









2020년 (태국) 해외 안테나숍 운영 최종 결과 보고서









1. 운영개요

- 운영국가(도시) : 태국(방콕)
- 운영장소 : 8개점 * Gourmet Market(5), Tops(3)

점포명	소재지
Gourmet market, Siam paragon	991 Rama I Rd, Khwaeng Pathum Wan, Khet Pathum Wan, Krung Thep Maha Nakhon 10330
Gourmet market, Emporium	622 Sukhumvit Rd, Khwaeng Khlong Tan, Khet Khlong Toei, Krung Thep Maha Nakhon 10110
Gourmet market, Emquater	693 Sukhumvit Rd, Khwaeng Khlong Tan, Khet Khlong Toei, Krung Thep Maha Nakhon 10110
Gourmet market, Bangkae	275 1 Phet Kasem Rd, Khwaeng Bang Khae Nuea, Phasi Charoen, Krung Thep Maha Nakhon 10600
Gourmet market, Bangkapi	3522 Lat Phrao Rd, Khwaeng Khlong Chan, Khet Bang Kapi, Krung Thep Maha Nakhon 10240
Tops Market, Future Rangsit	94 Phahonyothin Rd, Prachathipat, Thanyaburi District, Pathum Thani 12130
Tops Market, Central Bangna	585 CentralPlaza Bangna, B1 floor Bnagna Neu, Bang Na, Bangkok 10260
Tops Market, Central Pinklao	618, 1 Phahonyothin Rd, Samsen Nai, Phaya Thai, Bangkok 10400

• 안테나숍 운영사진

점포명	〈진열〉	〈시식행사〉
Gourmet Market, Siam paragon		
Gourmet Market, Emporium		
Gourmet Market, Emquatier		
Gourmet Market, Bangkae		

점포명	〈진열〉	〈시식행사〉
Gourmet Market, Bangkapi		
Tops Market, Future Rangsit		
Tops Market, Central Bangna		
Tops Market, Central Pinklao		

2. 주요 운영현황

■ K-Fresh Zone 홍보 및 판촉활동 등



(1월) Bangkae 매장 중국설
시식행사



(1월) Emqporium 매장 중국설
선물용 포장제품 판매



(1월) Emquatier 매장 딸기
시식행사



(2월) Bangkapi 매장 시식행사



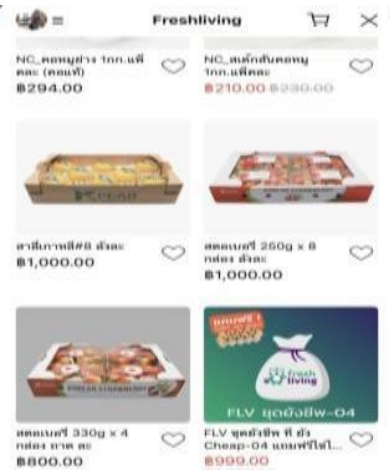
(2월) Bangkae 매장 마켓테스트



(3월) Bangna 매장 시식행사



(3월) Rangsit 매장 시식행사



(4월) Freshliving 온라인몰
K-Fresh Zone 판매품목 입점



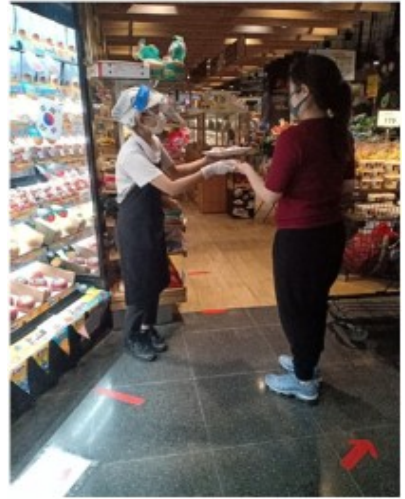
(5월) Paragon 매장 시식행사



(5월) Emquattier매장 시식행사



(5월) Bangkapi 매장 판촉요원



(5월)Rangsit 매장 시식행사



(6월)Emporium 매장 시식행사



(7월) Bangkae 매장 교호 포도 마켓테스트



(7월) Rangsit 매장 2020 Taste of Korea 연계 특별매대 홍보



(8월) Bangkae매장 경품행사



(9월)Thaifex 연계 K-Fresh Zone 홍보 부스 운영



(9월) Rangsit 매장 시식행사



(10월) Bangkae매장 원산지 확인 후 구매 캠페인 전단지 배포 및 시식행사



(10월) 경품행사 진행 (THB1,200 이상 구매 시 증정)



(11월) Korean Winter fruit Fest 행사 사진



(11월) Korean Winter fruit Fest 행사연계 감사패 전달



(12월) K-Food Fair 연계 K-Fresh Zone 홍보

■ 안테나숍 언론보도 등 홍보실적

- K-Fresh Zone 관련기사 국내·현지 언론사 통해 총 58건 기사화함
 - 한국 과일 최대 수출시즌을 맞아 추진한 “Korean Winter Fruit Fest” 행사관련 기사를 국내·현지 주요 언론사에 배포함
 - Thairathth, Thailandtimes, Newsplus 등 현지 42건 보도, 국내 16건 보도

3. 주요 운영성과

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

- 포도(샤인머스켓, 교호, 머루)
 - (샤인머스켓) 태국은 씨가 없고 아삭한 식감의 청포도 종류의 포도에 대한 선호도가 높은 편임. 동일 매장 내 중국산, 일본산, 한국산 샤인머스켓 판매 중이고 일부 맛을 기억하고 찾는 고객들이 많았으나 전년 대비 과육이 작고 당도가 많이 떨어진다는 피드백이 있었음. 3~4곳의 수입업체를 통해 400g, 600g, 900g, 선물용 포장 등으로 다양한 크기의 샤인머스켓 제품 전시하고 판매하였음
 - (교호) 태국 소비자들에게는 익숙하지 않은 품종으로 일부 신맛이 강하고 익숙하지 않은 향이 난다는 반응이 있음. 작년부터 시식행사, 프로모션 등을 병행해오면서 판매가 꾸준히 늘고 있으나 지속적인 홍보가 필요한 품목임
- 복숭아(황도, 백도)
 - 맛에 대해서는 아직까지 현지에서 호불호가 가리는 품목이나 다른 과육과 달리 향이 좋아 관심도는 높음. 시식행사 시 향에 대한 반응이 좋았으며 당도도 적당하다는 반응이었으며 황도보다는 백도에 대한 선호도가 높았으나 쉽게 무르고 표면에 멍든 제품들이 많았음
 - 소포장에 대한 높은 선호도를 반영해 과육을 보호할 수 있는 2개들이 플라스틱 패키징 제품으로 판매하여 반응이 좋았음
- 감말랭이 및 홍시
 - 연간 판매가 가능하여 재구매 고객이 늘고 있어 꾸준한 판매가 이어지는 품목이며 타 신선제품에 비해 저장성이 높은 팩제품의 감말랭이의 경우 온라인을 통한 판매도 꾸준히 일어나고 있음
 - 다만 홍시의 경우 물컹한 식감에 대해 호불호가 많이 나뉘고 있고 갈변화가 심해 감말랭이보다는 선호도가 떨어지는 편임
 - 감말랭이는 쫄깃한 식감과 높은 당도로 판매율이 꾸준한 제품 중 하나로 현재 200g 투명 플라스틱 패키징과 소포장인 63g 패키징으로 판매 중임. 실온에 보관이 가능한 소포장 패키징에 대한 꾸준한 편임. 젊은층보다는 건강에 신경을 쓰는 30~50대 여성을 타깃으로 한 홍보활동 병행 시 성장 가능성이 높은 품목으로 보임
- 단감
 - 과육의 당도가 높고 아삭한 식감이 좋다는 평이 많았고 다른 한국산 과일 대비 가격이 높지 않아 시식 후 구매로 이어지는 경우가 많았음. 특히 일본산 대비 가격경쟁력이 높고 당도가 높다는 평이 많았음

- 상대적으로 다른 과일에 비해 가격이 낮은 편으로 물량이 뒷받침되고 선물용 등 다양한 포장 제품 추가로 제품 다양화가 개선된다면 성장가능성이 아주 높은 품목임
- 딸기(매향, 설향, 금실, 아리향, 킹스베리)
 - 올해 아리향 품목 신규 추가하여 품종을 다양화하여 판매함. 미국산 호주산 대비 새콤달콤한 향이 나며 일본산에 비해 가격경쟁력이 높아 시즌 전부터 판매 시기를 묻는 소비자들도 있었음. 올해 수확시기가 늦어져 전년대비 2주 정도 늦게 수입되었으나 한국 신선 겨울 과일 이벤트를 통해 딸기 시즌을 알리는 등의 홍보 진행하여 이슈몰이함
 - 특히 '19년 하반기 물량부터 적용되는 관세 절하로 수입물량이 늘어나고 있으며, 대형유통매장, 도매상, 온라인을 통해 물량이 확대되고 있음
- 신고배
 - 태국 내 생산은 없으나 시중에 다양한 종류의 배가 판매되고 있어 인지도가 높은 품목이며 이미 한국산 배에 대한 인지도가 있어 작년과 같이 공급 부족하지만 않는다면 수출확대 가능성이 높은 품목임
 - 시식행사 시 맛과 품질이 좋다는 반응이 많고, 다양한 크기 및 가격경쟁력이 높아져 판매에 유리하게 적용하였음. 시중에 중국산이 1/3 가격에 판매되고 있으나 과육은 크나 맛과 당도가 떨어진다는 평이 많았으며, 중국산은 제사용으로 한국산은 자체 소비용으로 구매한다는 고객이 많았음
 - 다만, 일부 한국산으로 둔갑하여 판매하는 중국산 배로 인해 소비자들이 혼란스러워하여 '원산지를 확인하고 구매하세요' 등의 문구를 담은 홍보물을(부채, 전단지, 배너) 제작하여 K-Fresh Zone 방문객에 배포하면서 차별점에 대해 설명하는 등의 홍보활동 병행하였음
- 버섯 6종
 - 코로나 영향으로 인한 항공운임 상승 및 단가 상승으로 전년대비 가격 폭등하여 태국식품박람회 기간 소량 수입하여 시식 행사 진행하고 일부 매장에 판매하였으나 높은 판매가로 인해 판매가 좋지는 않았음
 - 시식 후 쫄깃한 식감으로 맛에 대한 시식평가는 좋았으나 이미 자국산의 다양한 버섯들이 저렴한 가격에 판매되고 있고 중국산, 일본산 등의 경쟁상품이 많다보니 전년대비 3~5배 비싸진 가격이 수입 및 판매에 큰 걸림돌로 적용되어 가격 안정화 후 다시 시장성을 테스트를 해볼 수 있을 것으로 보임

■ 유망품목에 마켓테스트 실시 결과

- K-Fresh zone 운영 동안 총 10회 마켓테스트 실시함
 - * 딸기(아리향, 금실, 설향), 신고배, 블루베리, 반건조감, 포도(교호), 복숭아, 샤인머스켓, 미니애플
- 신규 입점된 품목 위주로 시식행사와 병행한 마켓테스트를 진행함
 - 매장 내 마켓테스트 활동이 제한되어 가능 매장에서 한 달간 진행하였으며, 신규품목 특성상 수입 시기가 짧고 조리가 겸비되어야 하는 버섯 품목의 경우 마켓테스트에서 제외되었음
 - * '20년 신규 4개 품목 중 현지상황 고려하여 2개 품목과 이미 수출되고 있으나 시장성 테스트가 필요한 8개 품목에 대한 마켓테스트 진행하였음
- 이번 마켓테스트를 통해 응답자의 대부분은 한국 과일에 대해 인지하고 관심을 갖고 있으나 딸기, 배, 단감 등 일부 품목에 편중되어있고 일본산과 맛, 포장 등 비교하는 소비자들이 많음을 확인할 수 있었음
- 설문결과 응답자의 대부분은 식감과 맛(당도)에 대해 긍정적인 반응을 보였으나 아직까지는 높은 판매가로 인해 구매가 꺼려진다고 답하였음. 좀더 다양한 종류, 선물용 등의 패키징 품목들을 프로모션과 함께 선보였으면 한다는 답변이 많았음