



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202209-03
품목 | 조미김
HS CODE | 2008.99-5010
국가 | 중국(China)
구분 | 경쟁력분석형





CONTENTS

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 중국 조미김 경쟁제품 선정	05
2. 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 중국 조미김 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 중국 조미김 경쟁기업 선정	23
2. 중국 조미김 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 중국 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 승원래(盛源来)	36
2. 랑마오식품전문점(郎茂食品专营店)	39
3. 마오청(猫诚)	42
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	46
2. 벤치마킹 제품 분석	51
3. 기업 마케팅 벤치마킹	53

Summary

■ 온라인 인기제품

판매채널	제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	타오바오	비빔밥용 김
		리센베이비
	징둥	사랑애 우리아이 순한김
		C사
		A사
	쑤닝	아몬드 그릴드 씨워드 샌드위치
		비앤치어리
		아몬드 해태조각칩
		라이펜

■ 오프라인 주요 경쟁제품

아보카도유 재래김 (B사)		a브랜드김 (A사)	
	가격 35,80위안 (약 6,887원)		가격 10.80위안 (약 2,078원)
	중량 36g (4g*9봉)		중량 16g (2g*8봉)
원료의 우수성 강조, 현지어로 된 합포장지 사용		중국 내 인지도 높은 유명 제품, 현지어로 된 합포장지 사용	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	I사	H사	B사	중국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	한국	
포장 현지화	●	①	①	
홍보 현지화	●	①	①	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	오프라인만 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 중국), SNS 플랫폼(중국, 웨이보)	자사 홈페이지(글로벌, 중국)	자사 홈페이지(글로벌, 중국)	

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁기업 3개사 중 3개사, 중국 오프라인 매장 진출

경쟁기업 3개사 중 1개사, 웨이보를 활용해 기업 및 제품 홍보

경쟁기업 3개사, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(10g당) (약 3.23위안 (약 621원))	●	조미 도시락 김 12개			
		약 8.14위안 (약 1,566원)			
중량(g) (포장제품12g 1봉당 약 4g)	○	조미 도시락 김 12개			
		포장제품 총 중량 41g 1봉당 약 4g			
포장 형태 (플라스틱 비닐)	①	플라스틱 비닐 단일포장			
		10개			

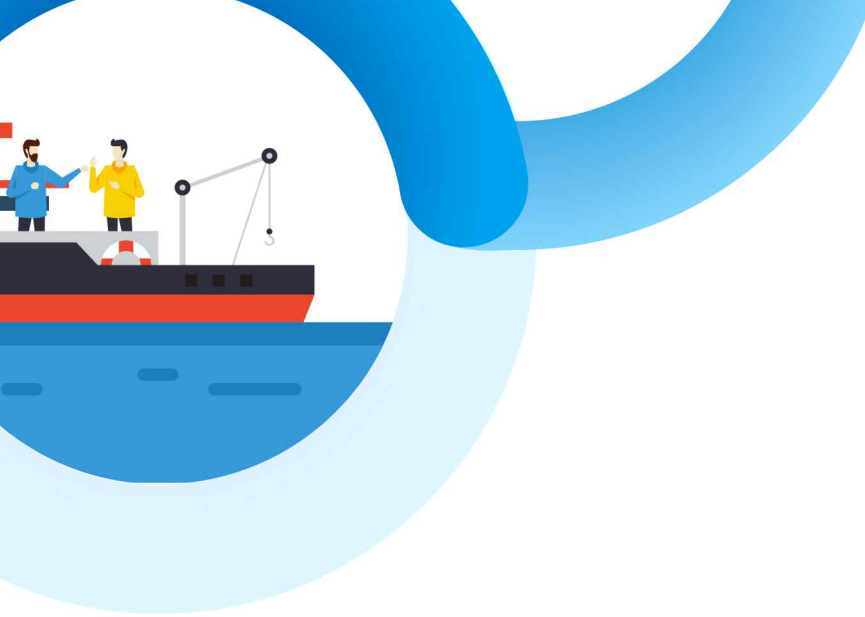
기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
원산지 (한국)	①	한국산			
		12개			
홍보문구 (중복값有) 원료/품질 강조)	①	맛	원료	원산지	제조방식
		8개	7개	2개	2개

● 차별화된 경쟁력 ① 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 굉장히 낮은 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 4개가 용도/조리법을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 제품 포장 디자인 문구를 중국 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 1개사는 현지 SNS 플랫폼 웨이보를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남





II. 경쟁제품

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

1. 중국 조미김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 (조미도시락김)
제품 종류	조미김
소비자가격	약 3.88위안 ¹⁾ ²⁾ (746원)
FOB가격	약 N위안 (약 n원)
중량	12g(4g*3봉)
포장	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이
특징	국내 청정지역의 원초 사용, 면역력 강화, 바삭한 식감에 고소한 맛

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명 : N사 (조미도시락김)
- 제품 종류 : 조미김
- 소비자가격 : 약 20.69위안 (3,980원)
- 중량 : 12g (4g*3봉)
- 포장 형태 : 플라스틱 파우치/트레이

Step 02. 경쟁제품군 선정



① 경쟁제품군 파악 및 선정

1. 조미 도시락김
2. 기타 조미김

Step 03. 현지 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인

1. 타오바오(Taobao): 43.6%
2. 징둥(JD): 34.5%
3. 쑤닝(Suning): 2.8%

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 05. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

1) 1위안=192.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 4g*16봉(내수용)의 3,980원을 4g*3봉 가격으로 환산

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

중국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 淘宝 Taobao 타오바오	산선식품, 식품류, 비타민, 가공식품 등
 JD.COM 징둥	산선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
 苏宁易购 suning.com 쑤닝	가전제품, 산선식품, 가구, 출산용품 등

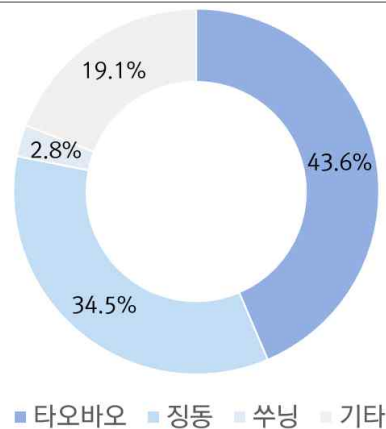
▶ 조미김 경쟁제품군 1-2순위 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사의 희망 조사지표를 바탕으로 조미김 제품의 경쟁제품군 1-2순위를 설정하였음. 1순위는 조미 도시락 김 제품, 2순위는 기타 조미김 제품임

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 중국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 중국산 조미 도시락 김과 기타 조미김 제품이 공통적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 중국 김 제품 이외에도 국산 및 태국산 조미김 제품이 상위 인기 제품목록에서 확인됨

[표 2.1] 중국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

타오바오 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	기타 조미김	리센베이비 (力誠宝宝)	비빔밥용 김 (拌饭海苔)	중국	29.90위안 (약 5,752원)	108g	
2	조미 도시락 김	C사	사랑애 우리아이 순한김	한국	28위안 (약 5,386원)	2g*10봉	
3	조미 도시락 김	극락굴 (极乐谷)	원더풀아워 오리지널 (WonderfulHour Original)	중국	11.79위안 (약 2,268원)	1g*10봉	
4	기타 조미김	타오타이대디 (Taotie Daddy)	비빔밥용 해양김 (海洋拌饭海苔)	중국	25.40위안 (약 4,886원)	125g	
5	조미 도시락 김	D사	한미래 재래김	한국	3.88위안 (약 746원)	4g*3봉	

[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

징동 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미 도시락 김	a브랜드	a브랜드김	한국	44.50위안 (약 8,560원)	64g (2g*32봉)	
2	조미 도시락 김	타오카에노이 (Taokaenoi)	빅뱅 그릴드 씨워드 (Bigbang Grilled Seaweed)	태국	21.80위안 (약 4,194원)	54g (6g*9봉)	
3	기타 조미김	타오카에노이 (Taokaenoi)	빅롤 그릴드 씨워드 (Big Roll Grilled Seaweed)	태국	17.90위안 (약 3,443원)	27g (3g*9봉)	
4	조미 도시락 김	포리푸드 (Po-Li Food)	포리 시즌드 씨워드 (Po-Li Seasoned Seaweed)	중국	80.90위안 (약 15,563원)	150g	
5	조미 도시락 김	B사	올리브유 재래김	한국	25.90위안 (약 4,982원)	40.5g (4.5g*9봉)	
쑤닝 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	기타 조미김	비앤치어리 (Be&Cheery)	아몬드 그릴드 씨워드 샌드위치 (Almond Grilled Seaweed Sandwich)	중국	29.70위안 (약 5,713원)	40g	
2	기타 조미김	라이펜 (Lyfen)	아몬드 해태조각칩 (扁桃仁 海苔脆片)	중국	18.90위안 (약 3,636원)	35g	
3	조미 도시락 김	라이펜 (Lyfen)	영미 재래김	한국	11.99위안 (약 2,307원)	15g (5g*3봉)	
4	기타 조미김	라이펜 (Lyfen)	시세임 씨워드 (Sesame Seaweed)	중국	9.90위안 (약 1,904원)	18g	
5	조미 도시락 김	희즈랑 (喜之郎)	스위트아워 오리지날 (SweetHour Original)	중국	9.90위안 (약 1,904원)	3g	

자료: 타오바오(Taobao), 징동(JD), 쑤닝(Suning) 홈페이지

4) 조사일(2022.07.07) 기준 조사

5) 조사일(2022.07.07) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 중국 베이징 정보⁶⁾

인구	약 2,189만 명
면적	약 16,411km ²

▶ 중국 베이징, 방문지역으로 선정

중국 베이징(Beijing)을 방문지역으로 선정함. 중국의 수도 베이징은 상하이에 이어 중국에서 2번째로 큰 도시이며, 2번째로 많은 인구를 보유하고 있음. 또한 베이징은 중국 금융과 상업의 중심지이기도 함. 베이징은 지하철과 버스 등의 대중교통 체계가 효과적으로 정비 및 발달해 있으며, 한 국가의 수도인 만큼 수많은 대학이 위치함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

유통채널별 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 64.1%로 가장 높았으며, 다음으로 수산물 전문 식료품점 21.0%, 온라인 9.1%, 편의점 5.4%로 확인됨. 각 유통경로별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 중국 김 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	64.1%	화룬완자(华润万家), 따룬파(大润发), 옹휘마트(永辉超市), 우메이마트(物美超市), 렌렌러(RenRenLe), 우마트(Wu Mart)
수산물 전문 식료품점	21.0%	신파디 시장(新發地市場超市), 징셴 수산시장(京深海鲜市场)
온라인	9.1%	타오바오(Taobao), 징둥(JD), 쑤닝(Suning)
편의점	5.4%	하오린쥐(好邻居), 로손(Lawson), 세븐일레븐(7-eleven)
기타 (아시안/한인마트 등)	0.4%	내고향마트(来故乡超市), 플러스마트(又来玛特)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

6) 자료: 베이징 지방정부(beijing.gov) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 비엘티마트(BLT Mart), 우마트(Wu Mart), 내고향마트(来故乡超市)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 조미 도시락 김: 소금 및 기름으로 간을 한 후 일정한 크기로 잘라 포장한 김 제품

- 기타 조미김: 도시락 김 이외의, 시즈닝을 입힌 다양한 형태의 김 제품

[표 2.4] 중국 조미김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	조미 도시락 김	기타 조미김
① 아보카도유 재래김 (B사)	○ (비엘티마트, 우마트, 내고향마트)	○ (타오바오, 징둥)	○	
② a브랜드김 (A사)	○ (비엘티마트)	○ (타오바오, 징둥, 쑤닝)	○	
③ 팔도 청정바다김 (E사)	○ (비엘티마트)	○ (타오바오, 징둥)	○	
④ b브랜드 포도씨유김 (F사)	○ (비엘티마트)	○ (타오바오, 징둥, 쑤닝)	○	
⑤ 한해보 미니김 (F사)	○ (우마트)	(-)	○	
⑥ 시골김 (G사)	○ (우마트)	(-)	○	
⑦ c브랜드 녹차김 (H사)	○ (내고향마트)	(-)	○	
⑧ d브랜드 참기름김 (I사)	○ (내고향마트)	○ (타오바오, 징둥)	○	
⑨ 광천온천지 재래김 (J사)	○ (내고향마트)	○ (타오바오)	○	
⑩ 바사삭 들기름김 (B사)	○ (내고향마트)	○ (징둥)	○	
⑪ 들기름으로 구운 광천김 (K사)	○ (내고향마트)	○ (타오바오, 징둥)	○	
⑫ e브랜드 명란김 (L사)	○ (내고향마트)	○ (타오바오, 징둥)	○	

(*) 현지 판매 조미김 경쟁제품 12개 분석

2. 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 중국 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 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	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	조미 도시락김	소금 및 기름으로 간을 한 후 일정한 크기로 잘라 포장한 김 제품
	기타 조미김	도시락김 이외의, 시즈닝을 입힌 다양한 형태의 김 제품
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	외부 포장: 플라스틱 소재의 파우치 내부 포장: 플라스틱 소재의 트레이
유통기한		제품이 시중에 유통될 수 있는 기한
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
보관 온도		제품의 보관 온도
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 중국 조미김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 중국 베이징에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

중국 베이징에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 비엘티마트(BLT Mart), 우마트(Wu Mart)와 아시안/한인마트 내고향마트(来故乡超市)를 방문함. 비엘티마트는 중국의 여러 대형 도시에 분포해 있는 프리미엄 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로 중국 내에 10개 이상의 지점을 운영 중임. 우마트는 중국 전역에 1,000개 이상의 지점을 운영 중인 중국의 가장 규모가 큰 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인 중 하나임. 내고향마트는 여러 한국 식료품을 취급하는 베이징 내 최대 규모의 아시안/한인마트임

[표 2.5] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
비엘티마트 (BLT Mart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4	· 중국의 대형 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 · 중국 내 10개 이상의 지점 보유
우마트 (Wu Mart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 베이징-톈진-허베이 지역의 가장 큰 소매업체 · 중국 내 1,000개 이상의 지점 보유
내고향마트 (来故乡超市)	아시안/한인마트	6	· 베이징 내 가장 규모가 큰 아시안/한인마트 · 다양한 한국산 신선식품 및 가공식품 판매



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 12개 중 1개 제품은 모든 방문 매장에서 판매

비엘티마트(BLT Mart)와 우마트(Wu Mart), 내고향마트(来故乡超市) 매장을 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 11개의 제품이 1개의 방문 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 그러나, 경쟁제품 중 ‘B사 아보카도유 재래김’ 1개의 제품은 모든 방문 매장에서 판매하고 있음을 확인함

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	비엘티마트	우마트	내고향마트
① 아보카도유 재래김 (B사)	○	○	○
② a브랜드김 (A사)	○		
③ 팔도 청정바다김 (E사)	○		
④ b브랜드 포도씨유김 (F사)	○		
⑤ 한해보 미니김 (F사)		○	
⑥ 시골김 (G사)		○	
⑦ c브랜드 녹차김 (H사)			○
⑧ d브랜드 참기름김 (I사)			○
⑨ 광천온천지 재래김 (J사)			○
⑩ 바사삭 들기름김 (B사)			○
⑪ 들기름으로 구운 광천김 (K사)			○
⑫ e브랜드 명란김 (L사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 비엘티마트(BLT Mart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소, 육류,
해산물, 농산물, 생활용품 등의
다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		비엘티마트는 2009년에 설립된 중국 대형 프리미엄 슈퍼마켓 체인으로, 중국과 홍콩에서 가장 규모가 큰 유통업체 중 하나인 China Resources Vanguard의 자회사임. 중국 내 10개 이상의 지점을 운영 중이며, 15,000가지 이상의 다양한 제품을 판매함

조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		베이징 B1, Fenghuang Shopping Center, Yard A 5, Shuguang Xili, Chaoyang District, Beijing

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보	
		
	아보카도유 재래김 (B사)	a브랜드김 (A사)
		
	팔도 청정바다김 (E사)	b브랜드 포도씨유김 (F사)

사진자료: 현지조사원 자료, 타오바오(Taobao), 징둥(JD), 쑤닝(Suning) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	아보카도유 재래김	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	36g (4g*9봉)
소비자가격	35.80위안 (약 6,887원)	10g당 가격	9.94위안 (약 1,913원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	맛있는 원초에 착한 기름의 영양을 담은
수입자	大象(北京)食品有限公司	원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 구운소금, 참기름, 아보카도유, 허브추출물

			
제품명 (현지어)	a브랜드김	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	16g (2g*8봉)
소비자가격	10.90위안 (약 2,097원)	10g당 가격	6.82위안 (약 1,311원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	한국의 전통 제조공업으로 가공한, 아시아인들의 입맛을 사로잡는
수입자	大连海牌亚信国际贸易有限公司	원료 및 첨가물	재래김, 카놀라유, 소금, 글루탐산, 나트륨, 참기름

			
제품명 (현지어)	팔도 청정바다김	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	15g (5g*3봉)
소비자가격	15.80위안 (약 3,039원)	10g당 가격	10.54위안 (약 2,027원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	한국 청정바다의 재래김 사용, 더욱 바삭하고 더욱 맛있는
수입자	上海尊荷商贸有限公司	원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 참기름, 소금

			
제품명 (현지어)	b브랜드 포도씨유김	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	12g (4g*3봉)
소비자가격	13.80위안 (약 2,655원)	10g당 가격	11.50위안 (약 2,213원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	포도씨유로 구워낸 고소하고 바삭한 김
수입자	韩进(上海)食品有限公司	원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 포도씨유, 참기름, 소금

Shop ② 우마트(Wu Mart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소,
육류, 해산물, 농산물,
생활용품 등의 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		우마트는 1994년에 베이징에서 시작된 중국의 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로, 중국 북부와 동부 및 북서부 지역에서 1,000개 이상의 매장을 운영 중임. 최근 전자상거래 사이트를 개설하여 온라인-오프라인 통합 채널로서의 성장을 도모 중임

조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		베이징 B1, Hesheng Qilin Xintiandi, No. 11, Futong West Street, Chaoyang District, Beijing

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보	
		
	한해보 미니김 (F사)	시골김 (G사)

사진자료: 현지조사원 자료, 타오바오(Taobao), 징둥(JD), 쑤닝(Suning) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	한해보 미니김	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	12g (2g*10봉)
소비자가격	16.60위안 (약 3,193원)	10g당 가격	8.30위안 (약 1,597원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	(-)
수입자	富立方(天津)国际贸易有限公司	원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 참기름, 소금

			
제품명 (현지어)	시골김	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	64g (4g*16봉)
소비자가격	31.90위안 (약 6,137원)	10g당 가격	4.99위안 (약 959원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	까다롭게 선별한 고급 생김, 더욱 고소한 맛과 향
수입자	北京物美商业集团股份有限公司	원료 및 첨가물	김, 옥배유, 카놀라유, 참기름, 들기름, 가공소금

Shop ③ 내고향마트(来故乡超市)

매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:
다양한 한국산 음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 농수산물, 생활용품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾			내고향마트는 2007년 베이징 내 한 지역인 왕징에 설립된 최대 규모의 한인마트로, 다양한 한국식품을 국내 가격과 비슷한 수준으로 판매하고 있음. 회원 제도를 통한 할인 이벤트를 활발하게 진행 중임
			조사 제품 수: 6개
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 F1, building 315, Wangjing West Park, Chaoyang District, Beijing
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
	 		
제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보		
	  		
	c브랜드 녹차김 (H사)	d브랜드 참기름김 (I사)	광천온천지 재래김 (J사)
	  		
	B사 바사삭 들기름김 (B사)	들기름으로 구운 광천김 (K사)	e브랜드 명란김 (L사)

사진자료: 현지조사원 자료, 타오바오(Taobao), 징둥(JD), 쉐닝(Suning) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	c브랜드 녹차김	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	64g (4g*16봉)
소비자가격	58.00위안 (약 11,157원)	10g당 가격	9.07위안 (약 1,744원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	엄선한 원초, 신선한 들기름, 바삭하고 맛있는, 당일 출고되는
수입자	北京来故乡超市	원료 및 첨가물	김, 옥배유, 들기름, 소금, 향미분말(녹차)

			
제품명 (현지어)	d브랜드 참기름김	제조사 (현지어)	I사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	45g (5g*9봉)
소비자가격	33.00위안 (약 6,348원)	10g당 가격	7.34위안 (약 1,411원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	좋은 원초, 참기름향이 고소한
수입자	青岛韩源贸易有限公司	원료 및 첨가물	재래김, 카놀라유, 참기름, 정제소금

			
제품명 (현지어)	광천온천지 재래김	제조사 (현지어)	J사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	64g (4g*16봉)
소비자가격	39.00위안 (약 7,502원)	10g당 가격	6.10위안 (약 1,173원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	국산 100%
수입자	北京来故乡超市	원료 및 첨가물	김, 식용유, 들기름, 참기름, 정제염

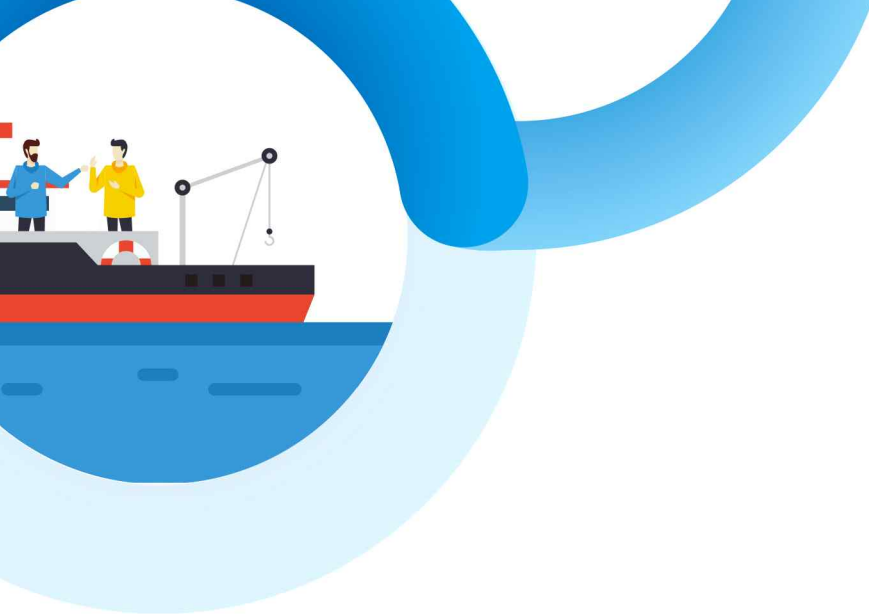
			
제품명 (현지어)	바사삭 들기름김	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	48g (3g*16봉)
소비자가격	54.00위안 (약 10,388원)	10g당 가격	11.25위안 (약 2,165원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	고소함이 가득한, 바삭바삭한
수입자	北京来故乡超市	원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 들기름, 맛소금, 참기름



제품명 (현지어)	들기름으로 구운 광천김	제조사 (현지어)	K사
제품 종류	조미 도시락 김	중량	64g (4g*16봉)
소비자가격	38.00위안 (약 7,310원)	10g당 가격	5.94위안 (약 1,142원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	특별히 고소하고 깨끗한 김, 좋은 원초로 구워 깔끔한
수입자	青岛韩源贸易有限公司	원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 들기름, 소금, 허브추출물



제품명 (현지어)	e브랜드 명란김	제조사 (현지어)	L사
제품 종류	해초 단일포장	중량	54g (6g*9봉)
소비자가격	32.00위안 (약 6,156원)	10g당 가격	5.93위안 (약 1,140원)
원산지	한국	맛	명란 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이	홍보문구	좋은 원초, 엄마의 마음으로
수입자	青岛韩源贸易有限公司	원료 및 첨가물	김, 옥배유, 명란, 유당식용소금, 맥아덱스트린, 다시마추출물, 대두



Ⅲ. 경쟁기업

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

1. 중국 조미김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 조미김 제품을 판매하는 한국기업 총 3개사 선정

중국 오프라인 매장에 진출하여 조미김 제품을 판매하는 한국 경쟁기업 중, 타 기업 대비 현지화가 잘 되어 있는 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 40년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 40년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. I사는 1969년에 설립되어 3개사 중 가장 긴 53년의 업력을 보유하고 있으며, H사는 1981년에 설립된 이후 약 41년째 사업을 이어오고 있음. B사는 26년의 업력을 보유 중으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 조미김 동일품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 조미김 동일품목 수를 조사한 결과, H사가 총 22개로 경쟁기업 3개사 중에서 가장 많은 동일품목을 판매 중인 것으로 조사됨. I사와 B사는 각각 14개의 조미김 동일품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 조미김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
I사	한국	53년	14개
H사	한국	41년	22개
B사	한국	26년	14개

자료: 중국 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

2. 중국 조미김 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 21년도 매출액
	직원 수
	기업 21년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	조미 도시락 김 및 기타 조미김

▶ 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	비엘티마트, 우마트, 내고향마트
온라인	타오바오, 징동, 쑤닝

3. 중국 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 중국 오프라인 매장 진출

중국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장 내에 입점해있음. I사와 H사는 내고향마트에 입점해있으며, B사는 조사한 모든 오프라인 매장들에 입점해있음. 온라인 채널의 경우, I사와 B사 제품은 타오바오와 징동에 입점해있으며, H사는 입점한 온라인 채널이 없는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 홈페이지를 통한 제품 홍보 활동 활발함

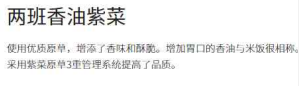
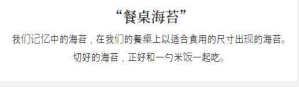
중국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. I사와 H사는 중국 홈페이지와 글로벌 홈페이지를 운영 중이며, B사는 한국 및 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 통한 홍보 활동의 경우, I사를 제외하고는 중국 현지에서 통용되고 있는 웨이보, 샤오홍슈 등의 SNS 플랫폼 계정을 보유한 기업이 부재¹⁰⁾한 것으로 조사됨

10) 중국 내에서는 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터의 사용이 금지되어 있기에, 해당 SNS 계정은 고려하지 않았음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

중국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때, 제품의 품질과 맛을 강조하는 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 이외에도, 제품 홍보에 있어 제품 원료와 관련된 수식어가 활용되고 있음. ‘좋은 원초에 참기름의 향이 고소한’, ‘원초 명장이 엄선한 서남해 원초로 만든’, ‘맛이 좋은 원초에 착한 기름의 영양을 담은’, ‘들기름을 섞어 고소함이 가득한’ 등의 수식어가 사용되고 있으며, 이외에도 ‘건강한 원초를 엄선’ 등의 수식어로 제품의 우수성을 홍보하고 있음

[표 3.7] 중국 조미김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
I사	- 오프라인 매장 - 내고향마트 - 온라인 매장 - 타오바오 - 징둥	- 자사 홈페이지 (글로벌, 중국) - SNS 플랫폼 (중국) - 웨이보	- 좋은 원초 - 참기름 향이 고소한 - 원초 명장이 엄선한 - 서남해 원초로 만든	
H사	- 오프라인 매장 - 내고향마트	자사 홈페이지 (글로벌, 중국)	- 건강한 원초를 엄선 - 신선한 들기름 사용 - 뉴질랜드산 천일염 사용 - 맛있고 바삭바삭한 - 당일 바로 출고	
B사	- 오프라인 매장 - 비엘티마트 - 우마트 - 내고향마트 - 온라인 매장 - 타오바오 - 징둥	자사 홈페이지 (글로벌, 한국)	- 맛있는 원초 - 착한 기름의 영양을 담은 - 들기름을 섞어 고소한	

자료: 중국 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

① I사

기업 기본 정보	기업명	I사	
	기업 설명	I사는 대한민국의 종합식품회사로 김치, 참치 통조림, 김, 만두, 육류 가공품, 음료 등 다양한 식료품과 음료를 생산하여 이를 국내외로 유통하며, 미국, 일본, 중국에 해외법인을 두고 있음	
	위치	서울특별시 서초구 마방로 68	
	규모	직원 수	약 3,000명 이상
		동일품목 수 ¹¹⁾	10개
		설립연도	1969년
		매출	약 3조 4,906억 원

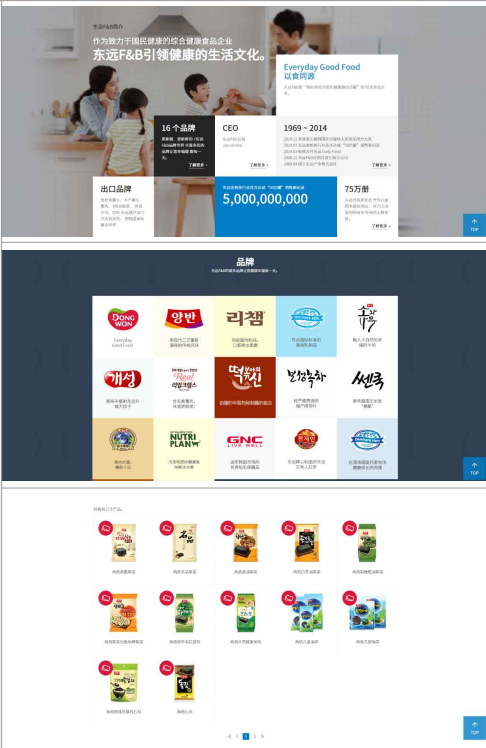
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 내고향마트 <온라인 매장> 타오바오 징동		제품명	d브랜드 참기름김
			중량	45g (5g*9봉)
			소비자가격	33.00위안 ¹²⁾ (약 6,348원)
			제품 종류	조미 도시락 김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	중국 현지어로 표기된 제품 포장 디자인 및 현지 수요를 충족시키는 포장 방식 사용
	홍보 현지화	● (상)	글로벌 및 중국 홈페이지 및 중국 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

11) 조미 도시락 김과 기타 조미김을 묶어 동일품목으로 간주함

12) 1위안=192.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용), 오프라인 매장 판매가 기준

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌, 중국)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 프로모션 소개, 요리법 제공</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 중국)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 프로모션 소개, 요리법 제공
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 중국)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 프로모션 소개, 요리법 제공						
게시물 유형	 • 기본적인 회사 소개 (개요, 연혁, 이념) • 자사 브랜드 소개 • 제품 소개 (김, 참치, 김치, 만두, 잼, 음료 등)						

사진자료: 1사 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)

② H사

기업 기본 정보	기업명	H사	
	기업 설명	H사는 김 제품을 전문적으로 취급하는 기업으로, 여러 조미김 제품군을 보유하고 있음. 조미김 제품 이외에도, 해조류 가공 스낵, 곡물 스낵, 육포, 음료 등 다양한 제품을 생산 및 유통함	
	위치	대전광역시 대덕구 신탄진로 351, 1층(와동)	
	규모	직원 수	215명
		동일품목 수 ¹³⁾	22개
		설립연도	1981년
		매출	약 748억 원

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 내고향마트 <온라인 매장> (-)		제품명	C브랜드 녹차김
			중량	64g (4g*16봉)
			소비자가격	58.00위안 ¹⁴⁾ (약 11,157원)
			제품 종류	조미 도시락 김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품 설명을 부분적으로 중국어로 표기한 제품 포장 디자인 활용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 및 중국 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

13) 조미 도시락 김과 기타 조미김을 묶어 동일품목으로 간주함

14) 오프라인 매장 판매가 기준

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(글로벌, 중국)

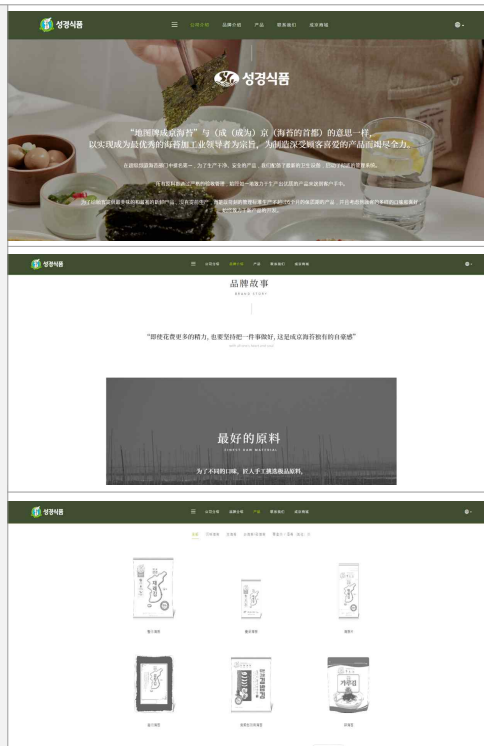
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개

게시물 유형



- 기본적인 회사 소개
(개요, 연혁, 이념)

- 자사 브랜드 소개 및 원료 정보 제공
(김 스낵, 해초 가공식품, 해조류 원물 등)

- 제품 소개
(조미김, 김 가공 스낵, 육포 등)

사진자료: H사 홈페이지 (sgkim.co.kr)

③ B사

기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 수많은 대형 브랜드를 보유하고 있는 대상그룹의 자회사로서, 종합 식품 전문 브랜드임. 고추장, 된장, 간장 등의 발효 장류와 더불어 파스타 소스 등의 각종 소스류와 레토르트 식품, 국수류, 요리재료 등을 생산 및 유통하고 있음	
	위치	서울시 종로구 창경궁로 120	
	규모	동일품목 수 ¹⁵⁾	14개
		설립연도	1996년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 비엘티마트 우마트 내고향마트 〈온라인 매장〉 타오바오 징동		제품명	아보카도유 재래김
			중량	36g (4g*9봉)
			소비자가격	35.80위안 ¹⁶⁾ (약 6,887원)
			제품 종류	조미 도시락 김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품 설명을 부분적으로 중국어로 표기한 제품 포장 디자인 활용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

15) 조미 도시락 김과 기타 조미김을 묶어 동일품목으로 간주함

16) 오프라인 매장 판매가 기준

홍보 방식

청정원 브랜드 제품 뉴스 고객센터

The Better



Life

[청정원] 송중기가 불러요, 정원이~ 오늘도 부탁해

Let's eat ↓

홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 한국)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 요리법 제공

게시물 유형

다 나은 만 더 맛있는 인생
The Better Tasting Life

생활의 기본이지만
전부이기도 한 [식(食)]

생각하면 늘 행복하게 식사를 할 수 있는 생활 요리법이 제공되어 행복하게 생활할 수 있습니다.
다 나은 만 더 맛있는 인생, 그 행복을 함께 나누고 싶어서 정원이~ 오늘도 부탁해

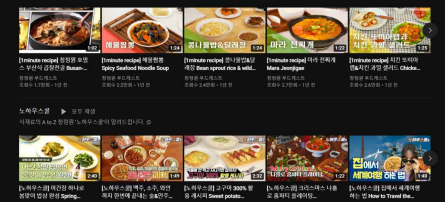
청정원 브랜드 제품 뉴스 고객센터

제품

신제품



1 minute recipe ▶ 30초 미만 요리 레시피
1분 이하의 짧은 시간을 통해 맛있는 요리를 만들 수 있는 60가지 요리법입니다.

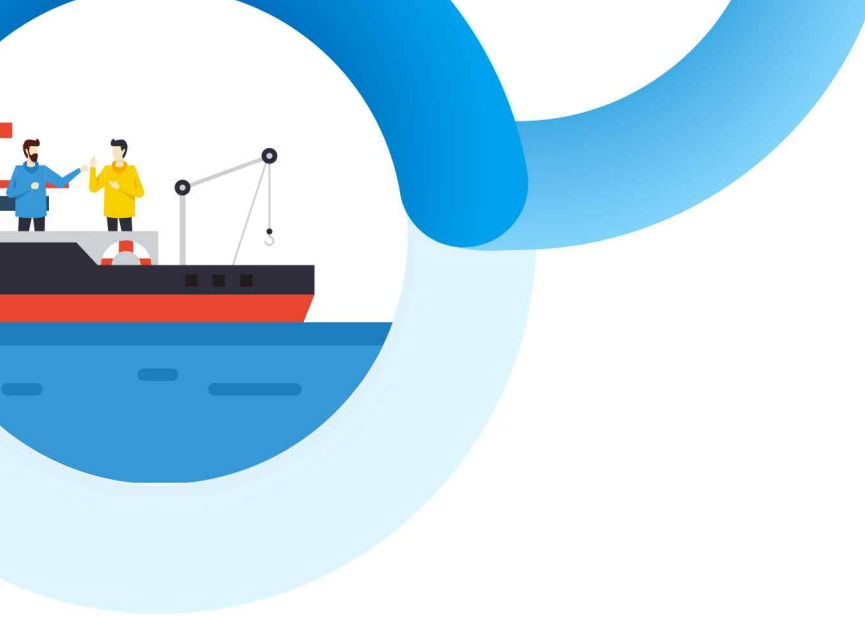


노력부스름 ▶ 30초 미만 요리 레시피
이제부터 A와 B를 혼합한 노력부스름이 알려드립니다.



- 기본적인 회사 소개
(개요, 연혁, 이념)
- 제품 소개
(장류, 소스류, 레토르트 식품, 해조류 등)
- 사이트와 연동된 유튜브를 통한
제품 요리법 제공

사진자료: B사 홈페이지(www.chungjungone.com)



IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 승원래(盛源来)
2. 랑마오식품전문점(郎茂食品专营店)
3. 마오청(猫诚)

중국 조미김 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입·유통업체
- ② 김 또는 유사 김 제품 취급 경험 있음

업체명	승원래 (盛源来)	랑마오식품전문점 (郎茂食品专营店)	마오청 (猫诚)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목 ▶			

중국 조미김 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	승원래 (盛源来)	랑마오식품전문점 (郎茂食品专营店)	마오청 (猫诚)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격, 중량, 원료에 대한 의견	고객사 제품의 소비자가격은 현지 제품들의 가격과 유사 하며, 제품 중량 또한 간편하여 현지 소비자들이 선호하는 형태임 . 원료의 구성도 깔끔하고 좋음	취급 품목인 a브랜드김보다 저렴한 고객사 제품은 가격 경쟁력 이 있고, 제품의 중량도 적절 해 보임. 한국 조미김에 대한 현지 피드백을 고려한 신중한 원료 구성 이 필요함	현지에서 활발히 판매되고 있는 중국산 조미김 제품보다 저렴 하며, 자극적인 맛을 내기 위해 안 좋은 원료를 사용하는 현지 제품과 달리 원료의 구성도 깔끔하고 건강함
조미김 제품 구매 시, 수입·유통업체가 중요시하는 요인	품질마크로 보장되는 제품 안정성 , 유통의 가성비 및 제품 인지도 가 중요한 고려 요인임	HACCP 및 각종 유기농 인증을 통해 대변되는 제품의 품질 과, 생산부터 유통까지 이어지는 서비스 체계 가 주요 고려 요인임	조미김 제품의 주요 원재료인 김의 위생상태와 품질 을 중요하게 고려함
조미김 제품 구매 시, 현지 소비자가 중요시하는 요인	제품의 가격 , 품질과 직결되는 제품의 원료 및 포장 방식 이 중요한 고려 요인임	주로 아이들 간식으로 섭취되는 조미김 제품이기에, 제품의 영양 상태 및 품질 이 중요함	현지 소비자들은 유기농 식용유, 지나치게 많지 않은 기름 함유량 등과 같이 원료 구성 상태 를 중요하게 고려함
중국 조미김 시장 내 적합한 홍보 방법 및 판촉 방식	홍보 방안으로는 인플루언서를 활용한 라이브커머스 가 대두되고 있으며, 판촉 방식으로는 할인 프로모션 이 가장 효과적임	홍보 방안으로는 미디어 매체를 활용한 홍보 가, 판촉 방식으로는 할인 프로모션 이 가장 효과적임	홍보 방안으로는 인플루언서를 활용한 라이브커머스 가, 판촉 방식으로는 무료 시식대 등의 오프라인 프로모션 이 적합함
중국 조미김 시장 내 적합한 유통채널	타오바오, 징둥, 핀뉘튀, 쑤닝 등의 대형 온라인 쇼핑몰을 통한 제품 유통 이 가장 효과적임	다양한 조미김 제품이 유통 중이며, 판매량도 꾸준히 높게 나타나는 대형 오프라인 쇼핑몰을 통한 제품 유통 이 적합함	대형 온라인 쇼핑몰 이외에도 다양한 새 쇼핑몰들이 등장하고 있기에, 온라인 쇼핑몰과 협업하여 제품을 유통 하는 것이 효과적임

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 승원래 (盛源来)

17)

승원래
(盛源来)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년 설립된 칭다오의 수입·유통업체
 - 한국의 김, 양념, 과자류, 가공식품 등을 수입·유통
 - 타오바오에 플래그십 스토어를 개설하여 입점

담당자 정보

CEO



승원래(盛源来) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 원료는 적절한가요?

고객사 제품의 소비자가격이 12g(4g*3봉)에 약 3.88위안(746원)¹⁸⁾이며, FOB가격은 약 N위안(약 n원)이라고 알고 있습니다. 이는 자사가 유통 중인 다른 한국산 조미김 제품의 가격과 유사한 수준이기에 적절하다고 생각합니다. 또한, 4g 제품 3개가 한 패키지로 구성된 제품 중량도 적절한 편입니다. 중국 소비자들은 휴대하기 편리한 작은 포장 단위를 선호하기 때문입니다. 제품 원료도 김, 소금, 기름과 같이 건강에 해롭지 않은 기본 원료만 포함되어 있어 깔끔하고 좋은 것 같습니다.

Q2. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사가 생각했을 때, 제품의 안전성, 가성비, 인지도가 굉장히 중요합니다. 기업표준 인증마크인 Q/POL이나 국가표준 인증마크인 GB/T가 있는 제품은 안정성이 보증되기 때문에, 업체가 제품 유통 이후 발생할 수 있는 문제로 인해 짊어질 리스크를 줄일 수 있죠. 가성비가 중요한 이유는, FOB가격이 낮을수록 유통업체의 이윤이 커지기 때문입니다. 마지막으로, 제품 인지도가 높을수록 별다른 홍보 없이도 많은 제품 판매량을 보장할 수 있기 때문에, 업체에게 있어서 인지도는 매우 중요한 고려 요소입니다.

17) 사진자료: 승원래(盛源来) 타오바오 플래그십 스토어 페이지

18) 1위안=192.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 N위안 (약 n원)
소비자가격	약 3.88위안 (746원)
중량	12g(4g*3봉)
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q3. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

중국 소비자들은 조미김 제품을 구매하는 상황에서 제품의 가격, 원료, 포장 방식을 중요하게 생각합니다. 기본적으로, 중국 소비자들은 가격이 저렴한 제품을 선호합니다. 그러나 가격이 낮더라도 품질은 보장되어야 하는데, 이런 경향은 중국 소비자들이 원료를 중시하는 것에서 나타납니다. 중국에서는 김이 주로 아이들 간식으로 사용되기 때문에, 아이에게 안심하고 먹일 수 있는 위생적이고 인공 첨가물이 적은 조미김을 선호합니다. 마지막으로, 중국 소비자들은 앞서 말했듯이 휴대하기 편리한 가벼운 포장의 제품을 선호하는 편입니다.

Q4. 중국에서 유통되는 유명 조미김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

최근에는 중국 버전 틱톡인 더우인과, 쇼핑용 인스타그램인 샤옹홍슈 등의 라이브커머스 어플리케이션에서 인플루언서를 활용한 제품 홍보가 큰 인기를 끌고 있습니다. 이와 같은 홍보 방식은, 단순히 제품의 특성을 나열하는 기존 방식과 달리 인플루언서를 통해 제품의 맛이나 신선도에 대한 생생한 평가를 전달한다는 점이 주요 인기 요인이라고 생각합니다.

Q5. 중국에서 조미김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

앞서 말했듯이, 중국 소비자들이 제품 구매 시 가장 중요시하는 요인 중 하나가 가격이기 때문에 할인 프로모션 등을 통해 판매를 촉진할 수 있을 것입니다. 실제 중국 내 조미김 제품을 포함한 다양한 식료품들의 판매 동향을 살펴보면, 1+1 등 할인 혜택이 주어지는 제품의 판매량이 더 높음을 알 수 있습니다. 특히 조미김처럼 유통기한이 긴 제품이 가격 할인을 할 경우, 소비자들은 한 번에 대량으로 구매하는 경향이 있기에 할인 프로모션의 효과가 더욱 크다고 할 수 있습니다.

Q6. 조미김 제품을 중국 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

최근에 코로나를 겪으면서 중국 내 온라인 쇼핑몰을 활용한 제품 구매량이 급증했습니다. 여러 쇼핑몰 중에서도, 중국 소비자들은 대부분 타오바오, 징둥, 핀뉘뉘, 쑤닝 등과 같은 대형 온라인 플랫폼에서 제품을 구매하고 있습니다. 따라서, 가능하다면 이와 같은 대형 온라인 쇼핑몰에 제품을 유통하는 것이 가장 좋은 방법일 것입니다.

Interview ② 랑마오식품전문점 (郎茂食品专营店)

19)

랑마오식품전문점 (郎茂食品专营店)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2014년 설립된 웨이허의 수입·유통업체
 - 한국의 김, 간식류, 음료, 가공식품 등을 수입·유통
 - 타오바오에 플래그십 스토어를 개설하여 입점

담당자 정보

CEO

LONGMORE
郎茂食品专营店



랑마오식품전문점(郎茂食品专营店) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 원료는 적절한가요?

자사는 현재 한국산 조미김 제품인 a브랜드김을 유통 중입니다. a브랜드김의 소비자가격은 16g(2g*8봉)에 10.80위안(약 2,078)원입니다. 12g(4g*3봉)인 고객사 제품의 가격을 16g으로 환산해보면 약 5.17위안(약 995원)으로 a브랜드김 가격의 약 절반 수준입니다. 아무리 a브랜드김이 중국 내에서 인지도가 높은 유명 제품이라는 점을 감안하더라도, 고객사 제품의 소비자가격은 a브랜드김에 비해 현저히 낮기에 가격 경쟁력이 있다고 생각합니다. 제품의 중량은 적절해 보입니다. 원료의 경우, 중국 소비자 사이 한국 조미김 제품은 많이 먹으면 다소 비리다는 피드백이 돌고 있습니다. 이것이 고객사 제품에 직결되는 부정적인 피드백은 아니지만, 현지 피드백인 만큼 제품 원료에 더욱 주의를 기울여 비린 맛을 잡는 것이 중요해 보입니다.

Q2. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사를 기준으로 생각했을 때, 수입·유통업체가 조미김 구매 시 중요하게 고려하는 요소는 제품의 품질 및 서비스 체계입니다. 유통업체는 HACCP 및 유기농 인증 등을 보유하여 소비자들이 신뢰할 만한 제품을 유통하고 싶어합니다. 또한, 제품의 생산부터 유통까지 서비스 체계가 잘 갖춰져 있어 유통업체가 수월하게 고객 서비스를 제공할 수 있는지의 여부도 중요하게 고려하는 요인입니다.

FOB가격	약 N위안 (약 n원)
소비자가격	약 3.88위안 (746원)
중량	12g(4g*3봉)
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q3. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

중국 내에서 조미김 제품은 주로 아이들 간식으로 섭취되기 때문에, 해당 제품을 구매할 때 중국 소비자들은 제품의 영양 상태를 최우선으로 고려합니다. 특히, 영유아들의 건강에 좋지 않은 나트륨과 지방이 조미김 제품에 얼마나 함유되어있는지를 세심하게 따져보는 편입니다. 제품이 영양가 있고 고품질이라면, 가격대가 다소 높은 것은 소비자들의 구매 요인에 큰 변수가 되지 않는 것으로 보입니다.

Q4. 중국에서 유통되는 유명 조미김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

제품 홍보에 있어서, 전형적이면서도 가장 효과적인 방식은 온라인 플랫폼 및 미디어 매체를 통해 제품을 홍보하는 것입니다. MZ세대의 관심을 끌 수 있도록 김을 캐릭터화한 귀여운 포스터를 만들거나, 적절한 미디어 업체를 찾아 협력하여 조미김 제품에 대한 홍보 영상을 제작 및 배포하는 방안을 하나의 예로 들 수 있겠습니다.

Q5. 중국에서 조미김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

앞서 중국 소비자들은 조미김 제품의 가격보다 품질을 우선시한다고 말씀드렸지만, 제품 판촉에 있어 가격 할인만큼 효과적인 방안은 없다고 생각합니다. 실제로, 타오바오나 징둥 등의 대형 온라인 쇼핑몰에서는 수많은 조미김 제품에 대한 할인 프로모션이 진행되고 있습니다. 따라서 특정 금액 이상을 구매하면 지급되는 할인 쿠폰이나, 구매량에 비례하여 할인율을 늘리는 등의 프로모션을 활용하면 조미김 제품에 대한 효과적인 판촉을 진행할 수 있을 것입니다.

Q6. 조미김 제품을 중국 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

FOB가격	약 N위안 (약 n원)
소비자가격	약 3.88위안 (746원)
중량	12g(4g*3봉)
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

최근 온라인 채널이 급부상하고 있지만, 자사는 여러 대형 오프라인 마트에 제품을 입점하는 것이 좋다고 생각합니다. 중국 마트에서는 다양한 조미김 제품이 입점해있고, 판매량 또한 꾸준히 높게 나타납니다. 물론 중국산 브랜드가 대부분이기에 초기 경쟁이 힘들 순 있겠으나, 오프라인 매장에서 서서히 인지도를 높인다면 판매량도 갈수록 높아질 것입니다.

Interview ③ 마오청 (猫诚)

20)

마오청
(猫诚)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립된 상하이의 수입·유통업체
 - 중국 및 한국의 스낵류, 식료품 등을 수입·유통
 - 타오바오에 플래그십 스토어를 개설하여 입점

담당자 정보

CEO

Morefood 猫诚



마오청(猫诚) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 원료는 적절한가요?

중국 시장에서 활발하게 유통되고 있는 조미김 제품 중에 ‘휘건’이라는 브랜드가 있습니다. 소비자가격이 약 3.88위안(746원)인 고객사의 제품은 휘건 조미김 제품보다 저렴하다는 점에서 가격이 적절하다고 볼 수 있습니다. 또한, 휘건 브랜드는 고객사에 비해 다양한 맛의 조미김 제품 라인업을 보유하고 있지만 자극적인 맛을 내려고 하다 보니, 김 원료는 고객사 제품에 비해 좋지 못합니다. 따라서, 고객사 제품의 원료도 현지 조미김 제품에 비해 경쟁력이 있다고 볼 수 있습니다.

Q2. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사는 조미김 제품의 원재료인 김의 위생상태와 품질을 중요하게 고려하는 편입니다. 구체적으로, 김의 6가지 조건을 고려합니다. 첫째, 원재료인 김의 빛깔은 선명한 잉크 그린 색이어야 합니다. 둘째, 김 표면에 광택이 있어야 합니다. 셋째, 김에 이물질이 없어야 하며, 넷째로는, 파손된 부분도 없어야 합니다. 다섯째, 원료인 김의 가격이 너무 높지 않아야 합니다. 마지막으로, 김의 식품 안전성이 보장되어야 합니다.

FOB가격	약 N위안 (약 n원)
소비자가격	약 3.88위안 (746원)
중량	12g(4g*3봉)
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q3. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

조미김 제품 구매상황에서, 제품의 원료가 소비자들에게 많은 영향을 끼치는 편입니다. 우선, 소비자들은 염산으로 처리된 산김이 아닌, 유기농 식용유로 만든 건강한 김을 선호합니다. 이와 같은 방식으로 만들어진 조미김 제품이 건강함은 물론이고, 맛 역시도 훨씬 더 좋고 식감도 바삭합니다. 또한, 김의 기본 원료가 식용유를 포함한 각종 기름이기는 하지만 먹을 때 손에 기름이 많이 묻는 제품은 그다지 선호되지 않습니다.

Q4. 중국에서 유통되는 유명 조미김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

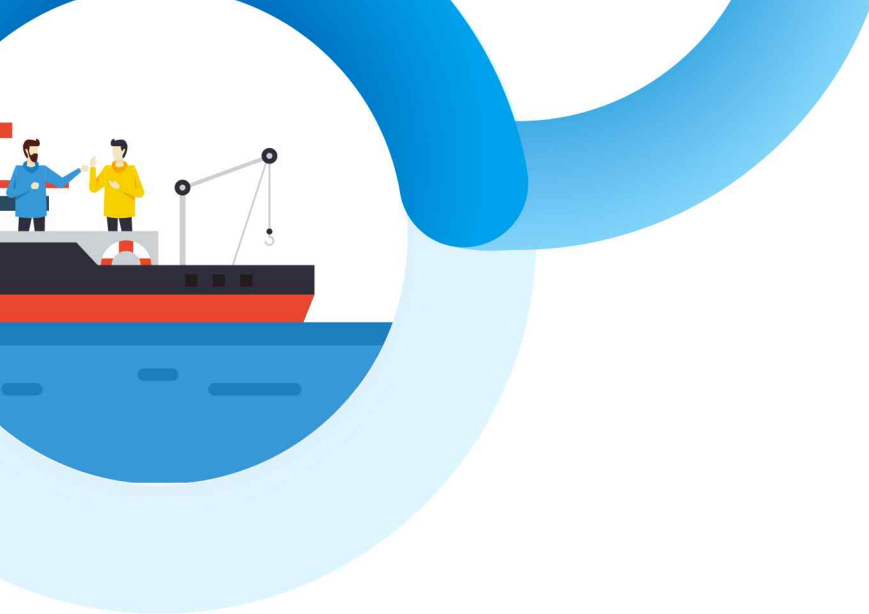
최근에 중국 시장 내에서 라이브커머스가 주요한 홍보 방법으로 대두되고 있습니다. 중국판 틱톡인 더우인 등에서 인플루언서가 진행하는 라이브커머스를 활용하면, 제품의 특성을 소비자들에게 더욱 생생하게 알릴 수 있기 때문입니다. 예를 들어, 단순히 글로 조미김 제품의 맛과 식감을 기술하는 것보다 인플루언서가 영상을 통해 직접 제품을 맛보고 평가하는 것이 소비자들에게 정보를 더욱 직관적으로 전달할 수 있을 것입니다. 그리고 자연스럽게 소비자들의 구매욕 또한 높아지게 되겠죠.

Q5. 중국에서 조미김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

식품을 구매할 때, 소비자들이 가장 궁금한 것은 어떻게 보면 제품의 맛입니다. 따라서, 미리 제품을 맛볼 수 있는 기회를 제공한다면 제품 판매를 늘릴 수 있을 것입니다. 하나의 예로, 오프라인 매장에서 무료로 제품을 시식할 수 있는 시식대를 생각해 볼 수 있습니다. 조미김은 크기가 작아 시식용 샘플을 만들기도 간편하며, 고객들에게 현장에서 제품이 맛있다는 것을 잘 어필한다면 제품 판매를 촉진할 수 있을 것입니다.

Q6. 조미김 제품을 중국 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

최근 중국 내에서는 타오바오, 징둥, 핀뉘뉘와 같은 대형 온라인 쇼핑몰 이외에도, 허마, 덩둥 등 새로운 온라인 커머스 어플리케이션들이 출시되고 있습니다. 이처럼, 중국 시장 동향 자체가 온라인 유통 및 판매채널을 중심으로 개편되고 있기에 온라인 플랫폼들과의 협업이 가장 효과적이면서도 적합한 제품 유통 방식이라고 생각합니다.



V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

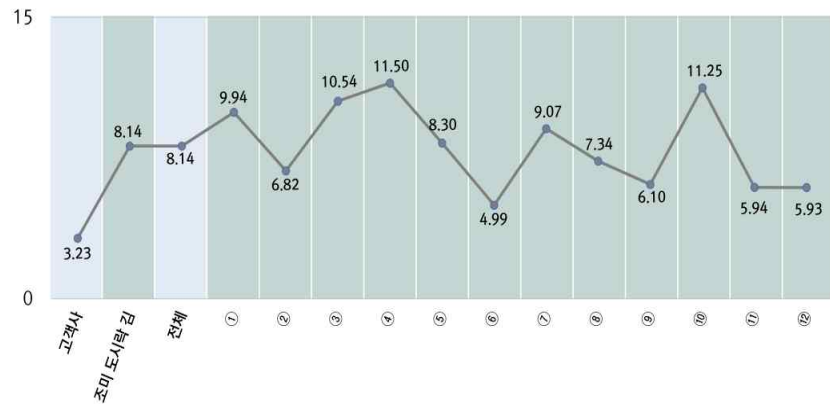
- ① 아보카도유 재래김 (B사)
- ② a브랜드김 (A사)
- ③ 팔도 청정바다김 (E사)
- ④ b브랜드 포도씨유김 (F사)
- ⑤ 한해보 미니김 (F사)
- ⑥ 사골김 (G사)
- ⑦ c브랜드 녹차김 (H사)
- ⑧ d브랜드 참기름김 (I사)
- ⑨ 광천온천지 재래김 (J사)
- ⑩ 바사삭 들기름김 (B사)
- ⑪ 들기름으로 구운 광천김 (K사)
- ⑫ e브랜드 명란김 (L사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 3.23위안(약 621원²¹⁾)으로, 경쟁제품 12개의 평균 10g당 가격인 약 8.14위안(약 1,566원)보다 굉장히 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 평균 소비자가격의 약 40% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있다는 것을 확인함

[표 5.1] 중국 조미김 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/위안)



21) 1위안=192.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

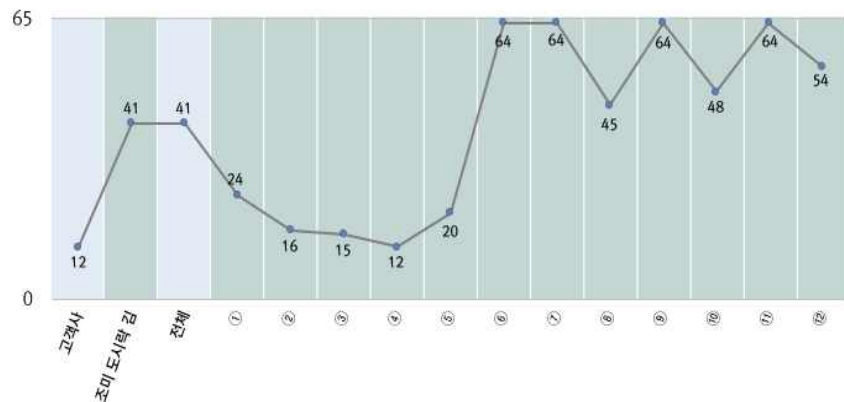
- ① 아보카도유 재래김 (B사)
- ② a브랜드김 (A사)
- ③ 팔도 청정바다김 (E사)
- ④ b브랜드 포도씨유김 (F사)
- ⑤ 한해보 미니김 (F사)
- ⑥ 시골김 (G사)
- ⑦ c브랜드 녹차김 (H사)
- ⑧ d브랜드 참기름김 (I사)
- ⑨ 광천온천지 재래김 (J사)
- ⑩ 바사삭 들기름김 (B사)
- ⑪ 들기름으로 구운 광천김 (K사)
- ⑫ e브랜드 명란김 (L사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 12g으로 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 평균 중량인 약 41g의 29% 수준으로 평균 대비 작은 편으로 조사됨. 제품 1봉당 중량은 고객사 제품과 경쟁제품 모두 4g 정도로 유사했으나, 총 제품 중량은 경쟁제품 중에 9봉, 16봉과 같이 대량 포장 제품이 많아서 고객사 제품과 차이가 있는 것으로 조사됨. 하기 표를 통해 중국 내에 소량 포장 제품과 대량 포장 제품에 대한 수요가 모두 존재한다는 점을 알 수 있기에, 고객사는 제품의 포장 중량을 다양하게 하여 중국 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 중국 조미김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

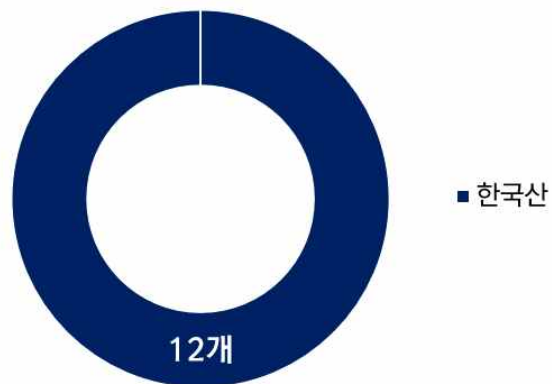


3) 원산지

▶ 경쟁제품 12개 모두 원산지가 한국인 조미김 제품

중국에서 판매되고 있는 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 12개의 제품 모두 한국산 제품임을 확인함. 중국에서 다양한 한국산 조미김 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 중국의 다양한 조미김 제품 속에서도 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 중국 조미김 제품 원산지 경쟁력 분석

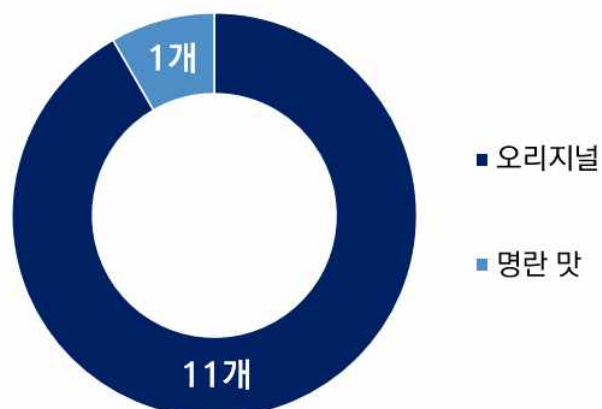


4) 맛

▶ 경쟁제품 12개 중 11개, 맛의 차별화에 중점을 두지 않는 추세

중국에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 12개의 맛을 조사한 결과, 11개의 조미 도시락 김 제품이 맛의 차별화에 중점을 두지 않는다는 점을 확인함. 제품의 주원료인 기름의 종류에는 약간씩 차이가 있으나, 전체적인 제품의 맛에는 영향을 미치지 않는 것으로 조사됨

[표 5.4] 중국 조미김 제품 맛 경쟁력 분석

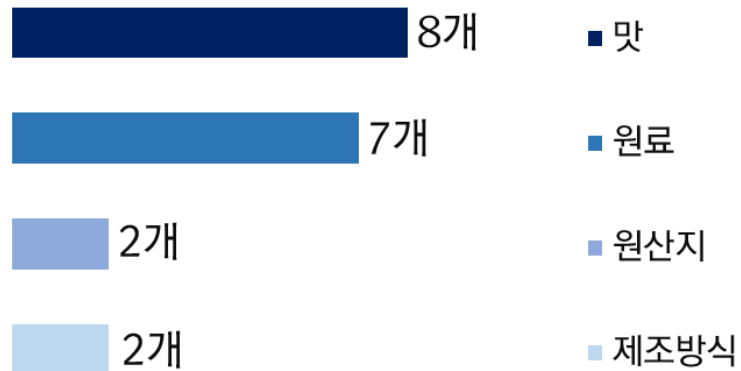


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 맛과 원료를 강조하는 홍보문구 사용

중국에서 판매 중인 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘고소한 맛’, ‘바삭한 맛’ 등 제품의 맛을 강조하는 홍보문구 8개가 조사되었음. 또한, ‘엄선한 원초’, ‘좋은 원초’, ‘신선한 기름’ 등의 원료를 강조한 홍보문구가 7개 확인됨. 그 외에도, ‘100% 국산’(한국산) 등의 원산지를 강조한 문구가 2개, ‘전통 제조공업으로 가공된’ 등의 제조방식을 강조한 문구가 2개 확인됨

[표 5.5] 중국 조미김 제품 홍보문구 경쟁력 분석



6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 12개 모두 플라스틱 파우치와 트레이로 제품 포장

중국에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 12개의 포장 형태를 조사한 결과, 12개의 조미 도시락 김 제품 모두 고객사 제품과 마찬가지로 플라스틱 트레이를 활용한 내부 포장과 플라스틱 파우치를 활용한 외부 포장을 동시에 사용하는 포장 형태를 띠고 있음이 확인됨

[표 5.6] 중국 조미김 제품 포장 형태 경쟁력 분석

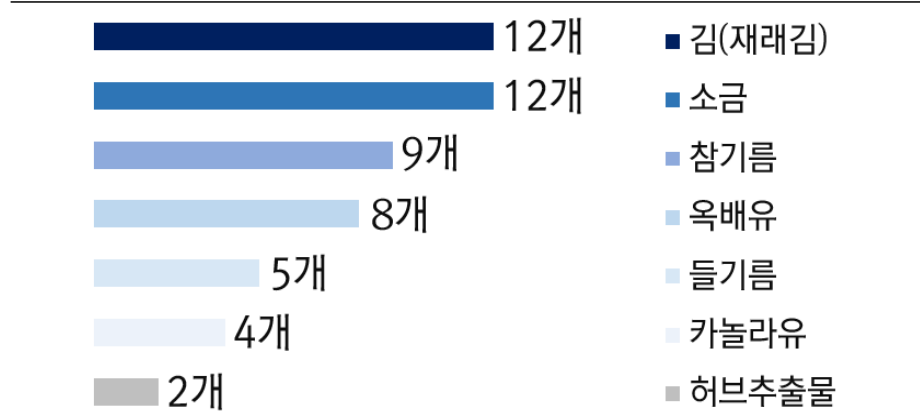


7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품, 김, 소금, 참기름 및 옥배유가 핵심 원료

중국에서 판매 중인 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 12개 제품 모두 김(재래김)과 소금을 함유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에도, 참기름이 함유된 제품 9개, 옥배유가 함유된 제품 8개, 들기름이 함유된 제품 5개, 카놀라유가 함유된 제품 4개가 확인됨

[표 5.7] 중국 조미김 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 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 매장에서 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 타오바오, 징둥, 쉐닝

(*) 오프라인 매장 : 비엘티마트, 우마트, 내고향마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

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

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



2) 벤치마킹 제품 분석

- 원료를 강조한 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 원료의 우수성을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 7개의 제품이 원료의 우수성을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 관련 인터뷰를 진행한 결과, 중국 내 조미김 제품은 주로 아이들 간식으로 사용되기 때문에 제품 원료에 민감한 소비자가 많음을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 원료의 우수성을 강조하는 홍보문구를 사용할 것을 권장함

[표 5.8] 중국 조미김, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 중국에서 조미김 제품은 주로 아이들 간식으로 섭취되기 때문에, 해당 제품을 구매할 때 중국 소비자들은 원료를 최우선으로 고려합니다. 현지 소비자들은 아이들의 건강에 해롭지 않은 기본적인 깔끔한 원료를 선호합니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

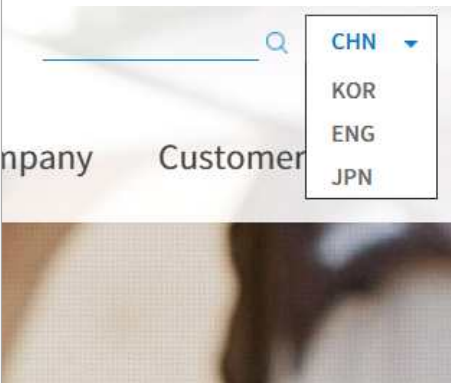
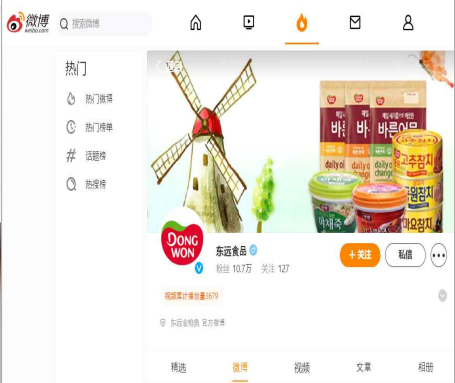
- 현지화된 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 한자어로 표기한 제품 설명 디자인 사용

현지에서 판매 중인 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 포장 디자인을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 9개의 조미김 경쟁제품이 완전히 또는 부분적으로 현지화된 포장 디자인을 사용하고 있음을 확인함. 특히 벤치마킹 제품의 경우, 전체 포장지의 문구만 중국어로 표기한 타 경쟁제품과 달리 개별 제품 포장지의 설명 또한 중국어로 표기하고 있음. 따라서, 고객사도 설명 문구를 한자어로 표기한다면 제품 설명의 가시성 및 효과성을 강화할 수 있을 것임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 조미김 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	회사
	기업 설명	사는 대한민국의 종합식품회사로 김치 및 참치 통조림류, 김, 만두, 육류 가공품, 음료 등 여러 식품 및 음료를 생산하여 이를 국내외로 유통 중이며, 미국, 일본, 중국 등에 해외법인을 두고 있음. 대한민국 대표 가공식품 브랜드로 인지도가 높은 ‘d브랜드’, ‘리챔’ 등을 보유하고 있는 기업임
주요 마케팅 전략	포장 현지화	 현지 소비자들이 선호하는 가벼운 형태의 플라스틱 제품 포장 방식을 사용하고 있으며, 중국 현지어로 가시성 높게 디자인된 외부 포장지를 사용
	홍보 현지화	  4개국에 대하여 국가별로 맞춤화된 홈페이지 인터페이스를 구축 및 운영 현지에서 통용되는 SNS를 개설하여 제품 정보 제공 및 프로모션 진행
	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음
요약	홍보문구	제품의 원산지와 원료의 우수성을 강조

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 타오바오(Taobao) 홈페이지 (world.taobao.com)
3. 징둥(JD) 홈페이지 (global.jd.com)
4. 쑤닝(Suning) 홈페이지 (www.suning.com)
5. 베이징 지방정부(beijing.gov) 홈페이지 (www.beijing.gov.cn)
6. 비엘티마트(BLT Mart) 웨이보 페이지
(weibo.com/207438886?zw=news&sudaref=www.baidu.com&ssl_rnd=1661843205.7843)
7. 우마트(Wu Mart) 홈페이지 (www.wumart.com)
8. 내고향마트(来故乡超市) 샤오홍슈 페이지 (www.xiaohongshu.com/discovery/item/5bff70f7910cf60f3e7c3027)
9. I사 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)
10. H사 홈페이지 (sgkim.co.kr)
11. B사 홈페이지 (www.chungjungone.com)
12. 승원래(盛源来) 타오바오 플래그십 스토어 페이지 (sylsp.world.tmall.com)
13. 랑마오식품전문점(郎茂食品专营店) 타오바오 플래그십 스토어 페이지 (langmaosp.world.tmall.com)
14. 마오청(猫诚) 타오바오 플래그십 스토어 페이지 (maochengsp.world.tmall.com)

