



No. 2022-127
품목 홍삼(Red Ginseng)
HS CODE 2106.90.3029
국가 홍콩(Hong Kong)



CONTENTS

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁력 파악

17

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

III

바이어 인터뷰

22

1. 바이어 인터뷰

IV

시사점

26

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 발효홍삼으로, 아이들을 위한 발효홍삼 젤리와 성인 및 학생들을 위한 발효홍삼 스틱임

(제품 유형) 건강보조식품

(특징) ① 아이들이 먹기 쉽게 블루베리, 세븐베리 등을 첨가하여 단맛을 높인 홍삼 젤리. 한국의 유명 캐릭터를 활용하여 패키지를 제작하였으며, 비타민 D와 아연을 추가함

② 홍삼을 발효시켜 주요 성분의 흡수율을 높이고 쓴맛을 줄여 섭취가 쉬운 성인 및 학생들을 위한 홍삼 스틱

제품명	발효홍삼 젤리		
제품 유형	발효홍삼 젤리	희망 소비자가격	6만 9,000원
판매 단위	400개입	포장 형태 및 재질	스틱형
주요 성분	발효홍삼, 블루베리농축액, 세븐베리농축액	특징	아이용 발효홍삼 제품으로, 비타민 D와 아연까지 포함

제품명	발효홍삼 농축액		
제품 유형	발효홍삼 농축액	희망 소비자가격	6만 9,000원
판매 단위	400개입	포장 형태 및 재질	스틱형
주요 성분	발효홍삼, 블루베리농축액	특징	블루베리 농축액을 함유하여 기존 홍삼에 비해 쓴맛이 덜함

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁 제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

건강 및 웰빙 시장 브랜드별 점유율

지원 기업의 홍삼 제품은 홍콩의 건강 및 웰빙 시장에 속함

홍콩 건강 및 웰빙 시장의 브랜드별 점유율을 조사한 결과, 2021년 상위 10개 브랜드의 점유율이 모두 6.0% 미만으로 매우 세분화돼 있는 시장임

- 시장 점유율 1위 브랜드인 Vitasoy가 5.5%를 기록하였으며, 이어서 Yakult 가 3.3%, Authentic Tea House가 3.3%, Vita가 2.9%, Evian이 2.7%를 차지함



표 1

홍콩 건강 및 웰빙 시장 브랜드별 점유율 추이(2018-2021년)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2018	2019	2020	2021
1	Vitasoy	Vitasoy International Holdings Ltd	4.2	4.4	5.5	5.5
2	Yakult	Hong Kong Yakult Co Ltd	2.8	2.8	3.2	3.3
3	Authentic Tea House	Swire Coca-Cola Hong Kong Ltd	2.6	2.7	3.3	3.3
4	Vita	Vitasoy International Holdings Ltd	2.2	2.3	2.9	2.9
5	Evian	Danone, Groupe	1.9	2.2	2.6	2.7
6	Coca-Cola Zero Sugar	Swire Coca-Cola Hong Kong Ltd	1.4	1.7	2.3	2.4
7	Friso	Friesland Foods Hong Kong Ltd	10.1	8.6	2.5	2.3
8	Kowloon Dairy	Kowloon Dairy Ltd	1.5	1.6	2	2
9	Fiji	Fiji Water LLC	1.4	1.6	2	1.9
10	Pocari Sweat	Otsuka Holdings Co Ltd	1.3	1.5	1.7	1.8
11	Tao Ti	Telford International Co Ltd	1.1	1.2	1.5	1.5
12	Calci-Plus	Vitasoy International Holdings Ltd	1	1.1	1.4	1.5
13	illumina	Wyeth (HK) Ltd	3.1	2.9	1.5	1.4
14	Pak Fook	Nestlé Hong Kong Ltd	0.9	1	1.5	1.4
15	Robiff	Robiff International Co Ltd	0.9	1	1.4	1.3
16	Nan	Nestlé Hong Kong Ltd	1.6	1.5	1.2	1.2
17	Kagome	Kagome Co Ltd	0.8	0.9	1.2	1.2
18	Airwaves	Wrigley Co (HK) Ltd, The	1.4	1.2	0.8	1.2
19	Dairy Farm	Nestlé Hong Kong Ltd	0.9	1	1.2	1.1
기타			58.9	58.8	60.3	60.1
상위 10개 업체 총합			29.4	29.4	28	28.1
총계			100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

오프라인 유통채널 선정

홍콩 전체 유통시장 규모는 2022년 587억 7,300만 달러에서 2026년까지 연평균 7.2% 성장하여 2026년 775억 6,400만 달러를 기록할 것으로 전망됨

- 기업별 점유율은 2021년 DFI Retail Group이 전체의 8.6%로 가장 높은 비중을 차지함. 이어서 AS Watson Group이 7.7%, Chow Tai Fook Jewellery Group Ltd가 2.9%, Yata Ltd가 1.7%를 차지함



표 2

홍콩 유통시장 기업별 점유율(2016-2021년)

(단위: %)

순위	기업명	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	DFI Retail Group	-	-	-	-	-	8.6
2	AS Watson Group	6.9	6.6	6.2	6.8	8.6	7.7
3	Chow Tai Fook Jewellery Group Ltd	3.7	3.9	4.2	3.2	2.3	2.9
4	Yata Ltd	1.8	1.8	1.8	1.9	2.0	1.7
5	Hong Kong Television Network Ltd	0.0	0.2	0.4	0.6	1.6	1.6
6	Luk Fook Holdings (International) Ltd	1.7	1.4	1.5	1.7	1.2	1.5
7	AEON Stores (Hong Kong) Co Ltd	1.4	1.3	1.3	1.4	1.6	1.5
8	3rd Party Merchants	0.6	0.6	0.8	1.0	1.3	1.3
9	Chow Sang Sang Holdings International Ltd	1.4	1.3	1.6	1.3	1.0	1.3
10	Lifestyle International Holdings Ltd	2.0	2.1	2.2	2.0	1.5	1.2
	기타	80.5	80.8	80	80.1	78.9	70.7
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

홍콩 현지에서 유통되는 홍삼/젤리스틱의 종류는 일반적인 유통채널에서 찾기가 어려움

- Mannings, Watsons 등의 매장에 문의한 결과, 홍삼은 잘 취급하지 않는다고 답변하였음
- 단, 현지 조사원의 조사 결과, 동충하초 계열의 건강식품은 판매하고 있었음
- 따라서, 홍콩 내 한국제품을 전문으로 취급하는 한인 마트인 신세계마트에서 오프라인 판매 제품을 조사함

온라인 유통채널 선정

Statista에 따르면, 2020년 4분기 기준 홍콩의 전자상거래 플랫폼 월평균 방문자 수는 HKTV Mall이 464만 2,300회를 기록하였으며, Alibaba 그룹이 운영하는 Tmall이 438만 7,800회를 기록함

- 따라서, 가장 높은 조회수를 기록한 HKTV Mall을 온라인 경쟁제품 조사 대상으로 선정함

 표 3 홍콩 주요 전자상거래 플랫폼 월평균 방문자 수(2020년 4분기)

(단위: 천 회)

기업명	점유율
HKTV Mall	4,642.30
Tmall	4,387.80
Fortress	2,366.70
Yoho HK	1,778.60
Strawberrynet	1,137.20
Zalora	733.3
Mydress	566
Zstore	467.7
HK Sunning	459.1
Broadway Lifestyle	380.9

자료: Statista

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 지원 기업의 제품과 같은 홍삼 스틱 제품을 비롯하여 이와 유사한 면역력 증진 기능식품을 조사함

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 홍콩 전자상거래 플랫폼 점유율 1위인 HKTV Mall에서 판매 중인 한국 홍삼을 우선 조사하고, 이와 경쟁 상품 관계인 기타 국가의 인삼 제품을 포함함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 1

오프라인 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	조사 내용
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	g	제품의 중량
생산지	현지산 제품	현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태		스틱형(포 단위)
성분	원료 및 첨가물	원유 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분

03

현지조사 결과

I

경쟁제품

오프라인 경쟁제품 판매 현황

홍콩 내 유명 한인 마트인 신세계 마트와 한인홍을 방문 한 결과, 신세계 마트에서만 경쟁 제품을 찾을 수 있었음

- Mannings, Watsons, Wellcome, M&S, APiTA 등의 현지 슈퍼마켓에도 홍삼 제품은 없었음

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	홍삼정 스틱 프라임	홍삼정 스틱 액티브
제품분류	건강기능식품(홍삼제품)	건강기능식품(홍삼제품)
제조사	N사	N사
포장 형태	스틱형(PE)	스틱형(PE)
조사 매장	신세계 마트	신세계 마트
가격	260.00홍콩달러(약 8만 5,330 ¹⁾ 원)	140.00홍콩달러(약 2만 2,590원)
용량	10mL x 10포	10mL x 10포
유통기한	2023년 3월 21일	2023년 11월 10일
성분	6년근 홍삼 농축액, 홍삼근류 70%, 홍미삼류 30%	6년근 홍삼 농축액 8%, 홍삼근류 70%, 홍미삼류 30%
특징 및 인증	건강기능식품, 6년근, GMP	건강기능식품, 6년근, GMP

1) 2023년 1월 7일 하나은행 매매기준율(1홍콩달러=161.39원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	홍삼정 스틱 밸런스	파워풀 오미자 젤리
제품분류	건강기능식품(홍삼제품)	과채가공품
제조사	N사	S사
포장 형태	스틱형(PE)	스틱형(PE)
조사 매장	신세계 마트	신세계 마트
가격	170.00홍콩달러(약 2만 7,430원)	190.00홍콩달러(약 3만 660원)
용량	10ml x 10포	20g x 14포 (280g)
유통기한	2023년 10월 6일	2023년 5월 30일
성분	6년근 홍삼 농축액 15%, 홍삼근류 70%, 홍미삼류 30%	정제수, 프락토올리고당, 오미자농축액 (Brix 60)[정제수, 오미자열매15%]15% 등
특징 및 인증	건강기능식품, 6년근, GMP	HACCP

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	품격있는 유산균 발효효소	자연담은 홍삼석류스틱
제품분류	효소식품	홍삼음료
제조사	G사	D사
포장 형태	스틱형(PE)	스틱형(PE)
조사 매장	신세계 마트	신세계 마트
가격	168.00홍콩달러(약 2만 7,110원)	100.00홍콩달러(약 1만 6,130원)
용량	3g x 30포	10mL x 10포
유통기한	2023년 8월 8일	-
성분	유산균 6종곡물발효효소 GNM1 40%, 유산균 6종혼합분말 1%	석류농축액(고형분60% 이상, 이란산), 32%, 홍삼농축액(홍삼성분70mg/g이상, 고형분 65% 이상) 0.2%
특징 및 인증	HACCP	HACCP

온라인 경쟁제품 판매 현황

HKTVMall에서 판매 중인 홍삼(Red Ginseng) 제품 중 인기 제품을 조사 대상으로 선정함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Beyond red ginseng-Fermented Red Ginseng Daily Stick Green Gift pack	Beyond red ginseng-Enhanced Absorption Formula CK 2.5 Giftpack
브랜드	C사	C사
가격	499.00홍콩달러(약 8만 5,330 ²⁾ 원)	499.00홍콩달러(약 8만 5,330원)
용량	12mℓ x 30개입	10mℓ x 30개입
특징	- 6년근 발효인삼 - 특허받은 발효 기술로 사포닌 흡수율 최대 15.5배 증가 - KFDA 인증	- 각 스틱당 2.5mg의 화합물 K - 서울대학교 연구진이 개발 - 10mℓ 30개입 - 6년근 발효인삼
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	KOREAN RED GINSENG EXTRACT EVERYTIME Balance 21%	EVERYTIME Gift Set
브랜드	C사	C사
가격	406.00홍콩달러(약 6만 5,520원)	960.00홍콩달러(약 15만 4,930원)
용량	10mℓ x 30개입	10mℓ x 30개입
특징	- 병행수입 상품 - HKTVMall 홍삼 제품 판매량 1위 - 이외 설명 없음	- HKTVMall 홍삼 제품 판매량 2위 - 휴대가 간편함 - 면역체계 강화 - 노화방지 - 집중력 향상 - 긴장 완화 - 선물용

2) 2023년 1월 7일 하나은행 매매기준율(1홍콩달러=161.39원)

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Korean Red Ginseng Pomegranate Drink Gift Set	Pure Chicken Essence with American Ginseng and Red Dates
브랜드	C사	Eu Yan Sang
가격	142.00홍콩달러(약 2만 2,910원)	369.00달러(약 5만 9,550원)
용량	10ml x 30개입	60ml x 6개입
특징	- 병행수입 상품 - 이외 설명 없음	- 미국 인삼, 대추, 닭을 넣어 차 형태로 섭취하는 음료 - 파우치 형태
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Korean Red Ginseng pouches 8 packs	Korean Red Ginseng Essence Premium Gift Set
브랜드	W사	B사
가격	200.00홍콩달러(약 3만 2,270원)	630.00홍콩달러(약 10만 1,670원)
용량	70ml x 8개입	10ml x 30개입
특징	- 6년근 100% 고려인삼 농축액과 꿀, 당귀, 계피, 영지 함유 - 대만 SGS 검사 - 한국에서 직수입 - 꿀을 넣어 쓴맛을 줄임 - 체력 증진 및 건강 유지를 도와줌	- KFDA 인증 - 프리미엄 홍삼 에센스 - 진세노사이드 초고함량(20mg/pc) - 비건 및 케토 친화 - 선물 상자 포장

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	Korean Red Ginseng & Pomegranate Drink Gift Set B사	Korean Red Ginseng Tea, 50 Packets C사
브랜드		
가격	288.00달러(약 4만 6,480원)	198.00달러(약 3만 1,950원)
용량	50ml x 30입	3g X 50개입
특징	- 미용 음료 - 6년근 고려홍삼 추출물 함유 - 비건 제품 - 식료추출물, 콜라겐, 비타민C 함유 - 파우치형	- 6년근 고려 인삼 - 오리진얼 스타일 - 홍삼차
경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
제품명	Kids Red Ginseng Jelly Box Set I사	Kid's Korean Red Ginseng Jelly C사
브랜드		
가격	288.00달러(약 4만 6,480원)	148.00달러(약 2만 3,880원)
용량	15g x 30입	20g X 30개입
특징	- 6년근 고려홍삼 추출물 함유 - 1일 1개 1개월 분량 - 면역력증진, 피로회복, 기억력향상	- 6년근 고려 인삼 - 1일 1포 - 비타민 A, B, C와 미네랄이 풍부한 엘더베리 함유로 쓴맛을 줄임

주요 유통채널 정보

1. 신세계 마트(New World Mart)



- 홍콩에서 가장 큰 규모의 한인 마트로, 홍콩의 핵심지역에 위치하고 있음
- 최근 한류로 인해 매장을 늘렸으며(Tsim Sha Tsui, North Point, Tuen Mun, Mong Kok, Tseung Kwan O 지점 등), 온라인 상점도 운영하고 있어 한국 제품에 대한 소비자의 진입장벽을 낮춤

기업정보	방문 지점	Shop G32&33, Phase 2, Harbour North, No.123 Java Rd, North Point
	설립 연도	1995년
	직원 수	170명
	매출액	2,033만 달러
	대표전화	+852-23012539
	홈페이지	www.coreanmart.com

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

II

경쟁력 파악



01

가격 경쟁력 분석

스틱형으로 포장된 농축액

스틱형의 평균 100ml당 가격은 143.08홍콩달러(약 2만 3,090원)를 기록하였으며, 파우치형은 52.47홍콩달러(약 8,560원)를 기록함. 젤리형은 포장 형태로는 스틱형에 포함되며, 52.17홍콩달러(약 8,410원)를 기록함. 전체 평균 가격은 127.36홍콩달러(약 2만 550원)임



그림 1

유형별(좌) 및 100ml당(우) 가격 비교

(단위: 홍콩달러)

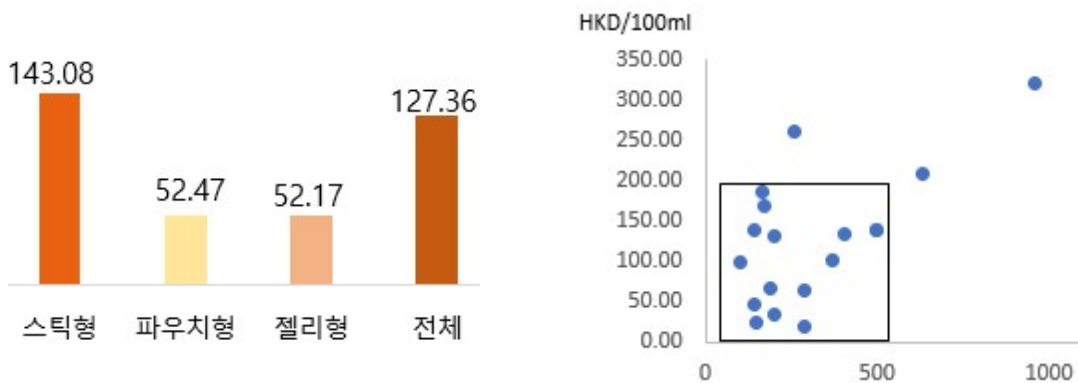


표 2

경쟁제품 특성별 분석

(단위: 홍콩달러)

제품명	패키지	온/오프라인	유통매장	유형	100ml당 가격
EVERYTIME Gift Set	스틱형	온라인	HKTvmall	농축액	320.00
홍삼정 스틱 프라임	스틱형	오프라인	한인 마트	농축액	260.00
Korean Red Ginseng Essence	스틱형	온라인	HKTvmall	농축액	210.00
품격있는 유산균 발효효소	스틱형	오프라인	한인 마트	분말	186.67
홍삼정 스틱 밸런스	스틱형	오프라인	한인 마트	농축액	170.00
홍삼정 스틱 액티브	스틱형	오프라인	한인 마트	농축액	140.00
Beyond red ginseng-Fermented	스틱형	온라인	HKTvmall	농축액	138.61
Beyond red ginseng-Enhanced	스틱형	온라인	HKTvmall	농축액	138.61
KOREAN RED GINSENG EXTRACT	스틱형	온라인	HKTvmall	농축액	135.33
Korean Red Ginseng Tea	티백형	온라인	HKTvmall	티백	132.00
Pure Chicken Essence with American Ginseng	파우치형	온라인	HKTvmall	음료	102.50
자연담은 홍삼석류스틱	스틱형	오프라인	한인 마트	농축액	100.00
파워풀 오미자 젤리	스틱형	오프라인	한인 마트	젤리	67.86
Kids Red Ginseng Jelly Box Set	스틱형	온라인	HKTvmall	젤리	64.00
Korean Red Ginseng Pomegranate	스틱형	온라인	HKTvmall	농축액	47.33
Korean Red Ginseng pouches	파우치형	온라인	HKTvmall	음료	35.71
Kid's Korean Red Ginseng Jelly	스틱형	온라인	HKTvmall	젤리	24.67
Korean Red Ginseng & Pomegranate Drink	파우치형	온라인	HKTvmall	음료	19.20

02 벤치마킹 제품 분석

주요 수요층

현지 조사 결과, 오프라인 마트에서 판매 중인 경쟁 제품은 모두 한인들이 가장 많이 찾는 한인 마트에서만 판매 중인 것으로 조사되었으며, 현지인들이 주로 찾는 매장에선 관련 제품을 찾아볼 수 없었음. 이는 차 문화를 즐기는 홍콩인들이 인삼을 섭취하는 방식으로 스틱이나 젤리보다는 차 형태를 즐기기 때문인 것으로 판단됨

 그림 1 한인 마트에서 판매 중인 홍삼 제품



마케팅

홍삼의 주요 소비층이 한국인이며, 홍콩은 2021년 기준 세계 1위의 인삼 수입국(캐나다로부터의 수입이 60% 이상을 차지)이기 때문에 인삼 및 홍삼의 효능에 대해 잘 알고 있음. 따라서 각 제품의 효능 및 특성에 대한 적극적인 마케팅은 이루어지지 않고 있는 것으로 파악됨

 그림 2 제품에 대한 설명 없이 한국산임을 강조하는 제품 판매 이미지



가격 경쟁력

HKTVMall에서 판매 중인 홍삼 제품 중 판매량 1위 제품은 C사의 병행수입 된 스틱형 홍삼정 제품으로 406.00홍콩달러(약 6만 5,520원)에 판매되고 있음. 반면 동일 상품의 정식 수입품은 판매량 2위로 960.00홍콩달러(약 15만 4,930원)에 판매되고 있어, 가격 차이가 심하고 이는 판매량 차이로 나타남



그림 3

동일 상품의 병행수입 제품(좌)과 정식수입 제품(우)



406.00홍콩달러(약 6만 5,520원)



960.00홍콩달러(약 15만 4,930원)

주요 포장 형태

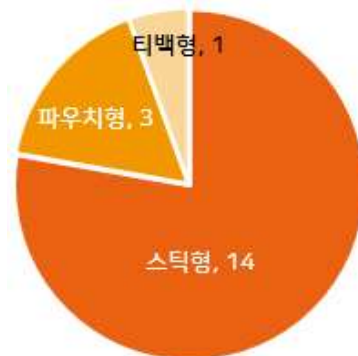
제품 패키지별로 분류하면 스틱형이 14개로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 유형별로는 농축액이 10개로 가장 많았음. 조사 대상 제품 중 젤리 형태는 3개로 조사되었으며, 전체 홍삼 인기 제품 중 낮은 점유율을 차지하는 것으로 나타남



그림 4

경쟁제품 패키지별 비중(좌) 및 유형별 비중(우)

(단위: 개)



패키지 디자인 및 레터링

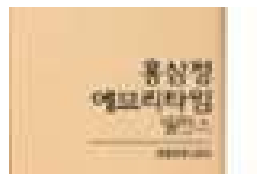
홍삼 제품은 값비싼 제품으로, 고급스러운 느낌을 주기 위해 금색의 단단한 종이상자 안에 파우치나 스틱이 들어있는 형태의 제품 포장이 가장 일반적임

 그림 5 금색을 바탕으로 한 종이상자 패키지



또한, 패키지 레터링의 경우 대부분의 제품이 한국어가 새겨진 패키지를 그대로 사용하고 있음.
이는 제품이 진품이며 한국산임을 강조하는 효과가 있는 것으로 분석됨
- 또한, 영어를 병기하여 영어 사용이 익숙한 홍콩인들에게 제품에 대해 설명하는 효과도 있음

 그림 6 홍삼 제품의 레터링



III

바이어 인터뷰



01

바이어 인터뷰

유통매장 담당자

1. 소개를 부탁드립니다

홍콩 신세계마트 노스포인트점 구매 담당자입니다

2. 현지에서 주로 유통되는 홍삼스틱에 대한 특징, 가격대, 소비자층에 대해 알고 싶습니다

홍콩 전역을 기준으로 한다면 홍삼에 대한 수요가 적은 편은 아닙니다. 하지만 스틱형보다는 알약이나 떠먹는 액상형이 더 활발하게 이루어집니다. 한국산이 아닌 일반적인 홍삼의 경우에는 기타 건강보조식품과 마찬가지로 중산층에게 인기가 좋은 편입니다. 젊은층보다는 중장년층 이상에게서 매출이 많이 발생하고 있습니다

3. 한국산 홍삼 제품들에 대한 현지의 인식은 어떻게 되나요?

한국산 홍삼은 홍콩 시장에서도 손꼽히는 품질로 인식이 되어 있습니다. 다수의 사람이 J라는 브랜드를 알고 있으며, 시장 대부분을 차지하고 있는 중국산 홍삼에 비해 프리미엄이라는 인식이 강합니다

4. 홍삼스틱을 홍콩으로 수출하려 한다면 조언이나 마케팅 팁이 있을까요?

앞서 말했듯이 프리미엄 인식이 강하기 때문에 패키징 고급화, 광고, 특화된 유통채널을 통하여 판매하는 것을 추천하고자 합니다. 홍콩 자체에 수요가 절대적으로 높다고는 할 수 없지만, 다른 건강보조식품 대비 중약으로써 인기가 좋은 편이기 때문에, 더 좋은 품질의 홍삼을 찾고자 하는 소비자 입장에서는 한국 홍삼이 좋은 선택지가 될 것이라고 생각합니다

5. 해당 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

보여주신 제품 가격과 용량을 기반으로 말씀드리면 가격 경쟁력은 확실히 있을 것 같습니다. 다만 저희 매장을 비롯하여 기타 소매점에 유통될 경우 판매 마진이 어떻게 책정되느냐에 따라서 그 차이가 다소 발생할 것으로 생각합니다. 보여주신 제품은 유아 소비자가 타겟이라고 하셨는데, 저희 매장을 기준으로 아직 홍삼 제품을 아이들에게 판매한 적은 없어 말씀드리기 쉽지 않습니다.

6. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

건강을 챙길 수 있다는 점이 가장 소비자들을 끌어들이는 요인이라고 생각합니다

유통매장 담당자

1. 소개를 부탁드립니다

홍콩 Mannings 타이쿠 지점 담당자입니다

2. 현지에서 주로 유통되는 홍삼스틱에 대한 특징, 가격대, 소비자층에 대해 알고 싶습니다

홍삼(Ginseng) 제품은 저희 매장에 들어와 있는 종류가 많지 않습니다. 스틱형 홍삼 제품의 경우는 저희 매장에서 찾을 수 없고 알약형 제품이 대부분이며, 70%는 중국, 20%는 홍콩 10%는 북미 지역에서 수입됩니다. 가격대는 일반적인 건강보조식품과 비슷하며, 건강을 챙기고자 하는 장년분들이 많이 찾습니다. 홍삼 제품의 가장 큰 특징은 면역력을 증진이기 때문에 해당 건강보조식품들과 같이 비치해놓고 있습니다. 또한 코로나19와 홍콩 사람들이 이전에 경험한 사스의 영향으로 인해 대중이 면역력에 대한 관심이 높아져 관련 제품이 잘 판매되고 있는 상황입니다

3. 한국산 홍삼 제품들에 대한 현지의 인식은 어떻게 되나요?

한국산 홍삼 제품은 저희가 직접 다루고 있지 않아 말씀드리기 어렵습니다. 하지만 기타 매장, 특히 온라인 iHerb라는 곳에 보면 J사 제품을 판매하는데 인기가 좋은 것 같습니다. 홍콩 현지 약방에서도 종약(한약류)을 판매하는데, 그런 홍콩 문화와 맞물려서 홍삼 제품 자체에 대한 인지도는 높다고 할 수 있습니다

4. 홍삼스틱을 홍콩으로 수출하려 한다면 조언이나 마케팅 팁이 있을까요?

한국산 홍삼의 장점을 잘 살리는 게 좋을 것 같습니다. 다른 나라의 홍삼 제품보다 효과가 좋다든지, 어떠한 면에서 강점이 있는지, 섭취 방법의 차이점이 무엇인지 등 소비자들에게 어필될 수 있는 포인트를 잘 살리는 게 좋을 것 같습니다. 하지만 중국산 홍삼 제품들이 한국산 홍삼(온라인에서 판매 중인 J사의 제품)에 비해 2-4배 정도 저렴하게 판매되고 있기 때문에 가격 경쟁력에서 우위를 점하기에는 무리가 있을 것 같다고 생각합니다. 또한 청소년이 타깃이라고 했는데, 홍콩의 학구열이 상당히 높은 편이기 때문에 이점을 잘 살려 광고하고, 접근성이 좋은 대형 드럭스토어 체인에 비치한다면 좋은 반응이 있을 것 같습니다

5. 해당 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

스틱형 홍삼 제품이 경쟁력이 있다고 판단되며, 저에게 권한이 있다면 입점을 고려할 것 같습니다

6. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

한국산 홍삼이 효과가 좋다는 대중의 인식이 가장 크게 작용할 것 같습니다. 물론 저희 매장에서 판매하는 홍삼은 대부분 중국산이지만, 한국산 스틱형 제품이 들어온다면 섭취하는 방법도 더 편리하고, 프리미엄 건강제품이라는 마케팅이 잘 통할 것 같습니다

IV

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

전체 조사 제품의 100ml당 평균 가격은 127.36홍콩달러(약 2만 550원)이었으며, 스틱형의 가격은 143.08홍콩달러(약 2만 3,090원)를 기록함. 따라서, 스틱형의 가격인 143.08홍콩달러와 전체 평균 가격인 127.36홍콩달러 사이에 가격이 책정된다면 경쟁력이 확보될 것으로 전망됨

벤치마킹

한국 홍삼 제품은 현지에서 인기가 높은 중국산이나 미국산에 비해 가격이 높은 편이며, 주로 한인들에 의해 구매되고 있음. 또한, 한인뿐 아니라 현지인들도 한국 홍삼의 장점을 잘 알고 있어 각 경쟁사는 특별한 마케팅 전략 없이 한국산 진품임을 강조하여 시장에 어필하고 있음. 이 외에 패키지 형태는 스틱형을 선호하고 레터링도 한국어로 되어 있는 등, 한국 시장과 매우 비슷한 행태의 판매 전략이 이루어지고 있음

마케팅 방안

바이어 인터뷰 결과, 홍콩인들은 한국 홍삼의 장점은 충분히 인지하고 있지만 비싼 가격과 섭취 방법의 차이로 인해 다소 접근성이 떨어지는 것으로 분석됨

- 따라서, 가격을 낮추고 홍콩인들이 즐기는 차 혹은 알약 형태의 제품 출시를 고려해볼만 함

반면, 높은 가격으로 프리미엄화를 통해 고소득층에게 어필하는 전략도 유효할 것으로 전망됨

- 지원 기업 제품은 아이들의 면역력 증진 및 건강에 이로운 제품으로, 홍콩인들에게 유아용 홍삼은 익숙하지 않지만, 자녀의 건강 관련 지출 금액이 높은 고소득층에게 어필할 수 있을 것으로 예상됨

- 이를 위해, 한국의 학부모들이 자녀에게 많이 섭취하도록 한다는 이미지를 형성하는 것이 판매에 유리하며, 자녀를 키우는 한국의 연예인이나 인플루언서를 통한 마케팅 전략이 효율적일 것으로 판단됨

- 또한, 홍콩의 육아 카페 등에 프로모션과 홍보를 진행한다면 주요 소비층에 효과적으로 어필할 수 있음

02

참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Statista
3. D&B Hoover's

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

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