

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

마켓테스트 제품 정보 Product information

제품명 Product Name	화○트 골드11.7g*100	
제조사(수출업체) manufacturer	맥○	
시중 유사제품 Similar products on the market	◆ 제품명 Product name : 拿○咖啡○溶丝滑拿铁3合1	◆ 제품 사진 Product photo 
	◆ 제조사 manufacturer : 摩○	
	◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 93RMB (\$ or Euro etc.)	

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

추진 날짜 Date of survey	2022.04
설문 응답자 수 Number of respondents	20명

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
male / female	20s / 30s / 40s / 50s +	중국	주부, 직장인, 학생 등
9 / 11	9 / 6 / 3 / 2	중국	주부, 직장인, 학생 등

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	0명/ 0%	0명/ 0%	1명/ 5%	13명/ 65%	6명/ 30%
	② 포장 재질	0명/ 0%	0명/ 0%	0명/ 0%	18명/ 90%	2명/ 10%
	③ 포장 디자인	0명/ 0%	0명/ 0%	0명/ 0%	15명/ 75%	5명/ 25%
	④ 편의성	0명/ 0%	0명/ 0%	1명/ 5%	16명/ 80%	3명/ 15%
	⑤ 가시성	0명/ 0%	0명/ 0%	2명/ 10%	13명/ 65%	5명/ 25%
	⑥ 포장 규격/용량	0명/ 0%	0명/ 0%	4명/ 20%	14명/ 70%	2명/ 10%
	⑦ 현지 트렌드	0명/ 0%	0명/ 0%	3명/ 15%	13명/ 65%	4명/ 20%
시식 전 인상 Impression before eating	① 시각적 인상	0명/ 0%	0명/ 0%	6명/ 30%	10명/ 50%	4명/ 20%
	② 후각적 인상	0명/ 0%	0명/ 0%	2명/ 10%	9명/ 45%	9명/ 45%
	③ 호감도	0명/ 0%	0명/ 0%	3명/ 15%	11명/ 55%	6명/ 30%
시식 후 평가 Evaluation after eating	① 식감	0명/ 0%	0명/ 0%	3명/ 15%	11명/ 55%	6명/ 30%
	② 시음 중 풍미	0명/ 0%	0명/ 0%	5명/ 25%	11명/ 55%	4명/ 20%
	③ 시음 후 풍미	0명/ 0%	1명/ 5%	10명/ 50%	7명/ 35%	2명/ 10%
	④ 전반적 풍미	0명/ 0%	0명/ 0%	3명/ 15%	12명/ 60%	5명/ 25%
	⑤ 목넘김	0명/ 0%	1명/ 5%	5명/ 25%	11명/ 55%	3명/ 15%
	⑥ 신 맛 정도	0명/ 0%	0명/ 0%	7명/ 35%	12명/ 60%	1명/ 5%
네이밍 평가 Naming evaluation	① 발음	0명/ 0%	0명/ 0%	4명/ 20%	13명/ 65%	3명/ 15%
	② 기억	0명/ 0%	0명/ 0%	5명/ 25%	10명/ 50%	5명/ 25%
	③ 연결성	0명/ 0%	0명/ 0%	5명/ 25%	10명/ 50%	5명/ 25%
	④ 선호도	0명/ 0%	0명/ 0%	4명/ 20%	10명/ 50%	6명/ 30%
상품성 평가 Productivity evaluation	① 호감도	0명/ 0%	0명/ 0%	5명/ 25%	13명/ 65%	2명/ 10%
	② 신뢰도	0명/ 0%	0명/ 0%	2명/ 10%	13명/ 65%	5명/ 25%
	③ 만족도	0명/ 0%	0명/ 0%	4명/ 20%	12명/ 60%	6명/ 30%
	④ 구매 의향	0명/ 0%	0명/ 0%	2명/ 10%	14명/ 70%	4명/ 20%
	⑤ 자국민 선호도	0명/ 0%	0명/ 0%	5명/ 25%	11명/ 55%	4명/ 20%
	⑥ 히트성	0명/ 0%	0명/ 0%	5명/ 25%	9명/ 45%	6명/ 30%
	⑦ 인지도	0명/ 0%	2명/ 5%	13명/ 65%	3명/ 15%	2명/ 10%
	⑧ 연령대별 선호도	0명/ 0%	3명/ 15%	1명/ 5%	10명/ 50%	6명/ 30%
가격 평가 Price evaluation		0명/ 0%	2명/ 10%	8명/ 40%	9명/ 45%	1명/ 5%

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)
만족 요인 Satisfying factor	2명/10%	2명/10%	4명/20%	12명/60%	0명/0%	0명/0%	0명/0%
불만족 요인 Unsatisfying factor	3명/15%	0명/0%	0명/0%	0명/0%	0명/0%	15명/75%	2명/10%

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	20s					30s					40s					50s +				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	명/ %	1명/ 12.5 %	3명/ 37.5 %	5명/ 62.5 %	명/ %	명/ %	1명/ 16.7 %	명/ %	5명/ 83.3 %	명/ %	2명/ 66.9 %	명/ %	1명/ 33.3 %	명/ %	명/ %	명/ %	명/ %	명/ %	2명/ 100 %	명/ %
이유 및 분석 reason & analysis	향과 맛, 식감에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 맛을 선택한 응답자가 주를 이룸.					향과 맛에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 맛을 선택한 응답자가 주를 이룸.					포장과 식감에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 포장을 선택한 응답자가 주를 이룸.					모든 응답자가 맛을 선택하였음.				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	80RMB 5/25%	90RMB 10/50%	100RMB 3/15%	110RMB 2/10%	RMB 0/%
이유 및 분석 reason & analysis	식감과 맛, 가격에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 맛과 식감을 선택한 응답자의 비율이 같음.	식감과 맛, 가격에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 식감을 선택한 응답자가 주를 이룸.	식감, 맛에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 식감을 선택한 응답자가 주를 이룸.	모든 응답자가 가격을 선택함.	모든 응답자가 가격을 선택함.

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

포장	- 한 손으로 들기 쉬운 적당한 크기와 위생적인 개별 포장으로 보관과 휴대성이 용이하여 시간과 장소에 구애받지 않고 간편하게 즐길 수 있어 편리하다는 의견이 많았음.
식감	- 커피의 향이 고급스럽고 풍부하며, 물에 잘 녹는 제형으로 입안에 잔여감이 남지 않고, 텁텁함이 적어 목 넘김이 깔끔하나 다소 당도가 높은 편이라 아쉽다는 의견이 있었음.
브랜드	- 커피 브랜드로 인지도가 높은 편임.
시식 후 총평	- 편리하고 위생적인 포장 디자인과 향이 풍부하고, 끝 맛이 깔끔한 식감으로 소비자들에게 인기가 많았으나, 비교적 높은 당도를 조절하기 어려운 점이 아쉽다는 의견이 다소 있었음.

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	- 간편한 휴대성과 목 넘김이 깔끔한 식감, 무지방 우유 등 높은 품질의 원재료사용을 강점으로 홍보하여 직장인 또는 학생 등 카페인 음료에 수요가 있는 소비자를 대상으로 홍보방안 마련.
레시피 활용방안 recipe application plan	- 블랙커피 종류에 비해 라떼 종류의 수요가 더 높은 중국 소비자들을 대상으로 토피넛, 코코넛, 연유 등을 곁들여 활용한 라떼 종류 레시피를 홍보하여 소비 촉진 및 구매 유도.