贸有限公司) CEO, Ms. Lin Ling Lan

다렌시바오상마오유오시안공스는 2012년 설립된 영유아식품, 영유아용품 취급 유통 업체임. 주요 수입국은 한국과 일본이며 주요 취급 브랜드로 매일유업, 일동후디스 등이 있음. 온라인 판매를 중심으로 운영하며, 오프라인은 보조 수단으로 활용함. 중국 전 지역 대형마트, 도매상, 소매상으로 납품하고 있음

13) 사진자료: 다렌시바오상마오유오시안공스(大连禧宝商贸有限公司) 판매 페이지 (dlxbhappybaby1.1688.com)



가격 6.5위안
(약 1,078원)

중량 15g(5.0g*3봉)

포장 형태 플라스틱 파우치
(외부/내부) /플라스틱 통

Q1. 인기 조미김 제품은 무엇인가요? 가격과 중량은 어느 정도인가요?

취급 제품 중 인기제품으로는 토마스와 친구들 유아김(托马斯小火车)이라는 제품이 있습니다. 해당 제품은 1팩에 4.7g 3봉으로 구성되어 있습니다. 귀여운 캐릭터를 사용한 포장 디자인으로 인기가 높으며 제품에 대한 소비자 평가도 좋습니다. 해당 제품의 도매가는 8위안(약 1,336원) 정도이며 소매가는 14위안(약 2,337원) 정도가 될 것 같습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

위에서 언급한 제품의 경우 오리지널 맛(파랑), 올리브유 맛(초록), 포도씨유 맛(빨강) 총 3가지의 맛이 판매되고 있으며, 오리지널 맛 제품의 인기가 가장 많습니다. 오리지널 맛 제품은 나트륨 함량과 기름 함유량이 적어 더 건강한 제품으로 인식되어 소비자들이 선호하는 것으로 보입니다.

Q3. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

최근에는 아이나 어른이나 간식으로 김을 섭취하는 경우가 많아졌습니다. 전통적으로 밥과 함께 먹기 위해 찾는 소비자들도 많은데, 주로 김을 잘게 부셔서 죽, 면, 밥 등에 섞어 먹거나 김밥, 김말이, 계란말이 등으로 만들어 먹습니다.

Q4. 현지 소비자가 조미김 구매 시 고려하는 요소는 무엇인가요?

소비자들은 조미김 제품을 선택할 때, 브랜드, 건강, 가격을 고려하는 것 같습니다. 브랜드 인지도가 높은 제품이나 가격이 합리적이고 할인 이벤트를 진행 중인 제품에 관심이 높습니다. 자녀를 둔 소비자들은 아이들의 건강을 우려하여 오일류 제품과 나트륨 함량이 적은 제품을 선호합니다.

Q5. 중국 조미김 경쟁업체들의 주요 홍보 방법은 무엇인가요?

보통은 제품이 속한 브랜드 업체에서 홍보 지원을 많이 해줍니다. 예를 들어 판촉 이벤트 등을 진행하여 브랜드 인지도와 판매량을 높이는 방법이 있습니다. 일부 소비자들은 1위안의 가격 차이로 다른 브랜드 제품을 선택하기도 하므로 할인 이벤트를 중시합니다. 그러나 영유아식품 구매요인에서 가격은 가장 중요한 요인이 아닙니다. 아이 엄마들은 제품의 품질, 영양소, 안전성, 위생 등을 더욱 중요시하기 때문에 이와 같은 요소들을 강조하여 홍보합니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

● 경쟁제품(제조사)

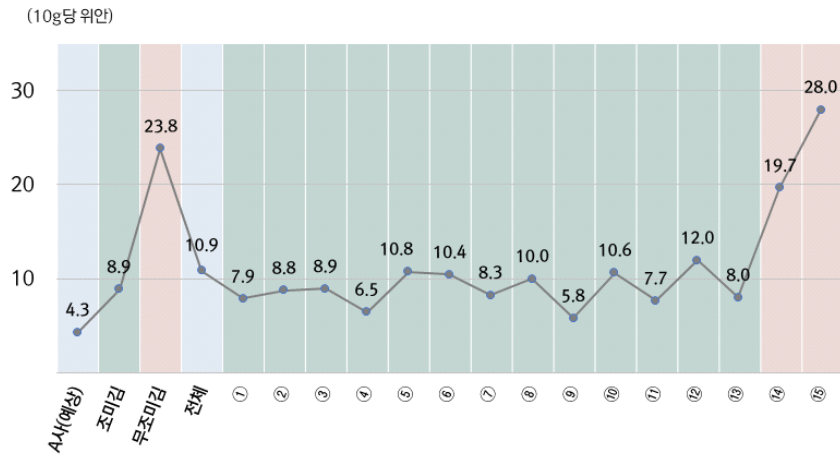
- ① 추안통하이타이 (B사)
- ② 요우위웨이하이타이 (C사)
- ③ 치푸우추안통하이타이 (D사)
- ④ 차앤차미니하이타이 (E사)
- ⑤ 퉁위안량뽀간란요우신취이하이타이 (F사)
- ⑥ 신평허간란요우하이타이 (G사)
- ⑦ 제크하이타이 (H사)
- ⑧ 한진추안통평웨이하이타이 (I사)
- ⑨ 한진카이하이타이 (J사)
- ⑩ 샤오후어차라이러청칭하이타이 (K사)
- ⑪ 푸타오쯔요우하이타이 (D사)
- ⑫ 하이파이징핀밍후하이타이 (C사)
- ⑬ 지우르미니하이타이 (L사)
- ⑭ 카오하이타이 (J사)
- ⑮ 아이러빠오요우지하이타이 (M사)

▶ 조미김 경쟁제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

경쟁제품 15개의 평균 10g당 가격은 10.9위안(약 1,816원)¹⁴⁾으로 조사됨. 조미김 제품 13개의 평균 10g당 가격은 8.9위안(약 1,483원), 무조미김 제품 2개의 평균 10g당 가격은 23.8위안(약 3,979원)임. 무조미김 제품의 평균 10g당 가격이 조미김 제품의 평균 10g당 가격의 약 3배로, 제품 종류에 따른 가격 차이가 매우 크게 나타남. A사 제품의 10g당 가격인 4.3위안(약 720원)은 조사한 경쟁제품 15개의 제품 종류와 관계없이 가장 저렴한 것으로 조사됨

【표 5.1】 중국 조미김 가격 경쟁력분석

(단위: 위안)



14) 1위안 = 166.96원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 추안통하이타이 (B사)
- ② **요우위웨이하이타이 (C사)**
- ③ 치푸우추안통하이타이 (D사)
- ④ 치앤치미니하이타이 (E사)
- ⑤ 퉁위앤링뽀간란요우신취이하이타이 (F사)
- ⑥ 신평허간란요우하이타이 (G사)
- ⑦ **제크하이타이 (H사)**
- ⑧ 한진추안통핑웨이하이타이 (I사)
- ⑨ 한진카오하이타이 (J사)
- ⑩ **샤오후어치라이러청칭하이타이 (K사)**
- ⑪ 푸타오쯔요우하이타이 (D사)
- ⑫ 하이파이징핀밍후하이타이 (C사)
- ⑬ 지우르미니하이타이 (L사)
- ⑭ 카오하이타이 (J사)
- ⑮ 아이러빠오요우지하이타이 (M사)

▶ A사 제품 개별 중량, 경쟁제품 평균 개별 중량 대비 많은 편

- 총 중량

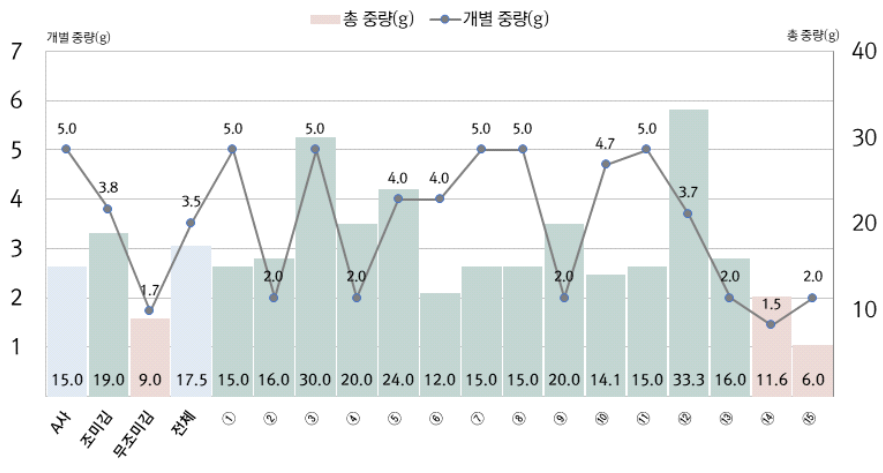
경쟁제품 15개의 평균 총 중량은 17.5g으로 조사됨. 조미김 제품 13개의 평균 총 중량은 19.0g, 무조미김 제품 2개의 평균 총 중량은 9.0g임. 조미김 제품의 평균 총 중량이 무조미김 제품의 평균 총 중량의 약 2배로, 제품 종류에 따라 판매 단위가 크게 차이를 보임. A사 제품의 총 중량은 15.0g으로 경쟁제품 15개의 평균 중량과 비슷한 수준이며 조미김 제품의 평균 중량보다는 낮은 편임

- 개별 중량¹⁵⁾

제품의 총 중량은 포장 단위에 따라 크게 달라지므로 제품의 개별 중량을 비교 분석함. 경쟁제품의 평균 개별 중량은 3.5g, 조미김 제품의 평균 개별 중량은 4.5g, 무조미김 제품의 평균 개별 중량은 1.7g으로 조사됨. A사 제품의 개별 중량은 5.0g으로 15개 경쟁제품 평균 중량 대비 약 1.3배 수준이나, 조미김 제품의 평균 개별 중량과는 비슷한 수준임. 무조미김의 경우 어린이용으로 포지셔닝하고 있어 조미김보다 1봉당 개별 중량이 작은 것으로 보임

[표 5.2] 중국 조미김 중량 경쟁력분석

(단위: g)



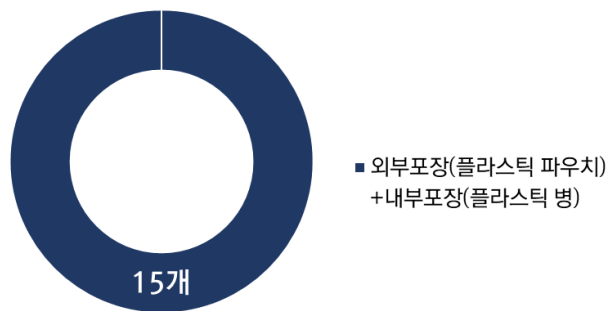
15) 개별 중량: 제품 1봉당 중량(g)

3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개, A사 제품과 동일한 포장 형태 사용

중국에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 조사 제품 모두 외부포장과 내부포장의 이중 포장 제품인 것으로 확인됨. 포장재 형태와 소재 또한 유사하였는데, 외부포장은 플라스틱 파우치(알루미늄 포일 막 포함 소재)를 사용하고 내부포장은 플라스틱 통을 사용하고 있음

[표 5.3] 중국 조미김 제품 포장 형태 경쟁력 분석

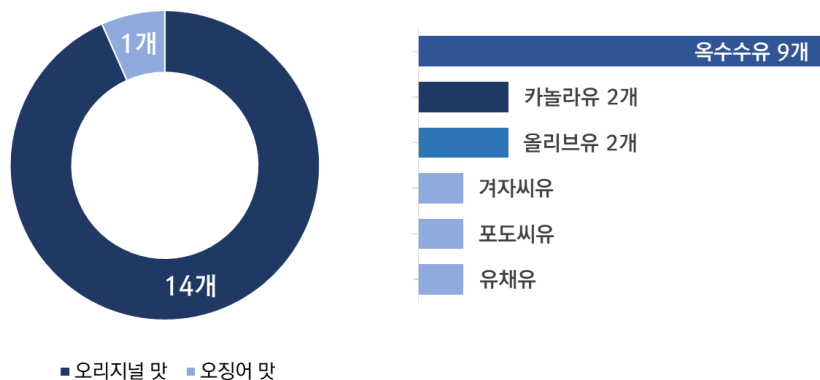


4) 맛 및 원료

▶ 경쟁제품 15개 중 14개, 오리지널 맛 제품

중국에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 맛과 성분을 조사함. 별도 맛을 첨가하지 않은 오리지널 맛 제품이 총 14개로 대다수였으며, 오징어 시즈닝을 첨가한 오징어맛 제품이 1개로 확인됨. 경쟁제품의 원료를 조사한 결과, 옥수수유를 사용한 제품이 9개로 가장 많음. 그 외, 카놀라유, 겨자씨유, 올리브유, 포도씨유, 유채유가 들어간 제품도 있음. 무조미김 제품 2개는 첨가물이 없는 김 단일 원료로 만들어진 제품임

[표 5.4] 중국 조미김 제품 맛 경쟁력분석

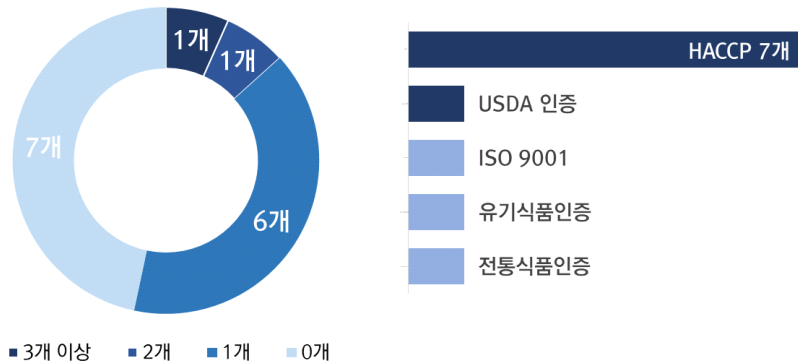


5) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 인증 취득

중국에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 인증 표기 여부 및 종류를 조사함. 15개 제품 중 3개 이상의 인증을 표기한 제품이 1개, 2개 표기 제품이 1개, 1개 표기 제품이 6개였으며, 7개 제품은 어떠한 인증 관련 표기도 없는 것으로 확인됨. 인증 종류로는 HACCP 취득 제품이 7개로 가장 많았으며, 기타 인증으로는 USDA 인증, ISO 9001, 유기식품인증, 전통식품인증 등이 나타남

[표 5.5] 중국 조미김 제품 인증 경쟁력분석

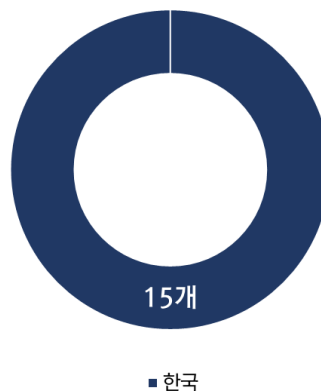


6) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 모두 한국산 제품

중국에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 15개 제품 모두 한국산인 것으로 확인됨. 모든 제품은 한국어 표기가 되어있어 소비자가 제품 구매 시 한국산 제품임을 단번에 알 수 있을 것으로 보임. 중국에서 한국산 제품은 가격 대비 품질, 맛, 안전성이 우수한 것으로 평가받고 있음

[표 5.6] 중국 조미김 제품 원산지 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인을 분석함. 제품 선정은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰 언급된 제품을 기준으로 함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

- 온/오프라인 매장에서의 인기제품
 - (*) 온라인 쇼핑몰 : 타오바오, 징동, 티몰
 - (*) 오프라인 매장 : 올레
- 다수의 온/오프라인 매장에서 판매
 - (*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 모두에서 판매되는 제품
 - (*) 오프라인 매장 : 현지 매장 방문에서 판매가 확인된 제품
- 바이어 인터뷰에서 언급되는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



경쟁력분석 제품
(A사 _ 재래김)

'스낵 형태로
간식처럼 먹을 수 있는
절단 김'

조미김	공통 특징 ① 제품 종류	조미김
플라스틱 파우치, 플라스틱 통	공통 특징 ② 포장 형태	플라스틱 파우치, 플라스틱 통
HACCP	공통 특징 ③ 인증	HACCP
오리지널 맛	벤치마킹 ▶ 맛	오리지널 맛, 오징어 맛
(-)	벤치마킹 ▶ 유통채널	오프라인 + 온라인



현지 벤치마킹 인기제품
(C사_해표 김)

'8절 8매'
'HACCP'

2) 벤치마킹 제품 분석

- 맛 차별화

▶ 벤치마킹 제품, 스낵 및 안주로 즐기기 좋은 맛과 포장으로 차별화

벤치마킹 제품은 현지에서 판매 중인 대부분의 조미김 제품이 소금과 기름으로 맛을 낸 오리지널 제품인 것과 달리, 오징어 맛 제품임. 조미김을 주로 밥반찬으로 소비하는 한국이나 일본과 달리 중국에서는 주로 간식으로 즐기는 만큼, 스낵류의 시즈닝 양념을 더하여 맛을 차별화한 조미김 제품도 인기가 많을 것으로 보임

[표 5.7] 중국 조미김 인기제품, 맛 차별화 인터뷰 분석

(인터뷰)

해표 김 제품의 경우 오리지널, 와사비, 오징어, 토마토 맛을 판매하고 있으며, 이중 오리지널과 오징어 맛이 인기가 좋습니다. 오리지널 맛을 김 본연의 향이 살아있고 적당한 짠맛으로 어린이 간식으로도 적합합니다.

- Ms. Feng Ming (전스야미야미상마오유오시안공소, 구매부 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 유통채널

▶ 벤치마킹 제품, 온·오프라인 유통채널에서 모두 입점·판매 중

벤치마킹 제품은 중국 현지 방문에서 조사한 오프라인 매장과 인기 온라인 쇼핑몰 3곳 모두에서 판매되고 있음. 아직까지 중국 내 식료품 관련 온라인 시장이 크지 않고, 현지 소비자들도 편의상 오프라인 식료품을 구매를 선호함. 하지만 코로나19 이후 비대면 서비스에 대한 소비자들의 선호도가 높아지고, SNS 플랫폼과 온라인 쇼핑몰 제품 후기로 인해 제품 구매력에 영향을 받는 소비자가 늘고 있는 만큼 온라인 채널을 통한 유통도 제품인지도 관리와 소비자 접근성 확보에 효과적임

[표 5.8] 중국 조미김 인기제품, 유통채널 인터뷰 분석

(인터뷰)

온라인과 오프라인으로 동시에 유통하는 제품이 많습니다. 무조미김 제품의 경우에는 영유아식품 전문매장으로도 많이 유통합니다. 홍보 방법은 최근 뉴미디어를 이용한 다양한 홍보 콘텐츠 노출이 중요해졌습니다. 특히 왕홍 라이브 방송을 통한 홍보가 판매 효과가 좋습니다.

- Mr. Kou Guang Jian (베이징런루이더후마오이유오시안공소, 판매 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 4개사, 주요 오프라인과 온라인 판매 채널 진출

중국에 진출한 경쟁기업 4개사 중 3개사가 올레에 입점하였으며, 알티마트에는 1개사만이 진출한 것으로 확인됨. 온라인 채널로는 경쟁기업 4개사 모두 진출하였으며, 4개사 모두 타오바오&티몰과 징동에, 1개사만이 쑤닝에 진출한 것으로 확인됨

[표 5.9] 중국 조미김 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인		온라인		
	올레	알티마트	타오바오&티몰	징동	쑤닝
C사	○		○	○	○
D사	○		○	○	
J사		○	○	○	
F사	○		○	○	

2) 홍보 채널

▶ 중국에서의 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

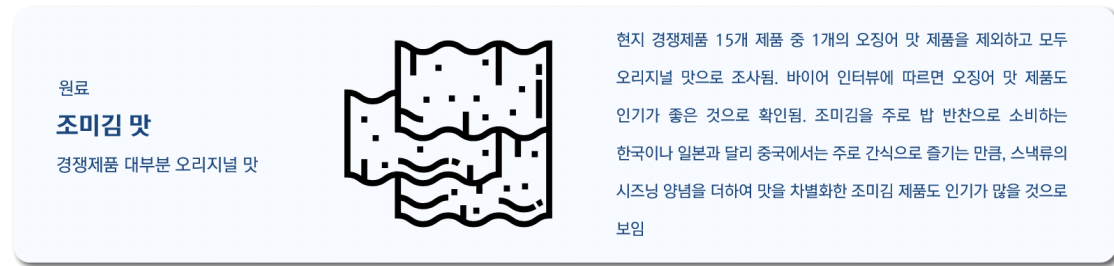
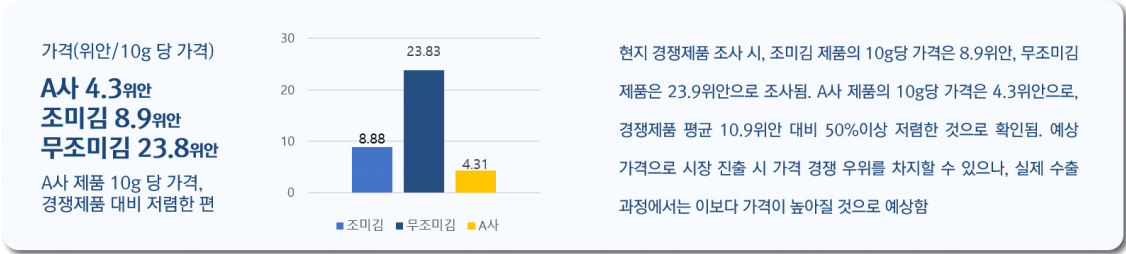
경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 경쟁기업 4개사 중 3개사는 한국어와 영어를 모두 사용한 홈페이지를 운영하고 있으며, 그중 2개사는 중국어 홈페이지를 추가로 운영하고 있음. 또한, 3개사가 SNS 플랫폼을 통해 제품 홍보와 이벤트를 진행함. 페이스북이 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼이며 인스타그램, 유튜브도 활용하고 있음. 다만, 1개사만이 중국 현지 SNS를 활용하고 있는 것을 확인함

[표 5.10] 중국 조미김 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지			SNS 플랫폼	
	한국어	중국어	영어	자사 SNS	현지 SNS
C사	○		○	○	
D사	○	○	○	○	
J사	○				
F사	○	○	○	○	○

VI. 시장진출제언(Export Insights)

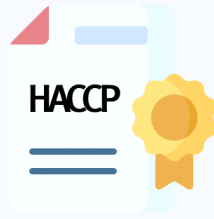
VI. Export Insights



인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points)

경쟁제품 중 7개 제품 HACCP 보유

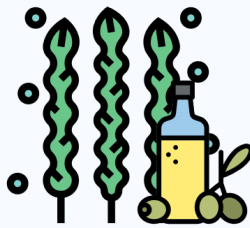


현지 제품 조사 결과 경쟁제품 15개 중 7개 제품이 HACCP을 발급받은 것으로 확인됨. HACCP을 보유한 A사 제품의 경우 소비자의 신뢰도를 향상시켜 경쟁력 확보에 도움이 될 것으로 보임. 실제로 '업계 최초 HACCP 인증'과 같이 위생을 강조하는 문구를 사용하는 것을 확인함. HACCP 다음으로는 유기농 인증이 2개 제품에서 확인되었는데, 해조류의 원료 비중이 높은 제품인만큼 유기식품으로 표기할 시 경쟁력이 향상될 것으로 보임

마케팅

홍보문구

경쟁기업, 제품의 '원료', '제조방법', '맛'을 강조하여 홍보문구 기재



중국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 원료와 제조방법을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 제품의 원료를 강조하는 문구로써 '100% 통째에서 짠 들기름 사용', '최고급 원초 및 기름 사용', '향긋한 올리브유 사용' 등을 사용함. 제품의 제조방법을 강조하는 문구로 '전통 방식으로 만든', '최적의 생산 환경' 등의 문구를 사용하였으며, 제품의 맛을 강조하는 문구로 '바삭하고 고소한 돌김의 참맛', '맛과 향이 뛰어난' 등을 사용함

마케팅

홍보채널

경쟁기업, 자사 홈페이지 및 SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 경쟁기업 4개사 중 3개사는 한국어와 영어를 모두 사용한 홈페이지를 운영하고 있으며, 그 중 2개사는 중국어 홈페이지를 추가로 운영하고 있음. 또한, 3개사가 SNS 플랫폼을 통해 제품 홍보와 이벤트를 진행함. 페이스북이 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼이며 인스타그램, 유튜브도 활용하고 있음. 다만, 1개사만이 중국 현지 SNS를 활용하고 있는 것을 확인함. 바이어 인터뷰에 따르면, SNS 왕홍 마케팅 및 라이브 방송 진행을 통한 홍보가 효과적인 것으로 보임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 상하이 통계국(上海市统计局), 「2019年上海统计年鉴」, 2019.12.
2. 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「Gross Regional Product (2018)」, 2019

■ 참고 사이트

1. 중국 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지 (www.bps.go.id)
2. 올레(Ole) 웨이보 페이지 (weibo.com/olesupermarket)
3. 알티마트(RT Mart) 홈페이지 (www.rt-mart.com.tw)
4. 전스야미야미상마오유오시안팡스(深圳市丫米丫米商贸有限公司) 판매 페이지 (yamiyami.1688.com)
5. 베이징런루이더후마오이유오시안팡스(北京仁睿德厚贸易有限公司) 판매 페이지 (huashengmuying.1688.com)
6. 웨이하이훙취가오찌수찬예카이파취위치상셔(威海火炬高技术产业开发区俞淇商社) 판매 페이지 (shop2156elm270241.1688.com)
7. 다롄시바오상마오유오시안팡스(大连禧宝商贸有限公司) 판매 페이지 (dlxbhappybaby1.1688.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.02.12

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea