

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-36  
품목 | 곤약면(Konjac Noodle)  
HS CODE | 1902.19-1000  
국가 | 중국(China)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 경쟁력 분석형

#### I. 요약 04

---

#### II. 경쟁제품

---

- 1. 중국 곤약면 경쟁제품 선정 06
- 2. 중국 곤약면 경쟁제품 조사지표 선정 11
- 3. 중국 곤약면 경쟁제품 현지조사 결과 12

#### III. 경쟁기업

---

- 1. 중국 곤약면 경쟁기업 선정 27
- 2. 중국 곤약면 경쟁기업 현지화 분석 기준 28
- 3. 중국 곤약면 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 30

#### IV. 수입·유통업체 인터뷰

---

- 1. 쓰촨샤오만유취안왕뤄커지유셴공쓰  
(四川小满优选网络科技有限公司) 42
- 2. 우후시환텐예덴쯔상우공쓰  
(芜湖喜欢田野电子商务有限公司) 45
- 3. 칭다오성위안라이상마오유셴공쓰  
(青岛盛源来商贸有限公司) 48

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 경쟁력 분석형

#### V. 소비자 샘플 피드백

---

1. 샘플 피드백 결과 요약	52
2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰	53

#### VI. 경쟁력파악

---

1. 제품 경쟁력 검증	59
2. 벤치마킹 제품 분석	63
3. 기업 마케팅 벤치마킹	65
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	66

Ⅶ. 시사점	69
--------	----

---

※ 참고문헌	70
--------	----



HS CODE : 1902.19-1000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# SUMMARY

# 중국 곤약면 경쟁력분석

## 온라인 인기 제품

정통

티플

수닝



0스팜모위면



양루모위차오마이면



모위랑피



헤이자오누류웨이모이면



헤이자오누류웨이모이면



모위

## 오프라인 주요 경쟁제품

모위랑피  
(베이징얼상시제스핀 유센공쓰)



가격 9.90위안  
(1,765원)

중량 315g

조미된 곤약면 제품 중  
가장 경쟁력 있는 가격

마라웨이모위면  
(베이징얼상시제스핀 유센공쓰)



가격 9.99위안  
(1,781원)

중량 270g

현지 소비자가 선호하는  
매운 맛

## 경쟁기업 3개사 분석

제이징얼상시제스핀 유센공쓰

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

허베이진쉬멘에 유센공쓰

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 단독 입점

텐진완산스핀 유센공쓰

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

## 경쟁력파악

10g당 가격

단위 : 위안

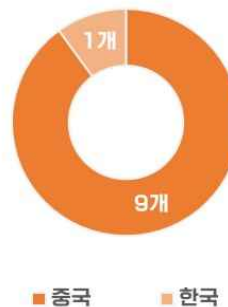


중량

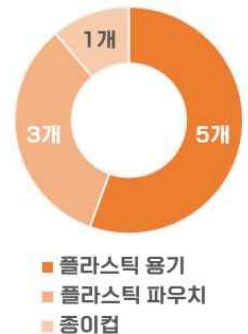
단위 : g



원산지



포장 형태



## 요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 0.55위안(98원)으로 고객사 제품 가격대보다 다소 저렴한 편
- 2) 고객사 제품 용량은 경쟁제품 평균보다 작은 편, 제품 현지화를 위해 중량 증가 고려 권장

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 가격 경쟁력 확보 및 현지 소비자에 적합한 맛 개발 권장
- 2) 바이어 인터뷰 결과, 제품 안정성 및 신뢰도 높은 한국산 제품에 대한 소비자 및 바이어의 신뢰와 선호도 확인

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

## II

# 경쟁제품



1. 중국 곤약면 경쟁제품 선정
2. 중국 곤약면 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 곤약면 경쟁제품 현지조사 결과

## 1. 중국 곤약면 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### 고객사 제품 특징

제품명	N사 곤약면 <sup>1)</sup>
제품 종류	곤약면
소비자가격	21.87위안 (3,900원 <sup>2)</sup> )
중량	170-206g
포장 형태	비닐/플라스틱 뚜껑, 종이컵
특징	100kcal 미만, 칼로리 걱정 없는 가벼운 식사 대용 제품

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: N사 곤약면
  - 제품 종류: 곤약면
  - 소비자가격: 21.87위안(3,900원)
  - 중량: 170-206g
  - 포장 형태: 비닐/플라스틱 뚜껑, 종이컵

### Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 징둥(Jingdong)
  2. 티몰(Tmall)
  3. 수닝(Suning)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 징둥, 티몰, 수닝에서 확인: 3개 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: 슈퍼마켓, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 오프라인 매장 인기 제품
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
  - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 벤치마킹 제품 분석
  - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 고객사는 N사로 표기

2) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

### 중국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 징둥	식품, 음료, 가전, 의류, 뷰티, 신선식품 등
 티몰	의류, 뷰티, 디지털, 장난감, 식품, 음료 등
 수닝	가전, 주방, 가구, 식품, 음료, 아가용품 등

### ▶ 곤약면 경쟁제품군 선정

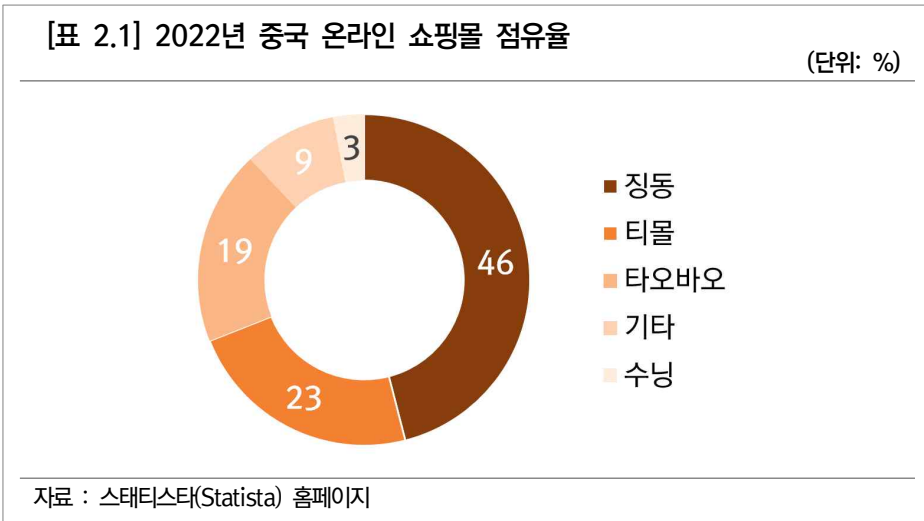
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 곤약면 및 식단 관리용 누들 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

### ▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 중국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 모든 제품이 중국산으로 확인되어 중국 내에서는 로컬 브랜드와 자국에서 생산된 곤약면 제품이 상위 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 중국 온라인 쇼핑몰 점유율

(단위: %)



[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

징둥 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>3)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	곤약면	칭이 (清宜)	0즈팡모위멘 (0脂肪魔芋面)	중국	29.90위안 (5,331원 <sup>4)</sup> )	300g*6개	
2	곤약면	칭이 (清宜)	헤이자오뉴류웨이모위멘 (黑椒牛柳味魔芋面)	중국	36.90위안 (6,579원)	200g*6개	
3	곤약면	샤크핏 (Sharkfit)	모위차오마이팡벤멘 (魔芋荞麦方便面)	중국	37.90위안 (6,757원)	60g*24개	

3) 조사일(2023.10.13.) 기준

4) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

티몰 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>5)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	곤약면	양루 (氧鹿)	양루모위차오마이멘 (氧鹿魔芋荞麦面)	중국	13.90위안 (2,478원)	960g	
2	곤약면	칭이 (清宜)	헤이자오뉴류웨이모위멘 (黑椒牛柳味魔芋面)	중국	99위안 (17,651원)	200g*5개	
3	곤약면	만푸지커 (蛮夫极客)	헤이자오뉴류웨이모위멘 (黑椒牛柳味魔芋面)	중국	35.80위안 (6,383원)	180g*3개	
수닝 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>6)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	곤약면	친성 (秦圣)	모위랑피 (魔芋凉皮)	중국	14.90위안 (2,657원)	240g	
2	곤약면	보둬커 (博多客)	모위 (魔芋)	중국	33위안 (5,884원)	500g*5개	
3	곤약면	지상차오 (集香草)	모위랑피 (魔芋凉皮)	중국	19.90위안 (3,548원)	377g	

자료: 징둥(Jingdong), 티몰(Tmall), 수닝(Suning) 홈페이지  
 사진 자료: 징둥(Jingdong), 티몰(Tmall), 수닝(Suning) 홈페이지

5) 조사일(2023.10.13.) 기준

6) 조사일(2023.10.13.) 기준



### 3) 조사 지역 및 매장 선정

#### 중국 베이징 정보<sup>7)</sup>

인구	2,154만 명
면적	16,411km <sup>2</sup>

#### ▶ 중국 베이징, 방문지역으로 선정

중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 베이징(北京)을 방문지역으로 선정함. 베이징은 3천여 년 역사와 860년간 수도 역사를 가진 고도로서 현재 중국의 수도임. 중국의 정치, 문화, 교통의 중심이며 문화적 가치가 높은 문화유산이 많이 위치해 있음. 중국 통계청에 따르면, 2018년 베이징시의 1인당 국내총생산은 15만 3,095위안(2,772만 원)으로 중국 31개 지역 중 1위를 차지하여 소득수준 또한 높은 도시임

#### ▶ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓 및 편의점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 슈퍼마켓과 한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 중국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	코스트코(Costco), 월마트(Walmart), 샘스클럽(Sam's Club)
슈퍼마켓	올레(Ole), 허마셴성(盒马鲜生), 뱅가드(Vanguard), 귀수하오(果蔬好), 우 마트(Wu Mart), 세븐 프레쉬 라이프(Seven Fresh Life), 비에이치지 마켓플레이스(BHG Marketplace), 비엘티 슈퍼마켓(Blt Supermarket)
편의점	로손(Lawson), 패밀리마트(Family Mart), 세븐일레븐(7-Eleven)
한인마트	내고향마트, 케이마트(K-Mart), 더블유마트(W-Mart)
온라인	징둥(Jingdong), 티몰(Tmall), 타오바오(Taobao), 수닝(Suning)

■ 고객사 진출 선호 매장

7) 자료: 베이징 통계국(北京市统计局), 「Beijing Statistical Yearbook, 2020」, 2020

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 귀수하오(果蔬好), 우 마트(Wu Mart), 세븐 프레쉬 라이프(Seven Fresh Life), 비에이치지 마켓플레이스(BHG Marketplace), 비엘티 슈퍼마켓(Blt Supermarket), 허마셴성(盒马鲜生), 내고향마트

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 곤약면: 구역나물의 알줄기를 건조, 분쇄, 도정 후 가열해 반투명의 국수 형태로 만든 제품

[표 2.4] 중국 곤약면 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	곤약면, 식단 관리용 면
① 징더우서우쥘안 (다렌진리다스핀유셴궁쓰)	○ (귀수하오)	(-)	곤약면
② 모위쓰제 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)	○ (우 마트)	○ (징둥, 티몰)	곤약면
③ 마라웨이모위멘 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)	○ (세븐 프레쉬 라이프)	○ (티몰)	곤약면
④ 툽구웨이모위멘 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)	○ (세븐 프레쉬 라이프)	○ (티몰)	곤약면
⑤ 모위량피 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)	○ (비에이치지 마켓플레이스)	○ (징둥, 티몰)	곤약면
⑥ 위산모위쓰제 (산둥칭원톈핑위스핀커지유셴궁쓰)	○ (비에이치지 마켓플레이스)	(-)	곤약면
⑦ 모위차오마이멘 (허베이진쉬멘예유셴궁쓰)	○ (비엘티 슈퍼마켓)	(-)	곤약면
⑧ 모위샤오제 (톈진완산스핀유셴궁쓰)	○ (비엘티 슈퍼마켓)	○ (징둥, 티몰)	곤약면
⑨ 워싱위쑤츠엔마이멘 (란웨핀파이관리유셴궁쓰)	○ (허마셴성)	(-)	식단 관리용 면
⑩ 컵누들 (A사)	○ (내고향마트)	(-)	식단 관리용 면

(\*) 현지 판매 곤약면 경쟁제품 10개 분석

## 2. 중국 곤약면 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 중국 곤약면 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 중국 곤약면 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	중량(g)		제품의 총 중량
제품 종류	곤약면		구약나물의 알줄기를 건조, 분쇄, 도정 후 가열해 반투명의 국수 형태로 만든 제품
포장 형태 (외부/내부)	외포장	비닐, 플라스틱 용기	종이 소재 또는 플라스틱 소재의 상자, 비닐로 종이 박스를 감싼 형태
		플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	내포장	비닐, 종이컵	종이 소재의 컵 용기를 비닐로 감싼 형태
		플라스틱 용기	플라스틱 소재의 용기
		비닐팩	비닐 소재의 팩
유통기한			제품의 유통기한
원산지			제품의 원산지
맛			제품의 맛
인증			제품의 인증
수입자			제품의 수입상 정보
조리 방법			제품의 조리 방법
홍보문구			제품의 홍보문구
원료 및 첨가물			제품의 원료 및 첨가물

### 3. 중국 곤약면 경쟁제품 현지조사 결과

#### ▶ 중국 상하이에 위치한 슈퍼마켓, 편의점

중국 상하이에 위치한 슈퍼마켓인 귀수하오, 우 마트, 세븐 프레쉬 라이프, 비에이치지 마켓플레이스, 비엘티 슈퍼마켓, 허마셴성과 한인마트인 내고항마트를 방문함. 귀수하오는 중국 베이징에 10개, 우 마트는 중국 전역에 약 2,000개 이상의 가장 많은 매장을 보유하고 있음. 또한, 세븐 프레쉬 라이프는 베이징, 광저우 등의 지역에 매장 47개를, 비엘티 슈퍼마켓과 허마셴성은 각각 약 10개, 350개의 매장을 운영하고 있음. 내고항마트는 베이징 왕징 내 최대 규모의 한인마트임

[표 2.6] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	귀수하오 (果蔬好)	우 마트 (Wu Mart)	세븐 프레쉬 라이프 (Seven Fresh Life)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	1	1	2
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 품질 좋은 유기농 과일 및 채소 판매</li> <li>· 베이징 전역에 10개의 매장을 운영 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 베이징-천진-허베이 지역에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인, 중국 최초·최대 규모</li> <li>· 1,000개 이상의 매장 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 징둥닷컴에서 설립한 식료품 매장</li> <li>· 베이징, 광저우 등에서 약 47개의 매장 운영</li> </ul>
방문 매장명	비에이치지 마켓플레이스 (BHG Marketplace)		비엘티 슈퍼마켓 (Blt Supermarket)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓		슈퍼마켓
조사 제품 수	2		2
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 베이징 화련 그룹에서 운영하는 베이징 중심의 프리미엄 슈퍼마켓 체인</li> <li>· 베이징을 중심으로 약 40개 매장 운영</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중국 최대 유통기업인 화련완자에서 운영하는 프리미엄 슈퍼마켓 체인</li> <li>· 상하이, 베이징 등 성도에서 약 10개 매장 운영</li> </ul>

자료: 현지조사원 자료

[표 2.6] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	허마셴성 (盒马鲜生)	내고향마트
방문 매장 전경		
구분	슈퍼마켓	한인마트
조사 제품 수	1	1
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중국 최대 이커머스 기업 알리바바가 운영하는 회원제 창고형 슈퍼마켓</li> <li>· 중국 전역에 350개 이상의 매장 운영 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 베이징 왕징의 한인타운 내에 자리한 최대 규모의 한인마트</li> <li>· 다양한 한국 식료품 및 생활용품 취급</li> </ul>

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 제품, 모두 1개의 방문 매장에서 판매

귀수하오(果蔬好), 우 마트(Wu Mart), 세븐 프레쉬 라이프(Seven Fresh Life), 비에이치지 마켓플레이스(BHG Marketplace), 비엘티 슈퍼마켓(Blt Supermarket), 허마셴성(盒马鲜生), 내고향마트 총 7개의 매장을 방문하여 인기제품을 조사함. 그 결과, 총 10개의 제품 모두가 해당 제품이 조사된 매장에서만 판매되고 있는 것으로 확인됨. 세븐 프레쉬 라이프, 비에이치지 마켓플레이스, 비엘티 슈퍼마켓에서는 경쟁제품 동일품목을 각 2개씩 보유하고 있으며, 나머지 4개 매장에서는 각 1개씩만 취급하고 있는 것을 확인함

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황						
	귀수하오	우 마트	세븐 프레쉬 라이프	비에이치지 마켓플레이스	비엘티 슈퍼마켓	허마셴성	내고향마트
① 징더우서우취안 (다렌진리다스핀유셴궁쓰)	○						
② 모위쓰제 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)		○					
③ 마라웨이모위멘 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)			○				
④ 툰구웨이모위멘 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)			○				
⑤ 모위량피 (베이징얼상시제스핀유셴궁쓰)				○			
⑥ 위산모위쓰제 (산둥칭윈텐펑위스핀커지유셴궁쓰)				○			
⑦ 모위차오마이멘 (허베이진취몐예유셴궁쓰)					○		
⑧ 모위샤오제 (텐진완산스핀유셴궁쓰)					○		
⑨ 위상위쑤츠옌마이멘 (란웨핀파이관리유셴궁쓰)						○	
⑩ 컵누들 (A사)							○

자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 귀수hao(果蔬好)

### 매장 정보


- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
프리미엄 식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:  
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민, 관광객 등

브랜드 기본 정보 <sup>8)</sup>			2011년 베이징에 위치한 유기농 신선식품 회사인 위구(沃谷)농업발전유한공사의 자회사로 설립되었으며, 베이징 전역에서 10개 매장을 운영하고 있음. 품질 좋은 유기농 과일과 야채를 위주로 판매함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 F1, Xihuicheng, No.120, Dongyuan 1 Zone, Wangjing, Chaoyang District, Beijing, China
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			
징더우서우쥘안 (다렌진리다스핀우센공쓰)			

사진자료: 현지조사원 자료

8) 구글, KATI농식품수출정보

Shop ① 귀수하오(果蔬好)

경쟁제품 ①	
제품 사진	
제품명 (현지어)	징더우서우쥐안 (京都手卷)
제조사 (현지어)	다렌진리다스핀유셴공쓰 (大连金利达食品有限公司)
제품 종류	곤약면
중량	360g
소비자가격	8.99위안 (1,603원)
10g당 가격	0.25위안 (45원)
원산지	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 용기, 비닐
유통기한	9개월
맛	기본 곤약면 맛
인증	(-)
조리 방법	냉채, 찜, 볶음, 샤브샤브 가능
수입자 (현지어)	(-)
홍보문구	인스턴트 식품, 일본의 맛, 물에 담갔다 요리하면 더 좋음
원료 및 첨가물	물, 곤약 분말



## Shop ② 우 마트(Wu Mart)

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품, 소형 가전제품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:  
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보)			우 마트는 중국 최초이자 최대 규모의 소매업체 중 하나로 베이징-천진-허베이 지역에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인이며, 중국 전역에 1,000개 이상의 매장을 운영하고 있음. 베이징, 항저우 등 기타 주요 도시에서는 전자상거래 시스템을 개발하여 온오프라인 쇼핑 서비스를 제공함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 B1, No. 11, Futongxida Street, Zhaoyang District, Beijing, China
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			
모우쓰제 (베이징알상시제스핀유셴공쓰)			

사진자료: 현지조사원 자료



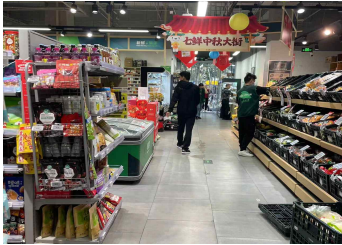
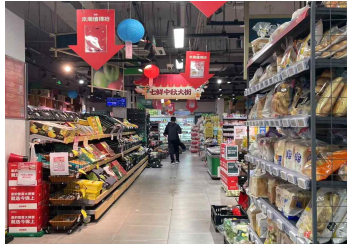


## Shop ② 우 마트(Wu Mart)

	경쟁제품 ②
제품 사진	
제품명 (현지어)	모위쓰제 (魔芋丝结)
제조사 (현지어)	베이징얼상시제스핀유셴공쓰 (北京二商希杰食品有限公司)
제품 종류	곤약면
중량	220g
소비자가격	3.80위안 (678원)
10g당 가격	0.17위안 (31원)
원산지	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 용기, 비닐
유통기한	12개월
맛	기본 곤약면 맛
인증	(-)
조리 방법	(-)
수입자 (현지어)	(-)
홍보문구	무지방, 저칼로리
원료 및 첨가물	물, 곤약 분말, 전분

### Shop ③ 세븐 프레쉬 라이프(Seven Fresh Life)

#### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
음료, 과자, 과일, 채소, 유제품, 즉석식품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:  
주거 지역의 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>10)</sup>			세븐 프레쉬 라이프는 중국 거대 이커머스 기업 징둥닷컴에서 신선식품 유통 강화를 위해 2017년 설립한 식료품 매장으로 베이징, 광저우 등 지역에서 47개 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 Jin Yu Li Gang Cheng, No.15, Nanhu South Road, Chaoyang District, Beijing
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			
	마라웨이모위멘 (베이징얼상시제스핀유셴공쓰)		툰구웨이모위멘 (베이징얼상시제스핀유셴공쓰)

사진자료: 현지조사원 자료

10) 구글

Shop ③ 세븐 프레쉬 라이프(Seven Fresh Life)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	마라웨이모위멘 (麻辣味魔芋面)	톤구웨이모위멘 (豚骨味魔芋面)
제조사 (현지어)	베이징얼상시제스핀유셴공쓰 (北京二商希杰食品有限公司)	베이징얼상시제스핀유셴공쓰 (北京二商希杰食品有限公司)
제품 종류	곤약면	곤약면
중량	270g	260g
소비자가격	9.99위안 (1,781원)	9.99위안 (1,781원)
10g당 가격	0.37위안 (66원)	0.38위안 (69원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 용기,비닐 팩	플라스틱 파우치/플라스틱 용기,비닐 팩
유통기한	6개월(서늘하고, 건조한곳) 8개월(냉장보관)	6개월
맛	마라 곤약면 맛	돈코츠 곤약면 맛
인증	(-)	(-)
조리 방법	충진수를 버리고, 깨끗한 물에 불린 후 소스와 비벼서 드시면 됩니다.	충진수를 버리고, 깨끗한 물에 불린 후 소스와 비벼서 드시면 됩니다.
수입자 (현지어)	(-)	(-)
홍보문구	탱글탱글, 원재료 엄선, 양념 팩 포함, KONJAC NOODLES	탱글탱글, 원재료 엄선, 양념 팩 포함, KONJAC NOODLES
원료 및 첨가물	면: 물, 곤약분말, 전분 마라 소스팩: 굴소스, 닭고기 에센스 조미료, 식물성기름, 식용 쇠고기기름, 식용 소금, 식품용 향료, 두반장, 고추, MSG, 백설탕, 템페, 마늘 등	면: 물, 곤약분말, 전분 돼지뼈 소스팩: 물, 식물성기름,식 용돼지기름, 돼지뼈 추출물, MSG, 식용염, 미소, 마늘, 닭뼈 추출물, 양조간장, 치킨 파우더 등

### Shop ④ 비에이치지 마켓플레이스(BHG Marketplace)

#### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
프리미엄 식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품 등을 판매
- 매장 주변 특징:  
대형 쇼핑 센터 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 <sup>11)</sup>			비에이치지 마켓플레이스는 베이징 화련(北京华联, BHG) 그룹에서 운영하는 베이징 중심의 프리미엄 슈퍼마켓 체인임. 고급 식재료 및 신선한 수입 과일과 채소 등 다양한 식료품을 판매하며 40개 이상의 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 B1, Yidigang Shopping Center, 18 Jiuxianqiao Road, Chaoyang District, Beijing
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			
	모위량피 (베이징열상시제스핀유셴공쓰)		위산모위쓰제 (산둥칭원텐펑위스핀커지유셴공쓰)

사진자료: 현지조사원 자료

11) 구글

Shop ④ 비에이치지 마켓플레이스(BHG Marketplace)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	모위량피 (魔芋凉皮)	위산모위쓰제 (御膳魔芋丝结)
제조사 (현지어)	베이징얼상시제스핀유셴공쓰 (北京二商希杰食品有限公司)	산둥칭윈토펡위스핀커지유셴공쓰 (山东庆云天丰裕食品科技有限公司)
제품 종류	곤약면	곤약면
중량	315g	250g
소비자가격	9.90위안 (1,765원)	6.60위안 (1,177원)
10g당 가격	0.31위안 (56원)	0.26위안 (47원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	비닐, 종이, 플라스틱 용기/비닐 팩	플라스틱 용기, 비닐
유통기한	12개월	12개월
맛	양념 곤약면 맛	기본 곤약면 맛
인증	(-)	HACCP, ISO 9001
조리 방법	(-)	튀김, 볶음 등에 적합
수입자 (현지어)	(-)	(-)
홍보문구	무지방, 저칼로리, 콜레스테롤 무함유, 요리하지 않고 바로 먹을 수 있습니다.	고산식물 곤약, 저칼로리 곤약식품, 탱글탱글하고 개운한 맛
원료 및 첨가물	곤약냉피: 물, 곤약분말 소스팩: 양조식초, 양조간장 복합마짱팩: 참깨소스, 대두유, 팜유, 식용소금, 백설탕, 글루타민산일나트륨, 참깨, 향신료 등	물, 곤약 분말

## Shop ⑤ 비엘티 슈퍼마켓(Blt Supermarket)

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
프리미엄 식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품 등을 판매
- 매장 주변 특징:  
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>12)</sup>			비엘티 슈퍼마켓은 중국의 최대 유통기업 중 하나인 뱅가드(Vanguard)에서 운영하는 프리미엄 슈퍼마켓 체인임. 상하이와 베이징을 포함한 청두 지역에서 약 10개의 매장을 운영하고 있으며, 다양한 식료품 및 수입식품을 취급함
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 B1, Fenghuanghui Shopping Center, Courtyard A5, Shuguang Xi Li, Chaoyang District, Beijing
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			모우차오마이멘 (허베이진수면예유셴공쓰)
			모우샤오제 (텐진완산스핀유셴공쓰)

사진자료: 현지조사원 자료

12) 구글

Shop ⑤ 비엘티 슈퍼마켓(Blt Supermarket)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	모위차오마이멘 (魔芋荞麦面)	모위샤오제 (魔芋小结)
제조사 (현지어)	허베이진쉬먼예유셴공쓰 (河北今旭面业有限公司)	텐진완산스핀유셴공쓰 (天津丸善食品有限公司)
제품 종류	곤약면	곤약면
중량	300g	320g
소비자가격	16.80위안 (2,995원)	9.80위안 (1,747원)
10g당 가격	0.56위안 (100원)	0.31위안 (55원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 용기	플라스틱 용기, 비닐
유통기한	4개월(상온) 8개월(냉장)	12개월
맛	기본 곤약면 맛	기본 곤약면 맛
인증	(-)	(-)
조리 방법	반건면, 끓인 물에 면을 삶아 취향에 따라 고명을 얹어주세요.	일본식 냄비 요리 전골 요리에 특히 적합하며, 튀김/볶음/삶은 요리 등에 활용
수입자 (현지어)	(-)	(-)
홍보문구	낮은 혈당 지수, 높은 식이섬유, 지방 함량 0%	일본 독자 기업 제품, 0% 지방, 저칼로리
원료 및 첨가물	통밀분말, 물, 메밀분말, 곤약분말, 식용소금, 식용알코올식품첨가물	식수, 곤약분말, 아세트산전분



## Shop ⑥ 허마셴성(盒马鲜生)

### 매장 정보


- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:  
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>13)</sup>			허마셴성은 중국 최대 이커머스 기업인 알리바바가 운영하는 회원제 창고형 슈퍼마켓임. 2016년 첫 번째 매장을 개점한 이후 현재까지 약 350개 이상으로 수를 확장함. 식용유, 스낵류, 신선식품 등 다양한 제품에 대한 PB상품을 출시함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	베이징
		상세주소	B1, No. 11, Futongxida Street, Zhaoyang District, Beijing
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			
	워상위쑤쓰엔마이멘 (란웨핀파이관리유셴궁쓰)		

사진자료: 현지조사원 자료

13) 허마셴성(盒马鲜生) 홈페이지

## Shop ⑥ 허마셴싱(盒马鲜生)

	경쟁제품 ⑨
제품 사진	
제품명 (현지어)	워싱워쑤쓰엔마이멘 (我型我塑吃燕麦面)
제조사 (현지어)	란웨핀파이관리유셴궁쓰 (岚悦品牌管理(上海)有限公司)
제품 종류	식단 관리용 면
중량	150g
소비자가격	12.90위안 (2,300원)
10g당 가격	0.86위안 (153원)
원산지	중국
포장 형태 (외부/내부)	비닐, 종이컵, 플라스틱 뚜껑
유통기한	9개월
맛	매운 쇠고기 귀리면 맛
인증	(-)
조리 방법	끓는 물을 붓고, 일정 시간이 지난 후 따라내어 면과 소스를 섞어주세요
수입자 (현지어)	(-)
홍보문구	기름에 튀기지 않은 칼로리 조절 식품, 고식이섬유, 고단백질
원료 및 첨가물	면: 귀리가루, 식용소금 / 쇠고기분말: 물, 쇠고기, 조미유, 새송이버섯, 된장, 단면장, 치킨파우더, 참기름, 생강(장아찌), 마늘기름 등

## Shop ⑦ 내고향마트

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
한국 브랜드의 식품, 생활용품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:  
한인타운 내 위치
- 주요 고객층:  
한인, 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>14)</sup>			<p>내고향마트는 베이징 왕징(望京)의 한인타운 내에 위치한 베이징 최대 규모의 한인마트임. 냉동식품, 가공식품, 음료, 간식 등 다양한 종류의 한국 식품 외에도 생활용품, 주방용품 등을 판매하고 있음</p>
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	베이징
	상세주소	Floor 1, Building 315, Wangjingxiyuansan District, Futongxida Street, Zhaoyang District, Beijing	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 곤약면 경쟁제품 정보		
			
	컵누들 (A사)		

사진자료: 현지조사원 자료

14) 구글맵

## Shop ⑦ 내고향마트

경쟁제품 ⑩	
제품 사진	
제품명 (현지어)	컵누들
제조사 (현지어)	A사
제품 종류	식단 관리용 면
중량	49.8g
소비자가격	9.90위안 (1,765원)
10g당 가격	1.99위안 (354원)
원산지	한국
포장 형태 (외부/내부)	비닐, 종이컵
유통기한	8개월
맛	로제 당면 맛
인증	HACCP
조리 방법	끓는 물(200ml)을 부은 다음 4분 후 물을 버리고, 액체 및 분말스프를 넣고 비벼 드세요.
수입자 (현지어)	베이징라이구상차오스 (北京来故乡超市)
홍보문구	콜라겐 100mg! 탱글탱글 쫄깃당면, 165칼로리
원료 및 첨가물	당면, 양념 팩

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# III 경쟁기업



1. 중국 곤약면 경쟁기업 선정
2. 중국 곤약면 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 중국 곤약면 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

## 1. 중국 곤약면 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 로컬기업 3개사 선정

중국 오프라인 유통채널에서 조사된 경쟁제품을 제조하고 있는 경쟁기업 중 업력 및 규모를 고려하며, 중국에서 활발한 기업활동을 유지하고 있는 로컬기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 27년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 3개사 중 가장 오래된 업력의 베이징얼상시제스핀유셴공쓰(北京二商希杰食品有限公司)는 1986년에 설립되어 37년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨. 허베이진슈몐예유셴공쓰(河北今旭面业有限公司)는 2013년 설립 이후 10년째, 톈진완산스핀유셴공쓰(天津丸善食品有限公司)는 1989년 설립 이후 34년째 사업을 이어오고 있음

### ▶ 경쟁기업 3개사, 곤약면 동일 품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 곤약면 동일 품목 수를 조사한 결과, 허베이진슈몐예유셴공쓰가 총 17개로 경쟁기업 3개사 중 가장 동일 많은 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 베이징얼상시제스핀유셴공쓰가 5개, 톈진완산스핀유셴공쓰가 4개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 곤약면 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
베이징얼상시제스핀유셴공쓰 (北京二商希杰食品有限公司)	중국	37년	5개
허베이진슈몐예유셴공쓰 (河北今旭面业有限公司)	중국	10년	17개
톈진완산스핀유셴공쓰 (天津丸善食品有限公司)	중국	34년	4개

자료: 중국 곤약면 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 중국 곤약면 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	22년도 매출액
	직원 수	22년도 직원 수
	설립연도	기업 설립연도
	동일품목	곤약면 제품

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (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	귀수하오, 우 마트, 세븐 프레쉬 라이프, 비에이치지 마켓플레이스, 비엘티 슈퍼마켓, 허마센성, 내고향마트
온라인	징동, 티몰, 수닝



### 3. 중국 곤약면 경쟁기업 현황

#### ▶ 경쟁기업 3개사 중국 오프라인 매장 진출

중국 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 베이징얼상시제스핀유셴궁쓰는 3개사 중 가장 많은 수의 오프라인 매장에 진출하였으며 우 마트(Wu Mart), 세븐 프레쉬 라이프(Seven Fresh Life), 비에이치지 마켓플레이스(BHG Marketplace)에 입점한 것으로 확인됨. 허베이진쉬몐예유셴궁쓰와 텐진완산스핀유셴궁쓰는 비엘티 슈퍼마켓(Blt Supermarket)에 입점함. 한편, 온라인 채널에는 3개사 중에서 베이징얼상시제스핀유셴궁쓰와 텐진완산스핀유셴궁쓰만 입점한 것으로 조사됨

#### ▶ 경쟁기업 일부, 자사 홈페이지에서의 기업 및 제품 정보 제공

중국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 2개사가 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 공통적으로, 허베이진쉬몐예유셴궁쓰와 텐진완산스핀유셴궁쓰는 중국 홈페이지만 운영하며 중국어 이외 다른 언어로는 정보 확인이 불가능함. 베이징얼상시제스핀유셴궁쓰는 한국 C사의 중국 법인과 연관되어 해당 기업의 홈페이지에서 일부 기업 정보를 확인할 수 있으나 별도의 자사 홈페이지를 보유하고 있지 않음. SNS의 경우, 허베이진쉬몐예유셴궁쓰만 중국 계정의 웨이보, 틱톡, 위챗을 운영하고 있음. C사 China 역시 틱톡 등의 SNS 계정을 보유하고 있으나, 베이징얼상시제스핀유셴궁쓰와 직접적인 연관성이 없어 제외함

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 성분 및 식단 관리 적합성 강조


중국 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 성분과 해당 제품이 식단 관리에 적합한 곤약면이라는 것을 강조하는 문구를 주로 사용 중인 것으로 조사됨. ‘고단백 11.5%↑’, ‘지방 0%↓’, ‘식이섬유 11.2%↑’, ‘풍부한 수용성 식이섬유’ 등 제품에 함유된 성분의 구체적인 수치를 기재한 문구를 주로 사용 중인 것으로 조사됨. 또한, ‘칼로리 부담 없이’, ‘채식 식품’, ‘살찌는 것을 두려워하지 않는 이상적인 주식’, ‘균형 잡힌 식단’ 등 다이어트를 위한 식단 관리에 적합한 제품임을 나타내는 수식어를 사용해 홍보하고 있음

[표 3.7] 중국 곤약면 경쟁기업 현황

경쟁기업	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
베이징얼상시제스핀 유셴공쓰 (北京二商希杰食品有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우 마트</li> <li>- 세븐 프레쉬 라이프</li> <li>- 비에이치지 마켓플레이스</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 징둥</li> <li>- 티몰</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>그룹사 홈페이지 (중국/글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼 (중국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웨이보</li> <li>- 틱톡</li> <li>- 위챗</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 칼로리가 낮아 칼로리 부담 없이 먹는 즐거움을 만족시켜주는 맛있는 채식 식품입니다.</li> </ul>	
허베이진쉬먼에 유셴공쓰 (河北今旭面业有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 비엘티 슈퍼마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (중국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Low GI 식품 인증</li> <li>- 살찌는 것을 두려워하지 않는 이상적인 주식</li> <li>- 고단백 11.5%↑, 지방 0%↓, 식이섬유 11.2%↑</li> <li>- 인증서가 있는 국수</li> </ul>	
텐진완산스핀 유셴공쓰 (天津丸善食品有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 비엘티 슈퍼마켓</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 징둥</li> <li>- 티몰</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (중국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본 전골 재료</li> <li>- 영양가 있고 맛있습니다.</li> <li>- 풍부한 수용성 식이섬유, 균형 잡힌 식단</li> </ul>	

자료: 중국 곤약면 경쟁기업 3개사 분석

## ① 베이징얼상시제스핀유셴궁쓰

기업 기본 정보	기업명	베이징얼상시제스핀유셴궁쓰		
	기업 설명	베이징얼상시제스핀유셴궁쓰는 대두(콩) 제품 제조 공장에서 출발하여 베이징 얼상 그룹과 한국 C사 그룹이 공동 출자한 기업임. 상급, 중급, 저급으로 분류되는 다양한 품질의 제품을 생산하고 있으며, 현지 인지도가 높은 바이위(白玉)라는 브랜드를 운영하고 있음. 베이징의 중요한 콩 식품 생산 기업으로, 베이징 시장의 주요 두부 및 콩 제품 공급자로 자리하고 있음		
	위치	北京市通州区潞城镇武兴路1号		
	규모	동일 품목 수	5개	
설립연도		1986년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 우 마트, 세븐 프레쉬 라이프, 비에이치지 마켓플레이스  <온라인 매장> 징동 티몰		제품명	모위쓰제 (魔芋丝结)
			중량	220g
			소비자가격	3.80위안 (678원 <sup>15)</sup> )
			제품 종류	곤약면
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 그룹사 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

15) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p><b>홍보 방식</b></p>	 <p><b>CJ CHINA</b></p> <p>CJ는 '세계를 연결' '건강' '편리한 글로벌 라이프'를 추구하는 글로벌 라이프스타일 기업이다. 1981년 설립된 CJ는 '세계 500대'에 4곳이 포함되며, '식품' '유통' '엔터테인먼트' '서비스' '기술' '에너지' '금융' 등 다양한 분야에 진출하고 있다. CJ는 '세계를 연결' '건강' '편리한 글로벌 라이프'를 추구하는 글로벌 라이프스타일 기업이다. 1981년 설립된 CJ는 '세계 500대'에 4곳이 포함되며, '식품' '유통' '엔터테인먼트' '서비스' '기술' '에너지' '금융' 등 다양한 분야에 진출하고 있다.</p> 
<p><b>홍보 채널</b></p>	<p>그룹사 홈페이지(중국/글로벌)</p>
<p><b>게시 주기</b></p>	<p>비정기적</p>
<p><b>게시물 유형</b></p>	<p>기업 정보 소개, 브랜드 및 제품 소개 등</p>
<p><b>게시물 유형</b></p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>기업 연혁, 이념, 위치, 그룹사 등 기업 정보 소개</li> </ul>
<p><b>게시물 유형</b></p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 브랜드, 브랜드 스토리 소개</li> </ul>
<p><b>게시물 유형</b></p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드별 판매 제품 소개</li> </ul>

사진자료: CJ China 홈페이지

## ② 허베이진쉬먼예유셴궁쓰

기업 기본 정보	기업명	허베이진쉬먼예유셴궁쓰		
	기업 설명	허베이진쉬먼예유셴궁쓰는 중국 하북성 싱타이에 본사를 두고 있는 국수 제조 기업으로 건면, 생면, 라면, 냉면, 파스타 등 다양한 면 제품 생산함. 5개의 국수 제품 생산 작업장과 1개의 조립 작업장을 운영하고 있음		
	위치	北京 上海 广州 天津 浙江 新疆 山东 山西 江苏 等		
	규모	동일품목 수	17개	
설립연도		2013년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 비엘티 슈퍼마켓		제품명	모위차오마이멘 (魔芋荞麦面)
			중량	300g
			소비자가격	16.80위안 (2,995원)
			제품 종류	곤약면
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (중)	현지 자사 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식




홍보 채널	자사 홈페이지(중국)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 기업 소식 등

게시물 유형

- 기업 연혁, 경영 철학 등 기업 정보 소개
- 자사 제품군 소개
- 후원 정보, 신제품 출시 등 최근 기업 소식 안내

사진자료: 허베이진쉬멘에유셴공쓰 홈페이지

## ③ 텐진완산스핀유셴궁쓰

기업 기본 정보	기업명	텐진완산스핀유셴궁쓰		
	기업 설명	텐진완산스핀유셴궁쓰는 주로 곤약 제품 생산 및 판매를 전문으로 하고 있으며, 연간 2,000톤 정도 규모로 생산함. 주로 중국 현지 시장에 제품을 유통하며, 편의점, 슈퍼마켓, 레스토랑 등 다양한 유통채널을 고객으로 두고 있음. HACCP 인증을 취득하여 제품 품질 관리에 힘쓰고 있음		
	위치	中国天津市经济技术开发区洞庭2街1号		
	규모	동일 품목 수	4개	
설립연도		1989년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 비엘티 슈퍼마켓  <온라인 매장> 징둥 티몰		제품명	모위샤오제 (魔芋小结)
			중량	320g
			소비자가격	9.80위안 (1,747원)
			제품 종류	곤약면
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (중)	현지 자사 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(중국)
	게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 품질 관리 기준, 인증 및 수상 내역 등	
게시물 유형	<p>关于我们</p> <p>《天津丸善食品有限公司》 地址：中国天津市经济技术开发区洞庭2街1号 规模：占地面积14,142㎡ 建筑面积3,920㎡ 投资方：日本丸善 成立：一九八九年 注册资本：42.6万美元 年销售额：3000万元(2023年度) 法定代表人：福山 直 企业负责人：总经理 福山 直 主营业务：魔芋制品的生产、销售 生产能力：魔芋制品2000吨/年</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업 설립연도, 생산 규모 등 기업 정보 소개</li> </ul>
	<p>产品中心</p> <p>魔芋粉 魔芋精粉 魔芋膳食纤维 魔芋凝胶 魔芋片 魔芋丝 魔芋粉(50) 魔芋粉(10)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 제품군 소개</li> </ul>
	<p>MORUZEN 丸善食品</p> <p>质量目标</p> <p>1. 魔芋原料控制</p> <p>2. 魔芋生产质量控制 (HACCP 管理体系)</p> <p>3. 最终产品 (HACCP控制措施)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품 품질 관리 기준 및 과정 상세 설명</li> </ul>

사진자료: 텐진완산스핀유셴공스 홈페이지



2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

## IV

# 수입·유통업체 인터뷰



1. 쓰촨샤오만유취안왕뤄커지유셴궁쓰  
(四川小满优选网络科技有限公司)
2. 우후시환텐예덴쯔상우궁쓰  
(芜湖喜欢田野电子商务有限公司)
3. 칭다오성위안라이상마오유셴궁쓰  
(青岛盛源来商贸有限公司)

## Interview ①

16)

四川小满优选网络科技有限公司

쓰촨샤오만유쉬안왕뤄커지유셴กง쓰  
(四川小满优选网络科技有限公司)쓰촨샤오만유쉬안왕뤄커지  
유셴กง쓰  
(四川小满优选网络科技有限公司)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 2021년 설립된 쓰촨성 내 식품 온라인 전문 유통업체
  - 곤약면, 오트밀, 건강 죽, 건강 간식, 건강 음료 등을 취급

## 담당자 정보

Sales Manager

## 고객사 제품 정보

소비자가격 21.87위안  
(3,900원<sup>17)</sup>)

중량 170~206g

포장 형태 비닐, 플라스틱  
뚜껑, 종이컵

## Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 중량, 원료, 인증, 유통기한, 홍보문구는 중국 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

우선 현재 중국에서 판매되고 있는 곤약면 제품의 99%는 중국산 제품입니다. 곤약면 1봉지는 온라인에서 평균 4~6위안(713~1,070원)에 판매되고 있습니다. 따라서 고객사 제품은 현지에서 판매하기에 다소 비싸다고 생각합니다. 고객사 제품이 수입 제품이고, 컵 포장으로 되어 있다는 점을 감안해서 판매가를 10~15위안(1,783~2,674원) 정도로 책정한다면 가격 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다. 중량의 경우, 중국에서 판매되는 유사 제품의 중량이 주로 227g이나 284g 정도인 점을 고려하면 적당해 보입니다. 그리고 컵 포장과 함께 부분적으로 비닐로 되어 있어 내부를 확인할 수 있는 포장 형태도 개발한다면, 중국 소비자에게 다양한 선택 옵션을 제공할 수 있을 것입니다. 한편, 고객사의 제품은 유통기한이 너무 짧습니다. 특히 수입 제품이기 때문에 유통기한이 최소 12개월은 확보되어야 한다고 생각합니다. 마지막으로 홍보문구에는 한국산 제품이라는 점을 특별히 강조하는 것이 효과적입니다. 중국에서는 한국산 제품에 대한 안전성 및 신뢰도가 높아 안심하고 구매하는 소비자가 많기 때문입니다.

## Q2. 중국 소비자들이 곤약면 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

중국 소비자들은 주로 맛을 가장 중요하게 고려합니다. 다른 요소보다도 개개인의 취향에 따라 선호하는 맛을 구매하는 소비자들이 대다수입니다. 따라서 중국 시장에 진출하기 위해서는 다양한 맛을 구비하는게 좋습니다.

16) 사진자료: 쓰촨샤오만유쉬안왕뤄커지유셴กง쓰(四川小满优选网络科技有限公司) 1688 판매 페이지

17) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q3. 곤약면에 대한 중국 소비자의 전반적인 인식은 어떠하며, 특히 인기 있는 곤약면 맛은 무엇인가요?

중국 소비자들은 전반적으로 곤약면에 대해 잘 모르는 편입니다. 곤약으로 만든 제품 중에서는 그나마 곤약 젤리가 가장 널리 알려져 있습니다. 인기 있는 맛이라면, 중국산 곤약면 브랜드인 C의 고추, 닭고기, 소고기, 마라 맛 곤약면 중에 소고기와 마라 맛의 판매량이 가장 많습니다.

### Q4. 중국에서 한국산 다이어트 식품의 수요는 어느 정도이며, 그중 가장 인기 있는 한국 제품은 무엇인가요?

현재 중국에 수입되는 한국 다이어트 제품들은 공급에 비해 수요가 많다는 특징이 있습니다. 가장 유명한 제품은 한국 T사의 옥수수염차입니다. 이 제품은 상하이의 코스트코(Costco)에서 수입 및 판매하며 단시간에 인지도를 올렸습니다.

### Q5. 식단 관리를 위한 다이어트 식품 중, 중국에서 가장 판매량이 높은 수입 식품의 인기 요인은 무엇인가요?

중국에서 가장 판매량이 높은 다이어트 수입 식품은 한국 J사의 L브랜드에서 판매하는 생유산균 분말입니다. 이 제품은 구매대행(代购)을 통해 유명해졌습니다. 중국에서는 한국으로 여행을 가는 사람한테 부탁하는 등의 방법으로 외국 제품을 구매대행 하는 경우가 많습니다.

### Q6. 중국 소비자가 수입 다이어트 식품을 구매하는 특별한 이유가 있나요?

중국 소비자들이 수입 다이어트 식품을 구매하는 가장 큰 이유는 외국 제품의 인지도입니다. 인지도 있는 제품을 중국에 들여와 효능을 중심으로 마케팅을 잘한다면 현지 제품보다 쉽게 인기를 얻을 수 있습니다.

### Q7. 중국에서 효과적인 곤약면 제품의 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

중국에서 인기 있는 곤약면 제품은 중국 최대의 검색 사이트인 바이두(Baidu)에서 광고를 진행하여 제품의 상세 정보를 홍보합니다. 이러한 사이트를 활용하면 소비자가 쉽게 제품 정보를 검색하게끔 할 수 있습니다. 오프라인에서는 주로 마트를 공략합니다. 주말이나 명절 기간에 시식 또는 할인 행사를 진행하면서 제품의 인지도를 올릴 수 있습니다.

### Q8. 곤약면 제품이 중국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널로는 가장 대중적인 타오바오, 티몰, 징동에 진출하는 것을 추천합니다. 오프라인 매장의 경우, 소비자들의 접근성이 높은 편의점이 가장 좋습니다만, 수입 식품을 주로 취급하는 프리미엄 마켓인 올레나 비엘티 슈퍼마켓도 적절해 보입니다.

### Q9. 한국산 곤약면 제품이 현지 시장에 진출하는 데 필수적으로 받아야 하는 인증이나 수출 및 통관 절차가 있나요?

한국산 곤약면 제품이 중국 시장에 진출하기 위해 필수적으로 받아야 하는 인증은 없습니다. 다만 제품이 수입되기 전에 제조업체의 중국 해관총서 사전등록이 선행되어야 합니다.

## Interview ②

18)

## 우후시환텐에덴쯔상우공쓰 (芜湖喜欢田野电子商务公司)

우후시환텐에덴쯔상우공쓰  
(芜湖喜欢田野电子商务公司)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 2017년 설립된 온라인 전문 유통업체
  - 견과류, 스낵류 등을 취급

### 담당자 정보

Sales Manager

### 고객사 제품 정보

소비자가격	21.87위안 (3,900원)
중량	170-206g
포장 형태	비닐, 플라스틱 뚜껑, 종이컵

### Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 중량, 원료, 인증, 유통기한, 홍보문구는 중국 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

중국 곤약면 제품의 평균 소비자가격은 맛에 따라 2-3위안(357-535원) 정도 차이가 있긴 하나 보통 3-6위안(535-1,070원)이고, 세트로 구매하면 추가 할인이 들어갑니다. 이에 비해 현재 책정된 고객사 제품의 가격은 너무 비쌉니다. 또한, 현지 곤약면 제품의 중량은 보통 227-300g 사이여서 고객사 제품의 중량은 적은 편이며, 최소 206g 이상을 추천합니다. 한편, 플라스틱 뚜껑과 종이컵으로 된 포장은 간편하게 섭취할 수 있어 소비자의 선호도가 높은 포장 형태이며, 부가적인 원료가 많이 들어가지 않고 다이어트 및 건강에 좋은 식재료를 사용해 중국 소비자의 관심을 끌기에 충분한 것 같습니다. 또한, 대부분의 한국 식품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 고객사 제품도 해당 인증을 취득했으므로 중국 소비자가 안심하고 구매할 수 있습니다. 다만 중국 수입 통관 및 매장 입점 과정에 1-2개월이 소요된다는 점을 고려하면 고객사의 제품은 유통기한이 너무 짧습니다. 최소 9개월 이상은 보장되어야 합니다. 마지막으로 홍보문구에 대해 제안하자면 ‘한국 수입 곤약면 1팩 단지 100kcal 미만, 칼로리 걱정없는 가벼운 한 끼 정도가 중국 소비자들의 관심을 끌기 좋을 듯 합니다.

### Q2. 중국 소비자들이 곤약면 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

제품 효능입니다. 곤약면은 주로 체형 관리 및 다이어트를 위해 구매하는 소비자가 많습니다. 왜냐하면 곤약이 체중 감량 효과가 뛰어난 식품이기 때문입니다. 이외에도 곤약의 피부 미용 효과는 소비자가 구매를 고려하는 주요 요인 중 하나입니다.

### Q3. 곤약면에 대한 중국 소비자의 전반적인 인식은 어떠하며, 특히 인기 있는 곤약면 맛은 무엇인가요?

중국 내에서는 곤약면 제품에 대한 제품 인지도가 전반적으로 낮은 편입니다만, 최근에는 젊은 소비자층의 다이어트 열풍으로 인해 곤약 젤리에 이어 곤약면도 선호하는 추세입니다. 면 형태가 아닌 곤약은 영유아 식품으로 많이 소비되는 경향이 있습니다. 곤약면 중에서는 특히 판매량이 높은 브랜드는 중국의 A브랜드입니다. 이 브랜드는 대부분의 중국 곤약 브랜드와 같이 쓰촨성에 있습니다. 쓰촨성이 매운 음식으로 유명한 만큼, A브랜드의 곤약면 중에서 후추와 새콤달콤한 풍미(椒香糖醋味)가 있는 제품이 가장 인기 있습니다.

### Q4. 중국에서 한국산 다이어트 식품의 수요는 어느 정도이며, 그중 가장 인기 있는 한국 제품은 무엇인가요?

요즘에는 한국의 다이어트 밀크셰이크 제품이 인기 있습니다. 특히 코코넛, 코코아, 검은 콩 맛의 프로틴 제품을 생산하는 한국 O브랜드 제품이 중국에서 가장 유명합니다.

### Q5. 식단 관리를 위한 다이어트 식품 중, 중국에서 가장 판매량이 높은 수입 식품의 인기 요인은 무엇인가요?

중국에서 가장 판매량이 높은 다이어트 수입 식품 중 하나는 앞서 말씀드린 O브랜드의 밀크셰이크 제품입니다. 외포장에 적합한 제품 소개에 3단계로 구성된 한 달 기준의 다이어트 레시피가 자세히 설명되어있어 다이어트 식단을 간편하게 시작하거나 시도하려는 소비자들이 많이 구매합니다.

### Q6. 중국 소비자가 수입 다이어트 식품을 구매하는 특별한 이유가 있나요?

수입 다이어트 식품의 안정성 때문입니다. 중국 내에서 생산되는 많은 다이어트 제품은 중소기업에서 생산되면서 안전과 위생 수준이 부족한 것이 사실입니다. 따라서 소비자들은 수입 제품의 안전성에 더욱 신뢰를 가지게 되었고, 이는 수입 제품의 가장 큰 구매요인입니다.

### Q7. 중국에서 효과적인 곤약면 제품의 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

많은 중국 소비자들은 제품 홍보문구를 그다지 눈여겨보지 않아서 중국에 진출한 한국 기업들은 획기적인 홍보문구보다는 온라인 쇼핑몰에서 진행되는 행운추첨, 현금 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션에 집중하는 편입니다. 대형 온라인 쇼핑몰 할인 기간에 판매량이 특히 높으며, 해당 기간에 홍보가 제대로 진행된다면 판매량은 꾸준히 증가할 것입니다. 또한, 샤오홍슈(Xiaohongshu)나 더우인(Douyin) 등의 소셜미디어 플랫폼에서 다이어트 왕홍<sup>19)</sup>과 협력하여 제품을 홍보하면 더욱 효과적일 것입니다.

### Q8. 곤약면 제품이 중국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널로는 젊은 소비자층이 많이 사용하는 샤오홍슈와 더우인을 통해 제품을 판매하는 것을 추천합니다. 오프라인 채널은 중국 1선 도시 내에 있는 패밀리마트(全家), 메이이저(美宜佳), 로손(罗森) 등의 편의점 체인점에 제품 입점을 권장합니다.

### Q9. 한국산 곤약면 제품이 현지 시장에 진출하는 데 필수적으로 받아야 하는 인증이나 수출 및 통관 절차가 있나요?

제가 알기로는 필수로 받아야 하는 인증은 없습니다. 그러나 중국 시장에 진출하려면 제품을 중국으로 수입하기 전에 중국 해관총서에 사전등록하는 것이 필수입니다.

19) 중국의 소셜미디어 인플루언서를 일컫는 용어

## Interview ③

20)



## 칭다오성위안라이상마오유셴공쓰 (青岛盛源来商贸有限公司)

칭다오성위안라이상마오유셴공쓰  
(青岛盛源来商贸有限公司)

· 유형: 수입·유통업체

· 업체 특징:

- 2005년 설립된 칭다오시의 수입유통업체
- 주로 한국 제품을 수입하여 마트에 유통
- 김치, 한국 소스, 신라면, 농심 짜파게티, 고추장 등을 취급

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 21.87위안  
(3,900원)

중량 170~206g

포장 형태 비닐, 플라스틱  
뚜껑, 종이컵

### Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 중량, 원료, 인증, 유통기한, 홍보문구는 중국 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품 가격은 다소 비싸긴 하나, 수입 제품이라는 점을 고려했을 때 중국 프리미엄 마트에서 21.42위안(3,819원)에 판매하는 것이 적당해 보입니다. 제품 중량의 경우, 대부분의 중국 곤약면 제품과 비슷한 정도인 206g이 적당하며, 컵 포장 형태는 제품 진열 시 제품이 잘 보이는 형태로 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것으로 보입니다. HACCP 인증은 제품 생산 안전성을 보장하여 소비자의 주요 구매 고려 요인이 되어 제품 판매에 긍정적인 영향을 끼칠 것으로 판단됩니다. 제품의 유통기한은 최소 제조일로부터 12개월 정도가 적당하며, 대부분의 중국 오프라인 매장에서 판매되기 위해서는 최소 유통기한이 6개월 이상이어야 합니다. 홍보문구로는 한국산 제품임을 강조할 수 있는 ‘다양한 한국의 맛으로 취향에 맞게 골라 드세요!’ 혹은 ‘간편한 한국 수입 조리법!’을 추천합니다.

### Q2. 중국 소비자들이 곤약면 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

중국에서는 제품의 인지도가 무엇보다 중요한 고려 요인입니다. 현재 중국 시장에서 판매되고 있는 곤약면 제품 중 99%는 모두 중국 중소식품기업 제품입니다. 따라서 제품의 생산 안정성과 위생 상태가 좋지 않습니다. 대다수의 소비자가 브랜드와 생산 인증을 중요하게 생각한다는 점을 고려한다면 고객사의 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있기 때문에 소비자들이 안심하고 구매할 수 있습니다.



### Q3. 곤약면에 대한 중국 소비자의 전반적인 인식은 어떠하며, 특히 인기 있는 곤약면 맛은 무엇인가요?

중국 1선 도시 젊은 여성들은 건강과 식단에 대한 관심이 높아 곤약면을 잘 알고 있습니다. 그러나 다른 연령층은 곤약면이나 곤약밥 등을 포함한 여러 곤약 제품에 대해 잘 모릅니다. 그리고 중국 곤약면 중에서 가장 인기 있는 제품은 매운 쇠고기 맛입니다. 쇠고기 조림 맛(红烧牛肉味), 쇠고기 절임 맛(酸菜牛肉味), 매운 쇠고기 맛(香辣牛肉味) 등 매운 육류 맛이 특히 인기가 많습니다.

### Q4. 중국에서 한국산 다이어트 식품의 수요는 어느 정도이며, 그중 가장 인기 있는 한국 제품은 무엇인가요?

한국산 다이어트 식품은 수요가 있는 편입니다. 현재 인기 있는 한국 다이어트 식품은 다이어트 셰이크입니다. 이 중 유명한 브랜드는 7초만에 제조되는 C사의 제품으로, 제공하는 8가지 맛 중에서 딸기, 바나나, 코코아 맛이 가장 인기 있습니다.

### Q5. 식단 관리를 위한 다이어트 식품 중, 중국에서 가장 판매량이 높은 수입 식품의 인기 요인은 무엇인가요?

중국에서 가장 판매량이 높은 수입 다이어트 식품은 블랙 커피입니다. 수입품 중 인기가 많은 블랙 커피는 일본 B사의 제품입니다. B사 커피는 캡슐형과 드립백, 이 두 가지 형태로 판매되고 있는데, 다른 브랜드보다 비교적 제품 가격이 싸기 때문에 판매량이 높습니다.

### Q6. 중국 소비자가 수입 다이어트 식품을 구매하는 특별한 이유가 있나요?

수입 다이어트 식품을 구매하는 가장 큰 이유는 품질 안전성입니다. 특히 수입 제품은 통관 검사 등 까다로운 절차를 거쳐야 하기에 중국 소비자는 수입 제품 더욱 믿는 경향이 있습니다. 일본과 한국 다이어트 식품은 중국 소셜미디어에서 많이 홍보되고 있고, 이에 쉽게 인기를 얻을 수 있습니다.

### Q7. 중국에서 효과적인 곤약면 제품의 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

인기 곤약면 제품은 오프라인과 온라인 채널을 동시에 활용해 제품 홍보를 진행합니다. 고객사의 제품도 오프라인 매장에서는 2+1 행사를 여러 회 진행하고, 타오바오와 같은 온라인 쇼핑몰에서는 주로 할인, 현금 쿠폰 또는 소포장 샘플 증정 행사 등 다양한 프로모션을 진행하는 것을 추천합니다.

### Q8. 곤약면 제품이 중국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널로는 티몰과 징둥에 진출하는 것을 추천합니다. 오프라인에서는 오프라인은 1선 도시에 있는 슈퍼마켓 체인과 편의점 입점을 추천하면서도 시티슈퍼(City'super), 올레, 비엘티 슈퍼마켓, 허마셴성과 같은 고급 슈퍼마켓에서 판매하는 것도 적절한 방법일 듯합니다.

### Q9. 한국산 곤약면 제품이 현지 시장에 진출하는 데 필수적으로 받아야 하는 인증이나 수출 및 통관 절차가 있나요?

한국산 곤약면 제품을 중국 시장에서 판매하기 위해 필수적으로 받아야 할 인증은 없습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

# 소비자 샘플 피드백



1. 샘플 피드백 결과 요약
2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰

# 1. 샘플 피드백 결과 요약



## 중국 곤약면 샘플 피드백

### 샘플 피드백 표본 구성

- 성별: 남성: 2명, 여성: 8명
- 연령대: 20대: 5명, 30대: 4명, 40대: 1명
- 결혼 여부: 미혼: 7명, 기혼: 3명
- 거주지역: 베이징: 10명
- 거주지역: 중국: 10명

### 소비자 만족도 점수 평균



### 소비자 희망 적정 가격대



### 주관식 응답 결과 요약

- 가격/용량/맛**
  - ✓ 대부분의 소비자가 제품의 용량이 적당하다고 평가했으나 일부는 적다는 의견 존재
  - ✓ 맛은 대체로 만족스러우며, 소스와 매운 맛에 대해 긍정적인 평가를 받음
- 어울리는 제품**
  - ✓ 매운 맛을 중화해주는 달걀이나 야채 등과 함께 섭취하면 좋을 것이라는 의견 다수
  - ✓ 김치나 단백질 함유 제품과도 잘 어울린다는 의견 존재
- 경쟁제품**
  - ✓ 경쟁업체의 컵라면 등 다양한 라면 제품과 경쟁할 것이라는 응답 다수
  - ✓ 중국 쓰촨성의 당면 요리인 썬라펀(酸辣粉)도 경쟁제품으로 꼽힘

### 추천 홍보문구

#### “새콤달콤한 매력”



- ✓ 제품 맛에 대해 긍정적인 평가 다수로, 매운 맛과 소스의 양이 적절함
- ✓ 간편식이면서 맛있는 제품으로 바쁜 소비자들에게 매력적인 제품이 될 것으로 판단됨

### 추천 타겟층

#### 20-40대 여성



- ✓ 식단 관리를 중요시 여기는 소비자층이 타겟층 설정 시 적절할 것으로 판단됨
- ✓ 식단 관리와 관계없이 모든 연령대의 소비자들과 잘 어울린다는 의견도 있었음

## 2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰

소비자 ①		가격 만족도	중량 만족도	맛 만족도
성별	여성			
연령대	20대	Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.		
결혼 여부	미혼	가격은 18위안(3,209원 <sup>21)</sup> )이 적당하다고 생각합니다. 제품의 중량도 적절하게 느껴지며 소스의 양이 적당하여 담백한 맛이 좋았습니다. 다이어트 시에 주로 구매하려고 합니다. 가벼운 한 끼 식사로 적합해 보여 다이어트 시 구매해보고 싶은 제품입니다.		
거주지역	베이징	Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.		
국적	중국	고객사 제품 맛에는 달걀이 잘 어울린다고 생각합니다. 예상 경쟁제품으로는 컵라면을 들 수 있습니다. 주로 20-30대 여성 소비자들이 이 제품을 선호할 것으로 보이며 다이어트 제품으로 적합하기 때문입니다.		

소비자 ②		가격 만족도	중량 만족도	맛 만족도
성별	여성			
연령대	20대	Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.		
결혼 여부	미혼	가격은 제품의 퀄리티와 비례하는 수준으로 책정되었다고 생각합니다. 그렇지만 만약 8위안(1,426원) 정도라면, 더 자주 사서 먹을 수 있을 것 같습니다. 맛도 전반적으로 괜찮았고, 중량 또한 적당하다고 생각했습니다. 저는 이러한 제품을 다이어트를 할 때 구매합니다.		
거주지역	베이징	Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.		
국적	중국	이 제품과 어울리는 다른 제품으로는 달걀이 있으며 경쟁제품으로는 다른 컵라면 제품들이 될 것 같습니다. 30-40대 여성 소비자들이 주요 소비자층이 될 것으로 예상되는데 그 이유는 다이어트용으로 적합한 제품이기 때문입니다.		

21) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰

소비자 ③		가격 만족도	중량 만족도	맛 만족도
성별	여성			
연령대	20대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	미혼	저는 이 제품을 18위안(3,209원)이면 구매할 수 있다고 생각했습니다. 중량은 한 끼 먹기에 적당한 양이었으나, 조금만 더 많았으면 좋겠다고 생각했습니다. 매콤한 고추장 소스와 겨자의 맛이 입맛을 돋우는데 아주 효과적이었습니다. 야근할 때 빠르게 섭취하기 좋아 직장인들에게 추천하고 싶은 제품입니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	제품과 함께 먹으면 좋은 것은 채소와 김치입니다. 경쟁제품으로는 J사의 라면을 들 수 있겠습니다. 이 제품은 모든 연령대의 소비자에게 적합하다고 생각하며 그 이유는 새콤달콤한 맛과 간편하고 빠른 조리 시간 때문입니다.		

소비자 ④		가격 만족도	중량 만족도	맛 만족도
성별	남성			
연령대	20대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	미혼	이 제품의 가격은 15위안(2,674원) 정도로 생각했습니다. 양은 조금 부족하다고 느꼈지만, 그래도 맛은 깔끔하고 부드러웠습니다. 간단하게 다이어트 식단을 먹고 싶을 때, 매운 음식을 먹고 싶을 때 먹으면 좋을 것 같습니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	이 제품은 추가적인 야채 토핑이나 김치와 잘 어울릴 것 같습니다. 경쟁제품으로는 한국의 비빔면 제품을 꼽을 수 있을 것 같으며, 새콤달콤한 비빔면 맛으로 모든 연령대가 좋아할 것 같습니다.		

## 2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰

<b>소비자 ⑤</b>		<b>가격 만족도</b>	<b>중량 만족도</b>	<b>맛 만족도</b>
성별	여성			
연령대	40대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	기혼	이 제품의 가격은 12위안(2,139원)이 적당하다고 생각했습니다. 제품의 중량은 약간 부족한 감이 있었으나 맛은 풍부하고 진한 소스의 깊은 맛이 좋아 친구들에게 선물하고 싶은 제품이라는 생각이 들었습니다. 제가 해당 제품군을 구매할 때는 다양한 맛이 있는지 여부와 브랜드의 신뢰도를 고려하여 구매합니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	이 제품에 야채를 추가하여 먹으면 좋을 것 같습니다. 경쟁제품으로는 타 브랜드의 비빔면 제품이, 소비자층은 20-40대가 될 것 같습니다. 그 이유는 가격대가 높은 편이라 소득 수준이 높은 회사원들이 주로 구매할 것 같기 때문입니다.		

<b>소비자 ⑥</b>		<b>가격 만족도</b>	<b>중량 만족도</b>	<b>맛 만족도</b>
성별	여성			
연령대	20대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	미혼	가격은 15위안(2,674원)이 적당할 것 같고 중량은 개인적으로 적당하다고 느꼈습니다. 제품 맛은 기본적으로 만족스러웠습니다. 캠핑 등 간편식이 필요한 상황에서 구매하면 좋을 것 같습니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	이 제품과 잘 어울리는 제품은 삼겹살이 있을 것 같습니다. 경쟁제품으로는 썬라펀(酸辣粉)이나 자러훙귀(自热火锅)가 있습니다. 간편식을 즐겨 찾는 10-40대의 여성 소비자층이 주요 소비자층이 될 것 같습니다.		

## 2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰

<b>소비자 ⑦</b>		<b>가격 만족도</b>	<b>중량 만족도</b>	<b>맛 만족도</b>
성별	여성			
연령대	30대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	미혼	제품의 가격은 조금 비싸다고 느껴졌으며 15위안(2,674원)이 적당할 것 같습니다. 중량은 충분하고 맛도 괜찮았습니다. 저는 곤약면 제품을 주로 다이어트를 할 때 구매합니다. 가격대가 약간 높긴 하지만 맛과 퀄리티를 고려하면 괜찮다고 생각했습니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	이 제품을 달걀과 함께 먹으면 좋을 것 같습니다. 경쟁제품으로는 타 경쟁업체의 비빔면 제품이 떠올랐습니다. 이 제품의 주 소비자층은 20대 여성 소비자가 될 것 같으며 20대 여성들이 섭취가 간편하고 칼로리가 낮은 식품을 선호하기 때문입니다.		

<b>소비자 ⑧</b>		<b>가격 만족도</b>	<b>중량 만족도</b>	<b>맛 만족도</b>
성별	남성			
연령대	30대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	기혼	이 제품의 가격은 12위안(2,139원)이 적당하다고 생각했습니다. 중량과 맛 모두 만족스러운 편이었으나 양이 조금 아쉬웠습니다. 저는 주로 다이어트를 할 때 이러한 제품을 구매하며 식사를 대체하거나 간식으로 먹기 좋기 때문입니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	다이어트 제품이긴 하지만 치킨과 함께 먹으면 맛있을 것 같습니다. 경쟁제품으로는 다이어트 냉동 만두나 떡볶이가 있을 것 같습니다. 이 제품은 식단 관리가 필요한 20-30대 남성 소비자가 주로 소비할 것으로 예상됩니다.		



## 2. 소비자 샘플 피드백 인터뷰

소비자 ⑨		가격 만족도	중량 만족도	맛 만족도
성별	여성			
연령대	30대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	기혼	가격에 비해 중량이 적어 고객사 제품은 10-15위안(1,783-2,674원)이 적당할 것 같습니다. 맛은 전반적으로 괜찮았습니다. 저는 다이어트를 할 때 곤약면을 구매할 것 같습니다. 아근을 하는 날이나 다른 일정으로 바쁠 때 가볍게 맛있는 한 끼로 섭취할 수 있어 좋을 것 같습니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	고단백의 다이어트 식품이 이 제품과 잘 어울릴 것 같습니다. 경쟁제품으로는 중국산 국수나 라면 제품이 있으며 식단 관리를 하는 20-30대 여성 소비자들이 해당 제품을 선호할 것 같습니다.		

소비자 ⑩		가격 만족도	중량 만족도	맛 만족도
성별	여성			
연령대	30대	<b>Q. 고객사 제품 스펙(가격, 중량, 맛)에 대해 평가해주시고 고객사 제품군 구매 동기를 말씀해주세요.</b>		
결혼 여부	미혼	가격은 12위안(2,139원)이 적절할 것 같습니다. 개인적으로 양이 조금 아쉬웠고 맛은 입맛을 돋우는 맛으로 칼로리 부담 없이 먹기 좋았습니다. 주로 간단한 아침 식사로 먹기 위해 간편식 제품을 구매합니다.		
거주지역	베이징	<b>Q. 고객사 제품과 어울리는 제품과 예상 경쟁제품 및 소비자층에 대해 말씀해주세요.</b>		
국적	중국	이 제품은 달걀이나 오이, 닭가슴살과 함께 먹기 좋을 것 같습니다. 경쟁제품으로는 중국식 당면인 썬라편이나 다른 저렴한 인스턴트 라면 브랜드가 있을 것입니다. 소비자층은 주로 다이어트에 관심이 많고 맛에 대한 기준이 엄격한 20-30대 여성 소비자들이 될 것 같습니다. 해당 소비자들은 칼로리 부담 없이 맛있게 먹을 수 있는 제품을 선호하기 때문입니다.		

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

# 경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

# 1. 제품 경쟁력 검증

## 1) 10g당 가격

### 경쟁제품(제조사)

- ① 징더우서우취안 (다렌진리다스핀유션공쓰)
- ② 모위쓰제 (베이징얼상시제스핀유션공쓰)
- ③ 마리웨이모우몐 (베이징얼상시제스핀유션공쓰)
- ④ 툐구웨이모우몐 (베이징얼상시제스핀유션공쓰)
- ⑤ 모위랑피 (베이징얼상시제스핀유션공쓰)
- ⑥ 위산모위쓰제 (산둥칭원텐펑위스핀커지유션공쓰)
- ⑦ 모위차오마이몐 (허베이진수몐예유션공쓰)
- ⑧ 모위샤오제 (톈진완산스핀유션공쓰)
- ⑨ 위상위쑤쓰엔마이몐 (란웨이핀파이관리유션공쓰)
- ⑩ 컵누들 (A사)

### ▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품보다 높은 편

고객사 제품의 10g당 가격<sup>22)</sup>은 1.06위안(189원<sup>23)</sup>)으로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 0.55(98원)보다 보다 약 1.93배 비싼 수준으로 확인됨. 경쟁제품 10개 중 7개 제품의 가격이 평균치인 0.55보다 낮은 수준이며, 나머지 중 1개 제품의 평균 10g당 가격은 0.56으로 10개 평균치와 거의 같은 수준으로 확인됨. 따라서 전반적으로 고객사 제품은 가격 경쟁력이 낮다고 볼 수 있음. 그러나 10g당 가격이 가장 높으며 고객사 제품과 같은 한국산인 10번 제품의 10g당 가격은 1.99위안(354원)이므로 중국 내 수입 제품 중에서 고객사 제품은 가격 경쟁력이 있는 수준인 것으로 판단됨

[표 6.1] 중국 곤약면 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/위안)



22) 제품별로 최소 170g, 최대 206g으로 상이하여 최대치를 기준으로 계산함

23) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2) 중량

### ● 경쟁제품(제조사)

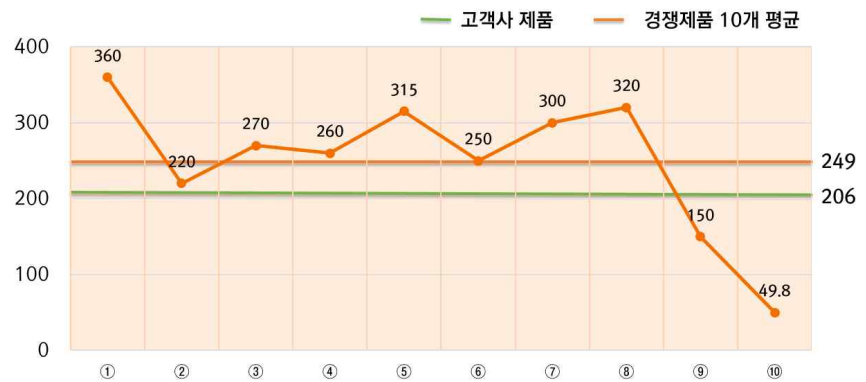
- ① 징더우서우주안  
(다롄진리다스핀유셴공쑤)
- ② 모위쓰제  
(베이징얼상시제스핀유셴공쑤)
- ③ 마라웨이모위몐  
(베이징얼상시제스핀유셴공쑤)
- ④ 툽구웨이모위몐  
(베이징얼상시제스핀유셴공쑤)
- ⑤ 모위랑피  
(베이징얼상시제스핀유셴공쑤)
- ⑥ 위산모위쓰제  
(산둥칭원텐펑위스핀커지유셴공쑤)
- ⑦ 모위차오마이몐  
(허베이진수몐예유셴공쑤)
- ⑧ 모위샤오제  
(톈진완산스핀유셴공쑤)
- ⑨ 워싱위쑤츠연마이몐  
(관웨판파이관리유셴공쑤)
- ⑩ 컵누들  
(A사)

### ▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 206g<sup>24)</sup>으로 곤약면 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 249g의 약 83% 수준으로 경쟁제품 대비 작은 편으로 조사됨. 경쟁제품 10개 중 8개는 고객사 제품보다 중량이 큰 편이며, 중량이 작은 2개 제품(9, 10번) 중 1개는 한국산 제품으로 확인됨. 이를 제외한 나머지 8개의 중국산 제품이 최소 220g부터 최대 360g 내에 분포한 점을 고려하여 고객사는 제품 현지화를 중량을 다소 높이는 방안을 권장함

[표 6.2] 중국 곤약면 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



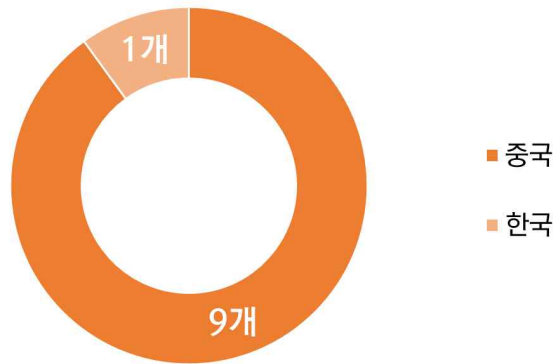
24) 제품별로 최소 170g, 최대 206g으로 상이하하여 최대치를 기준으로 계산함

### 3) 원산지

#### ▶ 경쟁제품 10개 중 9개 제품 원산지, 중국

중국에서 판매되고 있는 곤약면 경쟁제품 10개의 제품 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품이 중국산 제품이며 나머지 1개 제품은 한국산인 것을 확인함. 또한, 온라인 인기제품 조사에서도 중국산 제품만 조사되었다는 점에서 중국에서는 자국에서 생산한 곤약면의 수요가 높다는 것을 알 수 있음

[표 6.3] 중국 곤약면 제품 원산지 경쟁력 분석

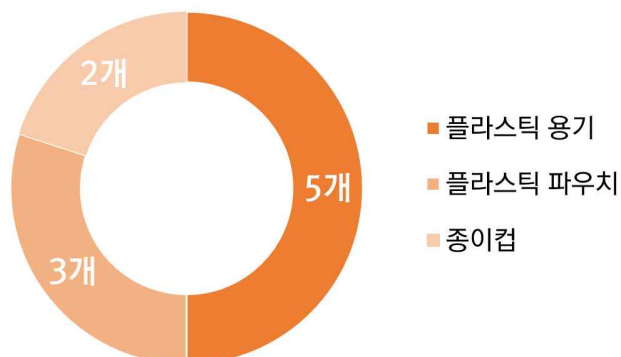


### 4) 포장 형태

#### ▶ 현지 경쟁제품, 플라스틱 용기로 외포장

중국에서 판매 중인 곤약면 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 중 5개 제품의 외포장이 플라스틱 용기로 조사됨. 나머지 5개 제품 중 3개는 플라스틱 파우치, 2개는 종이컵으로 조사됨. 또한, 플라스틱 파우치로 외포장 된 제품 3개의 내포장은 모두 플라스틱 용기 형태로 확인되어 고객사 제품과 같은 종이컵 형태는 소수인 것으로 조사됨

[표 6.4] 중국 곤약면 제품 포장 형태 경쟁력 분석

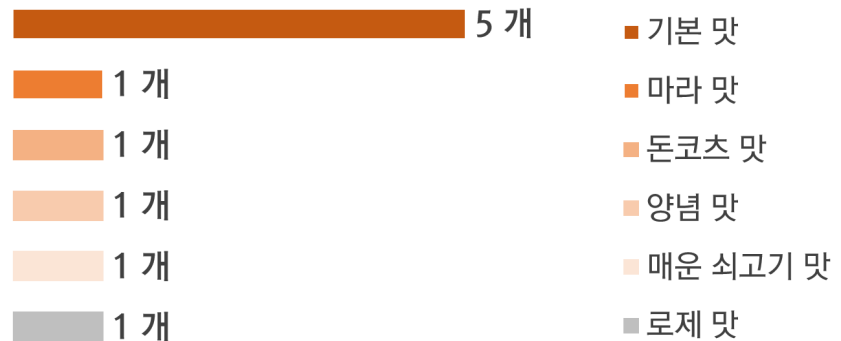


## 5) 맛

## ▶ 경쟁제품 10개 중 5개 제품, '기본 맛'

중국에서 판매 중인 곤약면 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 10개 중 5개의 제품이 곤약 원재료 자체의 '기본 맛'으로 나타남. 이외에는 '마라 맛', '돈코츠 맛', '양념 맛', '매운 쇠고기 맛', '로제 맛'이 각각 1개씩 조사됨. 따라서 중국에서는 원재료를 살리고 기호에 따라 요리해 먹을 수 있는 곤약면 단품 제품이 인기 있으며, 양념이 첨가되어 간편하게 먹을 수 있는 곤약면 제품도 다양한 맛으로 출시된 것을 확인함

[표 6.5] 중국 곤약면 제품 맛 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 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(\*) 온라인 쇼핑몰 : 징동, 티몰, 수닝

(\*) 오프라인 매장 : 귀수하오, 우 마트, 세븐 프레쉬 라이프, 비에이치지 마켓플레이스, 비엘티 슈퍼마켓, 허마센성, 내고향마트

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

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

(\*) 오프라인 매장 : 조사매장 7개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①  
원산지

공통 특징 ②  
제조사



공통 특징 ①  
원산지

공통 특징 ②  
제조사



#### 벤치마킹 제품 ①

베이징얼상시제스핀  
유셴궁쓰\_  
모위량피

‘조미된 곤약면 제품 중 가장 경쟁력 있는 가격’

◀ 벤치마킹  
저렴한 가격

#### 고객사 제품

‘100kcal 미만, 칼로리 걱정 없는 가벼운 식사 대응 제품’

벤치마킹 ▶  
매운 맛

#### 벤치마킹 제품 ②

베이징얼상시제스핀  
유셴궁쓰\_  
마라웨이모위면

‘현지 소비자가 선호하는 매운 맛’

## 2) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 가장 경쟁력 있는 가격 확보

### - 저렴한 가격

현지에서 판매 중인 곤약면 경쟁제품 10개의 가격을 조사한 결과, 벤치마킹 제품의 10g당 가격은 31위안(56원)으로 고객사 제품과 같이 조미된 곤약면 제품 중 가장 저렴한 것으로 조사되었음. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 모든 인터뷰이가 고객사 제품의 소비자가격이 다소 비싸다고 평가하였음. 수입식품임을 고려하여도 중국 내 생산 제품보다 비싸게 책정되었으므로 고객사 제품은 경쟁력 확보를 위해 가격 인하를 권장함. 한편으로는 곤약면을 구매하는 중국 소비자들은 제품 구매 시 맛, 효능, 인지도 등 가격 외적인 부분을 더 고려하는 경향이 있으므로 해당 부분에서 경쟁제품보다 우위를 점할 셀링포인트를 확보한다면 가격을 유지하는 것을 고려할 수 있음

#### [표 6.6] 중국 곤약면 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 현재 중국에서 판매되고 있는 곤약면 제품의 99%는 중국산 제품입니다. 곤약면 1봉지는 온라인에서 평균 4-6위안에 판매되고 있습니다. 따라서 고객사 제품은 현지에서 판매하기에 다소 비싸다고 생각합니다. 고객사 제품이 수입 제품이고, 컵 포장으로 되어있다는 점을 감안해서 판매가를 10-15위안 정도로 책정한다면 가격 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다.

## 3) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 가장 선호하는 매운 맛

### - 매운 맛

현지에서 판매 중인 곤약면 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 벤치마킹 제품은 중국 소비자 가장 선호하는 마라 맛 곤약면 제품으로 조사됨. 중국에서 수요 높은 현지 곤약면 브랜드 제품에서도 마라 맛과 매운 쇠고기 맛이 가장 인기 있다는 것을 인터뷰를 통해 확인함. 고객사 제품도 여러 가지 맛 옵션 중 매운 짜장 맛을 보유하여 경쟁력을 확보하였으나, 현지 소비자의 입맛에 맞는 매운 정도를 경쟁제품을 통해 파악하여 제품을 개발한다면 중국 시장을 타겟팅 한 셀링포인트를 갖출 수 있을 것으로 보임. 또는 추가적으로 쇠고기를 다량 함유한 매운 쇠고기 맛 제품을 새로 개발할 수 있음



### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 6.7] 곤약면 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	베이징얼상시제스핀유셴공쓰	
	기업 설명	베이징얼상시제스핀유셴공쓰는 대두(콩) 제품 제조 공장에서 출발하여 베이징 얼상 그룹과 한국 C사 그룹이 공동 출자한 기업임. 상급, 중급, 저급으로 분류되는 다양한 품질의 제품을 생산하고 있으며, 현지 인지도가 높은 바이위(白玉)라는 브랜드를 운영하고 있음. 베이징의 중요한 콩 식품 생산 기업으로, 베이징 시장의 주요 두부 및 콩 제품 공급자로 자리하고 있음	
주요 마케팅 전략	기업 및 제품 브로서		
	홍보 현지화	<p>자사 홈페이지에 기업과 제품군에 관한 정보를 사진 및 영상 자료 활용하며 게시하여 유동업체와 현지 소비자의 이해를 도움</p> 	
		중국 자사 홈페이지와 글로벌 홈페이지를 구축하여 기업 및 제품 정보 제공	경쟁기업 중 유일하게 웨이보, 틱톡 등 SNS를 운영하며 지속적으로 신제품 정보 및 기업 홍보
요약	판매채널	현지 오프라인 및 온라인 매장 진출	
	홍보채널	현지 그룹사 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
	홍보문구	제품 효능을 강조한 홍보문구 사용	

## 4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

### ▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 6.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portion, Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Konjac, Shirataki, Noodle 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

### ▶ 수닝에서 판매되고 있는 곤약면 제품 선정

[표 6.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	징동 (Jingdong)	수집 리뷰 수	200건
제품명	마장량피모우멘 (麻酱凉皮魔芋面)		
제품 종류	곤약면	소비자가격	39.90위안 (7,114원 <sup>25)</sup> )
중량	275g	포장	플라스틱 파우치
특징	참깨 페이스트와 차가운 곤약의 통합		

25) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

분석 제품 정보

사이트	수닝 (Suning)
수집 리뷰 수	200건
제품명	마장방피모우멘
제품 종류	곤약면
소비자가격	39.90위안 (7,114원)
중량	275g
포장	플라스틱 파우치
특징	참깨 페이스트와 차가운 곤약의 통합

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘품질’에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 중국 온라인 쇼핑몰에서 누적 평가 수가 50,000건 이상인 곤약면 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘품질’에 대한 긍정 점수가 540점으로 압도적으로 높게 나타났으며, 부정 점수가 168점으로 긍정 점수와 비교하면 낮은 편임. 반면, ‘중량’의 경우 긍정 점수가 25점으로 타 지표에 비해 상당히 낮은 편이면서 부정 점수 역시 12점으로 가장 낮게 나타남. 이러한 점을 고려하면, 중국 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 해당 인기 곤약면 제품의 ‘품질’에 관심도와 만족도가 특히 높으면서도 중량에 대해서는 크게 신경 쓰지 않는다는 점을 알 수 있음

[표 6.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	248	50
중량	25	12
제품 종류	283	125
맛	361	133
품질	540	168
종합	1,457	488

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# VI 시사점



# Export Insights

## Konjac Noodle Price&Volume



### Point. 1



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 곤약면 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 0.55위안(98원)
- ✓ 경쟁제품 10개 중 가장 높은 가격은 10g당 1.99위안(354원), 가장 낮은 가격은 0.17위안(31원)
- ✓ 대부분의 경쟁제품이 평균가 이하 또는 근접하게 분포

### Point. 2



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 곤약면 경쟁제품 10개의 평균 중량은 약 249g로 고객사 제품 중량(206g)보다 큰 편
- ✓ 경쟁제품 10개 중 가장 큰 중량은 360g, 가장 적은 중량은 49.8g
- ✓ 가장 가격이 비싸고, 중량이 적은 제품은 한국산

## Konjac Noodle Country&Certification



### Point. 1



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 곤약면 경쟁제품 10개의 원산지는 9개가 중국산, 나머지 1개가 한국산 제품
- ✓ 온라인 인기제품 조사에서는 9개 제품 모두가 중국산
- ✓ 그외 다른 국가 제품은 발견되지 않아 중국에서는 자국 브랜드 및 생산 제품이 강세인 것으로 확인

### Point. 2



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 곤약면 경쟁제품 10개 중 2개 제품에서만 HACCP 인증 확인
- ✓ 일부 경쟁기업 홈페이지에서는 자사 제조시설에 설명 및 특허 확인
- ✓ 그러나 인터뷰에서는 상대적으로 보유 인증이 많은 한국산 제품에 대한 신뢰 및 선호도 확인

## China Market Competitor



### Point. 1



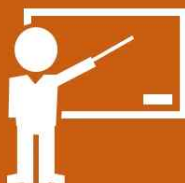
- ✓ 중국 곤약면 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 2개 기업이 비엘티 슈퍼마켓에 공통적으로 진출 확인, 나머지 1개는 총 3곳 매장에 진출
- ✓ 경쟁기업 중 2개사만 온라인 채널인 징동과 티몰에 진출
- ✓ 허베이진쉬먼예유셴공쓰의 제품은 온라인 채널에서 확인되지 않음

### Point. 2



- ✓ 중국 곤약면 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 2개사는 중국 자사 홈페이지 보유, 나머지 1개사는 중국 그룹사 홈페이지 보유
- ✓ SNS의 경우, 베이징얼상시제스핀유셴공쓰만 그룹사 중국 웨이보, 틱톡, 위챗 확인
- ✓ 이외 2개사는 별도의 SNS 계정을 운영하지 않는 것으로 확인

## Importer-Distributor Interview



### Point. 1



- ✓ 중국 곤약면 수입-유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 가격이 현지 제품에 비해 비싼 편이라고 지적
- ✓ 수입 제품임을 감안하여도 약간의 가격 인하 권장
- ✓ 소셜미디어를 활용한 온라인 마케팅 적극 추천

### Point. 2



- ✓ 곤약면 제품의 중국 내 인지도가 전반적으로 낮아 시장 규모 작은 편
- ✓ 중국 소비자는 매운 맛과 쇠고기가 함유된 곤약면을 특히 선호
- ✓ 프로틴이 함유된 셰이크 등 한국산 다이어트 식품의 인기로 곤약면 역시 적절한 셀링포인트로 마케팅한다면 판매 증가 기대한다고 평가

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 스타티스타 ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. 징둥 홈페이지 ([m.jingdong.com](http://m.jingdong.com))
3. 티몰 홈페이지 ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
4. 수닝 홈페이지 ([www.suning.com](http://www.suning.com))
5. 베이징 통계국 ([www.tjj.beijing.gov.cn](http://www.tjj.beijing.gov.cn))
6. 구글 ([www.google.com](http://www.google.com))
7. 우 마트 홈페이지 ([www.wumart.com](http://www.wumart.com))
8. 허마셴성 홈페이지 ([www.freshippo.com](http://www.freshippo.com))
9. 구글맵 ([mapsgoogle.com](http://mapsgoogle.com))
10. 구글 ([www.google.com](http://www.google.com))
11. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
12. 바이두 ([baike.baidu.com](http://baike.baidu.com))
13. C사 차이나 홈페이지
14. 허베이진취멘예유셴궁쓰 홈페이지 ([jinxu.spdl.com](http://jinxu.spdl.com))
15. 톈진완산스핀유셴궁쓰 홈페이지 ([yimishiji.com](http://yimishiji.com))
16. 쓰촨샤오만유취안왕뤄커지유셴궁쓰 1688 판매 페이지 ([manhuasuan.1688.com](http://manhuasuan.1688.com))
17. 우후시환텐예텐쯔상우궁쓰 1688 판매 페이지 ([xihuantianye.1688.com](http://xihuantianye.1688.com))
18. 칭다오성위안라이상마오유셴궁쓰 티몰 판매 페이지 ([sylsp.world.tmall.com](http://sylsp.world.tmall.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.27

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea