

양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	광동제약 비타 500 100ML	
제조사(수출업체) manufacturer	광동제약	
시중 유사제품 Similar products on the market		
	오로나민 C 120ML	
		비타 500 100ML (Vita 500)
	비타민 C 120ML	

마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수

Date of consumer's survey and numbers of respondents

추진 날짜 Date of survey	08/2023
설문 응답자 수 Number of respondents	25

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
male / female	10s / 20s / 30s / 40s +		
female	30s	Kuwait	간호사
female	30s	Kuwait	간호사
female	30s	Kuwait	간호사
female	40s	Kuwait	간호사
male	20s	Kuwait	학생
male	30s	Kuwait	직장인
male	40s	Kuwait	직장인
male	30s	Kuwait	직장인
female	20s	Kuwait	학생
female	40s	Kuwait	직장인
female	30s	Kuwait	직장인
male	40s	Kuwait	직장인
female	30s	Kuwait	직장인
male	20s	Kuwait	학생
female	10s	Kuwait	학생
female	10s	Kuwait	학생
male	60s	Kuwait	무직
male	30s	Kuwait	직장인
female	20s	Kuwait	직장인
male	40s	Kuwait	직장인
female	30s	Kuwait	직장인
male	50s	Kuwait	직장인
female	30s	Kuwait	직장인
male	30s	Kuwait	직장인
male	30s	Kuwait	직장인

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	1명	3명	6명	9명	6명
시식 전 인상 Impression before eating	1명	1명	10명	6명	7명
시식 후 평가 Evaluation after eating		2명	6명	6명	11명
상품성 평가 Productivity evaluation		2명	6명	6명	11명
가격 평가 Price evaluation		1명	1명	11명	12명

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	4			8		6	
불만족 요인 Unsatisfying factor	4			1		2	

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	10s					20s~30s					40s +				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	0명 0%	0명 0%	1명 4%	1명 4%	0명 0%	0명 0%	1명 4%	3명 12%	4명 16%	8명 32%	0명 0%	0명 0%	1명 4%	2명 8%	4명 16%
이유 및 분석 reason & analysis	10대들이 선호하는 독특한 디자인은 아닌 평범한 디자인임. 그러나 10대를 타겟으로 하는 홍보를 통해 수요층으로 끌어들이 수 있음. 일상으로서의 음료가 될 가능성이 있음. 오로나민 C 등의 일본산 제품들과 디자인과 비슷한 면이 있음.					20~30대들은 오로나민 C 등의 기존제품들에 익숙해져 있음. 전용 냉장고 등의 투자를 통해 현지인들의 생활 환경 안에서의 노출 빈도를 증가시켜야 함.					40대 이상은 보통 단 음식에 대한 수요가 크지 않으나, 중동 인구는 과당이 들어간 제품에 대한 선호가 유지되는 것으로 알려져 있음. 오로나민 C가 다양한 연령에서 소비되는 것이 바람직함.				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$0.70 (15%)	\$0.85 (25%)	\$1.00 (60%)
이유 및 분석 reason & analysis	구매력이 떨어지는 비쿠웨이트인 저임금 노동자들이 원하는 가격대임. 쿠웨이트라는 국가에서 주요 소비층이 아니기 때문에 가격을 낮출 필요는 없다고 판단됨.	평균 임금을 받는 비쿠웨이트 국적의 노동자임. 퀄리티와 가격을 다 요구하는 소비층임. 가격이 비교적 저렴한 한국·일본 제품을 적극적으로 찾는 고객층임.	현재 책정된 가격임(0.300 KD). 기존제품인 오로나민 C와 비타민 C의 가격과 같음. 120ML와 100ML의 크기 차이는 있지만, 패키지와 디자인의 세련됨을 고려한다면 큰 차이는 아니라고 판단됨.

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

맛	맛이 오로나민 C보다 좋다는 설문 대상들의 평가가 있었음. 맛이 오로나민 C보다 더 진하다는 평가도 있었음. 오로나민 C는 단 탄산음료라는 느낌이 있어 대중적인 맛인 반면, 비타 500은 특이한 맛의 건강음료의 맛을 가지고 있고 탄산도 없음. 칼로리는 비타 500(50kcal) 이 50% 정도 낮음(오로나민 C는 79kcal). 비타민C 함유는 비타 500(500mg)이 오로나민 C(220mg)보다 2배 이상 함유하고 있음. 맛에 익숙치 못한 점은 건강음료라는 점을 강조하면 해결할 수 있을 것으로 판단함.
제품 디자인	더 각이 있는 디자인으로서 더 눈에 뛠 수 있음. 또한 기존제품들과 비교해 뚜껑을 돌려서 여닫을 수 있어 좀 더 예쁜 디자인임.
가격	기존제품들과 동일한 가격임. 시의적절한 판매전략을 통해 매출 상승을 꾀할 수 있음.
네이밍	비타민 건강 드링크라는 이름을 강조하는 '비타', 그리고 500mg의 비타민C가 들었다는 강조를 할 수 있는 적절한 네이밍임.

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	칼로리가 낮은 제품이라는 것과 높은 비타민 함유를 광고하여 건강에 관심 있는 소비자들을 끌어들이 수 있음. 한국 제품이라는 것을 강조하고, 관련 홍보를 쿠웨이트 시장에서 활용할 수 있다면 충분히 큰 효과를 낼 수 있음. 그리고 다양한 비타 500 제품들이 있으므로, 여러 맛으로 홍보를 할 수 있을 것임. 현재 여러 슈퍼와 편의점에 제품들을 공급하여 더운 기후가 오래 지속되는 중동 지역에서 사람들이 음료수를 사러 자주 방문하는 편의점에서 제품 판매를 하는 것이 적절하다고 판단됨.
레시피 활용방안 recipe application plan	완제품으로서 해당사항 없음.