aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2015 농식품 해외시장 맞춤조사

중국 오징어가라아게 시장조사

Product : Squid Karaage

Content

Ⅰ. 경쟁제품 현황 2

Ⅱ. 유통구조 13

I 경쟁제품 현황

1. 중국 방문매장 정보

2. 중국 오징어 가라아게 경쟁제품 가격현황

3. 중국 매장 판매 담당자 인터뷰

4. 중국 경쟁제품 현황 조사결과

※ 제품 특성상 온라인 유통이 다수 있어 2개의 온라인 사이트를 통해 경쟁제품을 추가 조사함. 온라인 조사 시에는 냉동 가공식품으로 대상군을 넓혀 조사하였음

1. PRODUCT INFORMATION - 중국 방문매장 정보

SHOP #1. RT-Mart (大润发民族园店)

이미지		
Contact Point	Tel : +86 10 5199 4538	
	Add : 2 Min Zu Yuan Lu, Chaoyang Qu, Beijing Shi, China, 100101	
업체 정보	규모	- 매장 수: 185개 - 연매출: 335억 6,700만 위안(2013년 기준)
	- 대만 룬타이그룹(潤泰集團) 계열의 마트로 영문명인 Run Tai를 축약하여 RT-Mart라고 불림 - 1997년 상하이에 처음 점포를 열었으며, 중국에 진출한 외국 유통업체 중 후발주자에 속함 - 본사 경영과는 별개로 지역 특색에 맞춰 지점별 경영방식을 취할 수 있도록 운영되고 있음 - 푸드코트, 명품 진열대, 어린이를 위한 놀이방, 약국, 우체국, 오토바이 및 자전거 주차장 등을 통해 편리성을 강조함	
매장 정보	- 판매 담당자의 말에 따르면, 본 매장은 다양한 어류/해산류 냉동 즉석식품을 취급하고 있지만, 오징어 가라아게 제품은 없음 - 어린이 놀이방과 자전거 주차장을 구비하고 있고, 차량 주차 공간 또한 넓다는 장점이 있음	
인터뷰 내역	"중국 시장에서 성공하기 위해서는 혁신적인 맛을 보유하고 제대로 된 홍보 및 선전을 해야 할 것이다." **宋从霞** **(RT-Mart 식품 판매원)**	

SHOP #2. BHG LIFESTYLE Market

이미지

< 매장 전경 >

< 매장 내 냉동식품 판매대 전경 >

Contact Point

Tel : +86 10 6266 6205

Add : China, Beijing, Haidian, Chengfu Rd, 28号

업체 정보

규모

- 연간 매출액 약 5억 위안(2010년 기준)
- 중국 현지 48개 도시 내 144여 개의 식료품점 보유(2015년 기준)
- 본 유통업체 매장 총 직원 수는 약 1,600여 명(2013년 기준)

- 1996년에 설립되었으며, 중국 최대의 체인 슈퍼마켓 중 하나임
- 최근 편리하고 효율적인 제품과 서비스를 고객에게 제공하기 위해 전자 상거래도 도입함
- 북경 화련 슈퍼마켓은 중국 전역의 주요 도시에 높은 품질의 다양한 식품을 제공하고 있음

매장 정보

- 본 유통매장에서는 한국산 제품은 판매/유통하고 있지 않음

인터뷰 내역

"제품으로 하여금 소비자들의 이목을 끌게 하기 위해서 해야 할 중요한 일은 홍보와 선전이다."

BHG Market Place 수산물 부서 판매원

SHOP #3. D-Mart

이미지		
	< 매장 전경 >	
Contact Point	Tel : +86 10 8243 2355	
	Add : Subway station Walking Street Chengfu Wudaokou	
업체 정보	규모	- 연 매출 : 약 6,511억 6,350만 엔 - 자본금 : 약 565억 엔(2014년 2월 말 기준) - 직원 : 5,193 명(2014년 2월 말 기준)
	- 회사 자본금 약 8,981만엔(2015년 6월 기준) - 중국 내 137개의 매장 보유 중(2015년 6월 기준) - 본 유통업체 매장 총 정직원수는 2,114명임(2015년 6월 기준)	
매장 정보	- 현지 담당자에 따르면, 본 유통업체의 고객층은 마트 주변 현지인들이 주 고객층임 - 무엇보다 깨끗하고 정돈이 잘 되어 있어 고객들에게 쇼핑하기 편리한 환경을 제공하지만 주차장이 크고 넓게 구비되어 있지 않다는 단점이 있음 - 본 유통업체의 매장 평균 영업시간은 9:00~22:00임	
인터뷰 내역	"본 매장의 소비자들은 오징어 가공식품을 선호하지 않는 편이다" **D-Mart 판매 담당자**	

SHOP #4. Taobao(C2C)

이미지	淘宝网 Taobao.com	
Contact Point	Website: www.taobao.com	
	Add : Hangzhou, China	
업체 정보	규모	- 세계에서 가장 방문자수가 많은 10개 사이트 중 하나로 선정됨(출처: Alexa) - 약 7억 6,000만 개의 상품을 취급함(2013년 기준) - 회원 수: 3억 7천만 명(2011년 기준) - 거래액: 65조 9천억 원(2011년 기준)
	- C2C 온라인 쇼핑 웹 사이트로서 중국 알리바바 그룹에서 운영하고 있음 - 2003년 5월에 개설되었음 - 중국 전자상거래의 약 80%를 독점하고 있음	

SHOP #5. T-Mall(B2C)

이미지	天猫 TMALL.COM	
Contact Point	Website: www.tmall.com	
	Add : Hangzhou, China	
업체 정보	규모	- 중국 B2C 전자상거래의 51.3%를 점유 중(2013년 1분기 기준)
	- B2C 온라인 쇼핑 웹 사이트로서 중국 알리바바 그룹에서 운영하고 있음 - 2008년 4월 Taobao Mall이라는 이름으로 개설되어 운영되다가 2011년 6월 T-Mall이라는 이름으로 독립하여 운영됨 - 중국의 사업자등록증이 없어도 등록하여 이용할 수 있음 - 상품 판매자의 신용도를 평가할 수 있도록 함으로서, 소비자로 하여금 보다 나은 서비스를 이용토록 함 - P&G, Adidas, UNIQLO, GAP, Samsung, logitech 등 글로벌 기업들도 입점하여 이용하고 있음	

2. PRODUCT INFORMATION - 중국 오징어 가라아게 경쟁제품 가격현황

중국 RT-Mart (大润发民族园店) 가격 현황 (2015년 9월 8일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Hot Pepper					
鱿鱼圈 (오징어링)	北京华光水产食品有限公司	중국	176g	9.08위안 (g당 0.05위안)	
鲜美来深海鳕鱼 (오징어채)	北海宏远水产食品有限公司	중국	200g	11.8위안 (g당 0.06위안)	
深海鳕鱼排	北京北方渔夫食品有限公司	중국	450g	19.8위안 (g당 0.04위안)	
海天下芙蓉虾	海天下冷冻食品有限公司	중국	150g	16위안 (g당 0.11위안)	

2015년 9월 8일 기준 중국 1위안 = 188.82원

중국 BHG Market Place 가격 현황 (2015년 9월 8일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Hot pepper					
鱿鱼圈 (오징어링)	京渔福祺海产(北京)有限公司	중국	100g	6.8위안 (g당 0.07위안)	
鱿鱼圈	通正园商贸公司	중국	500g	7.2위안 (g당 0.01위안)	
海天下-简单易烩-海苔鱼柳卷 (Seaweed fish fillet roll)	上海海天下冷冻食品有限公司	중국	208g	13.2위안 (g당 0.01위안)	

중국 D-Mart 가격 현황 (2015년 9월 8일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Hot pepper					
万得面包屑鱼肉排	万得	미국	539g	83.2위안 (g당 0.15위안)	

중국 Taobao 가격 현황 (2015년 9월 15일 기준)[2)]

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Hot pepper					
千张包抽气装 (가리비 만두)	丁莲芳 (Baike)	중국	260g	19.6위안 (g당 0.15위안)	
早餐速食方便米饭 冷冻快餐 (장어볶음밥)	酣畅 (Hanchang)	중국	350g	11.5위안 (g당 0.03위안)	
千张包抽气装 (닭 날개)	元盛 (Motomori)	중국	260g	19.6위안 (g당 0.15위안)	
劲爆碎鸡米花批发炸鸡冷冻食品 (닭 튀김)			1,000g	23.0위안 (g당 0.02위안)	
肯德基冷冻薯条批发 (서양식감자튀김)	Lutosa	중국	2,500g	28.0위안 (g당 0.01위안)	
餐快餐冷冻油炸小吃美食 (서양식 튀김 스낵)	川香鸡柳 (CHUANXIANGJILIU)	중국	1,000g	25위안 (g당 0.03위안)	

2) 인기 상위 제품 순

중국 T-Mall 가격 현황 (2015년 9월 8일 기준)[3)]

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Hot pepper					
正规进口 产地直供 (이유식 해산물: 대구)	悦胜	프랑스	200g	75.8위안 (g당 0.38위안)	
鱼蛋虾丸 (새우 미트볼)	TVI	태국	500g	47.9위안 (g당 0.10위안)	
潮香村风味鸡 翅中 (바베큐 닭 날개)	潮香村 (Cxc Food)	중국	255g	26.5위안 (g당 0.10위안)	
披萨冷冻 (냉동 피자)	元盛 (Motomori)	중국	190g	23.4위안 (g당 0.12위안)	
速冻绿润薯条 (감자 튀김)	绿润 (LORAIN)	중국	350g	12.5위안 (g당 0.04위안)	
福次第 咖喱牛肉 (쇠고기 카레)	福次第 (베이징 푸 식품)	중국	200g	13.9위안 (g당 0.07위안)	

3) 인기 상위 제품 순

3. PRODUCT INFORMATION - 중국 매장 판매 담당자 인터뷰

※ 중국 RT-Mart (大润发民族园店) 매장 판매 담당자 인터뷰

☐ **매장 내 취급하는 어류/해산물 냉동 즉석식품으로 어떠한 제품이 있는지**

- 오징어 종류는 가라아게 같은 제품은 없고 그냥 오징어링(튀김)이나 오징어채를 판매한다. 다른 제품으로는 각종 생선을 튀김으로 만든 냉동 즉석식품이 있다.

☐ **중국에서 오징어 가라아게 제품의 성공 여부**

- 잘 모르겠다. 중국에선 오징어 튀김을 잘 먹지 않기 때문에 중국에서 인기를 끌지는 확신할 수 없다.

☐ **본 시장에서 성공 키워드나 요소는 무엇인지**

- 혁신적인 맛과 제품의 홍보이다.

※ 중국 BHG Market Place고춧가루 판매 담당자 인터뷰

☐ **매장 내 취급하는 어류/해산물 냉동 즉석식품으로 어떠한 제품이 있는지**

- 본 매장에서 오징어 관련제품은 오징어링(튀김)과 오징어채가 있으며, 다른 생선튀김 냉동식품도 있다.

☐ **중국에서 오징어 가라아게 제품의 성공 여부**

- 맛이 있다면 물론 많이 찾겠지만, 통상적으로 소비자들은 오징어 튀김 제품을 선호하는 편은 아니다.

☐ **본 시장에서 성공 키워드나 요소는 무엇인지**

- 기본적으로 제품의 맛이 중요하다. 또한, 제품을 꾸준히 광고하고 선전하는 것이 중요하다.

※ 중국 D-Mart 고춧가루 판매 담당자 인터뷰

☐ **매장 내 취급하는 어류/해산물 냉동 즉석식품으로 어떠한 제품이 있는지**

- 본 매장에서는 오징어를 가공한 냉동 즉석식품은 취급하지 않고 있고, 미국에서 수입한 생선튀김 제품은 하나 있다.

☐ **중국에서 오징어 가라아게의 성공 여부**

- 단정 지을 수 없다. 중국에 거주하고 있는 한국인들은 확실히 좋아할 것 같다.

4. PRODUCT INFORMATION - 중국 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 중국의 주요 대형마트인 RT-Mart, BHG Market Place, D-Mart등 3군데, 그리고 알리바바 그룹이 운영하는 C2C와 B2C 온라인 쇼핑 웹사이트 각각에서 판매되는 즉석 냉동식품을 조사한 결과, 오프라인 매장에서는 대부분 중국산 제품이 주를 이루고 있었으나, 온라인에서는 다양한 수입제품을 확인할 수 있었음.

- 오프라인 매장에서는 오징어 가라아게 제품은 확인되지 않았으나, 오징어튀김이나 오징어채와 같은 식품은 판매되는 것을 확인하였음

- 온라인 매장에서는 볶음밥, 닭다리, 미트볼, 피자, 감자튀김 등 다양한 식품군의 즉석 냉동식품을 확인할 수 있었으며, 판매 순위 상위 제품은 대부분 중국 브랜드 제품인 것으로 조사되었음

- 냉동 즉석식품 가격대로는, 오프라인 매장 제품은 g당 0.01위안~0.11위안, 온라인 매장 제품은 g당 0.01위안~0.38위안인 것으로 조사되었으며, 특이사항으로 대구를 가공한 프랑스산 유아용 냉동 즉석식품이 비싼 가격에도 높은 판매율을 기록하고 있었음

Ⅱ 유통구조

1. 중국 오징어 가라아게 유통구조 및 현황

2. 중국 냉동 즉석식품 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 오징어 가라아게 유통구조 및 현황

"중국 유통 채널은 단순한 구조"

□ 중국는 국토가 여타 국가들에 비해 큰 규모이므로 중간 도매상이 필수이며, 수입자-주요 판매채널-소비자 혹은 수입자-온라인B2C 시장-주요 판매채널-소비자의 단계로 이루어짐

- 중국 내 자체 슈퍼/하이퍼마켓을 운영하는 대형 유통업체의 규모가 커짐에 따라, 최근 슈퍼/하이퍼마켓을 통한 구매가 증가하는 추세이며, 전체 유통 규모의 약 70%를 차지하고 있음

INTERVIEW

"수입유통업체들은 자체 소매상을 운영하는 경우가 많으며, 알리바바 플랫폼을 통해서도 물품을 공급한다."

Ms. Hon

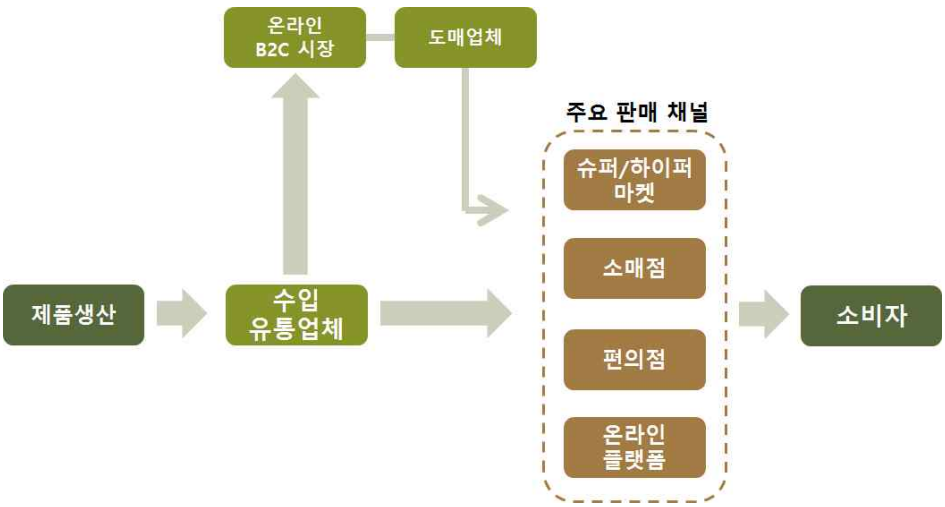
HK JEBN Limited

- 슈퍼/하이퍼마켓은 2013년 약 7,623억 위안의 수익을 기록하였으며 중국 내 소비자들이 가장 빈번하게 이용하는 판매 채널로서, 참여기업의 최종 채널이 될 확률이 높음[4)]

- 개인 소규모 상점과 편의점 시장이 나머지 30%를 차지함

- 편의점 유통 같은 경우, 주로 Easy Joy, uSmile, Meiyijia, Tianfu, Gongxiao를 들 수 있는데 이를 통한 식품 유통 비중은 미미하지만 증가하는 추세임

< 중국 오징어 가라아게 유통구조 >



출처 : 인터뷰 및 문헌조사 결과를 토대로 조사자 작성

4) "CHINA RETAIL: Hypermarkets and Supermarkets in China", <Fung Business Intelligence Centre>, 2015년 2월

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 냉동 즉석식품[5] 유통채널별 점유율

"중국 유통매장 내 슈퍼/하이퍼마켓 강세"

KEY INFO

2014년 중국 냉동 즉석식품 유통채널별 점유율 그래프

출처: Data Monitor

□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국 냉동 즉석식품(Frozen ready meals)시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 유통채널은 71.36%를 차지한 슈퍼마켓/하이퍼마켓으로 집계됨

– 슈퍼마켓/하이퍼마켓이 4년 연속 1위를 차지하며 냉동 즉석식품 시장 내 높은 유통 점유율을 지속하고 있음

< 중국 냉동 즉석식품 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널[6]	2011	2012	2013	2014
슈퍼마켓/하이퍼마켓	70.35	70.83	71.10	71.36
개인 소매점	17.34	17.28	17.19	17.11
편의점	6.21	6.25	6.29	6.33
전문 판매점	4.88	4.37	4.10	3.83
서비스 스테이션	1.11	1.15	1.20	1.26
백화점(면세점 포함)	0.08	0.08	0.08	0.07
창고형 할인 매장	0.04	0.04	0.04	0.04

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5) 고등어조림은 냉동수산 즉석식품에 포함되나 Datamonitor 내 유통채널별 점유율 정보가 없어 상위그룹인 냉동 즉석식품으로 조사함

6) 유통채널

- 슈퍼마켓/하이퍼마켓 (Supermarkets/Hypermarkets) : 식료품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 E-Mart를 예로 들 수 있음
- 개인소매점 (Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 편의점 (Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 전문 판매점 (Specialist Retailers) : 한가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점을 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션 (Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 백화점(Department Stores) : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 MARKS & SPENCER를 예로 들 수 있음
- 창고형 할인매장 (Cash & Carry and Warehouse clubs) : 매장을 단순화해 창고형으로 꾸미고 식품, 생활용품 등 각종 상품들을 시중가보다 파격적으로 싼값에 묶음형으로 판매하는 매장으로 Costco를 예로 들 수 있음