



출처 :

- ① HKTDC, "Tapping into the GBA Fresh Food Market with Signature Products", 2020.06.23. - research.hktcdc.com/en/article/NDYwNjEzMDI2
- ② HKTDC, "Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area", 2019.09.16. - research.hktcdc.com/en/article/MzYzMDE1ODI0
- ③ pure fresh(品珍鲜活) 홈페이지(www.pzfresh.com)
- ④ 징둥닷컴 pure fresh(品珍鲜活) 온라인 상점(mall.jd.com/index-799264.html)
- ⑤ https://www.sohu.com/a/203602618_99960624
- ⑥ https://wempe.app/posts/e74f889f-651a-4784-9d36-40cc21868c83

웨이강아오 대만구의 고급 수입식품 시장 진출 전략



빠르게 성장하는 중국 고급 수입식품 시장

웨이강아오 대만구(粵港澳大灣區, 광둥-홍콩-마카오 지역)는 홍콩과 인접하고 중국 내에서도 소득 수준이 높은 편으로 고급 수입식품 수요가 많은 시장이다. 중국 광둥성 포산(佛山)에 본사를 두고 있는 퓨어 프레시(Pure Fresh, 品珍鲜活)는 광둥성 지역의 대표적인 고급 수입식품 유통업체로 28~45세 중산층 소비자를 대상으로 해산물, 육류, 과일 등을 판매하고 있다. 이밖에도 광둥성 전역에 15개의 오프라인 매장과 타오바오(Taobao.com), 징둥(JD.com), 쑤닝(Suning.com), 위챗(WeChat) 등의 온라인 플랫폼을 연결하는 O2O(온라인-오프라인) 네트워크를 기반으로 하며 '지역 사회의 냉장고' 역할을 수행하고 있다.

가격보다 품질 : 양질의 제품과 서비스 제공

퓨어 프레시의 인기 비결은 믿을 수 있는 품질이다. 수입 신선식품 소비자들은 품질에 가장 큰 가치를 부여하기 때문에 엄격한 품질관리를 위해 무작위로 샘플을 채취하여 맛, 모양, 크기, 포장 등에서 엄격한 게이트키퍼(gatekeeping)를 실시하고 있다. 퓨어 프레시 측은 "높은 삶의 질을 추구하는 사무직 중산자가 주요 고객층이며 고객이 추구하는 양질의 제품과 서비스를 정확하게 제공하는 것이 우리의 핵심 전략이자, 경쟁업체와의 차별점이다. 열악한 품질관리 및 시행착오 비용을 고객에게 전가하는 것이 브랜드 이미지에 더 해롭다. 때문에 엄격하게 공급업체를 선정하고 완벽한 품질관리를 소비자의 신뢰를 얻는 것이 중요하다"라며 가격 상승이 회사의 비즈니스 모델에 해를 끼치지 않는다고 설명했다.

다른 업체와 차별화된 제품

사례 1 고급 신선 식품시장에서 살아남기 위해서는 차별화된 제품이 필수다. 순수 프레시는 '브루나이산 블루새우(Bruni blue shrimp)'를 독점으로 판매해 소비자들을 유인했다. 누구나 알고 쉽게 구할 수 있는 식재료 가 아닌 생소하지만 경쟁력 있는 품목을 발굴,육성하는 것도 소비자의 신뢰를 얻을 수 있 기회다.



▲ 어린이 식품 시리즈



▲ 가시가 제거된 어린이용 대구살



▲ 퓨어 프레스의 대표 제품

퓨어 프레스는 새우 양식부터 가공, 포장까지 전체 과정에 관여하여 품질을 관리한 결과 매장 대표 상품으로 자리매김할 수 있었다.

사례2 중산층 소비자는 대부분 생산활동에 종사하고 있어 이미 손질·세척·절단된 식재료 수요가 높는데 특히 자녀를 위한 소비에는 망설이지 않는 편이다. 퓨어 프레스는 뼈와 가시를 제거한 생선, 소고기 등을 1인용으로 소분하여 진공 패킹한 '어린이 식품 시리즈'를 출시해 자녀에게 균형 잡힌 영양을 제공하고자 하는 부모들을 사로잡았다.

소비자 생활방식 및 소비패턴 파악

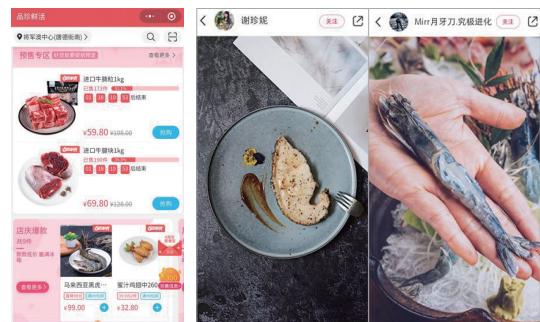
중국은 도시별로 서로 다른 생활방식을 보인다. 예를 들어 광둥성 포산(佛山)은 시간과 금전적 여유가 있는 소비자가 많아 소고기 스테이크의 판매가 활발한 반면, 선전(深圳)은 상대적으로 바쁘게 살아가기 때문에 상대적으로 조리가 간편한 얇게 썬 소고기의 선호가 높다. 소비패턴의 차이는 도시 내에서도 존재한다. 선전의 동화(龙华) 지역은 일자리를 찾아 타지에서 온 소비자들이 많아 중국 식재료의 판매가 많지만 난산(南山)지역은 금융 및 과학 연구분야 종사자의 비율이 높아 서양 식문화와 고급 식재료 수요가 높은 편이므로 퓨어 프레스는 이러한 점을 반영해 지역별로 차별화된 제품을 우선 공급하고 있다.



▲ 지구촌 리포트 80호 홍콩 자료 참고

소셜 미디어를 통한 경험 공유, 타 업계와의 협업 등 다양한 채널 활용

퓨어 프레스의 중요한 마케팅 전략 중 하나는 바로 '소통'이다. 단순히 뉴스를 배포하고 정기적인 할인혜택을 제공하는 등의 일방적인 마케팅이 아니라, 28~45세 여성들이 주로 사용하는 샤오홍슈(小红书)와 같은 SNS 플랫폼을 활용해 제품을 홍보하고 플랫폼을 통해 실시간으로 소비자와 대화한다. 또한 VIP 고객 대상 오프라인 시식행사 등을 개최해 제품 체험기회를 확대하는 한편, 어린이 영어 교육기관과 협업하여 홍보활동을 펼치는 등 쌍방향 소통을 추진하고 있다.



▲ 위챗의 퓨어 프레스상점

샤오홍슈에 공유된 제품 후기

Key Point

중국 광둥성은 고급 수입식품 소비가 많은 지역으로 특히 향후 웨강아오 대만구의 개방과 발전으로 수입식품 시장의 성장이 기대되는 지역이기도 하다. 단순히 수입식품을 선호하던 과거 소비자들과 달리, 최근에는 제품의 품질과 서비스, 스토리 등에 대한 중국 소비자의 관심과 요구사항도 다양해지고 있다. 광둥성 지역의 고급 수입식품 전문매장인 퓨어 프레스(Pure Fresh, 品珍鲜活)의 성공 사례를 참고하여 향후 중국 고급 식품시장에 진출하고자 하는 우리 수출업체들이 제품 선정, 품질 관리, 제품 개발, 진출지역 선정, 마케팅 계획 등 여러 방면에서 철저한 준비가 필요할 것이다.