

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202307-10
품목 날치알(Flying Fish Roe)
HS CODE 1604.32-0000
국가 홍콩(Hong Kong)
구분 경쟁력분석형

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 홍콩 날치알 경쟁제품 선정	05
2. 홍콩 날치알 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 홍콩 날치알 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 홍콩 날치알 경쟁기업 선정	29
2. 홍콩 날치알 경쟁기업 현지화 분석 기준	30
3. 홍콩 날치알 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	32
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 시푸드 프라이데이(Seafood Friday)	41
2. 위스메택 니혼 푸드(Wismettac Nippon Foods)	44
3. 오션 쓰리(Ocean Three)	47
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	51
2. 벤치마킹 제품 분석	55
3. 기업 마케팅 벤치마킹	57
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	58

*참고문헌



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	징동닷컴 (Jingdong)	페이위쯔다리위쯔장	하이홍잉
		가이스페이위쯔	가이스
	에이치케이 티비몰 (HKTVmall)	페이위쯔	오션 쓰리
		르스쎬쯔(페이위쯔)	다쯔예
	글로벌 지마켓 (Global Gmarket)	날치알 레드	A사
		레드 날치알	B사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

날치알 (퍼시픽 리테일 매니지먼트)		날치알 (나카지마 스이산)	
	가격 50.40 홍콩달러 (8,441원)		가격 44.40 홍콩달러 (7,436원)
	중량 120g		중량 84g
현지에서 많이 사용되는 소포장 형태		가장 많은 오프라인 매장에서 판매된 제품	

■ 경쟁기업 3개사 분석

나카지마 스이산		왓슨스	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트	홍콩 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	일본	홍콩	일본	경쟁기업 3개사 중 3개사, 포장 및 홍보문구 홍콩 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 3개사, 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	●	●	
홍보 현지화	⦿	⦿	●	
입점 채널	오프라인만 활용	오프라인만 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(일본/중국/글로벌)	자사 홈페이지(중국/글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(중국/글로벌) SNS 플랫폼(글로벌)	

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ⦿ 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ⦿ 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
가격(10g당) (1.28홍콩달러 (214원))	●	날치알(기타 생선 알) 10개		
		8.25홍콩달러 (1,382원)		
중량(g) (900g)	●	날치알(기타 생선 알) 10개		
		140.47g		
원산지 (인도네시아, 페루)	⦿	일본산	원산지 정보 없음	
		6개	4개	

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
포장 형태 (비닐, 플라스틱)	⦿	플라스틱 트레이, 비닐	플라스틱 통	PSP 트레이
		6개	3개	1개
브랜드 국적 (한국)	⦿	일본		홍콩
		8개		2개

● 차별화된 경쟁력 ⦿ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이나, 기준점에 차이가 있음을 유의해야 함 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 편으로 제품 현지화를 위해 포장 중량을 낮추는 것도 고려해볼 수 있음
Point 02.	1) 인터뷰와 경쟁제품 제품 분석 결과, 홍콩 시장에서는 일본산 날치알과 일본 브랜드를 선호하는 것으로 나타남 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 홍콩에서는 온라인 판매 제품의 '맛'과 '품질'에 대한 관심도가 가장 높은 것을 확인함

II 경쟁제품

1. 홍콩 날치알 경쟁제품 선정
2. 홍콩 날치알 경쟁제품 조사지표 선정
3. 홍콩 날치알 경쟁제품 현지조사 결과



1. 홍콩 날치알 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 ¹⁾ 날치알
제품 종류	날치알
중량	900g
포장	비닐, 플라스틱
특징	인도네시아(7~8월)와 페루(11~12월)에서 수확한 날치알

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : N사 날치알
 - 제품 종류 : 날치알
 - 중량 : 900g
 - 포장 형태: 비닐, 플라스틱

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 징둥닷컴(Jingdong)
 - 2. 에이치케이티비몰(HKTVMall)
 - 3. 글로벌 지마켓(Global Gmarket)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품 Top 3 제품 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 고객사는 N사로 표기

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

● 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
JD.com JD.com 징동닷컴	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
HKTV mall 에이치케이 티비몰	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
Gmarket 글로벌 지마켓	식품, 식기, 생활용품, 의류, 전자제품 등

▶ 날치알 경쟁제품군 선정

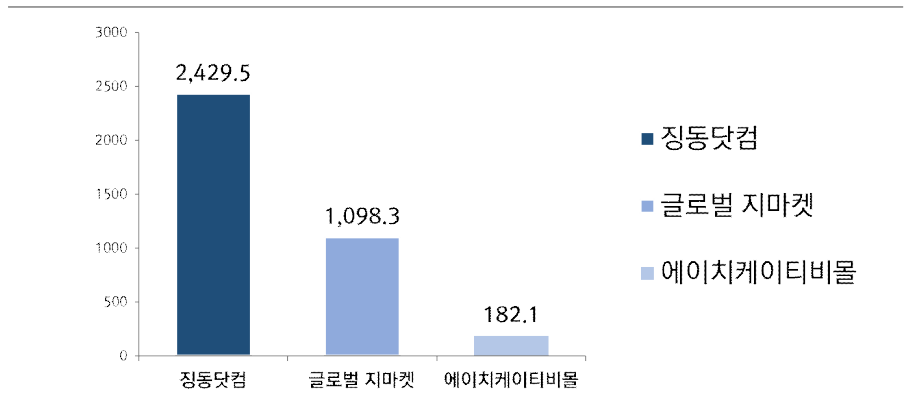
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 날치알 제품의 경쟁제품군으로 날치알 및 기타 생선 알 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 중국산 날치알 제품이 압도적으로 많이 판매되고 있으며 상위 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 홍콩 온라인 쇼핑몰 순이익 2)

(단위: 100만 달러)



자료 : 이커머스디비(E-commerce DB) 홈페이지

[표 2.2] 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

징동닷컴 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준)³⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	날치알	하이홍잉 (海宏盈)	페이위쯔다리위쯔장 (飞鱼籽大粒鱼子酱)	중국	69위안 (12,492원 ⁴⁾)	250g	
2	날치알	가이스 (盖世)	가이스페이위쯔 (盖世飞鱼籽)	중국	28.9위안 (5,232원)	100g	
3	날치알	장촨장 (江船长)	장촨장페이위쯔 (江船长飞鱼籽)	중국	37.5위안 (6,789원)	60g	

2) 글로벌 지마켓은 순이익이 따로 조사되지 않아 지마켓으로 대체함

3) 조사일(2023.07.12.) 기준

4) 1위안=181.05원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 홍콩 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

에이치케이티비몰 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	날치알	오션 쓰리 (Ocean Three)	페이위쯔 (飛魚籽)	중국	39.9홍콩달러 (6,682원 ⁶⁾)	100g	
2	날치알	다쯔예 (大滋野)	르스셰쯔(페이위쯔) (日式蟹籽(飛魚籽))	중국	36.9홍콩달러 (6,180원)	50g	
3	날치알	추선궁팡 (廚神工房)	페이위쯔(다리) (飛魚籽(大粒))	중국	42.9홍콩달러 (7,184원)	100g	
글로벌 지마켓 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준) ⁷⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	날치알	A사	날치알 레드	인도네시아 등	84.84홍콩달러 (14,209원)	500g	
2	날치알	B사	레드 날치알 (Red Flying Fish)	인도네시아, 페루 등	81.07홍콩달러 (13,577원)	500g	
3	날치알	C사	골드 날치알 (Gold Flying Fish)	인도네시아, 페루 등	81.07홍콩달러 (13,577원)	500g	

자료: 징동닷컴(Jingdong), 에이치케이티비몰(HKTvmall), 글로벌 지마켓(Global Gmarket) 홈페이지
 사진 자료: 징동닷컴(Jingdong), 에이치케이티비몰(HKTvmall), 글로벌 지마켓(Global Gmarket) 홈페이지

5) 조사일(2023.07.12.) 기준

6) 1홍콩달러=167.48원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 조사일(2023.07.12.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 홍콩 정보⁸⁾

인구	약 735만 명
면적	1,114km ²

▶ **홍콩, 방문지역으로 선정**

홍콩을 방문지역으로 선정함. 홍콩은 1997년 7월 1일부터 독립적인 행정권 및 입법권, 사법권, 판결권을 행사하는 중화인민공화국의 특별행정구로 지정되었음. 중국 남동쪽 끝에 위치하며 홍콩섬, 란타우섬, 구룡반도, 신계와 더불어 수백 개의 외곽 섬들로 이루어져 있음. 동아시아를 기준으로 중심에 위치해 짧은 비행시간으로도 아시아의 모든 주요 시장에 닿을 수 있으며, 이러한 지리적인 장점을 바탕으로 작은 면적에도 경제적으로 중요한 위치를 점하고 있음. 1997년 7월 1일부터 독립적인 행정권 및 입법권, 사법권, 판결권을 행사하는 중화인민공화국의 특별행정구로 지정되었음. 낮은 세율과 최소한의 정부 개입으로 자유 무역을 취하고 있으며, 홍콩의 무역 경제 규모는 전 세계 10위에 해당함. 특히, 홍콩섬과 구룡반도 사이에 있는 빅토리아 항구는 세계적으로 유명한 항구로 알려짐

▶ **현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓**

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 주요 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 홍콩 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	이온(AEON)
슈퍼마켓	테이스트(Taste), 그레이트 푸드 홀(Great Food Hall), 돈 돈 돈키(Don Don Donki), 보아타트 푸드 마켓(Boatat Foods Market), 마켓 플레이스 바이 제이슨스(Market Place by Jasons), 야타 슈퍼마켓(YATA Supermarket)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 서클 케이(Circle K), 반고(VanGO)
아시안마트/한인마트	엠 마트(M Mart), 신세계 마트(New World Mart)
온라인	징동닷컴(Jingdong), 에이치케이티비몰(HKTVmall), 글로벌 지마켓(Global Gmarket)

■ 고객사 진출 선호 매장

8) 자료: 홍콩 정부 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 이온(AEON), 테이스트(Taste), 그레이트 푸드 홀(Great Food Hall), 돈 돈 돈키(Don don donki), 보아탕 푸드 마켓(Boatat foods market), 마켓 플레이스 바이 제이슨스 (Market Place by Jasons), 야타 슈퍼마켓(YATA supermarket)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 날치알: 날치의 알을 수확해 세척 및 조미 과정을 거쳐 포장한 제품
고객사 요청에 따라 인기 기타 생선 알 제품(연어알 5개, 명란 1개)을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 홍콩 날치알 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	날치알, 기타 생선 알
① 다이에 날치알 (다이에 푸드)	○ (이온, 마켓 플레이스 바이 제이슨스)	○ (에이치케이티비몰)	○
② 날치알 (나카지마 스이산)	○ (이온, 마켓 플레이스 바이 제이슨스, 야타 슈퍼마켓)	(-)	○
③ 날치알 (왓슨스)	○ (테이스트, 그레이트 푸드 홀)	(-)	○
④ 날치알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)	○ (돈 돈 돈키, 그레이트 푸드 홀)	(-)	○
⑤ 일본 연어알 (가부시키가이샤 타이호)	○ (바오탕 푸드 마켓)	(-)	○
⑥ 냉동 일본 연어알 (사토 스이산)	○ (야타 슈퍼마켓)	(-)	○
⑦ 간장 연어알 (나카지마 스이산)	○ (마켓 플레이스 바이 제이슨스)	(-)	○
⑧ 연어알 (왓슨스)	○ (그레이트 푸드 홀)	(-)	○
⑨ 간장이 첨가된 연어알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트사)	○ (돈 돈 돈키, 그레이트 푸드 홀)	(-)	○
⑩ 조미된 명란 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트사)	○ (돈 돈 돈키)	(-)	○

(*) 현지 판매 날치알 경쟁제품 10개 분석

2. 홍콩 날치알 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 홍콩 날치알 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 홍콩 날치알 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	날치알	날치의 알을 수확해 세척 및 조미 과정을 거쳐 포장한 제품
포장 형태	플라스틱 통, 플라스틱 트레이, PSP 트레이, 비닐	플라스틱 소재의 통, 플라스틱 소재의 트레이와 비닐, PSP 트레이를 비닐로 감싼 포장
	원산지	제품의 원산지
	맛	제품의 맛
	홍보문구	제품의 홍보문구
	수입자	제품의 수입상 정보
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

3. 홍콩 날치알 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 홍콩 하리아나 주에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

홍콩에 위치한 하이퍼마켓인 이온(AEON), 슈퍼마켓인 테이스트(Taste), 그레이트 푸드 홀(Great Food Hall), 돈 돈 돈키(Don Don Donki), 보아탓 푸드 마켓(Boatat Foods Market), 마켓 플레이스 바이 제이슨스(Market Place by Jasons), 그리고 야타 슈퍼마켓(YATA Supermarket)을 방문함. 조사를 진행한 매장은 모두 홍콩 내 시내에 위치하여 현지인과 관광객의 방문이 많은 것으로 나타남

[표 2.5] 홍콩 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
이온 (AEON)	하이퍼마켓	2	· 자체 브랜드 제품 취급 · 원스톱 백화점 컨셉으로 다양한 제품 제공
테이스트 (Taste)	슈퍼마켓	1	· A.S. 왓슨의 준 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 · 식료품을 포함한 다양한 생활용품 판매
그레이트 푸드 홀 (Great Foods Hall)	슈퍼마켓	1	· A.S. 왓슨이 소유하고 있는 슈퍼마켓 · 중산층을 겨냥하여 식품 주력 판매
돈 돈 돈키 (Don Don Donki)	슈퍼마켓	3	· 일본에서 시작하여 2019년 홍콩으로 진출 · 저렴한 가격과 빠른 계산 등 편의 서비스 제공
보아탓 푸드 마켓 (Boatat Foods Market)	슈퍼마켓	1	· 수산물을 포함한 해외 고급 식품 취급 · 온 오프라인 쇼핑 가능
마켓 플레이스 바이 제이슨스 (Market Place by Jasons)	슈퍼마켓	1	· 싱가포르에서 설립되어 현지화된 슈퍼마켓 · 다양한 해외 제품 판매
야타 슈퍼마켓 (YATA Supermarket)	슈퍼마켓	1	· 모던 일본 라이프 스타일 컨셉의 슈퍼마켓 · 식료품을 포함한 다양한 생활용품 판매



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품, 10개 중 2개 브랜드, 2개 이상의 방문 매장에서 판매**

이온, 테이스트, 그레이트 푸드 홀, 돈 돈 돈키, 바오탕 푸드 마켓, 마켓 플레이스 바이 제이슨스, 야타 슈퍼마켓 총 7개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 2개 브랜드의 날치알 제품이 동일한 3개의 매장에서 판매 중인 것을 확인함. 마켓 플레이스 바이 제이슨스와 야타 슈퍼마켓은 경쟁제품 10개 중 날치알 2개, 연어알 1개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 7개 매장 중 가장 고객사 제품과 동일하고, 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 조사됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황


경쟁제품 현황	판매 현황						
	이온	테이스트	그레이트 푸드 홀	돈 돈 돈키	바오탕 푸드 마켓	마켓 플레이스 바이 제이슨스	야타 슈퍼마켓
① 다이에 날치알 (다이에 푸드)	○					○	
② 날치알 (나카지마 스이산)	○					○	○
③ 날치알 (왓슨스)		○	○				
④ 날치알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트사)			○	○			
⑤ 일본 연어알 (가부시키가이샤 타이호)					○		
⑥ 냉동 일본 연어알 (사토 스이산)							○
⑦ 간장 연어알 (나카지마 스이산)						○	
⑧ 연어알 (왓슨스)			○				
⑨ 간장이 첨가된 연어알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트사)			○	○			
⑩ 조미된 명란 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트사)				○			


자료: 현지조사원 자료


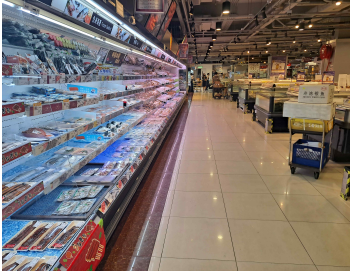
Shop ① 이온(AEON)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		이온 스토어는 원스톱 백화점으로 신선식품, 가공식품, 생활용품 등 외에도 자체 브랜드 제품을 제작 및 판매하며 고객에게 다양한 양질의 상품과 서비스를 제공하고 있음. 홍콩 내에서 10개의 점포를 운영하고 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 홍콩 상세주소 Commercial Area on the Ground Floor, First Floor and Second Floor of the Podium, Aqua Marine, 8 Sham Shing Road, Kowloon

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보	
		
	다이에 날치알 (다이에 푸드)	날치알 (나카지마 스이산)

사진자료: 현지조사원 자료, 이온 홈페이지

			
제품명 (현지어)	다이에 날치알 (Daiei Flying Fish Roe(飛魚子))	제조사 (현지어)	다이에 푸드 (Daiei Foods)
제품 종류	날치알	중량	40g
소비자가격	29.90홍콩달러 (5,008원)	10g당 가격	7.48홍콩달러 (1,252원)
원산지	일본	맛	날치알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	홍보문구	(-)
수입자	에버 게인 앤 오모리 포워딩 (Ever Gain & Omori Forwarding)	원료 및 첨가물	날치알(페루산), 설탕, 소금, 간장, 소르비톨, 화학 조미료, 산도조절제, 보존료, 착색료
			
제품명 (현지어)	날치알 (飛魚子)	제조사 (현지어)	나카지마 스이산 (Nakajima Suisan)
제품 종류	날치알	중량	84g
소비자가격	44.40홍콩달러 (7,436원)	10g당 가격	5.29홍콩달러 (885원)
원산지	일본	맛	날치알 맛
포장 형태 (외부/내부)	PSP 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	나카지마 스이산 (Nakajima Suisan)	원료 및 첨가물	날치알, 소르비톨, 설탕, 소금, 산미료, 향미 증진제, 착색료

Shop ② 테이스트(Taste)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		테이스트는 2004년 설립된 A.S. 왓슨 그룹의 준 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드임. 수산물을 포함한 신선식품, 가공식품, 다양한 생활용품 등의 제품들을 판매함. 특히 프리미엄 식품이나 유럽산 고급 식품이 입점되어 있으며, 다양한 한국산 제품도 취급함. 홍콩 내 10개 점포가 운영 중임
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	홍콩
	도시(지역)	홍콩
	상세주소	20 Tat Tung Road, Tung Chung

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보	
		
	날치알 (왓슨스)	

사진자료: 현지조사원 자료, 테이스트 홈페이지

10) 테이스트(Taste) 홈페이지

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>날치알 (Flying Fish Roe(飛魚籽))</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>왓슨스 (A.S. Watson)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>날치알</p>	<p>중량</p>	<p>56.7g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>37.40홍콩달러 (6,264원)</p>	<p>10g당 가격</p>	<p>6.60홍콩달러 (1,105원)</p>
<p>원산지</p>	<p>(-)</p>	<p>맛</p>	<p>날치알 맛</p>
<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>플라스틱 통</p>	<p>홍보문구</p>	<p>(-)</p>
<p>수입자</p>	<p>왓슨스 (A.S. Watson)</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>날치알, 첨가제(조미료)</p>


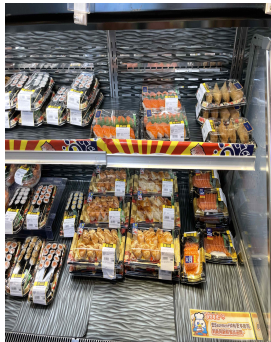
Shop ③ 그레이트 푸드 홀(Great Food Hall)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 신선식품, 냉동식품, 농수산물, 스낵 등의 제품과 음식점을 함께 제공함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾		2000년에 홍콩에서 설립된 슈퍼마켓으로 왓슨스 그룹이 소유하고 있는 브랜드임. 매장 내에는 버거 레스토랑, 카페, 아이스크림 판매대 등을 함께 운영하며, 점심 도시락도 판매함. 중산층 가정을 주요 고객으로 함
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보	
		
연어알 (왓슨스)		

사진자료: 현지조사원 자료

11) 그레이트 푸드 홀(Great Food Hall) 홈페이지




제품명 (현지어)	아틀란틱 연어알 (Atlantic Samon Roe(三文魚籽))	제조사 (현지어)	왓슨스 (A.S. Watson)
제품 종류	연어알	중량	100g
소비자가격	75.00홍콩달러 (12,561원)	10g당 가격	7.50홍콩달러 (1,256원)
원산지	(-)	맛	연어알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	홍보문구	(-)
수입자	왓슨스 (A.S. Watson)	원료 및 첨가물	연어알

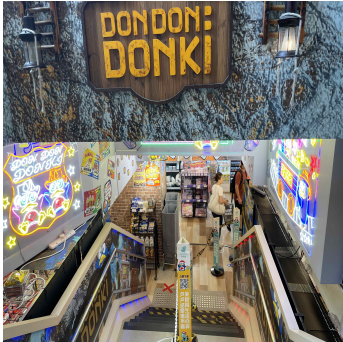
Shop ④ 돈 돈 돈키(Don Don Donki)

● 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 신선식품, 육류, 농수산물, 생활용품 등의 제품을 할인된 가격으로 판매
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹²⁾		1980년 일본에서 시작된 소매 슈퍼마켓 돈 돈 돈키는 2019년 홍콩에 진출함. 저렴한 가격과 빠른 계산 서비스 등으로 인기를 얻어 현재 홍콩 내 12개의 매장이 운영 중임
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 홍콩
		상세주소 B Floor, 100 Queen's Road, Central

매장 내부 전경	매장 내부 전경
	

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보		
			
	날치알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)	간장이 첨가된 연어알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)	조미된 명란 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)

사진자료: 현지조사원 자료

12) 돈 돈 돈키(Don Don Donki) 홈페이지



제품명 (현지어)	날치알 (Flying Fish Roe)	제조사 (현지어)	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)
제품 종류	날치알	중량	120g
소비자가격	50.40홍콩달러 (8,441원)	10g당 가격	4.20홍콩달러 (703원)
원산지	(-)	맛	날치알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)	원료 및 첨가물	날치알



제품명 (현지어)	간장이 첨가된 연어알 (Salmon Roe with Soy Sauce)	제조사 (현지어)	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)
제품 종류	연어알	중량	92.0g
소비자가격	117.70홍콩달러 (19,712원)	10g당 가격	12.79홍콩달러 (2,143원)
원산지	일본(홋카이도)	맛	간장 연어알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)	원료 및 첨가물	연어알, 간장

			
제품명 (현지어)	조미된 명란 (Seasoned Pollock Roe)	제조사 (현지어)	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)
제품 종류	명란	중량	128g
소비자가격	99.80홍콩달러 (16,715원)	10g당 가격	7.80홍콩달러 (1,306원)
원산지	(-)	맛	양념 명란 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)	원료 및 첨가물	명란, 시즈닝


Shop ⑤ 보아탓 푸드 마켓(Boatat Foods Market)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
수입산 굴, 연어 등 냉동 수산물과 육류를 주력으로 고급 식료품들을 수입하여 제공함
- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹³⁾		유럽, 미국, 호주, 뉴질랜드 등 각지에서 높은 품질의 고급 식료품인 굴, 연어, 냉동 수산물, 소고기를 수입 유통함. 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 몰에서도 판매하며, 빠른 배송 서비스를 제공함. 홍콩 내 16개의 매장이 운영 중임
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 홍콩 상세주소 Shop 126, 1/F, Mikiki, 638 Price Edward Road East, San Po Kong, Kowloon

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보	
		
일본 연어알 (가부시킴이샤 타이호)		

사진자료: 현지조사원 자료, 보아탓 푸드 마켓 홈페이지

13) 보아탓 푸드 마켓(Boatat Foods Market) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	일본 연어알 (Japan Salmon Roe(Ikura))	제조사 (현지어)	가부시키가이샤 타이호 (株式会社大豊)
제품 종류	연어알	중량	500g
소비자가격	368.00홍콩달러 (61,633원)	10g당 가격	7.36홍콩달러 (1,233원)
원산지	일본	맛	연어알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	밀레니엄 홍콩 푸드 서비스 (Millennium Hong Kong Food Service)	원료 및 첨가물	연어알, 콤부 간장, 사케


Shop ⑥ 마켓 플레이스 바이 제이슨스 (Market Place by Jasons)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
 - 다양한 원산지의 신선식품, 냉동식품, 음료, 스낵 등을 제공함
- 매장 주변 특징:
 - 주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
 - 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보¹⁴⁾		1975년 싱가포르에서 제이슨 마켓 플레이스로 설립되어, 2007년 홍콩으로 진출하며 마켓 플레이스 바이 제이슨스로 탈바꿈한 슈퍼마켓 체인점임. 현지 문화에 맞는 서양식 매장 환경과 다양한 국제 상품을 제공함. 현재 홍콩 내 42개의 매장이 운영 중임
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	도시(지역)	홍콩
	상세주소	G/F, Olympian City 1, Mong Kok, No.18 Hoi Ting Road, Kowloon

매장 내부 전경	매장 내부 전경
	

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보
	
간장 연어알 (나카지마 스이산)	

사진자료: 현지조사원 자료, 마켓 플레이스 바이 제이슨스 홈페이지


14) 마켓 플레이스 바이 제이슨스(Market Place by Jasons) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	간장 연어알 (豉油三文鱼子)	제조사 (현지어)	나카지마 스이산 (Nakajima Suisan)
제품 종류	연어알	중량	34g
소비자가격	50.30홍콩달러 (8,424원)	10g당 가격	14.79홍콩달러 (2,478원)
원산지	일본	맛	간장 연어알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	나카지마 스이산 (Nakajima Suisan)	원료 및 첨가물	연어알, 소금, 간장, 향미 증진제


Shop ⑦ 야타 슈퍼마켓(YATA Supermarket)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
냉동식품, 육류, 농산물, 베이커리, 음료, 생활 용품, 종이류 등 다양한 품목을 제공함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁵⁾		1990년 홍콩에서 설립되었으며, 모던 일본 라이프 스타일 쇼핑 경험을 제공하는 것을 목표로 하고 있음. 홍콩 전역에 분포된 체인점으로, 식료품부터 가전제품, 의류, 장난감 등 다양한 품목을 취급함
	조사 제품 수: 1개	

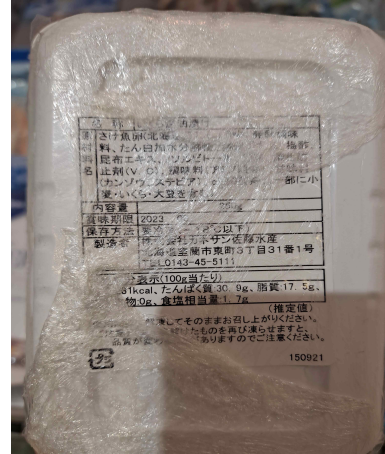
매장 정보		
	위치	도시(지역) 홍콩 상세주소 G/F, Mikiki, 638 Price Edward Road East, San Po Kong, Kowloon

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 날치알 경쟁제품 정보	
		
냉동 일본 연어알 (사토 스이산)		

사진자료: 현지조사원 자료, 야타 슈퍼마켓 홈페이지

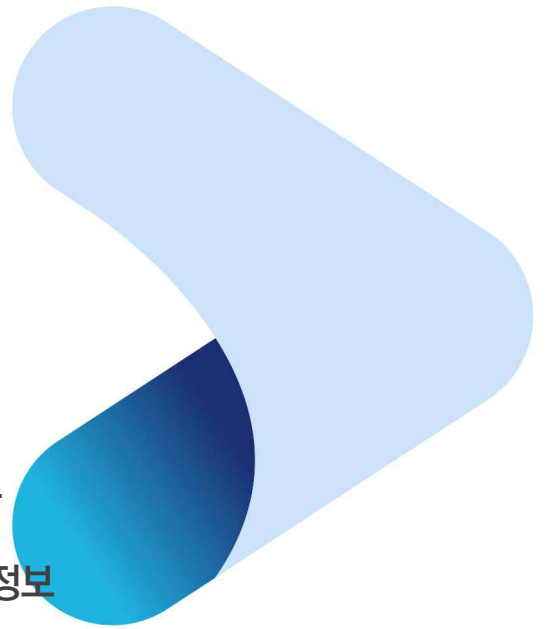
15) 야타 슈퍼마켓(YATA Supermarket) 홈페이지



제품명 (현지어)	냉동 일본 연어알(이쿠라) (Frozen Japan Salmon Roe(Ikura))	제조사 (현지어)	사토 스이산 (Sato Suisan)
제품 종류	연어알	중량	250g
소비자가격	218홍콩달러 (36,511원)	10g당 가격	8.72홍콩달러 (1,460원)
원산지	일본	맛	연어알 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐	홍보문구	(-)
수입자	리더 마린 프로덕트 트레이딩 (Leader Marine Products Trading)	원료 및 첨가물	연어알, 간장, 미린, 소금, 수프 스톱, 설탕, 다시마 추출물/ 시즈닝(아미노산), pH 조정제

III 경쟁기업

1. 홍콩 날치알 경쟁기업 선정
2. 홍콩 날치알 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 홍콩 날치알 경쟁기업 현황 및 현지화 정보



1. 홍콩 날치알 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 날치알 제품을 판매하는 글로벌 및 로컬 기업 3개사 선정

홍콩 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하여 현지 날치알 및 기타 생선 알 제품 제조 경쟁기업 3개사를 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 99년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 99년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트는 1980년에 설립되어 44년의 업력을 보유하고 있으며, 나카지마 스이산은 1951년 설립된 이후 약 73년째 사업을 이어오고 있음. 왓슨스는 가장 오래된 180년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 날치알 동일 품목 종류 조사

홍콩에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 날치알 및 기타 생선 알 동일 품목 수를 조사한 결과, 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트가 총 3개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 나카지마 스이산과 왓슨스가 각각 2개로 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 날치알 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
나카지마 스이산 (Nakajima Suisan)	일본	73년	2개
왓슨스 (A.S. Watson)	홍콩	180년	2개
팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 (Pan Pacific Retail Management)	일본	44년	3개

자료: 홍콩 진출 날치알 경쟁기업 3개사 분석

2. 홍콩 날치알 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일 품목	날치알 및 기타 생선 알 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	이온, 테이스트, 그레이트 푸드 홀, 돈 돈 돈키, 마켓 플레이스 바이 제이슨스, 아타 슈퍼마켓
온라인	징동닷컴, 에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓

3. 홍콩 날치알 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 홍콩 오프라인 매장 진출

홍콩에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점한 것으로 확인됨. 나카지마 스이산은 이온, 마켓 플레이스 바이 제이슨스, 아타 슈퍼마켓에 입점해 총 3곳에서 조사됨. 왓슨스는 테이스트와 그레이트 푸드 홀 총 2곳에 입점한 것으로 확인됨. 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트는 돈 돈 돈키에만 입점한 것으로 조사되었음. 반면, 3개사 제품 모두 온라인 매장인 징둥닷컴(jingdong), 에이치케이티비몰 (HKTVmall), 글로벌 지마켓(Global Gmarket)에서는 제품을 판매하지 않는 것으로 나타남

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 기업 홍보 활발함

홍콩 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 왓슨스와 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트는 각각 페이스북과 인스타그램에 공식 채널을 개설하여 소비자들과 소통하고 있는 것으로 나타남. 제품 정보에 대한 홍보는 왓슨스와 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트에서 진행하고 있으며, 특히 팬 퍼시픽 매니지먼트는 수산물 제품 외 다양한 품목에 대한 활발한 홍보가 이루어지고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

홍콩 시장에 진출한 경쟁기업은 온라인에서 제품에 대한 홍보를 게시하지 않은 것으로 조사됨. 반면, 오프라인에서 제품을 홍보할 때 제품의 맛과 신선함을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘비린내가 없음’, ‘신선함’, ‘알이 짝 찐’ 등 내용물과 향을 묘사하여 제품의 신선함을 강조하는 수식어가 활용되고 있음. 또한, ‘단맛’ 등의 맛을 설명하는 수식어가 사용되고 있음. 이외에도 일본산이나 스시용으로 제작된 제품인 것을 강조하는 문구를 활용하여 홍보하고 있음을 확인함

[표 3.7] 홍콩 날치알 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
나카지마 스이산	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 이온 스토어 - 마켓 플레이스 바이 제이슨스, 야타 슈퍼마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본/중국/글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내에서 특정 제품에 대한 홍보를 게시하지 않음 	(-)
왓슨스	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 테이스트 - 그레이트 푸드 홀 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (중국/글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내에서 특정 제품에 대한 홍보를 게시하지 않음 - SNS에서 주로 자사 또는 미용 제품을 홍보함 	(-)
팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 돈 돈 돈키 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (중국/글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내에서 지점별 배달 가능한 제품을 확인할 수 있으나, 특정 제품에 대한 홍보는 활발하지 않음 - SNS에서 전체 또는 특정 품목 세일 정보를 주로 게시함 	(-)

자료: 홍콩 진출 날치알 경쟁기업 3개사 분석

① 나카지마 스이산

기업 기본 정보	기업명	나카지마 스이산	
	기업 설명	나카지마 스이산은 일본의 맛있는 수산물을 제공하여 사람들의 건강과 풍부한 식문화를 실현하는 것을 목표로 하고 있음. 신선한 해산물부터 가공 수산물까지 다양한 수산물 제품을 여러 아시아 국가의 백화점, 슈퍼마켓 등에 도소매로 합리적인 가격에 유통하고 있음. 나카지마 스이산 그룹이 직접 운영하는 가게를 통해 일본 내 소비자들에게 신선제품을 제공하기도 함	
	위치	〒104-0045 Tokyo, Chuo City, Tsukiji, 6-chōme-19-20	
	규모	동일 품목 수 ¹⁶⁾	2개
		설립연도	1951년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 이온 스토어, 마켓 플레이스 바이 제이슨스		제품명	날치알 (飛魚子)
			중량	84g
			소비자가격	44.4홍콩달러 (7,436원 ¹⁷⁾)
			제품 종류	날치알



현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

16) 연어알을 포함한 기타 생선 알 품목을 동일 품목으로 분류함

17) 1홍콩달러=167.48원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>—經營方針— 積極發展並實現新的食魚文化的普及。 作為消費者與生產者橋樑，中島水產致力改變鮮魚的經銷模式。</p>	
	<p>簡介</p> <p>本公司基於組織的經營理念與行動目標，展開零售業務、批發業務、業務用批發及海外事業。透過各部門之間的支援、合作及資訊交流，達到協同效果，作為組織整體能發揮更強實力。這是其他競爭對手所沒有的特色，亦是本公司的競爭力來源。今後會挑戰各種可能性，除了提供「安全、安心、美味」的鮮魚外，亦會持續向客人介紹「新的食魚文化」。</p> <p style="text-align: right;">代表取締役會長 中島 靖</p> 	
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(일본/중국/글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 사업 분야 소개, 채용 정보, 관련 운영 사이트 링크 등</p>

<p>게시물 유형</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 연혁, 이념, 본사 위치 등 기업 정보 소개 																													
			<ul style="list-style-type: none"> • 자사 유통 과정 및 강점 																													
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">HONG KONG</th> </tr> <tr> <th>OUTLET NAME</th> <th>ADDRESS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>WHAMPOA</td> <td>G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon</td> </tr> <tr> <td>WHAMPOA FRESH FISH</td> <td>G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon</td> </tr> <tr> <td>WHAMPOA GRILLED FISH</td> <td>G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon</td> </tr> <tr> <td>KORNHILL</td> <td>G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong</td> </tr> <tr> <td>KORNHILL FRESH FISH</td> <td>G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong</td> </tr> <tr> <td>KORNHILL GRILLED FISH</td> <td>G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong</td> </tr> <tr> <td>SHA TIN</td> <td>Level 2 & Part of Level 3, New Town Plaza Phase 3, 2 Shatin Centre Street Shatin, Hong Kong, New Territories</td> </tr> <tr> <td>KOWLOON STATION</td> <td>Shop No. 1090, First Level at Elements, Union Square, 1 Austin Road West, Kowloon Station, Kowloon</td> </tr> <tr> <td>KOWLOON STATION GRILLED FISH</td> <td>Shop No. 1090, First Level at Elements, Union Square, 1 Austin Road West, Kowloon Station, Kowloon</td> </tr> <tr> <td>HONGKONG</td> <td>Shop No. 08, Basement 2, Langham Place, No. 8 Argyle Street, Mongkok, Kowloon</td> </tr> <tr> <td>NEXXUS</td> <td>LG/F, 41 Connaught Road, Nexxus Building, Central</td> </tr> <tr> <td>K11</td> <td>Basement Floor 2, K11 Concept, 18 Hanoi Road, Tsim Sha Tsui, Hong Kong</td> </tr> <tr> <td>ISQUARE</td> <td>Lower G/F, ISQUARE, No.63 Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon</td> </tr> </tbody> </table>		HONG KONG		OUTLET NAME	ADDRESS	WHAMPOA	G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon	WHAMPOA FRESH FISH	G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon	WHAMPOA GRILLED FISH	G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon	KORNHILL	G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong	KORNHILL FRESH FISH	G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong	KORNHILL GRILLED FISH	G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong	SHA TIN	Level 2 & Part of Level 3, New Town Plaza Phase 3, 2 Shatin Centre Street Shatin, Hong Kong, New Territories	KOWLOON STATION	Shop No. 1090, First Level at Elements, Union Square, 1 Austin Road West, Kowloon Station, Kowloon	KOWLOON STATION GRILLED FISH	Shop No. 1090, First Level at Elements, Union Square, 1 Austin Road West, Kowloon Station, Kowloon	HONGKONG	Shop No. 08, Basement 2, Langham Place, No. 8 Argyle Street, Mongkok, Kowloon	NEXXUS	LG/F, 41 Connaught Road, Nexxus Building, Central	K11	Basement Floor 2, K11 Concept, 18 Hanoi Road, Tsim Sha Tsui, Hong Kong	ISQUARE	Lower G/F, ISQUARE, No.63 Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon
HONG KONG																																
OUTLET NAME	ADDRESS																															
WHAMPOA	G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon																															
WHAMPOA FRESH FISH	G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon																															
WHAMPOA GRILLED FISH	G/F & Basement One, Site 5& 6, Whampoa Garden, Hungghom, Kowloon																															
KORNHILL	G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong																															
KORNHILL FRESH FISH	G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong																															
KORNHILL GRILLED FISH	G/F, Kornhill Plaza (South), 2 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong																															
SHA TIN	Level 2 & Part of Level 3, New Town Plaza Phase 3, 2 Shatin Centre Street Shatin, Hong Kong, New Territories																															
KOWLOON STATION	Shop No. 1090, First Level at Elements, Union Square, 1 Austin Road West, Kowloon Station, Kowloon																															
KOWLOON STATION GRILLED FISH	Shop No. 1090, First Level at Elements, Union Square, 1 Austin Road West, Kowloon Station, Kowloon																															
HONGKONG	Shop No. 08, Basement 2, Langham Place, No. 8 Argyle Street, Mongkok, Kowloon																															
NEXXUS	LG/F, 41 Connaught Road, Nexxus Building, Central																															
K11	Basement Floor 2, K11 Concept, 18 Hanoi Road, Tsim Sha Tsui, Hong Kong																															
ISQUARE	Lower G/F, ISQUARE, No.63 Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon																															

사진자료: 나카지마 스이산(Nakajima Suisan) 홈페이지

② 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스	
	기업 설명	왓슨스는 건강 및 미용 소매 유통업체로 시작하여 현재 16,100개 이상의 소매점을 운영하며 세계 최대의 국제 건강 및 미용 소매업체로 성장함. 이외에도 전 세계 브랜드와 파트너십을 구축하며 식품, 와인, 전자제품을 취급하고 있으며, 테이스트(Taste), 그레이트 푸드 홀(Great Food Hall), 파크앤샵(PARKnSHOP), 고메(Gourmet) 등을 통해 유통하고 있음	
	위치	10/F Watson House, 1-5 Wo Liu Hang Road, Fo Tan, Shatin	
	규모	동일 품목 수 ¹⁸⁾	2개
설립연도		1841년	



기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 테이스트, 그레이트 푸드 홀		제품명	날치알 (Flying Fish Roe(飛魚籽))
			중량	56.7g
			소비자가격	37.4홍콩달러 (6,264원)
			제품 종류	날치알

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 사용
	홍보 현지화	◐ (중)	글로벌 홈페이지 활용 (현지 SNS 홍보 계정이 있으나, 주로 자사 홍보에 활용)

사진자료: 현지조사원 자료

18) 연어알을 포함한 기타 생선 알 품목을 동일 품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>	 <p>我們是全球最大的國際保健美容零售商, 致力領先O+O線下及線上零售市場</p>	
	<p>我們以使命為本</p> <p>屈臣氏集團是一個擁有超過130,000位員工的多元文化團隊。一百八十多年來, 我們上下一心, 秉持同一使命。每一天令顧客會心微笑。我們相信, 一個簡單的微笑可以帶來更多正面的影響。</p> <p>時至今日, 屈臣氏集團已發展成全球最大的國際保健及美容零售商, 擁護全球12個零售品牌, 我們致力為顧客</p>	
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(중국/글로벌), 페이스북/인스타그램</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑물 안내</p>

<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 연혁, 이념, 유통 국가 등 기업 정보 소개 	
	 <ul style="list-style-type: none"> • 식료품 브랜드 소개 	
		<p>食品、電子及洋酒</p> <p>PAROSHOP TASTE great 香港</p> <p>百佳超級市場, TASTE, GREAT Food Hall 和 Gourmet</p> <p>地址 香港新界火炭禾輦路1-5號屈臣氏中心10樓</p> <p>電話 +852 2606 8833</p> <p>傳真 +852 2695 3664</p>

사진자료: 왓슨스(A.S. Watson) 홈페이지

③ 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트

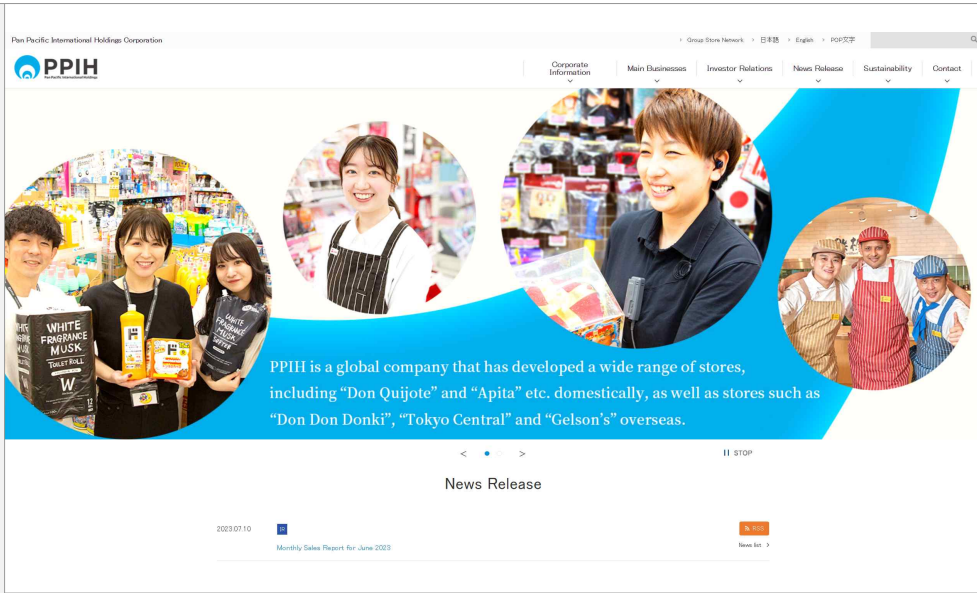
기업 기본 정보	기업명	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트		
	기업 설명	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트는 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스(Pan Pacific International Holdings)가 소유한 리테일 사업부로 홍콩, 싱가포르, 대만 등에 지사를 두고 있음. 1980년 일본에서 설립되어 대형 체인 할인점인 돈키호테(Don Quijote)를 포함한 수많은 계열사를 소유하고 있음. 소비자들에게 합리적인 가격의 상품을 제공하는 것을 주요 가치로 하며 일본의 식문화를 해외에 알리는 것을 목표로 함		
	위치	〒153-0042 Tokyo, Meguro City, Aobadai, 2-chōme-19-10		
	규모	동일 품목 수 ¹⁹⁾	3개	
설립연도		1980년		

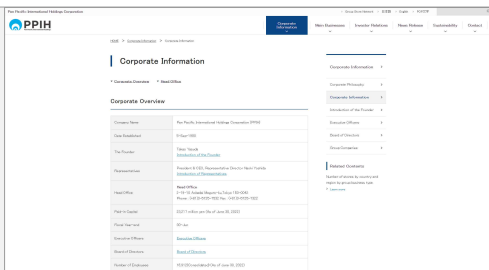
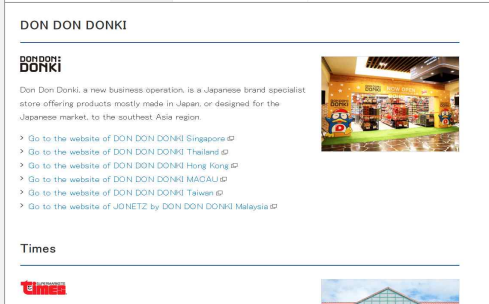

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 돈 돈 돈키		제품명	날치알 (Flying Fish Roe)
			중량	120g
			소비자가격	50.4홍콩달러 (8,441원)
			제품 종류	날치알

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 사용
	홍보 현지화	● (상)	글로벌 홈페이지 및 현지 전용 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

19) 연어알을 포함한 기타 생선 알 품목을 동일 품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>	 <p>PPIH is a global company that has developed a wide range of stores, including "Don Quijote" and "Apita" etc. domestically, as well as stores such as "Don Don Donki", "Tokyo Central" and "Gelson's" overseas.</p> <p>News Release</p> <p>2023.07.10 Monthly Sales Report for June 2023</p>	
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(일본/글로벌), 페이스북/인스타그램</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 기업 연혁, 미션 등 기업 정보 소개
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 사업 분야 안내 (식품 및 리테일 사업)
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 자체 유통채널 브랜드 서비스 안내 (브랜드 홈페이지로 연결)

사진자료: 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트(Pan Pacific Retail Management) 홈페이지

IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 시푸드 프라이데이(Seafood Friday)
2. 위스메택 니혼 푸드(Wismettac Nippon Foods)
3. 오션 쓰리(Ocean Three)



Interview ① 시푸드 프라이데이 (Seafood Friday)

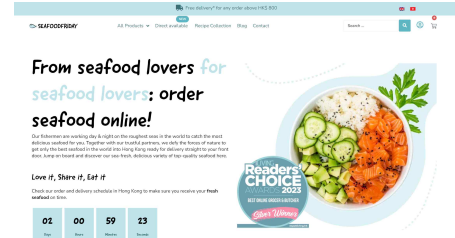
20)

시푸드 프라이데이 (Seafood Friday)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2014년 설립된 홍콩의 수입·유통업체
 - 주로 한국과 네덜란드의 수산물 및 수산물 가공식품 등을 수입·유통
 - 도소매점, 식당으로 제품 유통

담당자 정보

Director, Owner



시푸드 프라이데이(Seafood Friday) Director, Owner

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장, 원산지, 브랜드 국적은 홍콩 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

자사가 유통 중인 다른 날치알 제품과 비교했을 때, 제품 중량이 900g인 것을 고려하면 합리적인 가격으로 책정되어 경쟁력이 있다고 생각합니다. 제품 포장의 품질도 우수한 것으로 보여 소비자들의 선호를 높이는데 효과적일 것으로 보입니다. 또한, 홍콩 소비자들 사이에서 일본, 한국, 네덜란드의 날치알 제품에 대한 선호도가 높은 편인데, 이들의 품질이 긍정적인 평가를 받아 인지도가 높기 때문입니다. 품질 외에도 다양한 맛을 제공해 선택의 폭이 넓어 홍콩 소비자들의 기호를 충족시키는 점에서 세 국가에서 생산된 날치알이 선호되고 있어 한국산 날치알은 강점이 될 수 있다고 생각합니다.

Q2. 홍콩에서 특히 인기 있는 날치알 원산지는 무엇인가요?

현재 자사는 은은한 단맛과 짭조름한 맛이 특징인 독특한 풍미의 네덜란드산 날치알을 수입하고 있습니다. 네덜란드산 날치알은 다른 품종에 비해 상대적으로 크기가 작아 요리에 부담스럽지 않게 사용할 수 있으면서도 풍미와 식감이 좋습니다.

Q3. 날치알 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

중량	900g
포장 형태	비닐, 플라스틱
원산지	인도네시아, 페루

제품의 품질이 높고, 가격 경쟁력이 있는 것이 가장 중요합니다. 또한, 지속적으로 공급할 수 있는지, 포장 및 라벨이 적절한지, 브랜드 평판이 좋고 신뢰할 수 있는 곳에서 생산된 제품인지를 확인합니다. 전반적으로 제품의 품질, 가격, 가용성, 포장 및 라벨링, 배송과 유통, 브랜드 평판과 신뢰성 등을 우선시하여야 소비자와의 신뢰를 구축하고 홍콩 시장에서 성공할 가능성을 높일 수 있습니다.

Q4. 홍콩 내 날치알 시장의 트렌드는 무엇인가요?

최근 홍콩 시장에서 날치알을 포함한 고품질 해산물에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 건강에 대한 관심도가 높아지면서 소비자들은 더 건강한 식품을 찾고 있으며, 영양가가 높은 해산물의 수요가 증가하고 있습니다. 이에 더해 소셜미디어와 음식 전문 블로그에서 시각적으로 매력적이고 독특한 음식 사진을 게시하는 것이 유행하고 있습니다. 날치알은 스시나 다른 해산물 요리에 고명으로 올렸을 때 음식을 예쁘게 만들어 주어 이러한 트렌드에 적합한 제품이라고 볼 수 있습니다.

Q5. 홍콩에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

소비자층과 마케팅 목표에 따라 달라집니다. 홍보를 위해 소셜미디어 플랫폼을 활용하고, 이벤트를 주최하거나 식품 관련 전시회에 참가하여 인지도를 올릴 수 있습니다. 또한, 레스토랑과 협업하여 제품을 선보이고 바이럴 마케팅을 활용하여 입소문과 추천을 유도하는 전략이 인기가 있습니다. 또한, 소비자들에게 편리한 쇼핑 옵션을 제공하고 홍콩 시장에서 브랜드 인지도를 높일 수 있는 방법으로 타오바오, 티몰, 아마존과 같은 인기 이커머스 플랫폼을 활용할 것을 추천합니다.

Q6. 홍콩에서 날치알 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

번들로 판매하거나, 할인, 교차 판매, 상향 판매, 파트너십 및 콜라보레이션 제품을 출시하는 방법 등이 효과적입니다. 가격 측면에서 보면, 홍콩에서 판매되는 날치알 제품의 기본 가격은 100g 당 200에서 600홍콩달러 (33,496~100,488원²¹⁾) 정도로 책정됩니다. 제품의 품질, 가용성, 생산지에 따라 가격에 차이가 있고, 프리미엄 제품의 경우 더 비싼 편입니다. 프로모션 가격은 중간 유통업체의 구매 가격과 연중 시기에 따라 달라지는데, 일반적으로 기존 가격에서 5~20% 정도 할인된 가격으로 제공합니다.

Q7. 날치알 제품이 홍콩 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

홍콩 날치알 시장 유통채널로는 일반 수입 및 유통업체, 도매업체, 소매업체, 레스토랑, 이커머스(E-commerce) 플랫폼 등이 있습니다. 전체적인 유통 흐름을 살펴보자면, 수입 및 유통업체는 상품 소싱과 수입을 주로 담당하고, 도매업체는 소매업체에게 제품을 공급합니다. 레스토랑은 해당 제품을 메뉴에 포함시키고, 이커머스 플랫폼은 온라인 구매 옵션을 제공합니다. 이처럼 다양한 채널을 통해 소비자들의 접근성을 높이고, 각 채널을 활용해 적합한 소비자의 기호에 맞추는 것이 중요합니다.

21) 1홍콩달러=167.48원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 위스메텍 니혼 푸드 (Wismettac Nippon Foods)

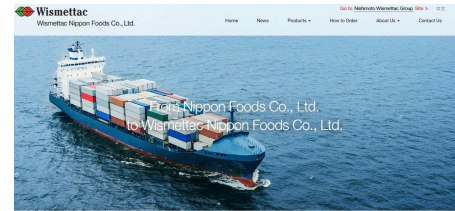
22)

위스메텍 니혼 푸드 (Wismettac Nippon Foods)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1992년 설립된 홍콩의 수입·유통업체
 - 일본산 수산물, 육류, 생활용품 등을 수입
 - 아시안 전문 스토어, 레스토랑 등으로 유통

담당자 정보

Sales Representative



위스메텍 니혼 푸드(Wismettac Nippon Foods) Sales Representative

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장, 원산지, 브랜드 국적은 홍콩 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

홍콩에서 판매되는 다른 날치알 제품보다 가격 경쟁력이 있습니다. 그러나 제품의 무게나 원산지, 포장과 같은 요소는 다른 경쟁사와 동등한 수준으로 보여 가격과 품질 사이에서 균형을 유지하는 것이 중요할 것으로 판단됩니다. 여러 가지 맛을 선택할 수 있다는 점은 고객의 다양한 취향과 선호도를 수용할 수 있고, 다양한 요리에 사용할 수 있어 장점이라고 생각합니다.

Q2. 홍콩에서 특히 인기 있는 날치알 원산지는 무엇인가요?

홍콩 날치알 제품의 주요 원산지는 일본입니다. 일본은 해산물 생산에 대한 전문성과 스시 및 사시미 문화적 연관성으로 인해 날치알 주요 공급 원산지로 자리매김했습니다. 이외에 대만과 한국 등 아시아 태평양 지역의 다른 국가들도 주목할만한 날치알 공급업체 국가로 떠오르고 있습니다.

Q3. 날치알 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

중량	900g
포장 형태	비닐, 플라스틱
원산지	인도네시아, 페루

무엇보다도 품질이 가장 중요합니다. 수입할 제품을 살펴볼 때, 가장 먼저 제품이 신선하고, 맛이 좋으며, 결함이 없는지 확인하는 것을 우선시합니다. 또한, 운송 및 보관 중에 제품이 손상되지 않게 보호할 수 있는지를 판단하는 포장 상태도 살펴봅니다. 다른 중요한 요소로는 합리적인 가격과 브랜드의 평판을 고려하는데, 이는 제품의 높은 품질과 잠재적 시장 성공 가능성에 대한 신뢰를 심어주기 때문입니다. 마지막으로 날치알은 시장 수요를 맞추기 위해 일관된 공급량을 유지하는 것이 중요하기 때문에 해당 역량이 있는지를 필수적으로 파악합니다.

Q4. 홍콩 내 날치알 시장의 트렌드는 무엇인가요?

홍콩 사람들은 해산물에 대한 애착이 강하며, 요리사들은 새롭고 이국적인 해산물 옵션을 탐색하는 데 열중하고 있습니다. 특히, 날치알은 미식가들 사이에서 별미로 인정받으며 인기와 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다.

Q5. 홍콩에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

제품 홍보방법으로는 품질을 강조하는 게 중요하며, 이를 위해서는 시각적으로 눈길을 끌 만한 포장을 제공하는 것이 효과적입니다. 직접 판매하기 위해서는 티몰, 징둥닷컴, 에이치케이티비몰과 같은 이커머스 플랫폼을 활용합니다. 소셜미디어 플랫폼은 주로 페이스북, 인스타그램, 위챗을 활용합니다. 이러한 소셜미디어를 통해 음식 관련 인플루언서와 협업을 하거나, 음식점 등 시설과 파트너십을 맺어 입소문을 내고, 노출을 늘릴 수 있습니다. 이외에도 인쇄 매체, 전광판, 대중교통 광고 등을 함께해 브랜드 인지도를 제고할 수 있습니다.

Q6. 홍콩에서 날치알 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

식품 시장에서 샘플링을 진행하거나 레스토랑 및 셰프와의 협업, 계절별 프로모션, 인플루언서 마케팅 활용, 로열티 프로그램 구현, 온라인 입지 구축, 전통적인 광고방법 등 다양한 판촉 방식이 사용되고 있습니다. 가격 프로모션의 경우, 일반적으로 기본 가격에서 5~10% 정도 할인됩니다.

Q7. 날치알 제품이 홍콩 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

홍콩은 자체적으로 날치알을 생산하지 않으나 높은 수요를 보입니다. 그래서 이러한 수요를 맞추기 위해 수입 제품에 의존하고 있습니다. 날치알 제품은 도매업체, 이커머스 플랫폼, 요식업, 전문 식품 소매업체 등을 통해 유통되고 있습니다.

Interview ③ 오션 쓰리 (Ocean Three)

오션 쓰리 (Ocean Three)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년에 설립된 홍콩의 수입·유통업체
 - 냉동 수산물, 육류, 가공육 등을 유럽, 아시아 등에서 수입
 - 레스토랑 및 리테일 업체로 유통

담당자 정보

Owner



오션 쓰리(Ocean Three) Owner

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장, 원산지, 브랜드 국적은 홍콩 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

제 생각에는 비교적 저렴한 가격이라고 생각됩니다. 중량은 홍콩 시장에 출시된 다수의 브랜드 제품에 비해 다소 크며, 포장재는 일반적으로 날치알 제품에 사용되는 보편적인 것으로 보입니다.

Q2. 홍콩에서 특히 인기 있는 날치알 원산지는 무엇인가요?

주로 일본에서 수입되는 제품이 많습니다. 일본산 날치알 제품은 품질이 좋아 홍콩 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있습니다. 인도네시아 등 다른 국가들로부터 수입하기도 합니다.

Q3. 날치알 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

품질이 가장 중요하며, 날치알의 품질은 크기, 색상, 질감, 맛과 같은 요소를 종합적으로 고려하여 판단합니다. 포장은 시각적으로 눈길을 끌 뿐만 아니라 내구성이 있어야 합니다. 홍콩 소비자들은 브랜드에 민감하므로, 평판이 좋은 브랜드에서 수입하는 것도 중요합니다. 경쟁이 치열한 홍콩 수산물 시장에서는 품질과 맛, 원산지 등 특징을 강조하여 제품을 차별화하는 것이 가장 중요합니다.

Q4. 홍콩 내 날치알 시장의 트렌드는 무엇인가요?

중량	900g
포장 형태	비닐, 플라스틱
원산지	인도네시아, 페루

홍콩에서는 일본 요리에 대한 선호도가 높습니다. 그래서 일본 요리에 흔히 사용되는 날치알에 대한 수요도 증가하는 모습을 보입니다. 또한, 홍콩 소비자들 사이에서 건강과 웰빙에 대한 관심이 증가하며, 영양가 높은 식품으로 날치알을 비롯한 해산물이 주목받고 있어 그 인기가 더해지고 있습니다.

Q5. 홍콩에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

홍콩 수산물 시장에는 이미 다양한 날치알 브랜드가 시장이 진출해 있어 경쟁이 치열하므로, 성공적인 진출을 위해서는 다양한 마케팅 전략을 활용해야 합니다. 소비자들의 눈길을 끄는 브랜딩과 포장을 개발하고, 식품 및 무역 전시회에 적극적으로 참여하여 제품을 소개할 필요가 있습니다. 또한, 현지 유명 셰프와 협업하여 신뢰도를 높이고, 편리한 쇼핑 서비스를 제공하는 이커머스 플랫폼 입점, 소셜미디어 플랫폼 활용, 시식회 개최 등 다양한 이벤트를 개최하여 브랜드 인지도를 제고할 수 있습니다. 홍보를 위해서는 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등의 소셜미디어를 활용할 수도 있습니다. 이러한 전략들은 판매를 촉진하고 홍콩 시장 내 성공을 위한 발판이 될 수 있습니다.

Q6. 홍콩에서 날치알 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

앞서 말씀드린 제품 시연, 소셜미디어 마케팅, 레스토랑 및 식품점과 협업 등이 있는데, 이러한 프로모션의 효과를 높이려면 날치알의 품질, 맛, 고유한 특성을 강조하며 다른 제품과 차별화하는 것이 중요합니다. 또한, 홍콩에서는 브랜드, 가공방식에 따른 제품 유형, 원산지 등의 요인에 따라 가격이 달라지는데, 브랜드와 유통사마다 차이는 있지만 할인 프로모션의 경우 기본 가격에서 10~30%까지 저렴하게 판매되기도 합니다. 1+1 행사나 번들 패키지와 같은 특가 상품도 간혹 제공될 수 있습니다.

Q7. 날치알 제품이 홍콩 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

홍콩에서 날치알, 특히 토비코(Tobiko)는 다양한 요리에서 활용도가 높아 홍콩에서 상당히 인기가 있습니다. 높은 인기로 소비자들의 다양한 선호도와 접근성 보장을 위해 가장 일반적인 유통채널로는 슈퍼마켓, 대형마트, 해산물 전문 시장, 프리미엄 식료품점 등 소매업체에서 유통되고 있습니다. 이외에도 레스토랑, 스시 바, 온라인 플랫폼을 통해서도 유통되고 있습니다.

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



AT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

V

경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석



1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

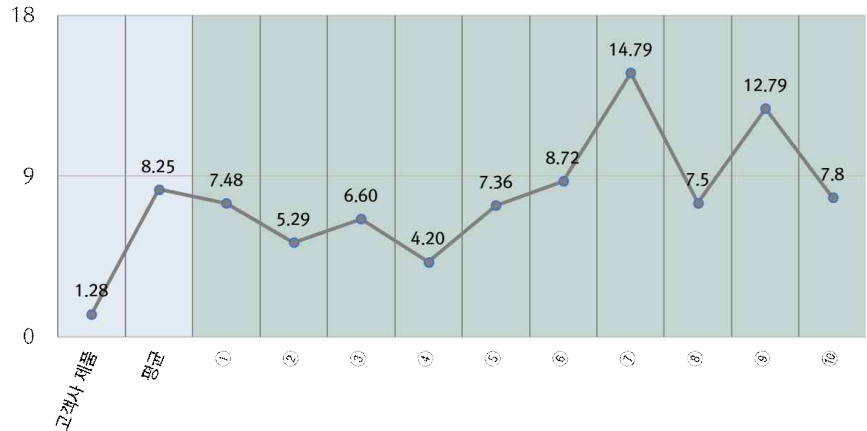
- ① 다이에 날치알 (다이에 푸드)
- ② 날치알 (나카지마 스이산)
- ③ 날치알 (왓슨스)
- ④ 날치알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)
- ⑤ 일본 연어알 (가부시카기이사 타이호)
- ⑥ 냉동 일본 연어알 (사토 스이산)
- ⑦ 간장 연어알 (나카지마 스이산)
- ⑧ 연어알 (왓슨스)
- ⑨ 간장이 첨가된 연어알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)
- ⑩ 조미된 명란 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 1.28홍콩달러²³⁾(214원²⁴⁾)로, 조사된 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 8.25홍콩달러(1,382원)보다 낮은 수준으로 확인됨. 아래 그래프에서 경쟁제품의 가격은 현지 매장에서 판매되고 있는 소비자가격을 나타낸 것으로 고객사 제품 가격과 비교 시 해석에 유의가 필요함

[표 5.1] 홍콩 날치알 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/홍콩달러)



23) 1홍콩달러=167.48원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

24) 고객사 제품은 FOB 가격을 기준으로 작성됨

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

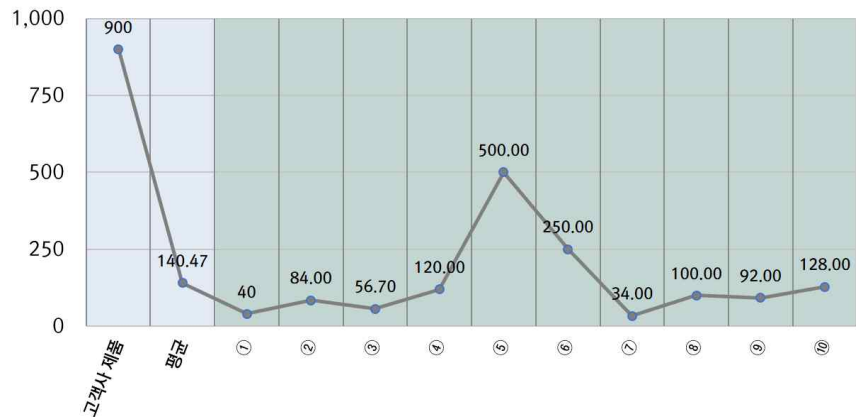
- ① 다이에 날치알 (다이에 푸드)
- ② 날치알 (나카지마 스이산)
- ③ 날치알 (왓슨스)
- ④ 날치알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)
- ⑤ 일본 연어알 (가부시카이가이사 타이호)
- ⑥ 냉동 일본 연어알 (사토 스이산)
- ⑦ 간장 연어알 (나카지마 스이산)
- ⑧ 연어알 (왓슨스그룹)
- ⑨ 간장이 첨가된 연어알 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)
- ⑩ 조미된 명란 (팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 900g으로, 날치알 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 140.47g의 약 640% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 홍콩 현지 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에서 유통되는 날치알 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 참고하여 고객사는 제품의 포장 중량을 낮추어 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 홍콩 날치알 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

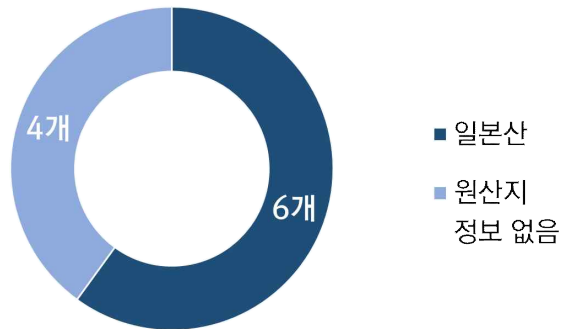


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품의 원산지, 일본

홍콩에서 판매되고 있는 날치알 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개의 제품이 일본산 제품임을 확인함. 홍콩에서 다양한 일본산 날치알과 기타 생선 알 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 일본산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 홍콩 날치알 제품 원산지 경쟁력 분석

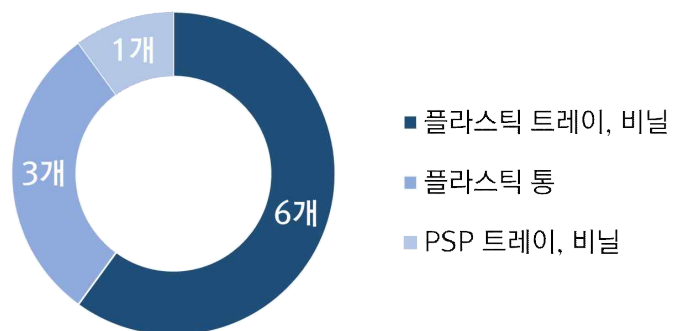


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개 제품, 플라스틱 트레이 및 비닐 사용

홍콩에서 판매 중인 날치알 경쟁제품 10개의 외포장 형태를 조사한 결과, 6개의 제품은 플라스틱 트레이로 제품을 포장하였으며, 3개의 제품은 플라스틱 통으로 포장함. 플라스틱 트레이 포장 시 비닐로 트레이를 감싼 형태로 확인됨. 고객사 제품은 파우치 형태이나 현지에서 대중적으로 사용되는 플라스틱과 비닐을 사용한 포장으로, 유통에 문제가 없을 것으로 판단됨

[표 5.6] 홍콩 날치알 제품 포장 형태 경쟁력 분석

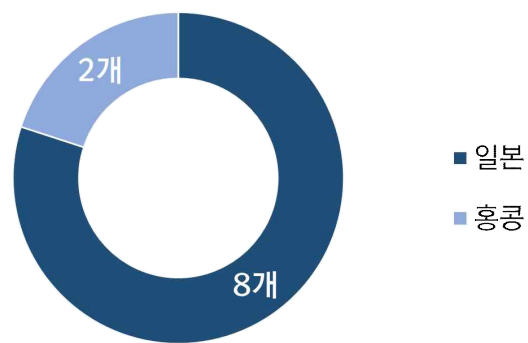


5) 브랜드 국적

▶ 현지 경쟁제품, 홍콩과 일본 브랜드 대중적

홍콩에서 판매 중인 날치알 경쟁제품 10개의 브랜드 국적을 조사한 결과, 일본 국적 브랜드가 8개, 홍콩 국적 브랜드가 2개로 확인됨. 날치알 원산지와 브랜드 국적 조사를 통해 현지에서 일본산 날치알과 일본 브랜드 제품의 수요가 높은 편임을 확인함

[표 5.5] 홍콩 날치알 제품 브랜드 국적 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기요인에 대하여 분석함. 한편, 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품을 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 조사하였으나, 9개의 제품이 온라인에서 판매되고 있지 않은 것으로 확인되어 다수의 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : (징동닷컴, 에이치케이티비몰, 글로벌 지마켓)

(*) 오프라인 매장 : 이온, 테스트 그레이트 푸드 홀, 돈 돈 돈키, 보아탕 푸드 마켓, 마켓 플레이스 바이 제이슨스, 야타 슈퍼마켓

· 다수의 오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 7개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



2) 벤치마킹 제품 분석
- 현지화된 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 현지화된 중량과 포장 디자인

현지에서 판매 중인 날치알 경쟁제품 10개의 포장 디자인을 조사한 결과, 벤치마킹 제품의 브랜드는 모든 제품을 플라스틱 트레이를 비닐로 감싼 형태로 포장한 것으로 확인됨. 이러한 트레이와 비닐로 제작된 포장은 소포장 제품에 적합한 형태로 판단되며, 홍콩 시장에 유통되고 있는 적은 중량의 날치알 제품에 적합함. 반면, 고객사의 제품은 비닐 파우치 형태로 대용량 포장에 적합한 제품 형태로 제작됨. 이에 관련 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 제품의 포장도 많이 쓰이며 우수하지만, 홍콩 시장에는 소포장 형태가 다수 출시되어 있음. 따라서, 고객사도 중량이 적은 소포장 형태로 판매하는 것을 제품 현지화 측면에서 권장함

[표 5.8] 홍콩 날치알, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 중량은 홍콩 시장에 출시된 다수의 브랜드 제품에 비해 다소 크며, 포장재는 일반적으로 날치알 제품에 사용되는 보편적인 것으로 보입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석
- 다수의 오프라인 유통채널

▶ 벤치마킹 제품, 다수의 오프라인 매장 내 판매

현지 오프라인 마켓에서 판매 중인 날치알 경쟁제품 10개의 판매처를 조사한 결과, 벤치마킹 제품의 브랜드는 현지 소비자들에게 수요가 높은 하이퍼마켓 1곳과 슈퍼마켓 2곳 매장에 유통되고 있는 것으로 조사됨. 벤치마킹 제품을 포함한 대부분의 경쟁제품이 온라인보다 오프라인 채널에 주력하고 있는 것으로 확인되어, 홍콩에서는 날치알 제품 구매가 주로 오프라인에서 이루어지는 것으로 파악됨. 따라서 고객사도 다양한 브랜드의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓에 입점한다면 소비자의 관심도와 구매율을 높일 수 있을 것으로 예상됨

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 날치알 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트	
	기업 설명	팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트는 팬 퍼시픽 인터네셔널 홀딩스가 소유한 리테일 사업부로 홍콩, 싱가포르, 대만 등에 지사를 두고 있음. 1980년 일본에서 설립되어 대형 체인 할인점인 돈키호테를 포함한 수많은 계열사를 소유하고 있음. 소비자들에게 합리적인 가격의 상품을 제공하는 것을 주요 가치로 하며 일본의 식문화를 해외에 알리는 것을 목표로 함	
주요 마케팅 전략	포장 현지화		
	홍보 현지화		<p>플라스틱 트레이에 제품이 담겨진 상태에서 비닐로 감싼 형태이며, 홍콩 수산물 제품 시장에서 일반적으로 판매되고 있는 포장 방식으로 디자인 현지화를 이룸</p>
	홍보 현지화	<p>현지 홈페이지를 통해 유통채널 홈페이지 방문 가능, 오프라인 판매처와 관련된 정보와 당일 또는 익일 제품을 수령할 수 있는 지점별 재고 확인 가능</p>	<p>유통채널의 인스타그램에서 프로모션 또는 특정 제품 할인 등의 정보를 게시물을 통해 안내함</p>
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장(자사) 모두 진출	
	홍보채널	자사 현지 홈페이지 및 SNS를 활용하고 있음	
	홍보문구	오프라인 홍보문구에서는 제품의 맛과 신선함을 강조	

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portions, Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Flying fish roe, Tobiko 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety, Fresh 등

▶ 징동닷컴에서 판매되고 있는 날치알 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	징동닷컴 (Jingdong)	리뷰 수	468건
제품명	페이위쯔다리위쯔장 (飞鱼籽大粒鱼子酱)		
제품 종류	날치알	소비자가격	69위안 (12,492원 ²⁵⁾)
중량	250g	포장	플라스틱 트레이, 비닐
특징	일본 스시 재료로, 신선하고 뛰어난 식감의 날치알		

25) 1위안=181.05원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

● 조사 제품

사이트	징동닷컴
수집 리뷰 수	468개
제품명	페이워즈 다리워쓰장
제품 종류	날치알
소비자가격	69위안 (12,492원)
중량	250g
포장	플라스틱 트레이, 비닐
특징	일본 스시 재료로, 신선하고 뛰어난 식감의 날치알

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’, ‘품질’에 대한 만족도 높아

빅데이터 분석을 통해 홍콩 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 날치알 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 268점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 33점으로 긍정 점수에 비해 상당히 낮은 편인 것으로 조사됨. 다음으로는 ‘품질’에 대한 긍정 점수는 201점, 부정 점수는 30점으로 나타남. 소비자들은 온라인으로 배송되는 날치알 제품의 ‘맛’과 ‘품질’에 대한 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	79	17
중량	16	6
제품 종류	125	17
맛	268	33
품질	201	30
종합	689	103

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 홍콩 정부 홈페이지 (www.gov.hk)
2. 이커머스디비 홈페이지 (ecommercedb.com)
3. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
4. 이온 스토어 홈페이지 (www.aeonstores.com.hk)
5. 테이스트 홈페이지 (www.tastehongkong.co.uk)
6. 그레이트 푸드 홀 홈페이지 (www.greatfoodhall.com)
7. 돈 돈 돈키 홈페이지 (www.dondondonki.com/hk)
8. 바오탕 푸드 마켓 홈페이지 (www.boatat.hk)
9. 마켓 플레이스 바이 제이슨스 홈페이지 (www.marketplacebyjasons.com)
10. 야타 슈퍼마켓 홈페이지 (www.yata.hk)
11. 징동닷컴 홈페이지 (hk.jd.com)
12. 에치케이티비몰 홈페이지 (www.hktvmall.com)
13. 글로벌 지마켓 홈페이지 (global.gmarket.co.kr)
14. 나카지마 스이산 홈페이지 (www.nakajimasuisan.co.jp)
15. A.S. 왓슨스 홈페이지 (www.aswatson.com)
16. 팬 퍼시픽 리테일 매니지먼트 홈페이지 (ppih.co.jp)
17. 시푸드 프라이데이 홈페이지 (seafoodfriday.hk)
18. 위스메택 니혼 푸드 홈페이지 (www.wismetac.com.hk)
19. 오션 쓰리 홈페이지 (www.oceanthree.hk)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.07.28

2023 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

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.