



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-14
품목 | 고추장(Red Pepper Paste)
HS CODE | 2103.90-1030
국가 | 홍콩(Hong Kong)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 홍콩 테이블 소스 시장규모	06
2. 홍콩 칠리소스 시장규모	07
3. 홍콩 테이블 소스 시장점유율	08
4. 홍콩 고추장 수입규모	09
5. 한국 고추장 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 칠리소스 성분 중 ‘마늘’ 1위, ‘고춧가루’는 6위	13
2. 자국산 제품 대다수, 한국은 4위	14
3. 홍콩 브랜드 ‘관이화지’ 1위, 한국 브랜드 ‘청정원’ 빈출	15
4. 홍보문구 1위 ‘매운’, 품질 관련 키워드 다수 발견	16
5. 홍콩 고추장 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 홍콩 고추장 유통채널 비교	19
2. 홍콩 고추장 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 홍콩 고추장 주요 온라인 유통채널 | 25 |
| 2. 홍콩 고추장 주요 오프라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 홍콩 고추장 통관 및 검역 절차 | 40 |
| 2. 홍콩 고추장 품질 인증 | 41 |
| 3. 홍콩 고추장 라벨링 | 42 |
| 4. 홍콩 고추장 성분 및 유해물질 | 48 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

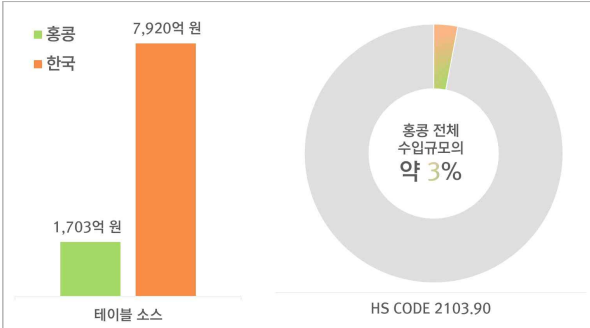
- | | |
|--------------------------------|----|
| Interview ① 지상요우즈스핀(極上優質食品) | 53 |
| Interview ② 신스지에한꾸어스핀(新世界韩国食品) | 55 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 60 |
|--------|----|

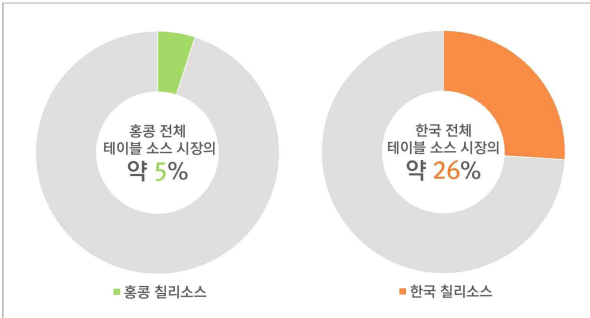
Summary

■ 주요 분석



	홍콩	한국
테이블 소스 시장규모	1,703억 원	7,920억 원
칠리소스 시장규모	84억 원	2,040억 원
수입액		점유율
홍콩 對한국 HS CODE 2103.90 수입 현황	80억 원	3%

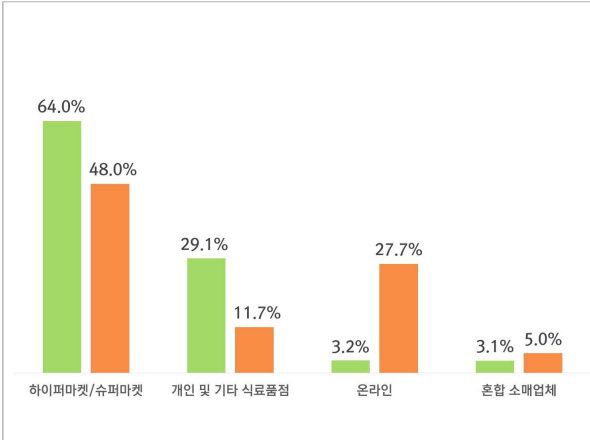
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 홍콩 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 에이에스왓슨그룹 및 데어리팜인터내셔널 홍콩 소비자의 가격 민감도 상승으로 대형 유통업체의 자체상품 수요 증가
편의점	<ul style="list-style-type: none"> 2010년대 이후 꾸준한 상승세를 보이던 편의점 업계 매출액, 코로나19의 영향으로 2020년 기준 2.5% 하락
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19 이후 비대면 구매 및 O2O 서비스 확대로 2020년 홍콩 온라인 식음료 시장 전년 대비 79% 성장

■ 진입장벽

인증/사전등록	홍콩 필수 인증 無. 글로벌 인증 취득 권장
라벨링	영어 또는 중국어 표기 필수. 국민 건강 증진을 위해 소금 및 설탕 함유 식품에 대해 라벨링 권고
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

고추장 수요	<ul style="list-style-type: none"> 홍콩 소비자, 한국 고추장의 매운맛 선호 수입 소스류 중 한국 고추장 수요 높음
유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 고추장은 명인이 만든 제품으로 오프라인 채널로는 프리미엄 마트 추천 홍콩 소비자의 온라인 이용률 높지 않으나, 고추장은 온라인 수요가 있을 것으로 예상
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁제품 대비 프리미엄 이미지가 장점이나, 고객사 제품의 가격은 다소 높은 편 홍콩 시장 현지화 불필요

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 향후 5년(2021-25년)간 홍콩 테이블 소스 및 칠리소스 시장 연평균 4% 성장 전망 홍콩은 수입제한품목을 제외한 식품 수입에 대해 통관 절차가 간소한 편이며, 진입장벽이 낮은 자유 경쟁 시장으로 고객사 제품의 경우에는 품질 경쟁력 강조 필요
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 최근 홍콩 소스 시장, 웰빙 트렌드 부상으로 무방부제 제품 및 유기농 원재료를 사용한 제품 인기 장인의 전통 비법으로 제조되었으며 첨가물을 포함하지 않은 고객사 제품, 홍콩 수출 시 건강하고 신선한 원재료와 전통성 강조하여 프리미엄 제품으로 포지셔닝 가능

II. 시장규모

1. 홍콩 테이블 소스 시장규모
2. 홍콩 칠리소스 시장규모
3. 홍콩 테이블 소스 시장점유율
4. 홍콩 고추장 수입규모
5. 한국 고추장 수출규모

1. 홍콩 테이블 소스 시장규모

● 홍콩 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,106km ²
인구	748만 명
GDP	3,466억 달러
1인당 GDP	4만 6,324달러

▶ 홍콩 테이블 소스 시장규모, 최근 5년 연평균성장률 6%

2020년을 기준으로 홍콩 테이블 소스 시장은 전년 대비 16% 상승한 약 1,703억 원을 기록함. 이는 한국 테이블 소스 시장규모인 약 7,920억 원의 1/5 규모에 해당함

▶ 홍콩 테이블 소스 시장, 향후에도 성장세 유지 전망

한편, 2021년에는 홍콩 테이블 소스 시장규모가 전년 대비 9% 하락할 것으로 보이나, 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 4%을 기록하며 2025년 기준 약 1,800억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨. 홍콩 소스 시장에는 웰빙 트렌드가 떠오르며 무방부제 및 유기농 제품이 인기를 얻고 있음²⁾³⁾

[표 2.1] 홍콩 '테이블 소스' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 홍콩달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 세계은행(Worldbank), 2020

2) 조사시장: 조사제품 '고추장'은 국내산 고추를 사용한 전통 고추장 제품으로, 다른 첨가물 없이 본연의 맛을 보존한 제품임. 이에 제품의 원재료와 용도를 기준으로 '칠리소스' 시장 및 '테이블 소스'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Hong Kong, China Country Report」, 2020.11

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1홍콩달러=150.35원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 홍콩 칠리소스 시장규모

▶ 홍콩 칠리소스 시장규모, 최근 5년 연평균성장률 6% 기록

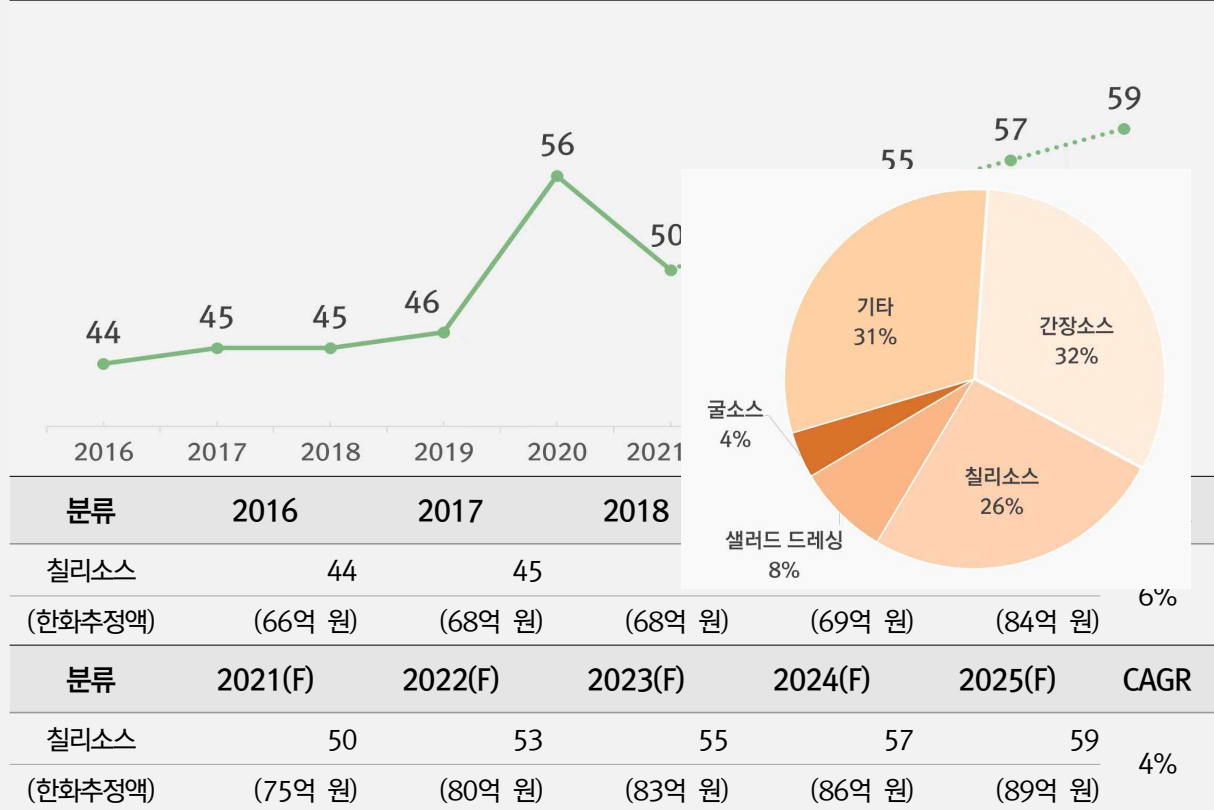
2020년 기준 홍콩 칠리소스 시장규모는 약 84억 원을 기록하여, 약 2,040억 원을 기록한 한국 시장규모의 4% 수준인 것으로 조사됨. 한편, 2020년에는 전년 대비 성장률 22%를 기록하며 이전 4년(2016-19년) 연평균성장률이 1%인 것과 대비하여 높은 성장세를 보임

▶ 홍콩 칠리소스 시장, 향후 지속적인 성장 예상

홍콩 칠리소스 시장규모는 2021년 기준 전년 대비 9% 하락할 것으로 전망됨. 그러나 향후 5년(2021-25년)간 연평균 4%의 성장률을 달성하여, 2025년 기준 약 89억 원의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨⁷⁾

[표 2.2] 홍콩 '칠리소스' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 홍콩달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Hong Kong, China Country Report」, 2020.11

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 홍콩 테이블 소스 시장점유율

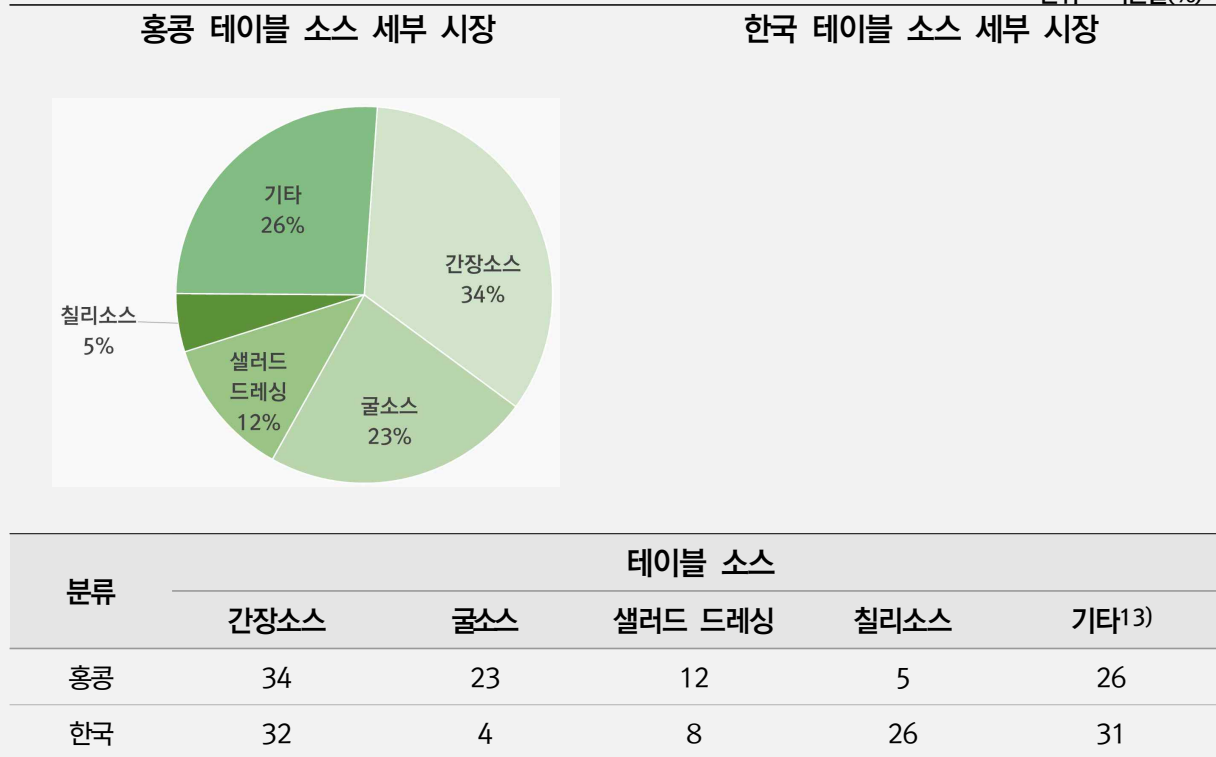
▶ 홍콩 ‘칠리소스’, 테이블 소스 시장 내 점유율 5% 불과

양국의 칠리소스 점유율을 확인하기 위하여 상위 시장인 테이블 소스 시장의 세부 시장을 조사함. 홍콩 테이블 소스(약 1,703억 원)와 한국 테이블 소스(약 7,920억 원)의 세부 시장을 비교하였을 때, 양국 모두 ‘간장소스’가 각각 34%와 32%로 1위를 기록함. 반면, ‘칠리소스’는 각각 5%와 26%를 차지하며 다소 격차가 있는 것으로 보임. 홍콩은 ‘굴소스’가 점유율 23%로 2위를 차지하였으며, 테이블 소스 시장의 세부 구성이 양국의 조리 방식에 따라 다소 상이한 것으로 보임⁹⁾¹⁰⁾

한편, 홍콩에서는 전복과 같은 다양한 해산물을 첨가한 ‘프리미엄 소스’ 열풍이 널리 퍼지고 있는 것으로 나타남. 또한, 한류 열풍으로 홍콩 내 한국 고추장, 불고기 소스 등의 수요가 높아지고 있는 추세임¹¹⁾

[표 2.3] 2020년 홍콩, 한국 ‘테이블 소스’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Hong Kong, China Country Report」, 2020.11

10) 유로모니터상 홍콩 테이블 소스 시장(약 1,703억 원)과 한국 테이블 소스 시장(약 7,920억 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 카티(KATI), 「홍콩은 지금 ‘소스’ 전성시대」, 2018.07

12) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

13) 기타에는 바비큐소스, 피쉬소스, 케첩, 마요네즈, 머스타드 및 기타 소스류가 포함됨

4. 홍콩 고추장 수입규모

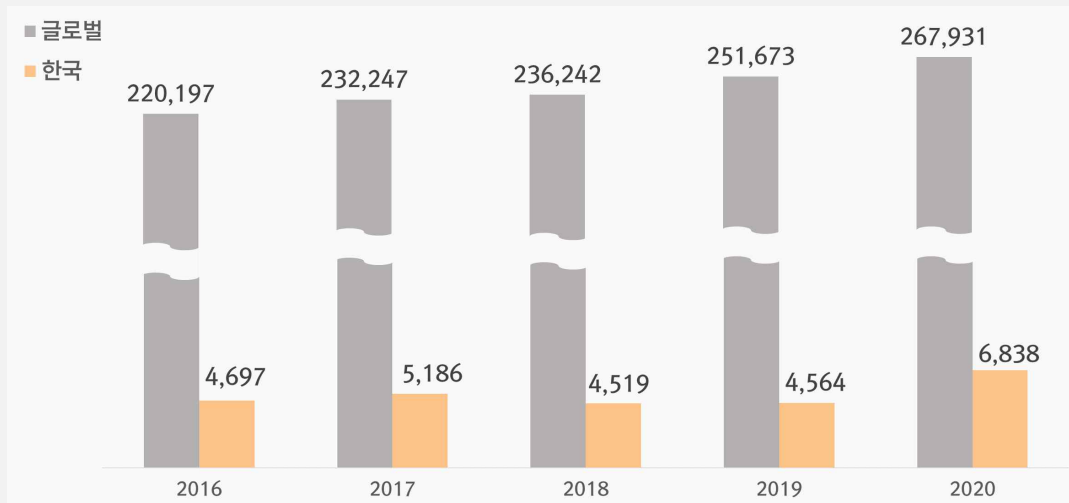
HS CODE 2103.90

조식제품 '고추장'은 소스와 소스용 조식제품, 혼합조식료, 겨자의 고운 가루, 가친 가루와 조제한 겨자로 규정된 제 2103호에 속하며 이에 '가타'에 해당하는 HS CODE 2103.90을 지표로 선정함

- ▶ **홍콩 HS CODE 2103.90 수입액, 최근 5년간 연평균 5% 성장**
2020년 기준 홍콩 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 6% 상승한 약 3,134억 원을 기록함. 해당 HS CODE 품목은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 5% 기록하며 매년 지속적인 성장세를 이어온 것으로 나타남
- ▶ **홍콩 HS CODE 2103.90 對한국 수입액, 최근 연평균성장률 10%**
2020년 기준 홍콩 HS CODE 2103.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 50% 증가한 약 80억 원을 기록함. 이는 글로벌수입액의 3%에 해당하는 수치로 수입액 기준 7위임. 1위 국가는 중국으로, 2020년 기준 약 1,425억 원의 수입액을 기록하며 전체의 45%를 차지함. 뒤이어 일본(약 672억 원, 21%), 태국(약 242억 원, 8%)이 각각 2위, 3위를 차지함

[표 2.4] 홍콩 HS CODE 2103.90 수입규모¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
홍콩 對글로벌 수입액	220,197	232,247	236,242	251,673	267,931	5%
(한화추정액)	(2,575억 원)	(2,716억 원)	(2,763억 원)	(2,944억 원)	(3,134억 원)	
홍콩 對한국 수입액	4,697	5,186	4,519	4,564	6,838	10%
(한화추정액)	(55억 원)	(61억 원)	(53억 원)	(53억 원)	(80억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2103.90 기준

14) 자료: ITC(International Trade Centre)

15) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 고추장 수출규모

HS CODE 2103.90-1030

조사제품 '고추장'에 해당하는 HS CODE 2103.90-1030 (고추장)의 한국 對글로벌, 한국 對홍콩 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2103.90-1030 수출액, 연평균성장률 13%

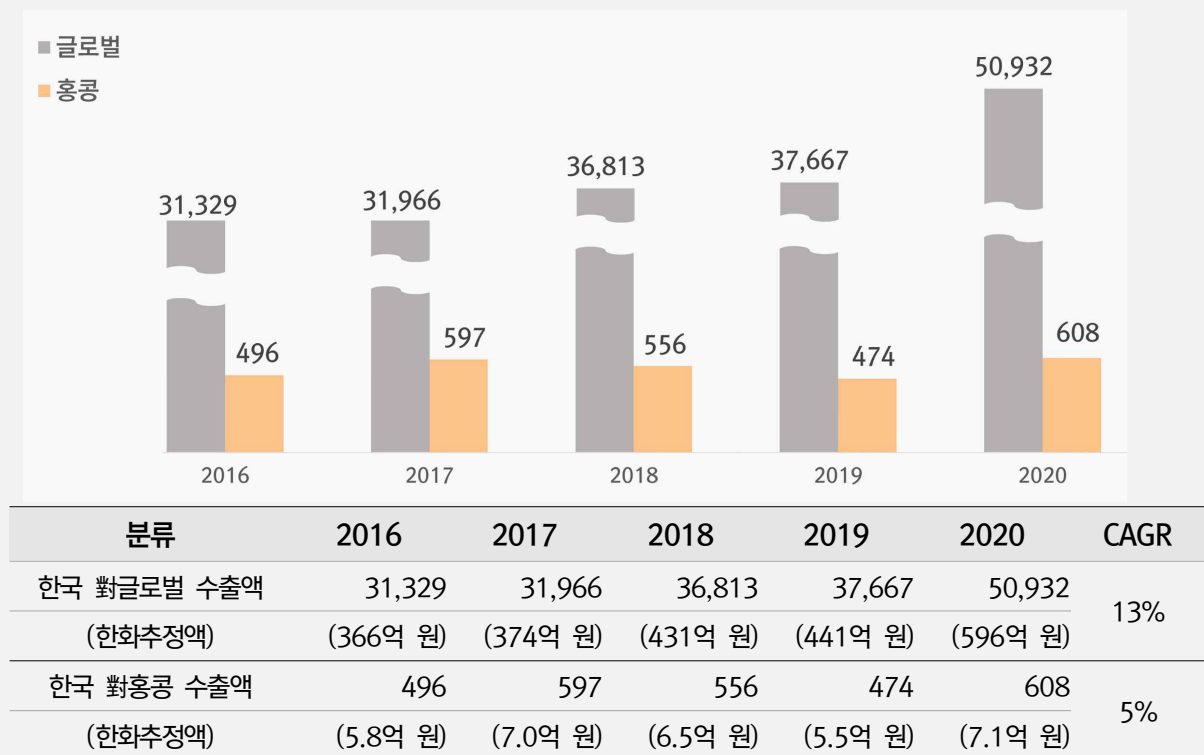
2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-1030 품목 對글로벌 수출액은 전년 대비 35% 상승한 약 596억 원을 기록함. 해당 품목 수출액은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 13%를 기록하며 꾸준한 성장세를 이어온 것으로 보임

▶ 한국 HS CODE 2103.90-1030 對 홍콩 수출액, 전체 점유율 1%

2020년 기준 한국 HS CODE 2103.90-1030 품목 對홍콩 수출액은 전년 대비 28% 상승한 약 7.1억 원을 기록함. 이는 글로벌 수출액 기준 16위에 해당하는 규모임. 점유율 1위 국가는 미국으로, 2020년 약 158억 원의 수출액을 기록하며 전체의 26%를 차지함. 이어서 중국(약 103억 원, 17%), 일본(약 62억 원, 10%)이 각각 2위, 3위를 차지함

[표 2.5] 한국 HS CODE 2103.90-1030 수출규모¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2103.90-1030 기준

17) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 칠리소스 성분 중 '마늘' 1위, '고춧가루'는 6위
2. 자국산 제품 대다수, 한국은 4위
3. 홍콩 브랜드 '관이화지' 1위, 한국 브랜드 '청정원' 빈출
4. 홍보문구 1위 '매운', 품질 관련 키워드 다수 발견
5. 홍콩 고추장 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 홍콩 온라인매장 입점 고추장 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 칠리소스(辣椒醬)
- 데이터 수집량 : 1,042건
- 데이터 수집원 : 홍콩 온라인매장

▶ 홍콩 온라인매장 입점 고추장 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 성분 ② 원산지 ③ 경쟁브랜드 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중문)		빈도	키워드 (국문/중문)		빈도
성분	마늘	大蒜	75	흑후추	黑胡椒	17
	대두	大豆	61	고춧가루	花椒粉	13
	참깨	芝麻	47	유채씨	菜籽	13
	말린 새우	蝦米	27	찹쌀	糯米	6
경쟁브랜드	관이화지	冠益華記	44	신핑지안유	新豐醬油	10
	난도스	Nando's	30	추안와지	川娃子	9
	준지	潤志	24	주오셴지	左顯記	8
	이금기	李錦記	19	주슈아파이	巨樹牌	8
	ABC	ABC	11	이화원	頤和園	8
	청정원	清淨園	10	CJ	CJ	8
원산지	홍콩	香港	200	한국	韩国	60
	대만	台灣	84	말레이시아	馬來西亞	26
	태국	泰國	63	중국(본토)	中國	5
홍보문구	매운	麻辣	204	미식	美食	28
	신선한	新鮮	50	MSG 무첨가	不含味精	19
	고품질	優質	33	프리미엄	特級	17
	채식	素食	28	새콤달콤	酸甜	17

1. 칠리소스 성분 중 ‘마늘’ 1위, ‘고춧가루’는 6위

▶ 칠리소스 성분 중 ‘마늘’, ‘대두’, ‘참깨’ 상위권

- 세 키워드 모두 4위 이하 키워드와 큰 차이로 각각 1, 2, 3위 차지
- 1위 키워드는 ‘마늘’로 준지(潤志)는 볶은 마늘 소스도 출시

▶ ‘고춧가루’ 키워드 13건으로 6위 차지

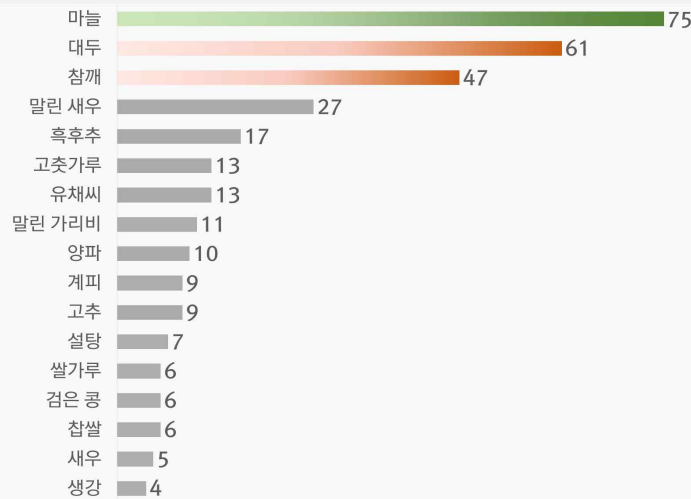
- 제이디(JD), 에이치케이티비(HKTV)에 매운 소스 검색 결과, 고추가 들어간 소스는 고추씨 또는 썰어 넣은 고추가 보이는 묽은 제형 다수

▶ 해산물도 다수 발견

- ‘말린 새우’ 키워드 27건으로 4위, ‘말린 가리비’ 키워드 11건으로 8위
- ‘새우’ 키워드는 5건 발견

1위 마늘		2위 대두		6위 고춧가루	
					
제품명	중간 매운 맛 고기 소스	제품명	말린 가리비 소스	제품명	사천 고추 소스
브랜드	난도스(Nando's)	브랜드	준지(潤志)	브랜드	라오마반미아(老媽拌麵)
패키징	260g (입구가 좁은 유리병)	패키징	180g (입구가 넓은 유리병)	패키징	225g (입구가 넓은 유리병)
원산지	남아공	원산지	중국	원산지	대만
가격	\$89.00(약 6,299원 ¹⁹⁾)	가격	\$57.00(약 8,570원)	가격	\$89.00(약 13,381원)

[표 3.1] 홍콩 판매 칠리소스 성분 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인매장 판매 제품 내 ‘칠리소스’ 관련 게시물 1,042건 분석

19) 1홍콩달러=150.35원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 자국산 제품 대다수, 한국은 4위

▶ ‘홍콩’ 키워드 200건으로 압도적 1위

- 2위인 ‘대만’과 키워드 건수 2배 이상 차이
- ‘중국(본토)’는 5건으로 매우 적음
- ‘홍콩’ 키워드 원문 추적 결과, 원산지가 홍콩임을 홍보하는 제품이 많으며 제목에 ‘100% 홍콩산’ 문구가 포함된 제품 다수 발견

▶ ‘한국’ 키워드 60건으로 빈출 4위

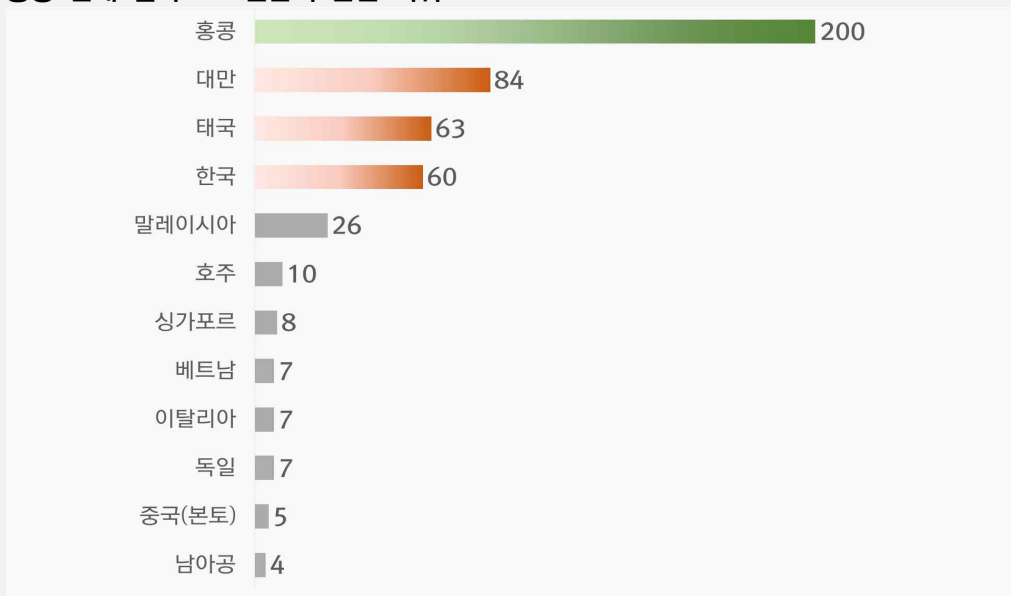
- ‘대만’, ‘태국’에 이어 4위로, 5위 이하 키워드와 큰 차이

▶ 추출된 국가 대부분이 아시아

- 유럽권은 독일과 이탈리아 두 곳이며, 그 외에는 호주와 남아공 발견

1위 홍콩		2위 대만		4위 한국	
					
제품명	해산물 소스	제품명	간장	제품명	태양초 고추장
브랜드	신평지안유(新豐醬油)	브랜드	공연(工研)	브랜드	해찬들(CJ)
패키징	250g (입구가 넓은 유리병)	패키징	220gX2 (입구가 좁은 유리병)	패키징	500g (플라스틱 통)
가격	\$36.00(5,413원)	가격	\$50.00(7,518원)	가격	\$34.90(5,247원)

[표 3.2] 홍콩 판매 칠리소스 원산지 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인매장 판매 제품 내 ‘칠리소스’ 관련 게시글 1,042건 분석

3. 홍콩 브랜드 ‘관이화지’ 1위, 한국 브랜드 ‘청정원’ 빈출

▶ ‘관이화지(冠益華記)’ 최다 빈출

- 키워드 44건, 2위 키워드 대비 약 1.5배로 안정적 1위
- 홍콩 온라인매장 검색 결과, 주로 브랜드의 명성과 역사를 위주로 홍보

▶ 남아공에 위치한 다국적 기업 ‘난도스(Nando’s)’, 빈출 2위

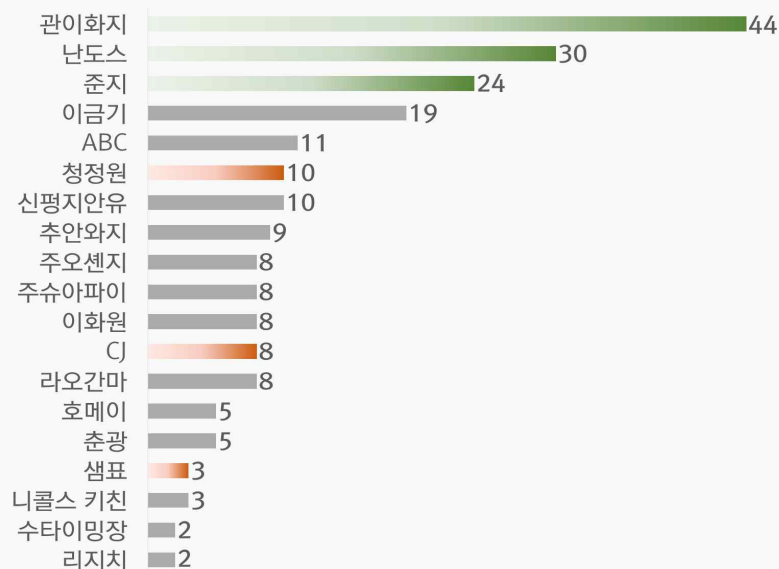
- 소스의 종류도 다양하며 매운맛의 정도도 다양함
- 모두 입구가 좁은 유리병 패키징이며 소스마다 병의 상부 색상이 상이

▶ 한국 브랜드는 청정원, CJ(해찬들), 샘표 3가지 발견

- 초고추장 이외의 제품은 대체로 플라스틱 통에 포장되어 있으며, 퇴직한 고추장은 플라스틱 통에, 묽은 홍콩 소스는 유리병에 포장하는 경향

1위 관이화지		2위 난도스		3위 준지	
					
제품명	매운 칠리소스	제품명	중간 매운 맛 칠리소스	제품명	볶은 마늘 / 새우 칠리 / 사천 매운소스 3종 세트
패키징	114g (입구가 좁은 유리병)	패키징	125gX2 (입구가 좁은 유리병)	패키징	100g+180g+180g (입구가 넓은 유리병)
원산지	홍콩	원산지	남아공	원산지	중국(본토)
가격	\$27.80(4,180원)	가격	\$74.00(11,126원)	가격	\$90.00(13,531원)

[표 3.3] 홍콩 판매 칠리소스 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인매장 판매 제품 내 ‘칠리소스’ 관련 게시물 1,042건 분석

4. 홍보문구 1위 ‘매운’, 품질 관련 키워드 다수 발견

▶ ‘매운’ 키워드 204건으로 압도적 1위

- 2위 키워드와 4배 이상 차이
- 온라인매장 검색 결과, 매우 매운 맛, 보통 맛, 덜 매운 맛 등 매운맛의 정도가 다양하게 구분되어 있음

▶ 품질과 관련된 키워드 다수 발견

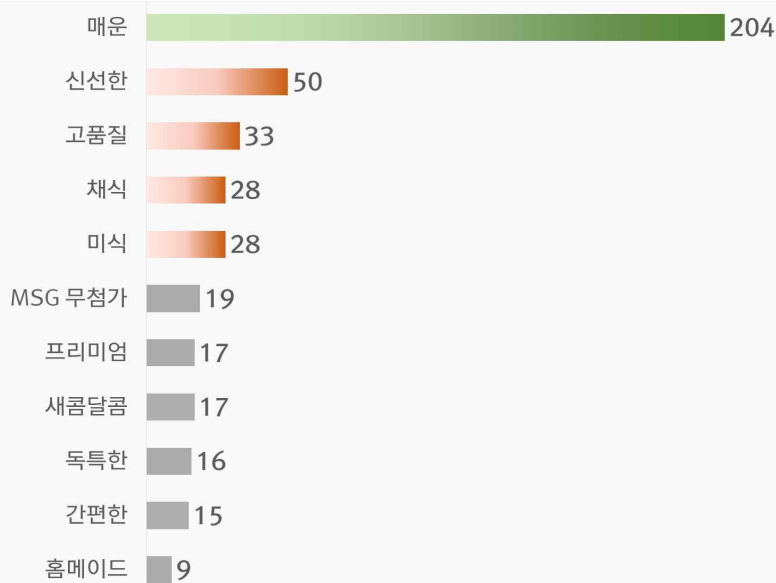
- ‘신선한’ 키워드는 50건으로 2위, ‘고품질’ 3위, ‘프리미엄’ 7위
- 성분 및 맛 관련 키워드, ‘채식’ 28건, ‘미식’ 28건, ‘MSG 무첨가’ 19건

▶ 편리성은 주요 홍보문구가 아닌 것으로 보여

- ‘간편한’ 키워드 15건이나, 후대가 간편해 보이는 포장은 찾기 어려웠음

1위 매운		2위 신선한		6위 MSG 무첨가	
					
제품명	매운 새우 칠리소스	제품명	칠리 오일	제품명	칠리소스
브랜드	호메이(HOMEI)	브랜드	관이화지(冠益華記)	브랜드	주오션지(左顯記)
패키징	180g (입구가 넓은 유리병)	패키징	227g (입구가 좁은 유리병)	패키징	94g (입구가 넓은 유리병)
원산지	말레이시아	원산지	홍콩	원산지	홍콩
가격	\$58.00(8,720원)	가격	\$43.90(6,600원)	가격	\$62.00(9,322원)

[표 3.4] 홍콩 칠리소스 홍보문구 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인매장 판매 제품 내 ‘칠리소스’ 관련 게시물 1,042건 분석

5. 홍콩 고추장 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 고추와 대두가 들어간, 홍콩식 식사에 더하는 채식 소스**
 - 홍보문구 4위 키워드 ‘비건’, 채식주의 또는 비건 소비자에게 어필
 - 홍콩 비건 식단에 더하는 이국적인 소스임을 어필

- ▶ **컨셉 ② _ 한국 고유의 매운맛을 경험할 수 있는 한국 전통 고추장**
 - 태양 아래 잘 말린 한국산 고추를 사용한 점 강조
 - 매운 홍콩 소스와 다른 한국 고유의 매운맛임을 어필

- ▶ **컨셉 ③ _ 메주를 띄우는 시기도 차별화한 명인이 만드는 고추장**
 - 메주를 띄우는 시기도 차별화하는 등 정성이 많이 들어간 점 강조
 - 경쟁브랜드 1위인 관이화지가 브랜드의 명성과 역사를 강조한 점을 참고하여, 7대째 내려오는 비법으로 명인이 직접 만드는 점 어필

성분	원산지	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
대두	홍콩	채식	4건	→ [대두]와 랍쌀로 빻은 메주가루로 만들어 [채식]주의자의 [홍콩] 식단에 이국적으로 더하는 매운 맛 한국산 고추장
(-)	한국	매운	4건	→ 태양 아래 잘 말린 한국산 고추로 만들어 [한국] 고유의 [매운] 맛을 경험할 수 있는 한국 전통 고추장
대두	(-)	고품질	3건	→ [대두]로 빻는 메주를 띄우는 시기도 고려해 7대째 내려오는 비법으로 한국식품 [명인]이 만드는 고추장
설탕	홍콩	(-)	2건	→ [설탕]을 넣지 않고 엿기름으로 단 맛을 내 [홍콩] 매운 소스와 다른 느낌으로 달고 매운 한국 고추장
참쌀	(-)	매운	2건	→ [참쌀]을 넣어 되직하고 적당히 [매워] 비빔밥이나 비빔 국수를 만들어 먹기 좋은 한국산 고추장

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/원산지/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 홍콩 고추장 유통채널 비교
2. 홍콩 고추장 유통채널 특징

1. 홍콩 고추장 유통채널 비교

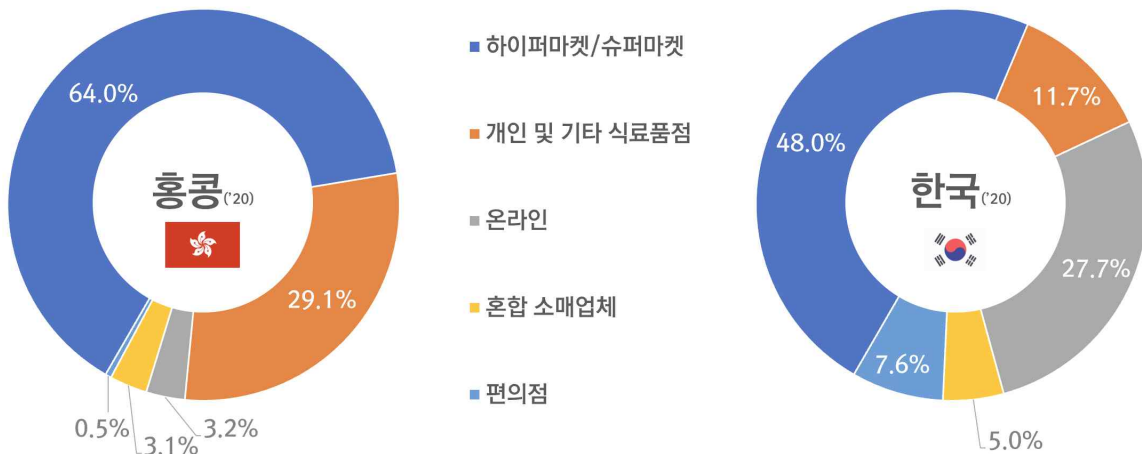
▶ 홍콩 고추장 유통, 전통적 유통채널과 현대적 유통채널 모두 견재

2020년 홍콩의 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율이 64.0%로 가장 높았으며, 한국에서도 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율이 48.0%로 가장 높았음. 다음으로 아시안마트/한인마트를 포괄하는 ‘개인 및 기타 식료품점’이 점유율 2위를 차지했으며, 홍콩(29.1%)이 한국(11.7%)보다 약 17%p 높은 것으로 나타남. ‘혼합 소매업체’의 점유율은 한국이 5.0%, 홍콩이 3.1%로 한국에서 더 높았으며, ‘편의점’ 또한 한국이 7.6%로 홍콩(0.5%) 대비 높은 점유율을 보임

▶ 홍콩 고추장 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 홍콩 ‘소스, 드레싱 및 조미료’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 3.2%로 한국의 27.7% 대비 낮아 아직 홍콩 고추장의 온라인 소비시장은 발전단계인 것으로 보임

[표 4.1] 홍콩 고추장 소매유통채널 점유율



홍콩 및 한국 소매유통채널 점유율²⁰⁾²¹⁾ 비교²²⁾

홍콩	유형	한국
64.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.0%
29.1%	개인 및 기타 식료품점 ²³⁾	11.7%
3.2%	온라인	27.7%
3.1%	혼합 소매업체 ²⁴⁾	5.0%
0.5%	편의점	7.6%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 2020년 기준, 홍콩 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 소매유통채널 점유율임

21) ‘고추장’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함

22) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

23) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

24) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 홍콩 고추장 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 홍콩 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓,

에이에스왓슨그룹 및 데어리팜인터내셔널

홍콩의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업인 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)은 2020년 기준 홍콩 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 668억 2,400만 홍콩달러(약 10조 470억 원²⁵⁾)의 37.4%를 점유했으며, 산하에 파크앤숍(ParknShop) 등 여섯 개 브랜드를 보유함. 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International)은 2020년 전체 매출액의 31.4%를 점유했으며, 산하에 웰컴(Wellcome)을 비롯한 세 개의 브랜드를 두고 있음

▶ 홍콩 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 저렴한 가격으로 소비자 유인²⁶⁾

2020년 대다수 홍콩 소비자들은 기존에 주로 이용하던 채널인 편의점 대신 더 넓고 저렴하며, 다양한 상품을 구매할 수 있는 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 이용함. 특히, 가처분소득이 하락하며 소비자의 가격 민감도가 상승했고, 이로 인해 여러 대형 유통업체의 자체상표 상품 수요가 상승하기 시작함. 데어리팜인터내셔널의 자체상표 라인 메도우즈(Meadows)는 저렴한 가격에 좋은 품질을 지니고 있어 긍정적인 반응을 얻기도 함

[표 4.2] 홍콩 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	에이에스왓슨그룹 (AS Watson Group)	37.4%	파크앤숍(Parknshop), 퓨전(Fusion), 테이스트(TASTE), 인터내셔널(InterNational), 고멧(Gourmet), 그레이트(Great)
2	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	31.4%	웰컴(Wellcome), 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons), 쓰리씩스티(ThreeSixty)
3	이온스토어즈(홍콩) (AEON Stores (Hong Kong))	0.7%	이온 (AEON)
4	씨티슈퍼 (City Super)	0.6%	씨티슈퍼 (City' Super)
5	차이나리소스엔터프라이즈 (China Resources Enterprises)	0.5%	씨알뱅크슈퍼마켓 (CR Vanguard Supermarket)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 1홍콩달러=150.35원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Hong Kong, China Country Report」, 2021.02

27) 홍콩 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

세븐일레븐의 배송 서비스를 제공하는 딜리버루



사진자료: 세븐일레븐

▶ **홍콩 주요 편의점, 데어리팜인터내셔널 및 컨비니언스리테일아시아**

홍콩 주요 편의점 기업 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International)은 2020년 홍콩 편의점 전체 매출액 157억 5,200만 홍콩달러(약 2조 2,939억 원)의 66.7%를 점유했으며 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유함. 컨비니언스리테일아시아(Convenience Retail Asia)는 2020년 전체 매출액의 31.3%를 점유했으며 산하에 써클케이(Circle K) 1개 브랜드를 두고 있음

▶ **홍콩 편의점, 현대적 유통채널 중 높은 영향력 보유²⁸⁾²⁹⁾**

기존 홍콩 소비자들은 회사 등 외부에서 보내는 시간이 많고 생활 리듬이 빨라 접근성이 높은 편의점에서 다양한 간편식을 구매함. 그러나 코로나19 확산 우려로 인해 많은 소비자가 저렴한 가격, 다양한 상품, 넓은 공간 등을 이유로 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로 구매처를 옮김. 이로 인해 2010년대 이후 꾸준히 상승세를 그리던 편의점 업계 매출액이 처음으로 2.5% 하락함. 반면에, 집에서 생활하는 시간이 늘어나며 편의점에서 간편하게 구매할 수 있는 베이커리류나 즉석식품의 매출은 상승함. 2021년에는 2020년 대비 이동 제한이 상대적으로 적을 것으로 예상되며, 편의점 매출 또한 상승하여 이전 수준으로 복귀할 것으로 기대됨

[표 4.3] 홍콩 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유 ^{(20)³⁰⁾}	산하 주요 브랜드
1	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	66.7%	세븐일레븐 (7-Eleven)
2	컨비니언스리테일아시아 (Convenience Retail Asia)	31.3%	써클케이 (Circle K)
3	차이나리소스엔터프라이즈 (China Resources Enterprises)	2.0%	밴고 (VanGo)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Hong Kong, China Country Report」, 2021.02

29) 농식품수출정보(KATI), 「지구촌리포트 66호」, 2018.06

30) 홍콩 편의점 점유율 부문 상위 3개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ **홍콩 주요 아시안마트/한인마트 업체, 신세계마트 및 한인홍**

홍콩의 주요 아시안마트/한인마트 업체로는 신세계마트(New World Mart), 한인홍(韓印紅), 엠마트(M Mart) 등이 있음. 신세계마트는 현재 홍콩과 마카오, 중국 본토에서 매장을 운영하고 있으며, 한식 레스토랑 및 반찬 가게 등과 함께 운영하여 그 형태 또한 다양함. 현재 홍콩에서 운영 중인 신세계마트 매장은 3개로 확인됨. 한인홍(韓印紅)은 현재 홍콩 내 가장 많은 점포 수를 보유한 한인마트로, 편의점 형태의 작은 매장부터 슈퍼마켓 형태의 매장까지 다양한 형태로 운영하고 있음. 이외에도 현지 오프라인 채널을 통해서 한국 식료품이 유통되고 있는 것으로 조사됨

[표 4.4] 홍콩 주요 아시안마트/한인마트 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	신세계마트 (New World Mart)	1995년	3개
2	한인홍 (韓印紅)	2011년	31개
5	엠마트 (M Mart)	2017년	1개

자료: 기업 홈페이지, 구글맵(Google Maps)

4) 온라인

홍콩 식료품 전문 온라인몰
씨도



사진자료: 씨도

▶ **홍콩 주요 온라인 유통채널, 홍콩텔레비전네트워크 및 아마존**

홍콩 주요 온라인 유통채널 홍콩텔레비전네트워크(Hong Kong Television Network)는 2020년 기준 홍콩 온라인 유통채널 전체 매출액 493억 1,500만 홍콩달러(약 7조 4,145억 원)의 11.4%를 점유했으며, 산하에 에이치케이티비몰(HKTVmall) 1개 브랜드를 두고 있음. 아마존(Amazon)의 점유율은 모두 제 3자 판매(3rd Party Merchants)³¹⁾를 통해 형성된 것으로, 2020년 전체 매출액의 6.7%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ **홍콩 식음료 온라인 소비시장의 가파른 성장세³²⁾³³⁾**

초기에는 홍콩의 이커머스 시장이 성장세를 보였으나 현재는 다른 아시아 국가 대비 뒤처지고 있음. 주요 원인에는 뛰어난 오프라인 매장 접근성, 해외직구 발달, 오래 걸리고 비싼 배송 서비스, 비대면 결제 방식에 대한 거부감 및 불편함 등이 있음. 그러나 코로나19로 비대면 구매 및 O2O(온라인-오프라인 연계) 서비스가 확대되었고, 기존의 불편했던 배송 방식이 개선되며 온라인 식음료 시장은 전년 대비 79% 증가함. 홍콩 소비자들은 가격에 민감해 브랜드나 제품 충성도가 낮으며 프로모션 기간에 주로 소비한다는 특징이 있음. 또한, 홍콩은 오프라인 매장이 잘 구축되어 있고 주거 공간이 협소하여 소비자들이 조금씩 자주 식료품을 구매함

[표 4.5] 홍콩 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³⁴⁾	산하 주요 브랜드
1	홍콩텔레비전네트워크 (Hong Kong Television Network)	11.4%	에이치케이티비몰 (HKTVmall)
2	아마존 (Amazon)	6.7%	아마존 (Amazon)
3	잘로라(HK) (Zalora (HK))	2.2%	잘로라 (Zalora)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

31) 제 3자 판매(3rd Party Merchants): 온라인 채널의 입점 셀러가 직접 물류센터 관리 및 배송과 판매를 책임지는 판매 형태

32) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Hong Kong, China Country Report」, 2021.02


33) 한국농수산물유통공사(at), 「홍콩 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07

34) 홍콩 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 홍콩 고추장 주요 온라인 유통채널
2. 홍콩 고추장 주요 오프라인 유통채널

1. 홍콩 고추장 주요 온라인 유통채널 ① 에이치케이티비몰

기업 기본 정보	기업명	에이치케이티비몰(HKTVmall)		
	홈페이지	www.hktvmall.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	405만 회	
		앱다운로드수('20)	1만 회	
매출('20)		28억 7,788만	홍콩달러(약 4,327억 원 ³⁵⁾)	
운영방식	온라인마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	칭징위안(清淨園), CJ해찬들(CJ Haechandle)	
		해외 판매	해외판매 불가	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	기간 한정 특가, 일정 금액 이상 구매 시 할인 코드 제공, 연간 구매 금액에 따른 차등 회원제 운영, 적립금 지급 등 다양한 프로모션 상시 진행 중			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 Merchants Recruitment (商店加盟, 상점가맹) 클릭 - 회원가입 후 New Merchant 등록 및 제출 - 홈페이지 등록 정보 및 제출 서류 홍콩 사업자 등록증 공급자 정보 (기업명, 국적, 주소, 프로필, 이메일, 담당자 연락처 등) 공급 제품 정보 (제품 사진 및 정보, 광둥어 및 영어 소개, 가격 및 최소 주문 수량 조건 등) <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 등록 페이지에서 신청을 통해 HKTVmall의 컨설팅을 받을 수 있음 - 연회비는 1만 8,000 홍콩달러이며 수수료는 18~28% (품목에 따라 상이함) 문의사항 연락처 (Business Partnership 부서) <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: dp.ftv@hktv.com.hk - 전화번호: +852-3145-6888 		

자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall), 에이치케이티비(HKTV), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall)

35) 1홍콩달러=150.35원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. O2O 서비스
홍콩 내 약 100여 개의 O2O매장과 90여 곳의 e-locker을 운영하여 간편하게 셀프 픽업 가능

2. 할인상품
당일 특가 상품과 할인 상품들을 제공하며 브랜드별로 확인 가능

3. 인기상품계재
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

4. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공

5. 빠른 배송
HKTVMall의 물류센터를 통한 신속하고 정확한 배송 서비스를 제공할 뿐만 아니라 1시간 이내 배송 가능한 HKTVMall Express 서비스 론칭

홈페이지 첫 화면에 할인 품목 관련 정보 제공
식료품 외에 전자제품, 화장품, 보험 등 다양한 카테고리의 상품 취급

온라인몰 UI ②

HKTVMall - 제품 구매 페이지

‘고추장’ 제품 검색 결과

‘고추장’ 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 원산지, 가격별로 세분화 분류 가능 제공

‘고추장’ 제품 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall)
사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고추장	칭징위안 (淸淨園)	한귀라자오장 (韓國辣椒醬)	한국	19.99홍콩달러 (약 3,005원)	200g	
2	고추장	CJ해찬들 (CJ Haechandle)	라자오장 (辣椒醬)	한국	34.8홍콩달러 (약 5,232원)	500g	
3	고추장	샘표 (Sempio)	우푸즈한귀라자오장 (無麩質韓國辣椒醬)	한국	28홍콩달러 (약 4,209원)	250g	
4	고추장	진미 (Jinmi)	칭메이라자오장자팅장 (青梅辣椒醬家庭裝)	한국	220홍콩달러 (약 3만 3,077원)	4.5kg	
5	고추장	진미 (Jinmi)	우푸즈라자오장 (無麩質辣椒醬)	한국	85홍콩달러 (약 1만 2,779원)	320g * 2개입	
6	고추장	CJ해찬들 (CJ Haechandle)	궁탕차오뉴러우라자오장 (宮廷炒牛肉辣椒醬)	한국	29홍콩달러 (약 4,360원)	200g	
7	고추장	샘표 (Sempio)	반판용라자오장 (拌飯用辣椒醬)	한국	31.5홍콩달러 (약 4,736원)	320g	

자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall)

사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall)

36) 조사일(2021.12.03.) 기준 에이치케이티비몰(HKTVMall) 고추장 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 빅빅숍

기업 기본 정보	기업명	빅빅숍(Big Big Shop)		
	홈페이지	www.bigbigshop.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	20만 회	
		앱다운로드수(*20)	1만 회	
매출(*20)		5,300만 홍콩달러(약 80억 원)		
	운영방식	온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	신평장유(新豐醬油), 해표(Haepyo)
		해외 판매	해외판매 불가
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	<p>시즌별 특가, 품목 및 브랜드별 할인, 멤버십 적립금 지급 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹 주소에서 입점 관련 정보 확인 (www.page.bigbigshop.com/merchant-center) - 등록 시 구비자료 예시 <ol style="list-style-type: none"> ① 유효한 홍콩 사업자 등록증 사본 ② 판매 브랜드 관련 자료 (이름 / 상표 / 인증서 / 참고자료 등) ③ 도매 인증서 및 구매증명 인증서 - 제출된 신청서를 바탕으로 심사 통과한 경우 입점 절차 진행 - 소요기간은 1-2주 - 위탁 판매 형태로 운영됨 - 수수료는 대략 20-30% (품목에 따라 상이하하며 협의 가능) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: ecommerce@bigbigchannel.com.hk
-------------	---------------------	--

자료: 빅빅숍(Big Big Shop), TVB(Television Broadcast Limited), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 빅빅숍(Big Big Shop)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. O2O 서비스
Circle K 편의점과 픽업 매장 파트너십을 체결하여 온라인으로 주문한 상품 픽업 가능

2. 할인 상품
당일 특가 상품과 할인 상품들을 제공하며 브랜드별로 확인 가능

3. 인기 상품 게재
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

4. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

5. VIP 회원제도
누적구매액에 따라 회원등급이 승급, VIP회원 달성 가능. VIP회원은 할인과 적립 등 다양한 혜택 제공 받음

홈페이지 첫 화면에 현재 인기 검색 키워드 제공

온라인몰 UI ②

Big Big Shop - 제품 구매 페이지

'고추장' 제품 검색 결과

'고추장' 제품 관련 검색결과 노출
배송방법, 원산지, 가격별로 세분화 분류 기능 제공

'고추장' 제품 구매 페이지
할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 빅빅숍(Big Big Shop)

사진 자료: 빅빅숍(Big Big Shop)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁷⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고추장	해표 (Haepyo)	한귀찬통홍라자오장 (韓國傳統紅辣椒醬)	한국	32홍콩달러 (약 4,811원)	200g	
2	고추장	CJ해찬들 (CJ Haechandle)	한귀찬통홍라장 (韓式傳統辣醬)	한국	34홍콩달러 (약 5,111원)	500g	
3	칠리소스	신평장유 (新豐醬油)	라자오장 (辣椒醬)	홍콩	68홍콩달러 (약 1만 223원)	560g	
4	칠리소스	상강위안웨이다오 (香港原味道)	사웨이간베이라자오장 (蝦味干貝辣椒醬)	홍콩	118홍콩달러 (약 1만 7,741원)	190g	
5	칠리소스	쥐수파이 (巨樹牌)	라자오장 (辣椒醬)	홍콩	50홍콩달러 (약 7,517원)	227g * 2개입	
6	칠리소스	메이지 (美極)	상싼라자오장 (香蒜辣椒醬)	스위스	20홍콩달러 (약 3,007원)	305g	
7	칠리소스	난도스 (Nando's)	상싼라자오장 (香蒜辣椒醬)	영국	28홍콩달러 (약 4,209원)	125ml	

자료: 빅빅숍(Big Big Shop)

사진 자료: 빅빅숍(Big Big Shop)

37) 조사일(2021.12.03.) 기준 빅빅숍(Big Big Shop) 고추장 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 홍콩 고추장 주요 오프라인 유통채널 ① 웰컴

기업 기본 정보	기업명	웰컴(Wellcome)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.wellcome.com.hk			
	위치	홍콩(Hong Kong)			
	규모	매출액('20)	약 282억 달러(약 32조 9,827억 원 ³⁸⁾) ³⁹⁾		
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 직원 수('20): 약 8,700명 매장 수('20): 약 280개 			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1945년 설립된 홍콩에서 가장 오래된 슈퍼마켓 브랜드임 저렴한 가격과 다양한 상품군, 많은 매장수로 브랜드 점유율 1위를 차지함 1998년 자체상표 브랜드 퍼스트초이스(First Chocie) 설립 데이터팜인터내셔널의 또 다른 브랜드인 마켓플레이스바이제이션의 모바일 어플을 통해 쇼핑 가능함 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	40-60대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	08:00~23:00		
	주소	Basement (Bank I), Hung Hom Comm. Centre, 37-39 Ma Tau Wai Road, Hung Hom, Kowloon		
	상권	거주 지역 근처에 위치함. 타 매장보다 크기가 크고 취급하는 상품이 다양함		
	VMD	취급 브랜드	청정원, 이금기(李錦記)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: wdservice@dairy-farm.com.hk - 전화 : +852-2299-1133
----------	---------------	---

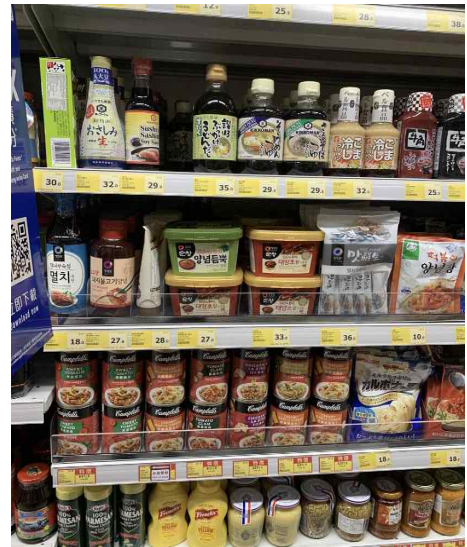
자료: 웰컴(Wellcome), 데이터팜인터내셔널(Dairy Farm International)

사진 자료: 웰컴(Wellcome) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



웰컴 현지 매장에서는 고추장을 기타 한국식 소스 및 일본을 비롯한 해외 소스와 함께 진열함. 판매 중인 한국 소스는 모두 청정원 제품이며, 멸치액젓, 소불고기 양념장, 떡볶이 양념장 등이 있고, 쌈장과 고추장도 진열되어 있음

자료: 웰컴(Wellcome) 현지매장 방문조사

사진 자료: 웰컴(Wellcome) 현지매장 방문조사

38) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

39) 데어리폼인터내셔널의 2020년 글로벌 매출액임



입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ⁴⁰⁾	용량	이미지
1	고추장	청정원	태양초찰고추장	한국	33.00홍콩달러 (약 4,962원)	500g	
2	고추기름	이금기 (李錦記)	차오저우라자오유 (潮州辣椒油)	홍콩	16.90홍콩달러 (약 2,541원)	205g	
3	핫소스	매킬러니 (Mc.ilhenny)	타바스코페퍼소스 (Tabasco pepper sauce)	미국	39.90홍콩달러 (약 5,999원)	150ml	
4	핫소스	위협 (和合)	휘산라자오장 (火山辣椒醬)	홍콩	15.90홍콩달러 (약 2,391원)	235g	
5	핫소스	후이펑스핀공스 (匯豐食品公司)	스라차상텐라자오창 (是拉差香甜辣椒醬) *스리라차 소스	미국	20.00홍콩달러 (약 3,007원)	9oz	
6	고추장	통진 (同珍)	라자오장 (辣椒醬)	홍콩	12.90홍콩달러 (약 1,940원)	330g	
7	고추장	관이화지 (冠益華記)	라자오장 (辣椒醬)	홍콩	18.80홍콩달러 (약 2,827원)	4oz	

자료: 웰컴(Wellcome) 현지매장 방문조사

사진 자료: 웰컴(Wellcome) 현지매장 방문조사

40) 1홍콩달러=150.35원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 파크앤숍




기업 기본 정보	기업명	파크앤숍(ParknShop)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.parknshop.com		
	위치	홍콩(Hong Kong)		
	규모	매출액(*20)	4,038억 4,600만 달러(약 60조 7,182억 원) ⁴¹⁾	
	기타 규모	• 매장 수(*21): 약 260개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 설립되었으며, 에이에스왓슨그룹은 파크앤숍 이외에도 퓨전, 테이스트 등 다양한 슈퍼마켓 브랜드를 운영함 • 2000년 홍콩 최초 식품 안전 연구소 설립 • 에이에스왓슨그룹의 설립자 카싱리가 2020년 홍콩 국민들의 건강을 위해 1,010만 홍콩달러를 기부하며 브랜드 이미지 상승 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 음료류, 건강보조식품, 의류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 제품, 식품 안전성 및 품질 보증 중시 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - AS 왓슨 그룹 홈페이지 상단 Suppliers&Partners 클릭 - Becoming AS Watson Suppliers 클릭 후 등록 절차 확인 - APPLY HERE! 클릭 후 Supplier Self Registration 등록 (www.aswmarket.com/ngp48/loginprocess) - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 주소, 담당자, 전화번호 및 이메일, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) • 문의사항 연락처 (홍콩 A.S Watson Retail Buying Office) <ul style="list-style-type: none"> • - 전화: +852-2606-8833 • - 팩스: +852-2690-2836 		

자료: 파크앤숍(ParknShop), 씨케이허치슨(CK Hutchison)

사진 자료: 파크앤숍(ParknShop), 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group), 월스트리트저널(WSJ)

41) 모회사인 에이에스왓슨그룹이 속한 씨케이허치슨의 2020년 글로벌 매출액임

③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.7-eleven.com.hk			
	위치	홍콩(Hong Kong)			
	규모	매출액('20)	약 282억 달러(약 32조 9,827억 원) ⁴²⁾		
		기타 규모	• 매장 수('20): 963개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 내 최대 편의점 체인으로, 홍콩과 마카오에서는 현지 대형 유통기업인 데어리팜인터내셔널의 자회사로 운영됨 • 중국계 택배 업체 SF Express와 제휴하여 매장에 무인 택배함 설치 • 데어리팜인터내셔널 자회사에서 사용 가능한 유리워즈클럽(Yuu Rewards Club) 멤버십 제도 운영 중 • 배달 업체 딜리버루(Deliveroo)를 통해 배달 서비스 제공 중 				
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류, 완구류, 청결용품 등			
	선호제품	• 가격 경쟁력이 있는 제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - Contact Us 카테고리에서 Business Cooperation 선택 - 홈페이지 가입 정보 (이메일 주소, 전화번호, 문의내용 등) • 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: uhavesay@7-eleven.com.hk 			

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

42) 데어리팜인터내셔널의 2020년 글로벌 매출액임

④ 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	circlek.hk		
	위치	홍콩(Hong Kong)		
	규모	매출액('20)	28억 7,900만 홍콩달러(약 4,329억 원) ⁴³⁾	
	기타 규모	• 매장 수('20): 340개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 스낵류와 면류, 덮밥류 등의 즉석식품을 위주로 판매하며 신선식품도 일부 구비되어 있음. 세븐일레븐보다 즉석식품 판매에 더 집중하는 편임 • 현지 배달 서비스인 판다마트(Pandamart)를 통해 배달 서비스 제공 중 • 푸드엑스포 등 다양한 행사의 티켓팅 서비스 제공 • 자체 멤버십 프로그램인 오케이스탬프잇(OK Stamp It) 운영 중 • 중국계 택배 업체 SF Express와 제휴하여 매장에 무인 택배함 설치 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 즉석식품, 냉동식품, 베이커리류, 면류, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류, 생활용품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 즉석식품, 가격 경쟁력이 있는 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: customerservice@ckhk.com - 전화번호: +852-2991-6337 		

자료: 씨클케이(Circle K), 스탯스타(Statista), 컨비니언스리테일아시아(Convenience Retail Asia)

사진 자료: 씨클케이(Circle K), 농식품수출정보(KATI), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

43) 컨비니언스리테일아시아의 2020년 매출액임


⑤ 신세계마트



기업 기본 정보	기업명	신세계마트(New World Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.coreanmart.com	
	위치	홍콩(Hong Kong)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩에서 가장 오래된 한인마트로, 1995년 설립됨 • 식료품 전문 매장인 신세계마트, 한식 레스토랑인 오테이스트(O'taste), 한국 반찬을 판매하는 반찬(BANCHAN) 등을 함께 운영함 • 약 200여 개의 식당, 항공사, 호텔에 제품 공급 • 온라인 쇼핑몰 운영 중이며 페이스북 페이지를 통해 활발히 프로모션 진행 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 육류, 소스류, 음료류, 곡물류, 주류, 면류, 생활용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 공급업체 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: newworldtradingpublic@gmail.com / eshop@korean.com.hk - 전화번호: +852-2311-3783 - 상담 가능 시간: 10:00~22:00 	

자료: 신세계마트(New World Mart)

사진 자료: 신세계마트(New World Mart), 신세계마트(New World Mart) 페이스북 페이지

⑥ 한인홍

기업 기본 정보	기업명	한인홍(韓印紅)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.hanyinhong.co.kr	
	위치	홍콩(Hong Kong)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 31개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 설립되었으며 현재 홍콩 내에서 가장 많은 점포 수를 지닌 한인마트 업체임 • 편의점 형태의 작은 매장에서부터 슈퍼마켓 형태의 대형 매장까지 다양한 형태로 운영 중 • 한국 현지 슈퍼마켓 수준으로 다양한 물품을 취급하며, 일례로 현재 온·오프라인 채널을 통해 꽃게장이나 새우장, 한국산 신선 딸기를 판매 중 • 온라인 쇼핑몰 운영 중 	

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 반찬류, 스낵류, 면류, 육류, 생선류, 인삼, 주류 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 식품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 및 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 좌측 하단 ‘聯絡我們’ 또는 ‘Message’ 클릭하여 정보 기입 후 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +852-2703-0168
-------------	---------------------	--

자료: 한인홍(韓印紅)

사진 자료: 한인홍(韓印紅), 홍콩수요저널(WJ)

VI. 진입장벽

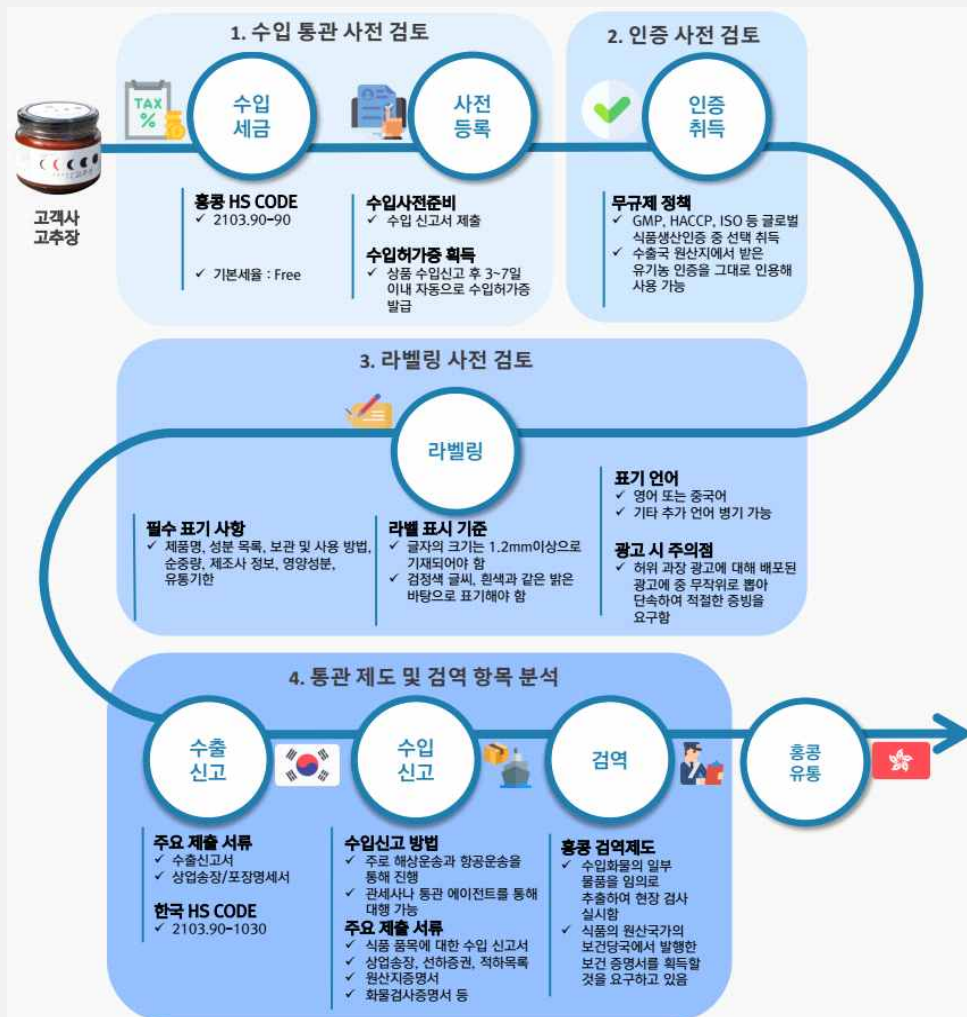
1. 홍콩 고추장 통관 및 검역 절차
2. 홍콩 고추장 품질 인증
3. 홍콩 고추장 라벨링
4. 홍콩 고추장 성분 및 유해물질

1. 홍콩 고추장 통관 및 검역 절차⁴⁴⁾

▶ 홍콩 고추장 수출 시, 수입 허가 사전 심의 필요

홍콩 공업무역부(Trade and Industry Department)에서 홍콩의 무역에 대한 관리 및 정책 시행을 주관하고 있으며 일부 수입 규제 품목에 대한 허가 발급을 책임지고 있음. 수입제한품목을 제외한 일반 식품 수입에 대해 자유방임적 정책을 펼치고 있어 수출입 통관 절차가 간소한 편임. 주류 및 담배를 제외한 식품의 관세는 없으며, 모든 식품류는 위생 검역을 받을 가능성이 있음. 수입 화물 적하목록의 경우, 물품이 항구에 도착한 날로부터 14일 이내에 제출해야 하며 수출입 적하목록 고지 규정(Import and Export Manifests Notice) 60C에서 자세하게 규정하고 있음

[표 6.1] 홍콩 고추장 통관 검역 절차



자료: 관세청, 홍콩 공업무역부(Trade and Industry Department), KATI농식품수출정보 홈페이지

44) 본 보고서에서 제공되는 정보는 국가 상황에 따라 변동될 수 있으니 최신 내용을 확인하시기 바랍니다.

2. 홍콩 고추장 품질 인증

▶ 홍콩 고추장, 필수 취득 인증 無

홍콩에서는 식품 안전관리 정책 및 식품 관련 입법 시행에 대하여 식품 및 환경 위생과(Food and Environmental Hygiene Department)가 담당하고 있음. 홍콩은 자유무역항으로, 기본적으로 무규제 정책을 운영하고 있어 필수로 받아야 하는 식품 인증은 없음. 다만, 국민의 건강, 안전, 환경보호 등과 관련이 있는 일부 품목에 대해 국제무역협정의 조례를 따르고 있음. 따라서 식품 생산 안전 인증에 관련된 글로벌 인증을 갖추고 있는 것을 권장함. 또한, 홍콩 내 유기농 인증 선호로 유기농 인증을 받는 것을 권장하며, 수출국 원산지에서 받은 유기농 인증을 그대로 활용할 수 있음

[표 6.2] 홍콩 고추장 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
유기가공식품 인증	식품 생산 안전 인증	한국 내 유기가공식품인증	국립농산물품질관리원	
유기농 인증 (Organic Certification Seals)	식품 생산 안전 인증	홍콩 유기농 인증	홍콩 유기농식품협회	

자료: 각 인증기관

3. 홍콩 고추장 라벨링

[표 6.3] 홍콩 고추장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 명칭은 읽기 쉽도록 표시되어야 함 • 상표명이 식품의 특성과 관련하여 오해의 소지가 있는 경우 해당 이름 뒤에 ‘상표(牌子)’ 또는 ‘TM(商標)’의 문자 높이가 3mm 이상으로 표시해야 함 • 관습적으로 사용되었던 전통적 이름은 당국에서 금지하지 않는 한 사용이 가능함
	2. 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> • ‘성분(配料)’, ‘구성(成分組合)’, ‘내용물(內含)’과 같은 단어를 사용하여 적절한 제목을 붙인 후 성분의 목록을 읽기 쉽도록 표시해야 함 • 식품 전체 부피의 5% 미만을 구성하는 물을 제외하고 제품의 모든 성분을 중량 내림차순으로 표기해야 함 • 식품의 특정 성분이 성분 목록에 중량 백분율 또는 식제 양에 대한 선언이 이루어지지 않은 이상 특별히 강조할 수 없음 • 알레르겐 물질이 포함된 경우 성분 목록에 ‘재료명(알레르기 유발 성분)’으로 표시해야 함 • 식품의 식품첨가물은 기능의 부류와 함께 특정 이름이나 INS(International Numbering System for Food Additive) ID번호 또는 ‘E’ + INS ID 번호 성분을 기능 등급별로 나열해야 함
	3. 보관 및 사용 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의 보관을 위해 특별한 조건이 필요한 경우, 그 조건에 대한 설명을 식품에 읽기 쉽게 표시해야 함
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 내용물의 수치나 순중량, 순부피를 명확하게 표시해야 함 • 순중량과 순부피는 국제 단위계에 따라 표시해야 함
	5. 제조사 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체 또는 포장업체의 등록된 이름 및 전체 주소를 읽기 쉽도록 표시해야 함

출처: 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety)

[표 6.3] 홍콩 고추장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 영양성분	<ul style="list-style-type: none"> • 칼로리와 주요 7대 영양소인 단백질, 탄수화물, 지방, 포화지방산, 트랜스지방산, 염분, 당류의 함유량을 표시해야 하며 그 외의 요소는 자발적 기재 가능함 • 식품의 라벨이나 광고에 영양 강조표시가 있는 영양소의 함량을 표시해야 함 • 탄수화물이 식이섬유가 포함되어 있지 않은 함유량이라면, 식이섬유 함유량도 반드시 별도로 표시해야 함 • 영양성분표는 영어 또는 중국어로 표기할 수 있으나 함유량은 아라비아 숫자로 표시해야 함 • 소비자를 현혹할 수 있는 ‘고섬유질’, ‘낮은 콜레스테롤’, ‘저지방’ 과 같은 영양소와 관련된 표현은 식품의 유형에 따라 사용할 수 있는 기준이 규정되어 있음 • 규정에 맞게 라벨에 표시된 성분 목록이나 영양소 및 함유량은 언급 가능함 • 영양성분은 표로 만든 형태로 제품의 눈에 잘 띄는 위치에 제공되어야 하며 표면적이 200cm²인 경우 선형으로 표시 가능
	7. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 읽기 쉽게 표시되거나 적절한 내구성 표시가 있는 라벨이 부착되어야 함 • 유통기한(best before, 此日期前最佳) 단어 뒤에 날짜를 아라비아 숫자 또는 중국어, 영어로 표시해야 함 • 식품이 적절하게 보관된 경우 식품의 특성이 유지되는 합리적 날짜를 표시해야 함 • 유통기한은 라벨링이 아닌 다른 위치에 표기할 수 있으며, 이 경우에는 라벨 상 유통기한 이 명시된 위치를 기술해야 함
	8. 소금 및 설탕 라벨링에 대한 권고안	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩이 소금 및 설탕 줄이기 위원회, 홍콩 식품환경위생과와 식품안전센터는 국민의 건강 증진을 위해 소금, 설탕이 함유된 포장 식품에 대해 라벨링을 권고하고 있으며 의무 사항은 아님 • 저염, 무염, 저당 및 무당의 정의에 해당하는 식품은 식품안전센터에서 직접 신청하여 라벨을 부착할 수 있음

출처: 출처: 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety)

[표 6.3] 홍콩 고추장 라벨링

라벨
필수 표시
사항 및 기준

9. 라벨 표시 기준

- 언어는 영어 또는 중국어로 표기되어야 함
- 식품 표기 및 라벨링에 영문, 중문이 함께 사용되었을 경우, 성분 목록 또한 영문, 중문으로 표기
- 당국에서 특정한 사안에 대해 요구하지 않는 이상, 제조국가의 국가적인 또는 전통적인 음식이거나 타 국가에서 생산되지 않는 경우 원산지 국가의 언어로 표기할 수 있음
- 일반적으로 글자의 크기는 최소 1.2mm 이상으로 제작되어야 하며 중국어의 경우 눈에 띄는 크기로 제작할 것을 권장함
- 영어의 글자 크기는 최소 0.8mm 이상, 중국어의 글자 크기는 1.8mm 이상으로 표시할 수 있음
- 라벨은 검정색 글씨, 투명하지 않은 밝은 바탕으로 적절한 대비를 이루어야 함
- 라벨의 배경에 패턴이나 어두운 바탕은 사용할 수 없으며 흰 바탕에 밝은색의 글자로 표시해서는 안 됨
- 라벨링은 한국 수출업체에서 부착하거나 수입 업체에서 수입한 상품을 현지에서 스티커를 이용해 부착 가능함
- 대규모 수출업체의 경우 필요한 라벨링을 포함한 수출용 포장용지를 별도로 제작해 수출할 수 있음
- 홍콩 관세청은 자국민 소비자 보호를 위해 제품설명 관련 법안(Trade Deion Ordinance)를 규정해 허위 과장 광고에 대한 단속을 진행하고 있음
- 광고 게재 시 단속하기보다는 광고 배포 이후 무작위로 뽑아 단속하며 적절한 증빙을 제시하지 못할 경우, 위법으로 단속되어 광고 회수, 벌금 조치 등의 제재를 당할 수 있음

출처: 출처: 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety)

▶ 홍콩 고추장 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[윗면 라벨링]
<p>[앞면 - 영문 및 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 청정원 Classic 순창 ② 100% 태양초 찰고추장 ③ 대한민국 대표 고추장 항아리 발효속성 ④ KOREAN GOCHUJANG (RED PEPPER PASTE) ⑤ GOLD ⑥ 500g (1,050 kcal) 	<p>[뒷면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 청정원 Classic 순창 ② 100% 태양초 찰고추장 ③ 대한민국 대표 고추장 항아리 발효속성 ④ 한국 고추장 (고추장) ⑤ 골드 ⑥ 500g (1,050 kcal) 	<p>[앞면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 청정원 Classic 순창 ② 100% 태양초 찰고추장 ③ 대한민국 대표 고추장 항아리 발효속성 ④ 한국 고추장 (고추장) ⑤ 골드 ⑥ 500g (1,050 kcal)
<p>[뒷면 - 중문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 產品名稱：清淨園韓國辣椒醬 ② 成分： <ul style="list-style-type: none"> - 玉米糖漿 - 混合紅辣椒調味料 (紅辣椒粉末, 海鹽, 大蒜, 洋蔥, 水) - 糙米 - 水 - 發酵大豆醬 (大豆, 烤大豆粉末, 鹽, 麥芽種籽, 水) - 低聚異麥芽糖 - 海鹽 - 紅辣椒粉末 - 烈酒 - 糯糙米粉 	<p>[뒷면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 제품명：청정원 고추장 ② 성분： <ul style="list-style-type: none"> - 옥수수시럽 - 홍고추 조미료 (홍고추가루, 해염, 마늘, 양파, 물) - 현미 - 물 - 발효대두장 (대두, 구운 콩가루, 소금, 맥아씨, 물) - 올리고추조미료 - 해염 - 홍고춧가루 - 주정 - 찰현미분말 	

- 加工酵母提取物粉末 (增味劑 (621), 酵母提取物, 糊精)
- 麥芽種籽
- 此產品含有大豆, 含有麩質的穀類及其製品.

- ③ 淨重量 : 500g/克
- ④ 原產地 : 韓國
- ⑤ 保存方法 : 存放在陰涼, 乾爽地方
- ⑥ 此日期前最 : 如包裝所示 (年-月-日)
- ⑦ 營養資料

	每 100克
能量	21千卡
蛋白質	3.9克
總脂肪	0.9克
- 飽和脂肪	0.2克
- 反式脂肪	0克
碳水化合物	47.1克
糖	22.8克
膽固醇	0毫克
鈉	2,445毫克

- 가공효소추출물 분말 (증미제 (621), 효모추출물, 포름)
- 맥아씨
- 본 제품은 콩, 글루텐이 함유된 곡류 및 그 제품을 함유하고 있습니다.

- ③ 순중량 : 500g
- ④ 원산지 : 한국
- ⑤ 보관방법 : 서늘하고 건조한 곳에 보관
- ⑥ 유통기한 : 포장에 표시된 바와 같이 (년-월-일)
- ⑦ 영양성분

	100g 당
열량	21Kcal
단백질	3.9g
총 지방	0.9g
- 포화 지방	0.2g
- 트랜스 지방	0.0g
탄수화물	47.1g
설탕	22.8g
콜레스테롤	0.0mg
나트륨	2,445.0mg

[뒷면 - 영문 및 중문]

- ① Product Name : Chung Jung One Hot Pepper Paste
- ② Ingredients :
 - Corn Syrup,
 - Mixed Red Pepper Seasoning (Red Pepper Power, Sea Salt, Garlic, Onion, Water)
 - Brown Rice
 - Water
 - Fermented Soyabean Paste (Soyabean, Roasted Soyabean Powder, Salt, Seed Malt, Water)
 - Isomaltooligosaccharide
 - Sea Salt
 - Red Pepper Power
 - Spirit
 - Glutinous Brown Rice Flour

[뒷면 - 국문]

- ① 제품명 : 청정원 고추장
- ② 성분 :
 - 옥수수시럽
 - 홍고추 조미료 (홍고추가루, 해염, 마늘, 양파, 물)
 - 현미
 - 물
 - 발효대두장 (대두, 구운 콩가루, 소금, 맥아씨, 물)
 - 올리고추조미료
 - 해염
 - 홍고춧가루
 - 주정
 - 찰현미분말

- Processed Yeast Exact Power (Flavor Enhancer(621), Yeast Extract, Dextrin)
- Seed Malt.
- This product contains Soyabean,Cereals Containing Gluten and their products.

③ 製造商 :
Daesang Corporation
(Sunchang Plant)
203-7,Ganam-Ri,Sunchang-Eup,Su
nchang-Goon, JeollaBook-Do,
South Korea

④ 進口商 :
Kofoo Enterprise (Asia) Co.,Ltd.
Tel: (852)2307-6618

⑤ Best Before :
Shown On Package(Y-M-D)

⑥ Nutririon Information

	Per 100g
Energy	21Kcal
Protein	3.9g
Total fat	0.9g
- Saturated Fat	0.2g
- Trans Fat	0.0g
Carbohydrates	47.1g
Sugars	22.8g
Cholesterol	0.0mg
Sodium	2,445.0mg

- 가공효소추출물 분말 (증미제 (621), 효모추출물, 포름)

- 맥아씨
- 본 제품은 콩, 글루텐이 함유된 곡류 및 그 제품을 함유하고 있습니다.

③ 제조업체 :
대상 주식회사
(순창 공장)
203-7,가남리 순창읍, 순창군,
전라북도, 대한민국

④ 수입업체 :
코푸 기업 (아시아)
전화: (852)2307-6618

⑤ 유통기한 :
포장에 표시된 바와 같이 (년-월-일)

⑥ 영양성분

	100g 당
열량	21Kcal
단백질	3.9g
총 지방	0.9g
- 포화 지방	0.2g
- 트랜스 지방	0.0g
탄수화물	47.1g
설탕	22.8g
콜레스테롤	0.0mg
나트륨	2,445.0mg

4. 홍콩 고추장 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

홍콩은 식품첨가물에 대해 식품 및 환경 위생과(Food and Environmental Hygiene Department)와 식품안전센터(Centre for Food Safety)에서 규정 및 관리하고 있음. 규정되지 않은 식품첨가물의 경우 식품안전센터에 문의해야 하며, 식품첨가물은 라벨링 규정에 따라 정확한 이름과 기능 등급을 표시하여 소비자에게 정확한 정보를 전달해야 함. 하기 표는 고추장류에 해당하는 식품첨가물 목록의 일부이며, 전체 목록은 KATI 농식품수출정보 홈페이지나 홍콩 식품안전센터 식품법규에서 확인 가능함

[표 6.4] 고추장류에 적용되는 홍콩 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	알리탐	Alitame	GMP에 따라	고추장류
2	아나토	Annatto		
3	아스파탐	Aspartame		
4	캐러멜	Caramel		
5	카모이신 (아조루빈)	Carmoisine (azorubine)		
6	커큐민	Curcumin		
7	에리트로신(bs)	Erythrosine(bs)		
8	수크랄로스	Sucralose		
9	타우마틴	Thaumatococin		
10	식물성 탄소	Vegetable carbon		

출처: 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

홍콩으로 식품을 수출하기 위해서는 식품 및 환경 위생과(Food and Environmental Hygiene Department)와 식품안전센터(Centre for Food Safety)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 준수해야 함. 하기 표는 고추장류에 적용되는 홍콩 유해물질 기준의 일부임. 유해물질 규정 및 식품 기준은 홍콩 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.5] 고춧가루류, 향신료가공품류에 적용되는 홍콩 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	아플라톡신	Aflatoxin ⁴⁵⁾	15µg/kg	고추장류
2	멜라민	Melamine	2.5mg/kg	
3	클로람페니콜	Chloramphenicol	불검출	
4	클렌부테롤	Clenbuterol		
5	아보파르신	Avoparcin		
6	살부타몰	Salbutamol		

출처: 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety), KATI농식품수출정보

45) bisfuranocoumarin화합물, aflatoxin b1, b2, g1, g2, m1, m2, p1 및 aflatoxicol 포함

▶ 알레르겐

홍콩 식품 및 의약품 구성 표시 규정에 따라 특정 알레르기를 유발한다고 알려진 7가지 물질과 10ppm 이상의 농도의 아황산염이 식품에 포함된 경우에는 그 사실을 제품 라벨에 반드시 표기해야 함. 또한, 알레르겐 물질은 성분 목록에서 규정된 이름으로 명시되어야 함. 알레르겐이 식품의 성분으로 사용되지 않았으나 알레르겐 함유 제품과 공유되는 생산 라인 또는 지정된 알레르겐을 취급하는 공장에서 생산되는 경우에는 해당 사실을 알리는 경고 문구를 성분 목록의 끝 또는 바로 가까이에 표시해야 함. 홍콩 알레르겐 물질과 고객사 고추장의 성분을 분석한 결과 고객사 제품에는 반드시 표기해야 하는 알레르겐 성분이 포함되지 않은 것으로 확인됨

[표 6.6] 홍콩 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 고추장 포함 여부
1	의무	글루텐을 함유한 곡물	-
2	의무	갑각류	-
3	의무	계란	-
4	의무	생선	-
5	의무	땅콩 및 대두	-
6	의무	유제품(유당 포함)	-
7	의무	견과류	-
8	의무	아황산염	-

출처: 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 지상요우즈스핀(極上優質食品)

Interview ② 신스지에한꾸어스핀(新世界韩国食品)

홍콩(Hong Kong)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

· 유통업체 ○

지상요우즈스핀
(極上優質食品)

신스지에한꾸어스핀
(新世界韩国食品)

업체 ▶

유통업체

유통업체

취급 ▶



고추장



고추장

사진 자료: 지상요우즈스핀, 신스지에한꾸어스핀 제품 판매 페이지

홍콩(Hong Kong)

유통업체 인터뷰 요약

고객사	홍콩 내 고추장 수요	고객사 제품 피드백	추천 유통채널
<p>지상요우즈스핀 (極上優質食品)</p> <p>-----</p> <p>유통업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 고추장의 매운맛 인기 • 한국식 바비큐나 치킨 양념에 사용 • 한류의 영향으로 고추장 수요 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객사 제품 가격 높은 편 • 유리 패키징이 프리미엄 이미지를 줌 • 맛에 대한 현지화 불필요 • 유통기한 1년 이상 필수 	<ul style="list-style-type: none"> • 프리미엄 마트로 유통 추천 • 젊은 층이나 중간·고소득층을 타깃 소비자로 설정
<p>신스지에한꾸어스핀 (新世界韩国食品)</p> <p>-----</p> <p>유통업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 된장, 고추장 인기 • 고추장 수요 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객사 제품 가격 높은 편 • 고급스러운 프리미엄 이미지 • 홍보 시, 전통성 및 화학 성분 무첨가를 강조 • 맛, 포장, 용량에 대한 현지화 필요 없음 	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 플랫폼 유통 추천 • 주부를 타깃 소비자로 설정

(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체 인터뷰 2개사

Interview ① 지상요우즈스핀(極上優質食品)

46)

지상요우즈스핀
(極上優質食品)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년에 설립된 홍콩의 식품 유통업체
 - 냉동육류, 냉동해산물, 소스/조미료, 간편식품, 스낵류 등 다양한 제품 취급
 - 홍콩 홍합에서 매장 운영
 - 자사 온라인 사이트 통한 판매 진행

담당자 정보

Shop Manager

지상요우즈스핀(極上優質食品)
Shop Manager

Q. 홍콩 소비자들이 선호하는 소스는 무엇인가요?

홍콩 소비자들은 주로 홍콩 국내산 제품 또는 중국산 소스류를 사용합니다. 수입 소스류 중에서는 한국과 일본 제품이 인기 있습니다. 한국 소스의 경우, 한국 고추장의 매운맛이 소비자들에게 인기 있으며, 한국식 바비큐나 치킨을 먹을 때 고추장을 사용하고 있습니다.

Q. 홍콩 내 한국산 고추장의 수요 및 인지도는 어떤가요?

앞서 말한 것과 같이, 홍콩 소비자들은 한국 고추장의 매운맛을 좋아하며 수입 소스류 중에서도 한국 고추장의 수요는 높은 편입니다. 한류의 영향으로 드라마나 영화에 나온 한국 음식에 대한 인기가 높아지면서 고추장의 수요도 상승했습니다.

Q. 현재 취급하고 있는 고추장 중 인기 있는 제품은 무엇인가요?

가장 인지도가 높은 한국 고추장 브랜드는 청정원입니다. 해당 제품은 500g 용량에 35홍콩달러(한화 약 5,260원⁴⁷⁾)에 판매되고 있으며, 제품의 품질도 좋고 브랜드 인지도가 높습니다. 또한, 수입 소스류 제품 중에서도 가격이 저렴한 편입니다.

Q. 고객사 제품의 가격은 홍콩에서 판매되기에 적절한가요?

홍콩에서 판매되기에 고객사 제품의 가격은 상당히 높습니다. 고객사 제품의 FOB 가격은 62.29홍콩달러(한화 약 9,370원)인데, 저희 업체에서 판매하고 있는 한국산 소스류의 가격은 대부분 30홍콩달러(한화 약 4,510원) 이하입니다. 해당 가격이 FOB 라는 점을 고려할 때, 실제 소매가는 더 높아질 것이므로 홍콩 시장에서 해당 가격으로 판매가 어려울 것이라 생각합니다.

46) 사진자료: 지상요우즈스핀(極上優質食品) 홈페이지

47) 1홍콩달러=150.35원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품의 패키징은 어떤가요?

고객사 제품의 유리 패키징은 고급스러운 프리미엄 제품의 이미지도 있고, 건강한 느낌을 준다는 점이 좋습니다. 프리미엄 제품을 선호하는 고객들에게 인기 있을 것으로 예상되며, 이 부분이 다른 경쟁 제품과 차별화되는 부분입니다.

Q. 명인이 만든 고객사 제품 유통 시 추천하는 홍콩 유통채널은 무엇인가요?

오프라인으로는 프리미엄 마트 유통을 추천합니다. 홍콩에는 대형 프리미엄 쇼핑센터인 시티슈퍼(City Super)가 있는데, 다양한 국가의 수입 제품을 판매하고 있는데, 주로 경제력이 높은 소비자들이 시티슈퍼(City Super)를 찾고 있습니다. 온라인 플랫폼의 경우에는 HKTV몰(HKTV Mall)을 주로 사용하지만, 홍콩에서는 온라인 플랫폼의 이용률이 낮은 편입니다.

Q. 홍콩으로 고객사 제품 수출 시, 어떤 소비층을 타겟으로 하는 것이 좋을까요?

새로운 시도를 좋아하는 젊은 층이나 경제력이 있는 중간·고소득층을 타겟으로 하는 것을 추천합니다. 추가로, 저희 오프라인 매장의 주요 소비자는 주변에 거주하는 주민들이며 직장인들은 회사 주변의 마트에서 구매하는 경우가 많습니다.

Q. 홍콩 시장에 알맞게 고객사 제품을 현지화할 필요성이 있나요?

홍콩 현지 소비자들의 입맛에 맞추어 제품의 맛을 바꿀 필요는 없습니다. 한국 고추장만의 특성을 유지하는 것이 좋습니다. 다만, 홍콩 수입 시 유통기한이 중요한데, 홍콩 수입업체는 유통기한을 고려하여 수입량을 결정하기 때문에 최소한 1년 이상이어야 합니다. 또한, 가격이 과도하게 높으면 소비자들의 구매 욕구가 떨어지므로 가격은 유사 제품의 두 배를 넘지 않아야 합니다. 시장 진입 초기에는 낮은 가격으로 시장 점유율을 높이는 것도 좋은 방법입니다.

Interview ② 신스지에한꾸어스핀(新世界韩国食品)

48)

신스지에한꾸어스핀
(新世界韩国食品)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1995년에 설립된 한인마트
 - 즉석식품, 냉동식품, 반찬, 김치, 라면, 음료류, 스낵류 등 판매
 - 홍콩 침사추이에서 매장 운영
 - 자사 온라인 사이트 통한 판매 진행

담당자 정보

Shop Manager

신스지에한꾸어스핀(新世界韩国食品)
Shop Manager

Q. 홍콩에서 한국 전통의 장류가 인기 있나요?

홍콩 소비자들은 한국 전통 된장과 고추장을 좋아합니다. 일반적으로 바비큐나 채소볶음 요리를 먹을 때 사용하고 있습니다. 홍콩 소비자들이 매운 소스를 좋아한다고는 쉽게 일반화 할 수는 없지만, 홍콩에 거주하고 있는 한국인들은 매운 소스를 매우 선호합니다.

Q. 홍콩 내 한국산 고추장의 수요 및 인지도는 어떤가요?

홍콩 내 한국 고추장 제품의 수요는 높은 편입니다. 저희 업체의 경우, 한국 고추장에 대한 소비자 의견이나 문의가 거의 없는 편이지만 고추장 제품은 꾸준히 잘 판매되고 있습니다.

Q. 현재 취급하고 있는 고추장 중, 인기 있는 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서는 청정원과 CJ 제품의 판매량이 가장 높습니다. 500g 용량의 청정원 제품은 40홍콩달러(한화 약 6,010원), CJ의 제품은 39홍콩달러(한화 약 5,860원)에 판매하고 있습니다. 두 브랜드가 인기 있는 이유는 브랜드 인지도가 높기 때문인 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 말씀해주세요.

고객사 제품의 장점은 홍콩 시중에 판매되고 있는 다른 고추장 제품보다 고급스러운 프리미엄 이미지를 가지고 있다는 것입니다. 한국 고추장만의 전통성을 강조하고, 화학 성분을 첨가하지 않았다는 점을 중점으로 홍보하는 것이 좋습니다. 다만, 가격이 높은 편이므로 판매 전략을 적절히 세워야 할 것으로 보입니다.

Q. 명인이 만든 고객사 제품 유통 시 추천하는 홍콩 유통채널과 타깃 소비층은 무엇인가요?

고객사 고추장 유통에는 홍콩의 온라인 플랫폼을 추천합니다. 한국 고추장의 경우, 온라인에서 수요가 더 높을 것으로 예상되며, 온라인을 통한 제품 소개 및 홍보를 함께 진행한다면 더욱 효과적일 것입니다. 또한, 소스류는 주로 가정에서 요리하는 주부 소비자들이 구매하는 편이기 때문에 이들을 타깃으로 설정하는 것이 좋습니다.

Q. 홍콩 시장에 알맞게 고객사 제품을 현지화할 필요성이 있나요?

고객사 제품은 맛, 포장, 용량 등에 대한 현지화가 필요하지 않다고 생각합니다. 한국 고추장이라는 제품 특징을 그대로 살려서 제품 홍보 시 ‘한국 전통 양념’이라는 점을 강조하는 것이 좋을 것으로 보입니다.

VIII. 시사점

시장수요

홍콩 테이블 소스 시장, 연평균 4% 성장 전망



2020년 홍콩 테이블 소스의 시장규모는 약 1,703억 원으로, 한국 시장(약 7,920억 원)의 약 20% 규모이며 향후 5년(2021-25년)간 연평균 4% 성장할 것으로 예상됨. 홍콩의 소스 시장에는 웰빙 트렌드가 부상하여 무방부제 제품 및 유기농 원재료를 사용한 제품이 인기를 얻고 있음. 또한, 최근에는 가정에서 요리하는 빈도가 증가하며 새로운 제품에 대한 소비자의 관심과 시도가 늘어남

현지 수입유통업체에 따르면, 홍콩 소비자들은 주로 홍콩 또는 중국 소스류 제품을 사용하나, 수입산 소스류 중에서는 한국 및 일본 제품이 인기 있다고 전함. 특히, 한국 고추장은 그 매운맛으로 인기가 많으며 홍콩에서 수요도 높은 편인 것으로 확인됨. 또한, 고추장을 구매하는 홍콩 소비자들은 주로 한국식 바비큐나 치킨 요리, 채소 요리 등에 고추장을 사용하는 것으로 보임. 홍콩 내 고추장에 대한 수요 및 인지도는 매운맛과 한류의 영향 등으로 높은 편이며, 고추장은 홍콩에서 꾸준히 잘 판매되는 품목인 것으로 확인됨

소비 특징



홍콩 온라인 칠리소스 홍보문구 키워드

홍콩 온라인 쇼핑물에 판매되는 칠리소스의 홍보문구 분석 결과, 칠리소스의 보편적인 특징 중 하나인 '매운' 키워드가 204건으로 1위를 차지함. '채식'과 'MSG 무첨가' 키워드는 각각 4위와 6위를 차지하며 홍콩 소비자들 사이에서 '건강'이 하나의 트렌드임을 유추할 수 있음. '고품질'과 '프리미엄'도 홍보문구 키워드 상위권에 등장하여, 칠리소스 구매 시 제품의 품질 또한 주요 고려요인라는 것을 확인함. 따라서 명인의 비법이 담긴 전통이 있는 고객사 고추장 제품을 홍콩 시장에서 프리미엄 제품으로 포지셔닝 할 수 있음. 현지 수입유통업체는 고객사 제품은 홍콩 시장에서 판매 중인 경쟁제품 대비 고급스러운 프리미엄 이미지가 강하며 가격대 또한 프리미엄 제품으로 판매되기에 적합하다고 전함. 또한, 프리미엄 제품으로 포지셔닝 하는 경우에는 젊은 소비자 또는 중간·고소득층을 타겟으로 하는 것을 추천함

원산지 관련 키워드는 '홍콩'이 1위를 차지하였으며, 현지 수입유통업체 또한 홍콩 소비자들은 주로 홍콩 또는 중국의 소스류 제품을 사용한다고 언급함. 경쟁브랜드 분석 결과로는, 홍콩산 칠리소스 브랜드인 '관이화지'가 1위를 차지함. '한국'은 원산지 키워드 순위 4위로, 홍콩 소비자의 한국산 고추장의 선호도 또한 높을 것으로 기대할 수 있음. 성분과 관련 키워드는 '마늘', '대두', '고춧가루' 등이 등장하여, 홍콩 온라인몰에서 고춧가루가 포함된 제품이 다수 판매 중인 것을 확인하였음



유통채널



홍콩 칠리소스 유통채널 점유율



2020년 홍콩 칠리소스 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 64.0%로 점유율 1위를 차지함. 2020년에는 대다수 홍콩 소비자들이 기존에 주로 이용하던 채널인 편의점 대신에 다양한 상품을 구매할 수 있고 가격이 저렴한 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 이용함. 반면에, 편의점 매출액은 2010년대 이후 꾸준히 상승하다가 2020년에 처음으로 2.5% 하락하였음. 코로나19의 영향으로 가치분소득이 하락하여 홍콩 소비자의 가격 민감도가 상승한 점을 편의점 매출 하락 이유 중 하나로 볼 수 있음

현지 수입유통업체는 고객사 제품을 오프라인으로 유통하는 경우에는 다양한 국가의 수입 제품을 판매하는 대형 프리미엄 쇼핑센터 '시티센터' 유통을 추천함. 홍콩의 식음료 온라인 소비시장은 코로나19의 영향으로 비대면 구매 및 O2O 서비스가 확대되어 2020년 기준 전년 대비 약 79% 증가함. 특히, 한국 고추장은 온라인에서 수요가 높을 것으로 예상됨. 다만, 여전히 홍콩 소비자의 온라인 쇼핑물 이용률이 낮은 편이라 오프라인 유통이 더욱 효과적일 것이라는 의견도 존재함

수출 확대 전략



고객사 제품, 건강한 원재료와 전통성 강조

홍콩은 수입제한품목을 제외한 일반 식품 수입에 대해 자유방임적 정책을 펼치고 있어 통관 절차가 간소한 편임. 이처럼 홍콩은 진입장벽이 낮은 자유 경쟁 시장인 만큼 품질 및 가격 측면의 경쟁이 치열하므로 소스류 시장에서 타제품 대비 경쟁력을 갖추기 위해서는 적절한 포지셔닝이 필요할 것으로 판단됨

고객사 제품은 전통 비법으로 제조되었으며 첨가물을 포함하지 않은 건강한 고추장 제품임. 최근 홍콩 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가하여 소스 시장에서는 웰빙이 트렌드로 자리 잡았으며, 무방부제 제품 및 유기농 원재료를 사용한 제품이 인기를 얻고 있는 외부 환경은 고객사 제품에 기회 요인으로 파악됨. 또한, 홍콩 온라인몰에서 판매 중인 칠리소스 제품의 홍보문구 키워드를 분석한 결과, 제품의 성분 및 품질 관련 키워드가 빈출함. 현재 홍콩 시장의 트렌드 및 외부 상황 요인과 고객사 제품의 특징을 종합적으로 고려해보았을 때, 제품 홍보 시 건강하고 신선한 원재료와 전통성을 강조할 수 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Hong Kong, China Country Report」, 2020.11
2. 카티(KATI), 「홍콩은 지금 ‘소스’ 전성시대」, 2018.07
3. 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety), 「Trade Guidelines on Preparation of Legible Food Label」, 2021
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Hong Kong, China Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Hong Kong, China Country Report」, 2021.02
6. 농식품수출정보(KATI), 「지구촌리포트 66호」, 2018.06
7. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Hong Kong, China Country Report」, 2021.02
8. 한국농수산물유통공사(aT), 「홍콩 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 제이디(JD) (www.jd.com)
5. 에이치케이티비몰(HKTVmall) (www.hktvmall.com)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 씨도(ZSTORE) (www.zstore.com)
9. 에이치케이티비(HKTV) (ir.hktv.com.hk)
10. 빅빅숍(Big Big Shop) (www.bigbigshop.com)
11. TVB(Television Broadcast Limited) (corporate.tvb.com)
12. 웰컴(Wellcome) (www.welcome.com.hk)
13. 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International) (ar2020.dairyfarmgroup.com)
14. 파크앤숍(ParknShop) (www.parknshop.com)
15. 씨케이허치슨(CK Hutchison) (ckh.com.hk)
16. 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group) (www.aswatson.com)
17. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com.hk)
18. 월스트리트저널(WSJ) (www.wallstreetjournal.com)
19. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
20. 씨클케이(Circle K) (circlek.hk)
21. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
22. 컨비니언스리테일아시아(Convenience Retail Asia) (www.cr-asia.com)
23. 신세계마트(New World Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/newworld.newstory)
24. 홍콩수요저널(WJ) (www.wednesdayjournal.net)
25. 신세계마트(New World Mart) (www.coreanmart.com)
26. 한인홍(韓邦匯) (www.hanyinhong.co.kr)
27. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
28. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
29. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
30. 홍콩 공업무역부(Trade and Industry Department) (www.customs.gov.hk)
31. 홍콩 식품 및 환경 위생과(Food and Environmental Hygiene Department) (www.fehd.gov.hk)
32. 홍콩 식품및위생국(Food and Health Bureau) (www.fhb.gov.hk)
33. 홍콩 식품안전센터(Centre for Food Safety) (www.cfs.gov.hk)
34. 세계법제정보센터 (world.moleg.go.kr)
35. 국립농산물품질관리원 (www.enviagro.go.kr)
36. 홍콩 유기농인증센터(Hong Kong Organic Resource Centre Certification Ltd) (hkorc-cert.org)
37. 지상요우즈스핀(極上優質食品) (www.wonderfood88.com)
38. 신세계에한꾸어스핀(新世界韩国食品) (coreanmart.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.10

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea