

2023

수산물식품 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202310-04
품목 어묵(Fish Cake)
HS CODE 1604.20-4090
국가 대만(Taiwan)
구분 경쟁력분석형

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 대만 어묵 경쟁제품 선정	05
2. 대만 어묵 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 대만 어묵 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 대만 어묵 경쟁기업 선정	26
2. 대만 어묵 경쟁기업 현지화 분석 기준	27
3. 대만 어묵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	29
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 한영 인터내셔널(韓英國際有限公司)	38
2. 한 지 민 와 핀(韓濟名味品有限公司)	40
3. 그랜드 크리에이션 트레이딩(偉創貿易有限公司)	42
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	49
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51

*참고문헌



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	쇼피 (Shopee)	부산 자갈치 어묵	A사
		즐거워하고 맛있는 부산어묵	B사
	모모샵 (Momoshop)	D사 부산어묵	D사
		수협모듬어묵	E사
	피씨홈 (PCHome)	맛이 깊은 부산어묵	D사
		D사 부산어묵	D사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

모듬어묵 (H사)		알뜰어묵 (F사)	
	가격 160대만달러 (6,483원)		가격 160대만달러 (6,483원)
	중량 360g		중량 1,000g
현지화된 포장 디자인과 제품 구성		어묵 형태, 가격, 구성, 포장 디자인 등 전반적으로 우수	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	H사	F사	B사	대만 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	한국	경쟁기업 3개사 중 1개사, 포장 대만 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 3개사, 한국 홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	⦿	⦿	
홍보 현지화	○	○	●	
입점 채널	온라인 및 오프라인 활용	온라인 및 오프라인 활용	온라인 및 오프라인 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국) SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(한국) SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지 (한국/중국/베트남/글로벌) SNS 플랫폼(한국)	

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(100g당) (52.93대만달러 (2,145원))	●	어묵 10개 40.14대만달러 (1,627원)		인증 (HACCP)		
				○	HACCP 인증 없음 9개 1개	
중량(g) (250g, 280g, 300g)	●	어묵 10개 약 162g		유통기한 (한국)	●	24개월 12개월 18개월 표시 없음 6개 2개 1개 1개
					○	제품 종류 (납작 어묵)
		납작 어묵 7개	꼬치 어묵 3개			

● 차별화된 경쟁력 ⦿ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 경쟁제품 100g당 평균 가격은 40.14대만달러(1,627원)으로, 주요 경쟁기업의 평균 가격을 비교하여 가격 책정을 권장함 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 편으로 제품 현지화를 위해 포장 중량을 높이는 것도 고려해볼 수 있음
Point 02.	1) 인터뷰와 경쟁제품 제품 분석 결과, 대만 소비자들은 어묵에 소스가 동봉된 제품 구성을 선호하는 것으로 나타남 2) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 한국 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼을 활용하나 한국 내수용 제품에 집중되어 있음

II 경쟁제품

1. 대만 어묵 경쟁제품 선정
2. 대만 어묵 경쟁제품 조사지표 선정
3. 대만 어묵 경쟁제품 현지조사 결과



1. 대만 어묵 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 어묵 ¹⁾
제품 종류	어묵
소비자 가격	148대만달러 (6,000원 대 ²⁾³⁾)
중량	250, 280, 300g
포장	플라스틱 파우치
특징	밀가루가 들어가지 않은 건강하고, 깨끗한 프리미엄 어묵

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : N사 어묵
 - 제품 종류 : 어묵
 - 소비자가격 : 148대만달러(6,000원 대)
 - 중량 : 250g, 280g, 300g
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 쇼피(Shopee)
 - 2. 모모샵(Momoshop)
 - 3. 피씨홈(PCHome)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



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

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 고객사는 N사로 표기
 2) 1대만달러=40.52원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)
 3) 제품에 따라 가격이 상이하함

2) 경쟁제품군 선정 및
온라인 판매 제품 확인

대만 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
 쇼피	식품, 의류, 전자기기, 패션, 생활용품 등
 모모샵	식료품, 패션, 가전, 생활용품, 반려용품, 유아용품 등
 피씨홈	식품, 가전, 패션, 생활용품, 유아용품, 여가용품 등

▶ 어묵 경쟁제품군 선정

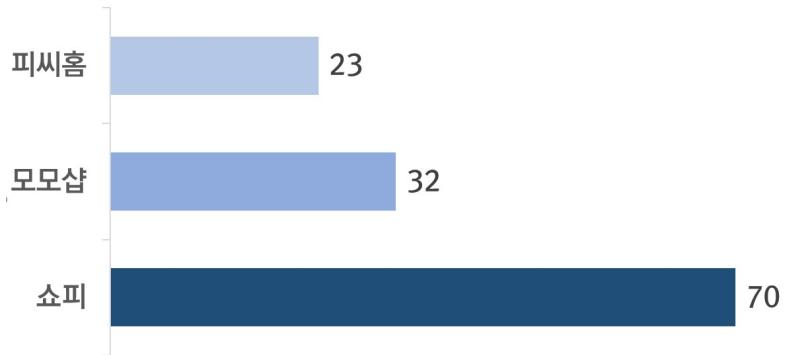
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 어묵 제품의 경쟁제품군으로 어묵을 선정함

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 대만 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 쇼피, 모모샵, 피씨홈의 상위 인기제품이 모두 한국산 어묵 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2023년 7월 대만 온라인 쇼핑몰 방문자 수

(단위: 백만)



자료 : 시밀러웹(Similarweb) 홈페이지

[표 2.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

쇼피 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)⁴⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	어묵	A사	부산 자갈치 어묵	한국	189대만달러 (7,658원 ⁵⁾)	1,000g	
2	어묵	B사	쫄깃하고 맛있는 부산어묵	한국	185대만달러 (7,496원)	1,000g	
3	어묵	C사	부산어묵 꼬치	한국	230대만달러 (9,320원)	375g (15꼬치)	

4) 조사일(2023.09.13.) 기준

5) 1대만달러=40.52원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

모모샵 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	어묵	D사	D사 부산어묵	한국	159대만달러 (6,443원)	500g	
2	어묵	E사	수협모듬어묵	한국	189대만달러 (7,658원)	500g	
3	어묵	E사	부산어묵	한국	149대만달러 (6,037원)	160g (5꼬치)	
피씨홈 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁷⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	어묵	D사	맛이 깊은 부산어묵	한국	169대만달러 (6,848원)	560g	
2	어묵	D사	D사 부산어묵	한국	199대만달러 (8,063원)	1,000g	
3	어묵	F사	정통 삼호 부산어묵	한국	450대만달러 (18,234원)	1,500g (500g*3개)	

자료: 쇼피(Shopee), 모모샵(Momoshop), 피씨홈(PCHome) 홈페이지
 사진 자료: 쇼피(Shopee), 모모샵(Momoshop), 피씨홈(PCHome) 홈페이지

6) 조사일(2023.09.13.) 기준

7) 조사일(2023.09.13.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 대만 타이페이 정보⁸⁾⁹⁾

인구	약 249만 명
면적	271.8km ²

▶ 대만 타이페이, 방문지역으로 선정

대만 타이페이를 방문지역으로 선정함. 대만의 수도인 타이페이는 대만의 정치, 경제, 금융, 문화의 중심지로, 지역적으로 북부에 위치해 있음. 총 12개의 행정구역 중 다안(Daan), 쑹산(Songshan), 다통(Datong) 구에 가장 많은 인구가 모여있음. 원주민, 민난족, 하카족, 이민자, 외국인 등 다양한 민족이 거주하고 있어 문화적 다양성이 뛰어남. 타이페이의 경제 발전과 더불어 편리한 육상 및 항공 교통 시스템 덕분에 국제회의, 박람회 등의 행사를 자주 개최하여 대만 내에서도 국제적 교류가 많은 도시임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 그리고 한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 대만 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	까르푸(Carrefour), 알티 마트(RT Mart), 에이마트(A.Mart)
슈퍼마켓	피엑스 마트(PX Mart), 웰컴(Wellcome), 심플 마트(Simple Mart), 마켓 플레이스 바이 제이슨스(Market Place by Jasons)
아시아/한인마트	한국상행(韓國商行), 단야상행(丹野商行), 승미상행(勝美商行), 한빈(韓濱)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리 마트(Family Mart), 하이 라이프(Hi-Life)
온라인	쇼피(Shopee), 모모샵(Momoshop), 피씨홈(PCHome)

■ 고객사 진출 선호 매장

8) 자료: 타이페이 사회복지부 홈페이지

9) 자료: 타이페이 정부 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 까르푸(Carrefour), 피엑스 마트(PX Mart), 한국상행(韓國商行), 단야상행(丹野商行), 승미상행(勝美商行)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 어묵: 생선 살을 으깨어 밀가루, 소금 등을 넣고 뭉친 후 익혀서 만든 어묵 가공 제품

[표 2.4] 대만 어묵 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	어묵
① 부산어묵 (G사)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 모모샵)	○
② 수협모듬어묵 (G사)	○ (까르푸)	○ (모모샵)	○
③ 수협사각어묵 (G사)	○ (까르푸)	○ (쇼피, 모모샵)	○
④ 어묵 (H사)	○ (피엑스 마트)	○ (쇼피, 모모샵)	○
⑤ 모듬어묵 (H사)	○ (한국상행)	○ (쇼피, 모모샵)	○
⑥ 접사각꼬지 (H사)	○ (한국상행)	○ (모모샵)	○
⑦ 알뜰어묵 (F사)	○ (한국상행)	○ (쇼피)	○
⑧ 쫄깃하고 맛있는 부산어묵 (B사)	○ (한국상행, 승미상행)	○ (쇼피)	○
⑨ 부산어묵 (I사)	○ (단야상행)	○ (쇼피, 모모샵, 피씨홈)	○
⑩ 프리미엄 부산어묵 (J사)	○ (승미상행)	○ (쇼피)	○

(*) 현지 판매 어묵 경쟁제품 10개 분석

2. 대만 어묵 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 대만 어묵 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 대만 어묵 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	어묵	생선 살을 으깨어 밀가루, 소금 등을 넣고 뭉친 후 익혀서 만든 어묵 가공 제품
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	인증	제품이 보유하고 있는 인증
	홍보문구	제품의 홍보문구
	수입자	제품의 수입상 정보
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

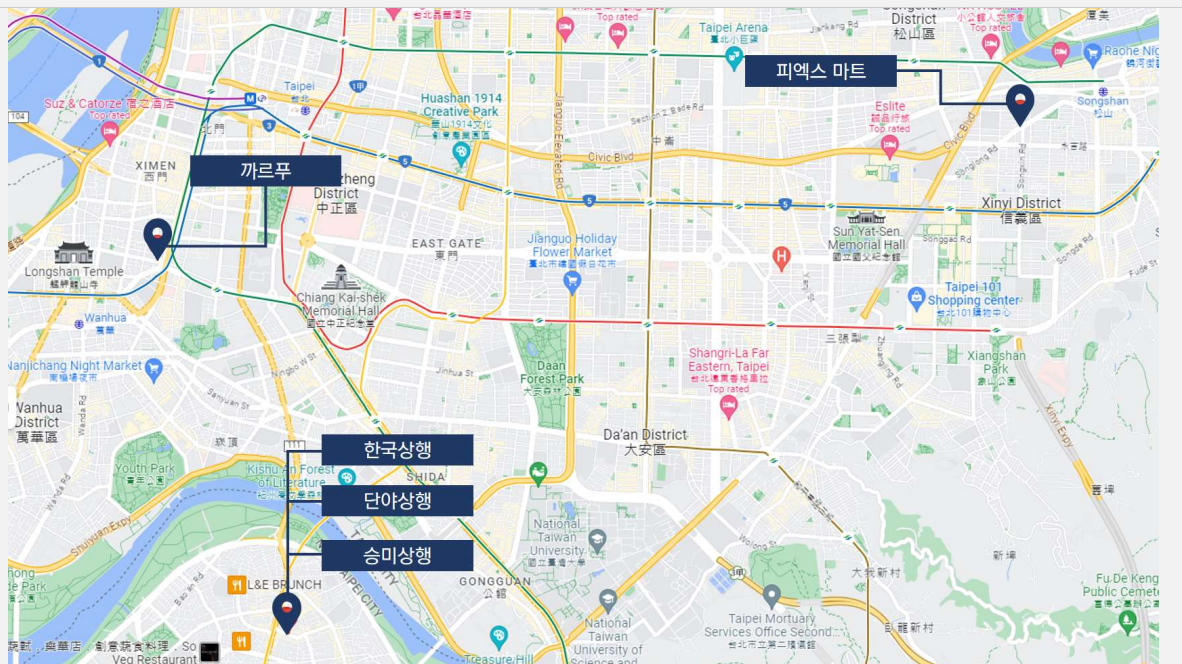
3. 대만 어묵 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 대만 타이페이에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트

대만 타이페이에 위치한 하이퍼마켓 까르푸(Carrefour)와 슈퍼마켓인 피엑스 마트(PX Mart), 그리고 한인마트인 한국상행(韓國商行), 단야상행(丹野商行), 승미상행(勝美商行)을 방문함. 까르푸는 프랑스의 다국적 도소매 기업으로, 대만에서는 식료품, 생활용품, 가전 등 다양한 상품을 판매하고 있음. 피엑스 마트는 대만 내 1,000개 이상의 매장을 보유한 대만에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인임. 한국상행, 단야상행, 승미상행은 당시(Dingxi)역 근처 한국거리에 모여있는 한인마트로 다양한 한국산 제품을 판매하는 소매점임

[표 2.6] 대만 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
까르푸(Carrefour)	하이퍼마켓	3	· 프랑스의 도소매 기업. 1989년 대만 진출 · 식품, 가전, 가구, 생활용품 등 폭넓은 제품군 판매
피엑스 마트(PX Mart)	슈퍼마켓	1	· 대만 최대 슈퍼마켓 체인, 1,000개 이상 매장 운영 · 신선식품, 해산물, 육류, 가공식품 등 판매
한국상행(韓國商行)	한인마트	4	· 당시역 근처 한국거리에 있는 한인마트 · 한국산 가공식품, 식재료, 주류 등 판매
단야상행(丹野商行)	한인마트	1	· 당시역 근처 한국거리에 있는 한인마트 · 한국산 가공식품, 식재료 등을 주로 취급하며 대만산, 일본산 식품도 판매
승미상행(勝美商行)	한인마트	1	· 당시역 근처 한국거리에 있는 한인마트 · 한국산 가공식품, 식재료, 주류 등 판매



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품, 10개 중 9개 제품 1개의 방문 매장에서 판매**

까르푸, 피엑스 마트, 한국상행, 단야상행, 승미상행 총 5개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 10개 제품 중 9개 제품이 단 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 나머지 1개의 제품은 2곳의 매장에서 판매 중인 것으로 조사됨. 한국상행은 10개 경쟁제품 중 4개의 어묵 제품을 판매하고 있어 가장 많은 경쟁제품을 취급하고 있는 것으로 나타남. 그다음으로는 까르푸 3개 제품, 승미상행 2개 제품, 피엑스 마트와 단야상행이 각 1개의 어묵 제품을 취급하고 있음

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황


경쟁제품 현황	판매 현황				
	까르푸	피엑스 마트	한국상행	단야상행	승미상행
① 부산어묵 (G사)	○				
② 수협모듬어묵 (G사)	○				
③ 수협사각어묵 (G사)	○				
④ 어묵 (H사)		○			
⑤ 모듬어묵 (H사)			○		
⑥ 접사각꼬지 (H사)			○		
⑦ 알뜰어묵 (F사)			○		
⑧ 쫄깃하고 맛있는 부산어묵 (B사)			○		○
⑨ 부산어묵 (I사)				○	
⑩ 프리미엄 부산어묵 (J사)					○

자료: 현지조사원 자료


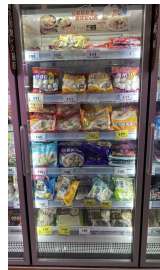
Shop ① 까르푸(Carrefour)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징: 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 육류, 조미료, 패션, 가전, 생활용품, 가구 등 취급
- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		까르푸는 1959년에 프랑스에 설립된 다국적 도소매 기업임. 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 포맷으로 현재 30개 이상 국가에 약 14,000개의 매장을 보유하고 있음. 아시아에는 1989년에 처음으로 진출하였고, 대만 가오슝시에 첫 매장을 설립함. 까르푸는 식료품, 생활용품부터 패션, 가구, 가전까지 다양한 상품을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 타이페이 상세주소 No. 1, Guilin Rd, Wanhua District, New Taipei City, Taiwan



매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어묵 경쟁제품 정보		
			
	부산어묵 (G사)	수협모듬어묵 (G사)	수협사각어묵 (G사)

사진자료: 현지조사원 자료

10) 까르푸(Carrefour) 홈페이지


			
제품명 (현지어)	부산어묵 (韓國水協四角魚板串)	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	꼬치 어묵	중량	160g
소비자가격	149대만달러 (6,037원)	100g당 가격	93.13대만달러 (3,773원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	한영 인터내셔널	원료 및 첨가물	어묵, 혼합제제, 밀가루, 소금, 화학조미료, 콩기름, 감미료 등
홍보문구	H사는 1974년 설립되어 현재 부산어묵 제품만 300종 이상 제조하고 있으며, 부산어묵 기술연구소와 특허를 다량 보유한 어묵 전문 제조회사입니다.		
			
제품명 (현지어)	수협모듬어묵 (韓國水協-傳統綜合魚板(附高湯))	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	납작 어묵	중량	500g
소비자가격	189대만달러 (7,658원)	100g당 가격	37.80대만달러 (1,532원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	한영 인터내셔널	원료 및 첨가물	어묵, 밀가루, 혼합제제, 감자전분, 당근, 밀전분, 고춧가루, 콩기름 등
홍보문구	추억의 포장마차 따끈한 어묵을 즐겨보세요, 5가지 어묵 구성으로 골라 먹는 재미가 있습니다, 신선한 기름으로 깨끗하게 제조하는 양심제품입니다, 특허받은 명태 농축액으로 더욱 깊은 바다의 맛을 느껴보세요.		

			
제품명 (현지어)	수협사각어묵	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	어묵	중량	320g
소비자가격	125대만달러 (5,065원)	100g당 가격	39.06대만달러 (1,583원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	한영 인터내셔널	원료 및 첨가물	어묵, 밀가루, 혼합제제, 식염, 글루타민산나트륨, 콩기름 등
홍보문구	G사 사각어묵은 HACCP 시설에서 위생적으로 신선한 기름을 사용하여 그 맛이 뛰어난 건강 어묵입니다.		

Shop ② 피엑스 마트(PX Mart)


매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선제품, 채소, 육류, 해산물, 외국 식료품 및 식재료, 가전, 취미용품 등 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾	 全聯福利中心	피엑스 마트는 1998년 설립된 대만의 슈퍼마켓 체인으로, 대만 전역에 1,000개 이상의 매장을 보유함. 대만의 수도인 타이베이에 본사를 두고 있으며, 타오위안에 3개의 물류창고를 보유하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		타이페이 No. 125, Songlong Rd, Xinyi District, New Taipei City, Taiwan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어묵 경쟁제품 정보	
		
	어묵 (H사)	

사진자료: 현지조사원 자료


11) 피엑스 마트(PX Mart) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	어묵 (韓國釜山魚板串)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	꼬치 어묵	중량	160g
소비자가격	110대만달러 (4,457원)	100g당 가격	68.75대만달러 (2,786원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	난차오 (南喬有限公司)	원료 및 첨가물	어묵, 밀가루, 당근, 소금, 부추, 혼합전분, 글루타민산나트륨 등
홍보문구	부산어묵은 우수한 기술력으로 좋은 재료와 깨끗한 기름을 사용하여 그 맛이 뛰어납니다.		



Shop ③ 한국상행(韓國商行)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
가공식품, 주류, 소스류 등
한국산 식품 판매
- 매장 주변 특징:
당시역 근처 한국거리 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보 ¹²⁾		한국상행은 타이페이의 당시역 근처에 있는 한국거리에 자리 잡고 있는 한국마트로, 한국산 식품을 전문적으로 수입 및 유통하는 소매점임. 다양한 가공식품과 주류 제품을 찾아볼 수 있음
	조사 제품 수: 4개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 타이페이 상세주소 No. 23號, Zhongxing St, Yonghe District, New Taipei City, Taiwan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어묵 경쟁제품 정보	
		
	모듬어묵 (H사)	접사각꼬지 (H사)
		
	알뜰어묵 (F사)	즐기고 맛있는 부산어묵 (B사)

사진자료: 현지조사원 자료

12) 한국상행(韓國商行) 구글 리뷰 페이지


			
제품명 (현지어)	모듬어묵 (韓國釜山綜合魚板)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	납작 어묵	중량	360g
소비자가격	160대만달러 (6,483원)	100g당 가격	44.44대만달러 (1,801원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	그랜드 크리에이션 트레이딩 (偉創貿易有限公司)	원료 및 첨가물	어묵, 밀가루, 복합증점제, 감자전분, 당근, 밀전분, 고춧가루, 대두유, 소금, 대두단백 등
홍보문구	부산어묵은 부산어묵을 상호로 사용하는 유일한 제조기업입니다.		
			
제품명 (현지어)	접사각꼬지 (魚板串)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	꼬치 어묵	중량	800g
소비자가격	350대만달러 (14,182원)	100g당 가격	43.75대만달러 (1,773원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	그랜드 크리에이션 트레이딩 (偉創貿易有限公司)	원료 및 첨가물	어묵, 밀가루, 소금, 전분가공품, 향료, 콩기름, 감미료, 결합제, 조미료 등
홍보문구	전통을 잇다. 정성을 담다. 대한민국, 대표 어묵		

			
제품명 (현지어)	알뜰어묵 (C)冷凍天婦羅	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	납작 어묵	중량	1,000g
소비자가격	160대만달러 (6,483원)	100g당 가격	16대만달러 (648원)
원산지	한국	유통기한	18개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	(-)
수입자	친 구인 트레이드 (秦冠貿易有限公司)	원료 및 첨가물	어묵, 물, 밀가루, 설탕, 대두단백, 소금, 포도당, 글루타민산나트륨 등
홍보문구	(-)		
			
제품명 (현지어)	즐거하고 맛있는 부산어묵 (冷凍天婦羅)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	납작 어묵	중량	1,000g
소비자가격	180대만달러 (7,294원)	100g당 가격	18대만달러 (729원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	친 구인 트레이드 (秦冠貿易有限公司)	원료 및 첨가물	어묵, 밀가루, 당근, 소금, 콩기름, 조미료 등
홍보문구	얇은사각		

Shop ④ 단야상행(丹野商行)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
가공식품, 주류, 소스류 등
한국산 식품을 주로 취급하며
대만 및 일본산 식품도 판매
- 매장 주변 특징:
당시역 근처 한국거리 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보 ¹³⁾		단야상행은 타이페이의 당시역 근처에 있는 한국거리에 자리 잡고 있는 한국마트로, 한국산 식품을 전문적으로 수입 및 유통하는 소매점임. 일부 대만 및 일본산 식품도 판매하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 타이페이 상세주소 No. 31號, Zhongxing St, Yonghe District, New Taipei City, Taiwan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어묵 경쟁제품 정보	
		
부산어묵 (1사)		

사진자료: 현지조사원 자료


13) 단야상행(丹野商行) 페이스북

			
제품명 (현지어)	부산어묵 (韓式甜不辣)	제조사 (현지어)	I사
제품 종류	납작 어묵	중량	800g
소비자가격	180대만달러 (7,294원)	100g당 가격	22.50대만달러 (912원)
원산지	한국	유통기한	(-)
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	텐 양 엔터프라이스 (天颯企業有限公司)	원료 및 첨가물	생선, 어묵, 밀가루, 식염, 설탕, L-글루타산나트륨, 대두유, 글리신, 폴리인산나트륨
홍보문구	(-)		

Shop ⑤ 승미상행(勝美商行)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
가공식품, 주류, 소스류 등
한국산 식품을 주로 취급
- 매장 주변 특징:
당지역 근처 한국거리 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보 ¹⁴⁾		승미상행은 타이페이의 당지역 근처에 있는 한국거리에 자리 잡고 있는 한국마트로, 한국산 식품을 전문적으로 수입 및 유통하는 소매점임. 라인페이, 타이완페이 등 여러 모바일 결제 시스템을 통해 간편한 쇼핑이 가능함
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		타이페이 No. 35號, Zhongxing St, Yonghe District, New Taipei City, Taiwan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어묵 경쟁제품 정보	
		
	프리미엄 부산어묵 (사)	

사진자료: 현지조사원 자료

14) 승미상행(勝美商行) 페이스북, 구글 리뷰 페이지

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>프리미엄 부산어묵 (韓國魚板)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>J사</p>
<p>제품 종류</p>	<p>납작 어묵</p>	<p>중량</p>	<p>1,000g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>180대만달러 (7,294원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>18대만달러 (729원)</p>
<p>원산지</p>	<p>한국</p>	<p>유통기한</p>	<p>12개월</p>
<p>포장 형태</p>	<p>플라스틱 파우치</p>	<p>인증</p>	<p>HACCP</p>
<p>수입자</p>	<p>하른 관 컴퍼니 (韓廣企業有限公司)</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>냉동어묵, 밀가루, 소금, 콩기름, 설탕, 향료, D-자일로스 등</p>
<p>홍보문구</p>	<p>BUSAN FISH CAKE</p>		

III 경쟁기업

1. 대만 어묵 경쟁기업 선정
2. 대만 어묵 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 대만 어묵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보



1. 대만 어묵 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 어묵 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

대만 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하여 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 45년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 45년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. H사는 1974년에 설립되어 가장 오래된 49년의 업력을 보유하고 있으며, F사는 1976년 설립 이후 47년째 사업을 이어오고 있음. B사는 1984년 설립된 후 39년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 어묵 및 절인 해산물 품목 종류 조사

대만에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 어묵의 동일 품목 수를 조사한 결과, F사가 36개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 H사가 23개, B사가 7개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 어묵 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
H사	한국	49년	23개
F사	한국	47년	36개
B사	한국	39년	7개

자료: 대만 진출 어묵 경쟁기업 3개사 분석

2. 대만 어묵 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
	동일품목	어묵

▶ 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	까르푸, 피엑스 마트, 한국상행, 단아상행, 승미상행
온라인	쇼피, 모모샵, 피씨홈

3. 대만 어묵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 대만 오프라인 매장 진출

대만에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점한 것으로 확인됨. H사는 피엑스 마트와 한국상행 2곳에 입점하였으며, F사는 한국상행 1곳, B사는 한국상행과 승미상행 2곳에 입점한 것으로 조사됨


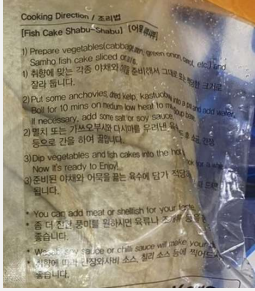

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

대만 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. H사는 한국 자사 홈페이지와 한국 계정의 인스타그램을 운영하고 있으며, F사는 한국 자사 홈페이지와 한국 계정의 페이스북, 인스타그램을 운영함. B사는 한국과 글로벌 자사 홈페이지 외에도 중국, 일본 등의 자사 홈페이지를 운영하며, 한국 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브 계정을 보유해 3개사 중 가장 활발한 온라인 홍보 활동을 펼치고 있음

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지 내 수출용 제품 홍보 제외

대만 시장에 진출한 경쟁기업은 모두 한국기업으로, 제품을 홍보할 때 자사 홈페이지에서 한국 내수용 제품만 홍보 중인 것으로 조사됨. 수출용 제품은 별도의 온라인 상품 페이지나 홍보문구가 존재하지 않음. 이에 오프라인 홍보문구를 조사한 결과, ‘부산어묵’, ‘대한민국’ 등 원산지를 강조한 문구가 사용되고 있으며 중국어, 한국어, 영어 조리법을 기재한 것으로 확인됨. 그러나 세 경쟁기업의 오프라인 홍보문구에서 특별한 공통점은 찾아보기 어려운 것으로 조사됨

[표 3.7] 대만 어묵 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
H사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 피엑스 마트 - 한국상행 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 - 모모샵 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 부산어묵은 부산어묵을 상호로 사용하는 유일한 제조기업입니다. - 전통을 잇다, 정성을 담다 - 대한민국, 대표 어묵 - 중국어 조리법 	
F사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 한국상행 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국어, 영어 조리법 외 별도의 홍보문구 없음 	
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 한국상행 - 송미상행 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국/중국/베트남/글로벌) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 얇은사각 	

자료: 대만 진출 어묵 경쟁기업 3개사 분석

① H사

기업 기본 정보	기업명	H사	
	기업 설명	H사는 다양한 종류의 어묵을 대표 상품으로 취급하는 벤처기업으로 양산에 본사를 두고, 양산과 부산 공장에서 제품을 생산함. EU 수산물 가공시설 인증, 중국 수출 수산물 인증 등을 보유하여 국내외로 어묵을 유통하고 있음	
	위치	경상남도 양산시 주남로 69-25(주남동)	
	규모	동일품목 수	23개
		설립연도	1974년


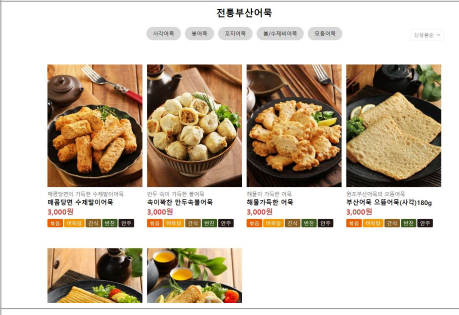
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 피엑스 마트 한국상행 <온라인 매장> 쇼피 모모샵		제품명	어묵 (韓國釜山魚板串)
			중량	160g
			소비자가격	110대만달러 (4,457원 ¹⁵⁾)
			제품 종류	어묵

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

15) 1대만달러=40.52원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 인스타그램(한국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 제품 구매, 이벤트 안내 등

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 이념, 연혁 등 기업 정보 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 자사 상품군 및 제품 구매 안내
			<ul style="list-style-type: none"> • 이벤트 안내

사진자료: H사 홈페이지

② F사


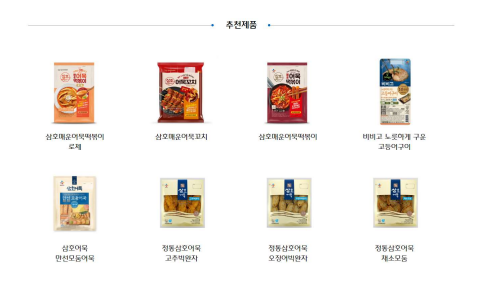
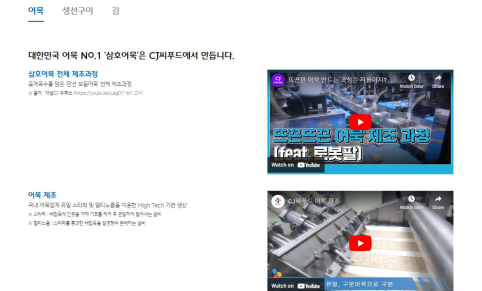
기업 기본 정보	기업명	F사	
	기업 설명	F사는 1976년 수산물 가공 수출 사업에서 시작하여 원양어업을 거쳐 1985년에 본격적인 내수식품사업에 참여함. 생선구이, 어묵, 맛살, 김, 유부 등의 제품을 생산하는 기업으로 국내 및 해외시장에 자사 제품을 유통하고 있음	
	위치	경기도 성남시 중원구 둔촌대로 388번길 32(상대원동)	
	규모	동일품목 수	36개
설립연도		1976년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 한국상행 <온라인 매장> 쇼피		제품명	알뜰어묵 (C)冷凍天婦羅
			중량	1,000g
			소비자가격	160대만달러 (6,483원)
			제품 종류	어묵

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램(한국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개 및 구매 안내, 홍보자료 공유 등

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 연혁, 이념 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품군 및 상품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 제조 공정 안내

사진자료: F사 홈페이지

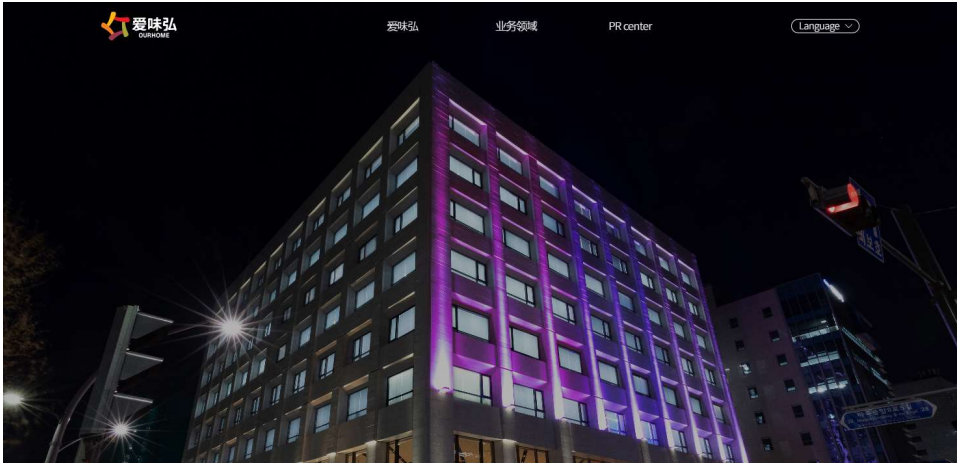
③ B사


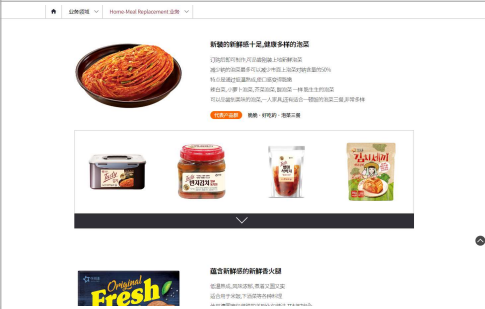
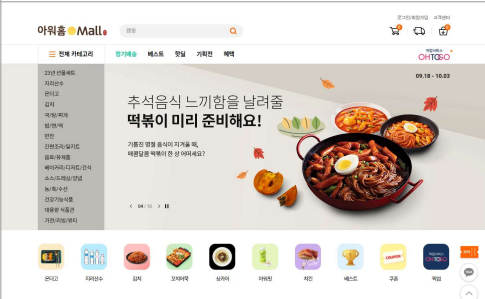
기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 식재공급사업을 시작으로 급식, 외식, 식품사업을 운영하는 종합식품기업임. 단체식 서비스 시스템 및 케이터링 서비스를 국내외에 공급하고 자체 식품 브랜드를 운영하여 가정간편식, 반찬, 대량 식자재 등을 유통하고 있음	
	위치	서울특별시 강서구 마곡중앙10로 91	
	규모	동일 품목 수	7개
설립연도		1984년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 한국상행 승미상행 <온라인 매장> 쇼피		제품명	즐거움과 맛있는 부산어묵 (冷凍天婦羅)
			중량	1,000g
			소비자가격	180대만달러 (7,294원)
			제품 종류	어묵

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(중국/한국/베트남/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)
	게시 주기	일주일당 3~4건
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 자사 온라인 몰 안내

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> 기업 스토리, 연혁, 사업 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 주요 제품군, 브랜드, 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 자사 한국 온라인 쇼핑몰 안내

사진자료: B사 홈페이지

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

IV 수입·유통업체 인터뷰

1. 한영 인터내셔널(韓英國際有限公司)
2. 한 지 민 와 핀(韓濟名味品有限公司)
3. 그랜드 크리에이션 트레이딩(偉創貿易有限公司)



Interview ①

한영 인터내셔널
(韓英國際有限公司)

16)

한영 인터내셔널
(韓英國際有限公司)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2000년 설립한 한국 식품 수입상
 - 한국에서 주로 식품 제품을 수입 및 유통
 - 떡볶이, 김치, 어묵, 삼계탕, 전통차 등 한국의 전통식품 중에서도 방부제가 들어가지 않는 제품을 특별히 선별하고, 유통함

담당자 정보

Manager

한영 인터내셔널(韓英國際有限公司)
Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 제품 종류, 원료 및 성분은 대만에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 좀 비싼 편입니다. 현재 자사에서 판매하는 240g 어묵의 가격은 100대만달러(4,052원¹⁷⁾) 정도이고, 320g짜리 다른 제품은 125대만달러(5,065원)에 판매되고 있습니다. 어묵이 72% 함유되고, 소스가 동봉된 이 두 제품은 외포장에 한자로 제품 정보를 표시하였으며 한국 부산에서 가져온 제품임을 안내하고 있습니다. 이러한 정보는 소비자가 제품을 선택할 때 도움이 되므로 현지어로 제품 정보를 기재하는 것이 좋습니다. 또한, 1kg 구성에 190대만달러(7,699원)로 판매되고 있는 제품도 있는데 이 제품의 어묵 함량은 66.32%입니다. 고객사의 제품은 여러 가지 맛을 선택할 수 있다는 강점이 있지만, 소스가 동봉되어있지 않아 일부 소비자는 요리할 때 불편하다고 생각할 수 있습니다. 현재 대만에는 치즈와 양파를 넣은 어묵을 찾기 힘들어서 어묵에 치즈가 추가된 제품은 상당히 경쟁력 있습니다. 이러한 제품은 현지 가격이 비교적 높아도 잘 팔릴 것 같습니다.

Q2. 유통업체와 현지 소비자가 어묵 제품 수입 또는 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

자사가 어묵 제품을 수입할 때는 주로 원산지와 품질을 고려합니다. 참고로 현재 대만 시장에 유통되고 있는 어묵 제품의 원산지는 거의 부산입니다. 한편, 소비자는 주로 맛과 가격을 고려합니다. 대만에서 판매 중인 어묵 대부분은 한국에서 수입하기 때문에 소비자들은 맛에 대해 크게 염려하지 않습니다. 소비자가격은 오프라인과 온라인의 차이가 큰 편입니다.

16) 사진자료: 한영 인터내셔널(韓英國際有限公司) 공식 홈페이지

17) 1대만달러=40.52원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

가격	146.62대만달러 (6,000원 대)
포장 형태	플라스틱 파우치
원산지	한국

Q3. 현지 소비자가 특히 선호하는 맛과 어묵 요리법은 무엇이며, 고객사 제품 품질 개선점은 무엇인가?

고객사의 제품에 소스를 같이 넣는 것을 추천합니다. 한국 식재료를 주로 취급하는 매장에서는 어묵을 판매할 때 주로 떡볶이와 고추장 등 어묵과 잘 어울리는 한국 음식이나 조미료를 묶어 판매하기도 합니다. 특히 한국 요리인 어묵탕을 만들 때 사용할만한 소스가 있으면 좋겠습니다.

Q4. 대만에서 냉동식품을 유통하는 경우, 제품 품질 유지 및 관리 주의사항은 무엇인가?

공장 출고 직후부터 배송지까지 제품을 계속 냉동 운송해야 하므로, 냉동 시스템을 유지할 수 있어야 합니다. 바이어에게 제품이 도착한 후에는 영하 18도에서 냉동 보관을 해야 합니다.

Q5. 대만에서 어묵 제품 판매 시 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

온라인에서 소셜미디어를 활용한 인플루언서 마케팅을 많이 합니다. 특히 페이스북과 인스타그램은 어묵 제품의 설명, 사진, 관련 동영상 등을 동시에 게시할 수 있어 구매를 유도하기 좋은 플랫폼입니다.

Q6. 대만에서 어묵 제품 판매 시, 가장 효과 있는 프로모션 방식은 무엇이며 가격대는 어느 정도로 형성되어 있는가?

소비자가 제품 구매 후 집에서 바로 요리할 수 있도록 떡볶이 밀키트나 고추장 같은 제품을 세트로 구성해서 같이 판매하면 좋습니다. 할인 행사를 진행할 경우, 기본 가격에서 25%까지 할인하기도 합니다.

7. 어묵 제품이 대만 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

대만에 처음 진출한다면 온라인과 오프라인 유통채널에서 동시에 입점하는 것이 좋습니다. 온라인 채널은 쇼피와 모모샵을 추천하며, 초반에는 오프라인 매장에 입점하기 어려울 수 있습니다. 어떤 매장에서 한국 식품 행사를 연다면 반드시 참석하여 제품을 알리고, 판매하는 것을 권장합니다.

Interview ② 한 지 민 와 핀 (韓濟名味品有限公司)

18)

한 지 민 와 핀 (韓濟名味品有限公司)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2000년 설립된 대만 신베이에 본사를 둔 수입 및 유통업체
 - 한국에서 김치, 주류, 조미료, 우유, 어묵 등의 식품을 수입

담당자 정보

Sales Staff



한 지 민 와 핀(韓濟名味品有限公司) Sales Staff

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 제품 종류, 원료 및 성분은 대만에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

자사가 취급하는 A사 어묵 1kg의 가격은 175대만달러(7,091원) 정도에 판매되고 있어 고객사의 제품은 비싸게 느껴집니다. 대만 시장에는 중량이 750g 또는 1kg인 제품이 많이 유통되므로 중량을 늘리면서 가격을 조금 저렴하게 책정하는 방법이 있습니다. 한편으로는 고객사 제품의 포장 색상이 다양해서 더 '프리미엄' 제품인 것처럼 느껴지기도 합니다. 다만 외포장에 한자로 된 설명이 없어서 소비자가 제품을 선뜻 고르기 어려울 것으로 보입니다. 특히 맛을 표현하는 문구를 작성할 때 영어나 한자로 표시하면 좋겠습니다. 고객사 제품 중 대만 소비자들 특히 선호할 맛은 치즈 맛이며, 다른 맛은 별로 특별하게 느껴지지 않습니다.

Q2. 유통업체와 현지 소비자가 어묵 제품 수입 또는 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

자사는 제품의 공급 가격을 가장 고려합니다. 어묵은 대만으로 수입할 때 관세율이 17.5%이기 때문에 통관 등 절차에 따른 비용이 많이 듭니다. 공급가가 너무 비싸면 소비자 가격도 올라가 판매할 때 경쟁력이 없습니다. 소비자는 주로 중량을 살피는데 가족 단위일 경우 1kg 제품이, 소수의 경우 240g이나 320g 정도인 제품을 구매합니다.

가격	146.62대만달러 (6,000원 대)
포장 형태	플라스틱 파우치
원산지	한국

Q3. 현지 소비자가 특히 선호하는 맛과 어묵 요리법은 무엇이며, 고객사 제품 품질 개선점은 무엇인가요?

대만 소비자가 특히 선호하는 맛에는 치즈 맛과 한국 간장 맛이 있습니다. 주로 어묵탕이나 떡볶이에 어묵을 넣어 먹는데, 이러한 점을 고려하여 고객사 제품에 분말수프나 소스 등을 함께 제공하는 것이 좋습니다.

Q4. 대만에서 냉동식품을 유통하는 경우, 제품 품질 유지 및 관리 주의사항은 무엇인가요?

대만의 날씨는 기본적으로 온도가 높아 더우므로 제품이 상하는 것을 방지하기 위해 유통 시 0-10℃를 유지될 수 있도록 주의해야 합니다. 따라서, 제품을 운송할 때 최대한 냉장 온도를 유지하는 것이 중요합니다.

Q5. 대만에서 어묵 제품 판매 시 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

유튜브, 페이스북 등 소셜미디어를 활용하는 것이 좋습니다. 특히 현지 유명 인플루언서를 통해 제품 정보, 원산지 등을 알리는 방법이 있습니다. 대만에서는 쇼피와 피씨홈과 같은 온라인 채널에서도 홍보를 많이 합니다.

Q6. 대만에서 어묵 제품 판매 시, 가장 효과 있는 프로모션 방식은 무엇이며 가격대는 어느 정도로 형성되어 있는가?

치즈 맛 제품을 2개 구매하는 경우, 양파 맛 제품 1개를 증정하는 방식이 좋습니다. 이렇게 하면 소비자가 선택한 맛 외에도 다른 맛을 경험하게 되고, 재구매로 이어질 수 있습니다. 다른 맛과 교차하여 1+1 제품 제공 행사를 진행하는 것도 반응이 좋을 것으로 예상합니다.

Q7. 어묵 제품이 대만 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널부터 진출하기 시작하면 좋습니다. 페이스북과 인스타그램에 브랜드 계정을 만들어서 직접 제품 사진과 영상물로 홍보하고, 제품 판매로 이어지게끔 하는 것을 고려해보세요.

Interview ③ 그랜드 크리에이션 트레이딩 (偉創貿易有限公司)

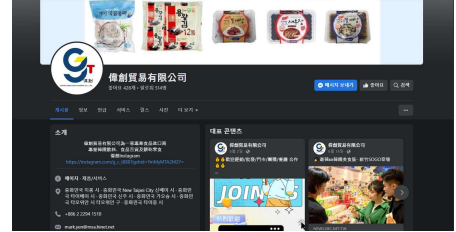
19)

그랜드 크리에이션 트레이딩 (偉創貿易有限公司)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년 설립된 대만의 수입·유통업체
 - 한국에서 주로 제품을 수입하고 있으며 음료, 간식, 어묵, 영유아식품, 주류, 조미료 등을 취급

담당자 정보

Manager



그랜드 크리에이션 트레이딩(偉創貿易有限公司) Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 제품 종류, 원료 및 성분은 대만에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사의 어묵 제품의 가격은 적당하다고 생각합니다. 자사가 판매 중인 어묵 360g의 가격은 250대만달러(10,130원)이며, 프로모션을 적용할 때는 169대만달러(6,848원)에 판매하기도 합니다. 이 제품의 어육 함량은 67.5%이며 소스가 함께 제공됩니다. 고객사의 제품은 맛 선택지가 많아서 좋지만, 소스가 따로 동봉되지 않아 소비자가 조리하기 불편할 수 있습니다. 어묵은 대만 백화점에서도 많이 판매되고 있는데, 백화점에 납품할 경우 포장에 고급스러워야 합니다. 백화점에서 유통되는 어묵 제품은 가격이 360g에 200-250대만달러(8,104-10,130원) 정도로 형성되어 있습니다.

Q2. 유통업체와 현지 소비자가 어묵 제품 수입 또는 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

유통업체는 포장과 가격을 많이 고려합니다. 대만에서 판매하는 어묵의 원산지는 거의 부산인데, 경쟁제품 중에는 포장에 대만 소비자를 위한 한자가 적힌 제품도 있습니다. 반면, 소비자는 가격을 많이 고려합니다. 참고로 1kg 벌크 포장 제품과 소용량 프리미엄 포장 제품의 가격은 비슷하게 책정될 수도 있습니다.

가격	146.62대만달러 (6,000원 대)
포장 형태	플라스틱 파우치
원산지	한국

Q3. 현지 소비자가 특히 선호하는 맛과 어묵 요리법은 무엇이며, 고객사 제품 품질 개선점은 무엇인가?

대만에서도 한국 요리를 많이 먹습니다. 어묵은 주로 어묵탕이나 떡볶이를 요리할 때 사용합니다. 샤브샤브 만들 때 어묵을 넣기도 합니다.

Q4. 대만에서 냉동식품을 유통하는 경우, 제품 품질 유지 및 관리 주의사항은 무엇인가?

제품 출고 후 상차 시까지 온도를 영하로 유지하기 쉽지 않습니다. 운송 중에도 꾸준히 영하 18도를 유지해야 하는데, 온도를 차갑게 유지하는 것은 생각보다 쉽지 않습니다. 제품의 신선도를 위해 온도에 신경을 많이 써야합니다.

Q5. 대만에서 어묵 제품 판매 시 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

다른 경쟁제품들은 백화점이나 쇼핑몰에서 시식 행사를 많이 진행합니다. 명절 또는 주말에 시식 행사를 통해서 소비자가 직접 제품을 맛보고 구매하도록 유도할 수 있습니다.

Q6. 대만에서 어묵 제품 판매 시, 가장 효과 있는 프로모션 방식은 무엇이며 가격대는 어느 정도로 형성되어 있는가?

떡볶이, 고추장 등의 제품과 어묵을 묶어 같이 판매하면 좋습니다. 초기에는 제품을 판매할 때 어묵을 2개 이상 구매하면 떡볶이를 하나 증정하는 방식도 좋을 것입니다. 떡볶이에는 어묵이 들어가므로, 필요한 재료를 함께 구성하면 소비자는 편리함을 위해 한꺼번에 구매할 것입니다. 각각 다른 맛 2종을 교차하여 1+1로 제공해도 좋습니다.

Q7. 어묵 제품이 대만 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사의 제품은 '프리미엄' 느낌이 나기 때문에 백화점 식품관에서 판매하는 것을 추천합니다. 처음부터 백화점에서 판매한다면 소비자들은 계속해서 해당 제품을 고급스럽다고 인식하게 됩니다. 또한, 백화점 식품관을 자주 이용하는 소비자들은 구매력이 높습니다.

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



1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

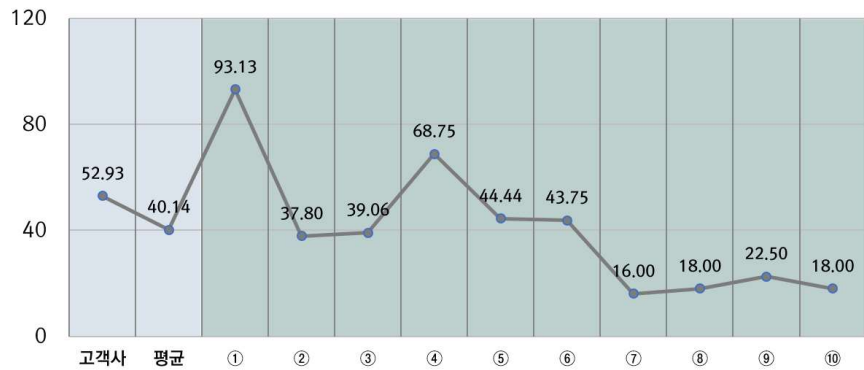
- ① 부산어묵 (G사)
- ② 수협모듬어묵 (G사)
- ③ 수협사각어묵 (G사)
- ④ 어묵 (H사)
- ⑤ 모듬어묵 (H사)
- ⑥ 접사각꼬지 (H사)
- ⑦ 알뜰어묵 (F사)
- ⑧ 쫄깃하고 맛있는 부산어묵 (B사)
- ⑨ 부산어묵 (I사)
- ⑩ 프리미엄 부산어묵 (J사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 100g당 가격²⁰⁾은 52.93대만달러(2,145원)로, 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 40.14대만달러(1,627원)보다 높은 수준으로 확인됨. 고객사 제품이 경쟁제품 평균 가격과 유사하거나 낮은 수준의 소비자가격을 책정한다면 가격 면에서 경쟁 우위를 차지할 수 있으나, 불가피하다면 제품의 프리미엄 품질을 강조하는 것을 권장함

[표 5.1] 대만 어묵 가격 경쟁력 분석

(단위: g/달러)



20) 고객사 제품의 평균 가격은 250g, 280g, 300g의 평균값을 기준으로 산출됨

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

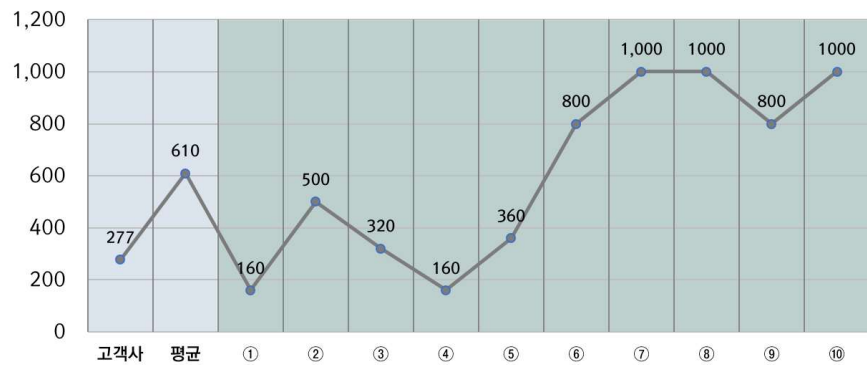
- ① 부산어묵 (G사)
- ② 수협모듬어묵 (G사)
- ③ 수협사각어묵 (G사)
- ④ 어묵 (H사)
- ⑤ 모듬어묵 (H사)
- ⑥ 접사각꼬지 (H사)
- ⑦ 알뜰어묵 (F사)
- ⑧ 쫄깃하고 맛있는 부산어묵 (B사)
- ⑨ 부산어묵 (I사)
- ⑩ 프리미엄 부산어묵 (J사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 낮은 편

고객사 제품의 총 중량은 제품별 중량인 250g, 280g, 300g의 평균값인 277g으로 설정함. 이는 어묵 경쟁제품 10개의 평균 중량인 610g의 약 45% 수준으로 경쟁제품 대비 상당히 작은 편으로 조사됨. 10개의 경쟁제품 중 5개 제품의 중량이 800~1,000g이며, 360g 이하인 제품이 4개인 점을 참고하여 기존 중량 제품에 1,000g에 가까운 대용량 포장 제품을 더해 시장에 진출하는 방향을 고려해 볼 필요가 있음

[표 5.2] 대만 어묵 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

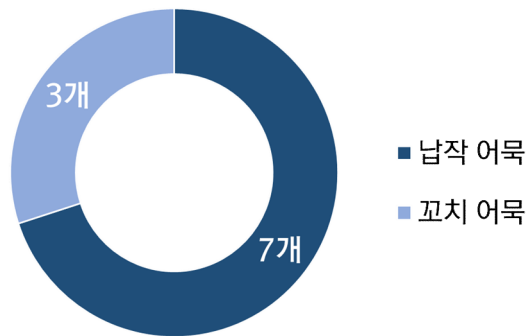


3) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 납작 어묵

대만에서 판매되고 있는 어묵 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 10개 중 7개의 제품이 납작 어묵, 3개의 제품이 꼬치 어묵 형태인 것을 확인함. 경쟁제품 대부분이 납작한 형태의 어묵인 점을 고려해 고객사 제품은 해당 제품을 주력으로 홍보하며 제품을 알리는 방법을 고려할 수 있음.

[표 5.3] 대만 어묵 제품 종류 경쟁력 분석

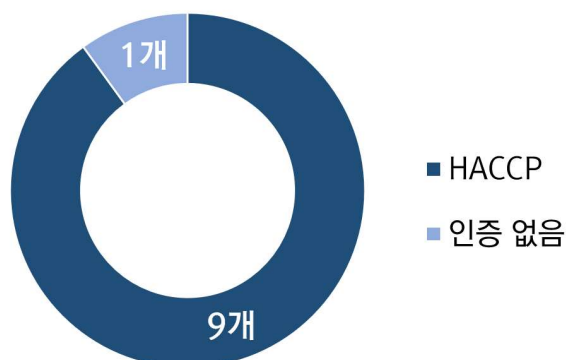


4) 인증

▶ 현지 경쟁제품, 10개 중 9개 제품이 HACCP 인증 취득

대만에서 판매 중인 어묵 경쟁제품 10개가 보유하고 있는 인증을 조사한 결과, 9개 제품이 HACCP 인증을 취득한 것으로 확인됨. 대만 시장에 유통되고 있는 대부분의 어묵은 한국산이며, 고객사 제품 또한 HACCP 인증을 취득하였기에 소비자가 제품의 품질을 신뢰할 수 있을 것으로 판단됨

[표 5.4] 대만 어묵 제품 인증 경쟁력 분석

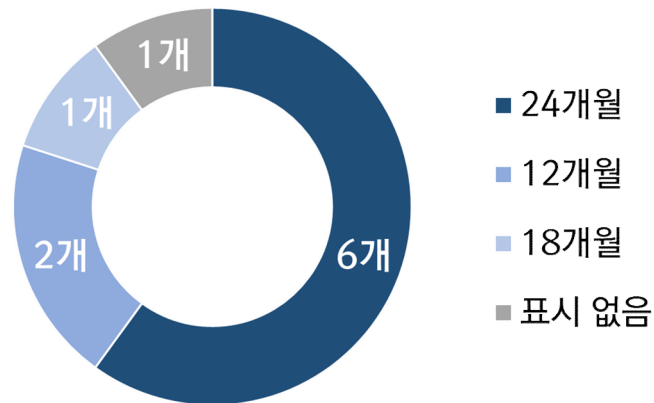


5) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품, 6개 제품의 유통기한 24개월

대만에서 판매 중인 어묵 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 10개 제품 중 6개의 유통기한이 24개월인 것으로 확인됨. 나머지 4개 제품 중 2개는 12개월, 1개는 18개월이었으며 다른 1개 제품은 별도의 유통기한 표시를 찾아볼 수 없었음. 유통기한을 표기한 총 9개 제품이 12개월 이상의 유통기한을 확보한 점을 참고하여 고객사 제품도 장기간 보관할 수 있도록 긴 유통기한을 확보한다면 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

[표 5.5] 대만 어묵 유통기한 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. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 쇼피, 모모샵, 피씨홈

(*) 오프라인 매장 : 까르푸, 피엑스 마켓, 한국상행, 단야상행, 승미상행

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

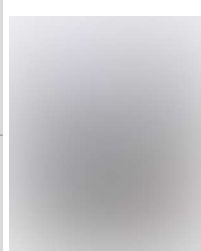
(*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
납작 어묵

공통 특징 ②
포장 형태



공통 특징 ①
납작 어묵

공통 특징 ②
포장 형태



현지 벤치마킹 인기제품
(H사 _
모듬어묵)
**'현지화된 포장
디자인과 제품 구성'**

◀ 벤치마킹
포장 및 제품
현지화

고객사 제품
**'밀가루가 들어가지 않은
건강하고, 깨끗한
프리미엄 어묵'**

벤치마킹 ▶
높은 만족 요소

현지 벤치마킹 인기제품
(F사 _
알뜰어묵)
**'어묵 형태, 가격, 구성,
포장 디자인 등
전반적으로 우수'**

2) 벤치마킹 제품 분석
- 포장 및 제품 현지화

▶ **벤치마킹 제품, 현지 소비자 맞춤형 제품**

현지에서 판매 중인 어묵 경쟁제품의 외포장을 조사한 결과, 대부분의 제품이 포장 디자인의 문구를 현지화함. 벤치마킹 제품을 포함한 7개 제품은 외포장에 현지 언어로 제품의 설명을 기입함. 특히 벤치마킹 제품은 중국어로 전면에 제품명을 표기하고, 뒷면에는 간단한 그림과 함께 조리 방법을 넣어 소비자가 쉽게 이해할 수 있도록 안내함. 또한, 벤치마킹 제품은 어묵과 소스를 같이 동봉하여 편하게 요리할 수 있도록 구성함. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 대만 소비자는 떡볶이나 어묵탕 등에 어묵을 넣어 먹으며 이러한 요리를 쉽고, 빠르게 할 수 있는 소스가 포함된 어묵 제품을 선호함. 따라서, 고객사 제품도 현지 소비자가 이해하기 쉽도록 그림이나 현지 언어를 활용한 디자인으로 변경하고, 소비자의 만족도를 높일 수 있는 어묵 요리 소스를 추가하는 방안을 고려해볼 수 있음

[표 5.6] 대만 어묵, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 고객사의 제품은 여러 가지 맛을 선택할 수 있다는 강점이 있지만, 소스가 동봉되어있지 않아 일부 소비자는 요리할 때 불편하다고 생각할 수 있습니다...(중략)...고객사의 제품에 소스를 같이 넣는 것을 추천합니다. 특히 한국 요리인 어묵탕을 만들 때 사용할만한 소스가 있으면 좋겠습니다.

3) 벤치마킹 제품 분석
- 높은 만족 요소

▶ **벤치마킹 제품, 전반적으로 높은 만족 요소 보유**

현지에서 판매 중인 어묵 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 7개의 제품이 납작한 형태의 어묵이며 3개의 제품이 꼬치 어묵인 것으로 조사됨. 납작 어묵은 인터뷰에서 확인한 현지 소비자들의 어묵 요리법인 어묵탕, 떡볶이, 샤브샤브 등에서 개인의 취향과 목적에 따라 다양한 크기로 쉽게 잘라 먹을 수 있음. 또한, 벤치마킹 제품은 현지화된 포장, 1,000g의 대용량 구성, 경쟁제품 10개 중 가장 낮은 가격 등 전반적으로 높은 경쟁력을 갖춘 제품으로 판단됨. 따라서 고객사 제품의 강점인 다양한 맛을 강조하면서 벤치마킹 제품 분석을 통해 현지 소비자가 전반적으로 만족할만한 요소를 갖추어 경쟁력을 확보할 것을 권장함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 어묵 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	H사	
	기업 설명	H사는 다양한 종류의 어묵을 대표 상품으로 취급하는 벤처기업으로 양산에 본사를 두고, 양산과 부산 공장에서 제품을 생산함. EU 수산물 가공시설 인증, 중국 수출 수산물 인증 등을 보유하여 국내외로 어묵을 유통하고 있음	
주요 마케팅 전략	다양한 구성		
	제품 현지화	용량별 꼬치 어묵, 모듬 어묵 등 여러 가지 형태로 구성된 어묵 제품을 제조 및 유통하여 소비자에게 폭넓은 선택권을 제공함	
			
	매콤 어묵, 단호박 어묵, 치즈 어묵, 깻잎 어묵, 소세지 어묵 등 기본 어묵 외에도 다채로운 맛을 보유	자사 제품을 활용해서 만들 수 있는 요리 방법을 제품 패키지에 현지 언어로 그림과 함께 설명	
요약	판매채널	현지 오프라인 및 온라인 매장 진출	
	홍보채널	한국 자사 홈페이지 및 한국 계정 SNS 활용	
	홍보문구	제품의 원산지와 오리지널리티를 강조한 문구 활용	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 타이페이 사회복지부 홈페이지 (english.dosw.gov.taipei)
2. 타이페이 정부 홈페이지 (english.gov.taipei)
3. 시밀러웹 (www.similarweb.com)
4. 쇼피 (shopee.tw)
5. 모모샵 (www.momoshop.com.tw)
6. 피씨홈 (ecshweb.pchome.com.tw)
7. 구글맵 (www.google.com/maps)
8. 구글 (www.google.com)
9. 까르푸 홈페이지 (www.carrefour.com.tw)
10. 피엑스 마트 홈페이지 (www.pxmart.com.tw)
11. 단야상행 페이스북 (facebook.com/p/丹野商行-Danye-Shop-100057590493999)
12. 승미상행 페이스북(https://www.facebook.com/fqx2735s/?locale=zh_TW)
13. B사 홈페이지
14. F사 홈페이지
15. H사 홈페이지
16. 한영 인터내셔널 홈페이지 (www.hanyoung.com.tw)
17. 한 지 민 와 핀 홈페이지 (www.hanji-food.com.tw)
18. 그랜드 크리에이션 트레이딩 페이스북 (www.facebook.com/gcttwnly)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.10.06

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.