

## 해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

### 마켓테스트 제품 정보 Product information

제품명 Product Name	웅○ 헛○차 / 웅○ 하○보리 등	
제조사(수출업체) manufacturer	(주)웅○제조	
시중 유사제품 Similar products on the market	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 제품명 Product name : 元气森林无○燃茶</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 제조사 manufacturer : 元气森林 (北京) 食品○技集团有○公司</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 6.5元/500ml</li> </ul>	

### 마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수 Date of consumer's survey and numbers of respondents

추진 날짜 Date of survey	2022-10-14
설문 응답자 수 Number of respondents	25명

### 분석 결과 Analysis result

#### 소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
male/female	20s/30s/40s +	할빈시/기타지역	학생/직장인/주부, 노인등
40%/60%	50%/30%/20%	100%/0%	20%/70%10%

제품 평가 (1) / Product evaluation

		전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통 이다 Neutral	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
패키지 선호도 Package preference	① 포장 컬러	0%	30%	30%	40%	0%
	② 포장 재질	0%	0%	60%	40%	0%
	③ 포장 디자인	0%	30%	30%	40%	0%
	④ 편의성	0%	0%	60%	40%	0%
	⑤ 가시성	0%	30%	30%	40%	0%
	⑥ 포장 규격/용량	0%	20%	40%	40%	0%
	⑦ 현지 트렌드	0%	10%	50%	40%	0%
시식 전 인상 Impression before eating	① 시각적 인상	0%	20%	40%	40%	0%
	② 후각적 인상	0%	20%	20%	40%	0%
	③ 호감도	0%	40%	40%	20%	0%
시식 후 평가 Evaluation after eating	① 식감	0%	30%	20%	50%	0%
	② 시음 중 풍미	0%	30%	20%	50%	0%
	③ 시음 후 풍미	0%	30%	20%	50%	0%
	④ 전반적 풍미	0%	30%	20%	50%	0%
	⑤ 목넘김	0%	0%	10%	40%	50%
	⑥ 신 맛 정도	0%	0%	0%	0%	0%
네이밍 평가 Naming evaluation	① 발음	0%	20%	50%	30%	0%
	② 기억	0%	20%	50%	30%	0%
	③ 연결성	0%	20%	50%	30%	0%
	④ 선호도	0%	20%	50%	30%	0%
상품성 평가 Productivity evaluation	① 호감도	0%	10%	30%	60%	0%
	② 신뢰도	0%	0%	30%	60%	10%
	③ 만족도	0%	30%	30%	40%	0%
	④ 구매 의향	0%	10%	70%	10%	10%
	⑤ 자국민 선호도	0%	5%	75%	20%	0%
	⑥ 히트성	0%	30%	60%	10%	0%
	⑦ 인지도	0%	30%	60%	10%	0%
	⑧ 연령대별 선호도	50% (20대)	30%(30대)	10%(40대)	10%(50대)	0%(60대)
가격 평가 Price evaluation		10%	30%	30%	30%	0%

## 제품 평가 (2) / Product evaluation

	패키지 디자인 (Package design)	향/냄새 (Flavor/Scent)	식감 (Food texture)	맛 (Taste)	네이밍 (Naming)	가격 (Price)	그 외 (Other)
<b>만족 요인</b> Satisfying factor	20%	0%	50%	10%	0%	20%	0%
<b>불만족 요인</b> Unsatisfying factor	10%	0%	0%	0%	70%	20%	0%

## 선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	20s					30s					40s +				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	10%	15%	10%	15%	15%	5%	5%	15%	5%	15%	15%	5%	10%	5%	10%
<b>이유 및 분석</b> reason & analysis	건강한 맛이 좋고 다이어트에도 마실수 있는 음료수여서 좋음.					달달한 맛도 있지만 짭지 않고 상큼한 맛이 좋음.					달고 색소가 들어있는 음료에 비해 건강성 기능성 음료를 더 많이 찾게 됨.				

## 선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$0.82(60%)	\$0.97(10%)	\$1.1(0%)
<b>이유 및 분석</b> reason & analysis	용량을 적게 하더라도 가격이 너무 높지 않았으면 좋겠음.	당분이 들어가지 않은 건강한 음료로서 중국 국내산 가격도 높아 수입산으로 받아들일 수 있음.	피로회복이나 다이어트에도 마실수 있는 특징이라서 괜찮은 가격대라고 생각함

## 보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

<b>소비자 반응</b>	음료수 맛이 상큼하고 중국국내 기타 음료수처럼 단맛이 짭지 않고 건강한 맛인거 같음.
<b>맛,품질 등</b>	맛도 좋고 한국 수입 제품은 항상 믿음성이 있는 제품인거 같음.
<b>포장(디자인)</b>	너무 눈에 띄게 특징이 나타나지 않음.
<b>시장진출 전략</b>	영화관내에서도 식용가능하게 협의.

## 향후 계획 / Future plan

<b>제품 홍보방안</b> Product promotion plan	1. 정기적인 소비자 시음 시식 행사 추진 2. 매장 내 제품 홍보 포스트, 온라인 홍보를 통해 한국식품 우수성을 알림
<b>레시피 활용방안</b> recipe application plan	에너지 회복제, 다이어트, 스트레스 해소에 꼭 필요한 음료임