

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-07
품목 | 냉동 빵(Frozen Bread)
HS CODE | 1905.90-1090
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 중국 냉동 빵 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 중국 냉동 빵 경쟁제품 조사지표 선정 | 11 |
| 3. 중국 냉동 빵 경쟁제품 현지조사 결과 | 12 |

III. 경쟁기업

- | | |
|-----------------------------|----|
| 1. 중국 냉동 빵 경쟁기업 선정 | 23 |
| 2. 중국 냉동 빵 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 24 |
| 3. 중국 냉동 빵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 26 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|-------------------------------------|----|
| 1. 사먼스룽거덴쯔상우유셴공쓰
(厦门市绒阁电子商务有限公司) | 35 |
| 2. 상하이차오상위안스핀유셴공쓰
(上海潮乡源食品有限公司) | 37 |
| 3. 상하이위멍마오이유셴공쓰
(上海予萌贸易有限公司) | 39 |

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	42
2. 벤치마킹 제품 분석	46
3. 기업 마케팅 벤치마킹	48
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	49

VI. 시사점	51
---------	----

※ 참고문헌	53
--------	----



HS CODE : 1905.90-1090

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

중국 냉동 빵 경쟁력분석

온라인 인기 제품

티볼



한디사오카오피사

징둥



즈스찬피사

수닝



하오즈신피사타오찬



카오즈스뉴러우쥐안



헤이자오즈뉴러우
즈스찬피사



카오즈스뉴러우쥐안

오프라인 주요 경쟁제품

넌뉴쑤핀즈스찬피사
(푸젠신메이천)



가격 12.90위안
(2,300원)

중량 90g

'온라인 유통채널 확보'

카오미즈지러우쥐안
(장쑤바이아오센)



가격 19.80위안
(3,530원)

중량 180g

'현지 시장에 적합한 중량'

경쟁기업 3개사 분석

푸젠신메이천

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

함저우다시디

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온라인 입점

하이신스핀

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온라인 입점

포장 현지화

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

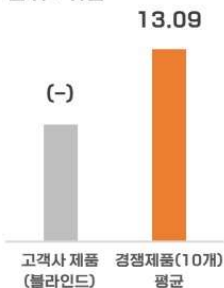
홍보 현지화

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

경쟁력파악

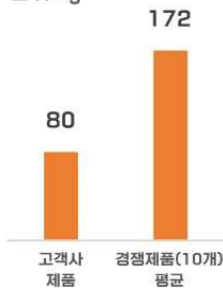
100g당 가격

단위 : 위안

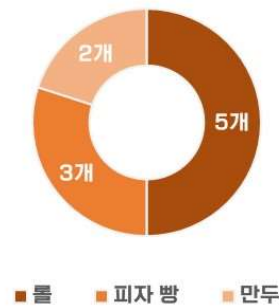


중량

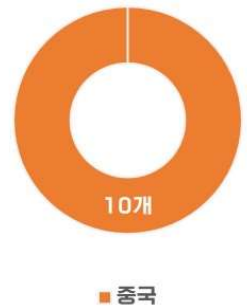
단위 : g



제품 종류



원산지



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 13.09위안(2,334원)이며, 브랜드별 가격차 존재
- 2) 고객사 제품 중량(80g)은 경쟁제품 평균(172g)보다 작은 편으로 포장 중량 늘려 제품 현지화 가능

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 다양한 진출 채널 확보한 제품 및 현지 시장에 적합한 중량 보유 제품 존재
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 냉동 빵 제품에 대해 '품질' 및 '맛'에 대한 소비자 관심도 높은 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II

경쟁제품



1. 중국 냉동 빵 경쟁제품 선정
2. 중국 냉동 빵 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 냉동 빵 경쟁제품 현지조사 결과

1. 중국 냉동 빵 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 냉동 빵
제품 종류	냉동 빵
중량	80g
포장 형태	플라스틱 파우치
특징	간편한 조리, 부드럽고 촉촉한 식감

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사 냉동 빵
 - 제품 종류: 냉동 빵
 - 중량: 80g
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 티몰(Tmall)
 - 2. 징둥(Jingdong)
 - 3. 수닝(Suning)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 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: 슈퍼마켓, 하이퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

중국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 티몰	의류, 뷰티, 디지털, 장난감, 식품, 음료 등
 징동	식품, 음료, 가전, 의류, 뷰티, 신선식품 등
 수닝	가전, 주방, 가구, 식품, 음료, 아가용품 등

▶ 냉동 빵 경쟁제품군 선정

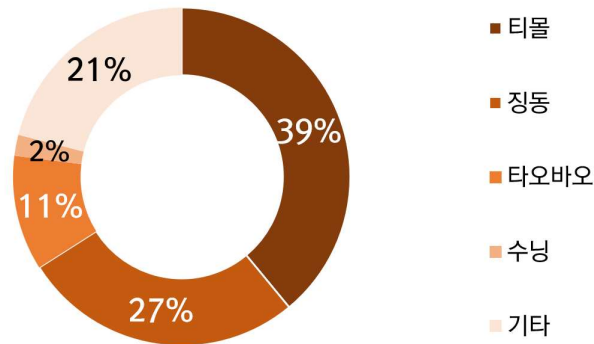
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 냉동 빵 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 중국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 현지에서 생산한 피자 빵 제품이 많이 판매되고 있으며 상위 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 중국 식품 온라인 유통채널 점유율

(단위: %)



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

티몰 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)¹⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	냉동 피자	한디 (汉帝)	한디사오카오피사 (汉帝烧烤披萨)	중국	24.96위안 (4,450원 ²⁾)	950g	
2	롤	안징 (安井)	카오즈스뉴러우쥬안 (烤芝士牛肉卷)	중국	26.60위안 (4,743원)	125g*3개	
3	피자 빵	메이천 (美臣)	즈스촨피사 (芝士船披萨)	중국	35.90위안 (6,401원)	85g	

1) 조사일(2023.10.27.) 기준

2) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

징동 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	피자 빵	샤오샤뉴뉴 (小萨牛牛)	즈스촨피사 (芝士船披萨)	중국	29.90위안 (5,331원)	90g*3개	
2	피자 빵	샤오샤뉴뉴 (小萨牛牛)	헤이자오뉴러우즈스촨피사 (黑椒牛肉芝士船披萨)	중국	33.90위안 (6,044원)	90g*3개	
3	피자 빵	샤오샤뉴뉴 (小萨牛牛)	상카오지러우즈스촨피사 (香烤鸡肉芝士船披萨)	중국	39.90위안 (7,144원)	85g*3개	
수닝 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	냉동 피자	다시디 (大希地)	하오즈신피사타오찬 (好芝心披萨套餐)	중국	89.00위안 (15,868원)	180g*6개	
2	롤	다시디 (大希地)	카오즈스뉴러우쥘안 (烤芝士牛肉卷)	중국	94.90위안 (16,920원)	120g*6개	
3	쇠고기 파이	다시디 (大希地)	뉴러우셴빙 (牛肉馅饼)	중국	79.00위안 (14,085원)	520g*4개	

자료: 티몰(Tmall), 징동(Jingdong), 수닝(Suning) 홈페이지
 사진 자료: 티몰(Tmall), 징동(Jingdong), 수닝(Suning) 홈페이지

3) 조사일(2023.10.27.) 기준

4) 조사일(2023.10.27.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정



중국 상하이 정보⁵⁾⁶⁾

인구	약 2,476만 명
면적	6,340.5/km ²

▶ 중국 상하이, 방문지역으로 선정

상하이는 인구 약 2,476만 명이 거주하는 중국에서 가장 큰 도시임. 코로나 기간 전년보다 약 13만 5,000명의 인구가 감소하였으나, 인접 도시 지역을 포함하면 약 2,850만 명이 거주하는 것으로 조사됨. 상하이는 세계 최대의 컨테이너 항구를 보유해 무역 및 금융 중심지로 자리잡아, 2022년에는 중국 전체 도시 중 가장 높은 4조 4,700억 위안의 GDP를 기록함. 1인당 GDP는 17만 9천 위안으로 조사됨. 서비스 부문은 상하이 GDP의 74.1%를 차지하는 핵심 산업으로, 중국 내 타 도시보다 1차 및 2차 산업의 비율이 현저히 낮은 편임⁷⁾

▶ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓, 소매점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 중국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	벵가드(Vanguard), 용후이(永辉), 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter), 퓨어골드(Puregold), 에스엠 하이퍼마켓(SM Hypermarket), 슈퍼에잇 그로서리 웨어하우스(Super8 Grocery Warehouse)
슈퍼마켓	허마(盒马), 알티마트(RT Mart), 시티슈퍼(City Super), 원평(文峰), 엔지에스마트(NGS-Mart), 올레(Ole), 런화차오스(聯華超市), 까르푸(家樂福), 허마센성(盒马鲜生), 농공상(农工商), 자자웨(家家悦)
편의점	메이이지아(美宜佳), 홍치렌췌(紅旗連鎖), 로슨(Lawson), 패밀리마트(FamilyMart), 세븐일레븐(7-Eleven)
온라인	티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁), 핀두어두어(拼多多)
드럭스토어	왓슨즈(Watson's), 귀다(Guoda), 엘비엑스(LBX)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 스태티스타(Statista)

6) 자료: 상하이 연감 사무소(Office of Shanghai Chronicles)

7) 자료: 스태티스타(Statista)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 허마(盒马), 벵가드(Vanguard), 올레(Ole)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 냉동 빵 : 밀 등의 곡식가루에 물과 소금, 효모 또는 베이킹파우더를 배합하고 반죽하여 불에 굽거나 찐 음식으로 완제품을 냉동하여 판매하는 제품

[표 2.4] 중국 냉동 빵 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	냉동 빵
① 샤오샤뉴뉴 년뉴쥘핀즈스촨피샤 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)	○ (허마)	○ (티몰, 징둥)	○
② 샤오샤뉴뉴 아오얼량지러우즈스촨피샤 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)	○ (허마)	○ (티몰, 징둥)	○
③ 샤오샤뉴뉴 진전터우류렌즈스촨피샤 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)	○ (허마)	○ (티몰, 징둥)	○
④ 서우뽤바오장즈스상창취안 (상하이정룽터우스핀유셴공쓰)	○ (허마)	○ (징둥)	○
⑤ 카오즈스지러우취안 (우시화순민성스핀유셴공쓰)	○ (벵가드)	○ (티몰, 징둥)	○
⑥ 상라지러우즈스취안 (허페이치거스핀유셴저런공쓰)	○ (벵가드)	○ (티몰, 징둥)	○
⑦ 카오즈스뉴러우취안 (장쑤바이아오셴스핀유셴공쓰)	○ (벵가드)	○ (티몰)	○
⑧ 카오미즈지러우취안 (장쑤바이아오셴스핀유셴공쓰)	○ (벵가드)	○ (티몰, 징둥)	○
⑨ 핑웨이전구샤오룽탕바오 (자싱완유스핀유셴공쓰)	○ (올레)	○ (티몰, 징둥)	○
⑩ 헤이쑹루허뉴러우바오 (양저우룽춘스핀유셴공쓰)	○ (올레)	○ (징둥)	○

(*) 현지 냉동 빵 경쟁제품 10개 분석

2. 중국 냉동 빵 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 중국 냉동 빵 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 중국 냉동 빵 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	피자 빵	빵 위에 토마토 소스 및 치즈 등의 토핑을 얹어 구운 것
	롤	치즈, 고기 등의 토핑을 빵으로 감싸 구운 것
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치 포장
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	맛	제품의 맛
	인증	제품이 보유하고 있는 인증
	기타 표기사항	기타 제품의 표기사항
	홍보문구	제품의 홍보문구
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

3. 중국 냉동 빵 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 중국 상하이에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

중국 상하이에 위치한 슈퍼마켓인 허마와 올레 그리고 하이퍼마켓인 뱅가드를 방문함. 허마는 배달 서비스를 제공하는 중국의 슈퍼마켓 체인이며, 뱅가드는 중국 전역에서 약 4,000개 이상의 매장을, 올레는 약 50여개 매장을 운영 중임

[표 2.6] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	허마 (盒马)	뱅가드 (Vanguard)	올레 (Ole)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓	하이퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	4	4	2
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> · 2015년 설립된 중국의 슈퍼마켓 체인 · 신선식품 배달 서비스를 제공하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 1984년 설립된 중국의 슈퍼마켓 체인 브랜드 · 중국 전역에 4,000개 이상의 매장을 운영하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 2004년 설립된 중국의 슈퍼마켓 체인 · 중국 전역에 50개 이상의 매장을 운영하고 있음

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 매장마다 판매하는 제품 종류 상이

허마, 뱅가드, 올레 총 3개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 각 매장에서 판매하고 있는 냉동 빵 제품이 매장 유형별로 모두 다른 것으로 조사됨. 즉, 조사된 경쟁제품 중 2개 이상의 방문 매장에서 동일한 제품이 조사된 경우는 없는 것으로 확인됨. 허마와 뱅가드에서 각각 4개의 제품이 조사되었으며 올레에서는 2개의 제품이 조사되었으나, 올레에서 조사된 제품 2개는 모두 냉동 만두 제품임

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	허마	뱅가드	올레
① 샤오씨뉴뉴 년뉴쥘핀즈스참피싸 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)	○		
② 샤오씨뉴뉴 아오얼량지러우즈스참피싸 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)	○		
③ 샤오씨뉴뉴 진전터우류렌즈스참피싸 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)	○		
④ 서우쥘바오장즈스상창쥐안 (상하이정롱터우스핀유셴공쓰)	○		
⑤ 카오즈스지러우쥐안 (우시화순민성스핀유셴공쓰)		○	
⑥ 상라지러우즈스쥐안 (허페이치거스핀유셴쩌런공쓰)		○	
⑦ 카오즈스뉴러우쥐안 (장쑤바이아오셴스핀유셴공쓰)		○	
⑧ 카오미즈지러우쥐안 (장쑤바이아오셴스핀유셴공쓰)		○	
⑨ 평웨이천구샤오룽탕바오 (자싱완유스핀유셴공쓰)			○
⑩ 헤이쑹루허뉴러우바오 (양저우룽춘스핀유셴공쓰)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 허마(盒马)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선 야채, 해산물, 육류, 신선 과일 등 신선 식품과 생필품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾			허마는 2005년 알리바바에서 설립한 슈퍼마켓 체인 업체로, 슈퍼마켓, 신선매장, 아울렛 등 다양한 형태로 운영함. 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 애플리케이션을 통해 신선식품을 판매하며, 신선식품 배달 서비스를 제공하고 있음
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	상하이 上海上中西路220号B2
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 냉동 빵 경쟁제품 정보		
			
	샤오씨뉴뉴 넌뉴쥘핀즈스참피사 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)		샤오씨뉴뉴 아오얼랑지러우즈스참피사 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)
			
샤오씨뉴뉴 진전터우류렌즈스참피사 (푸젠신메이천스핀유셴공쓰)		서우쥘바오장즈스상창쥐안 (상하이정룽터우스핀유셴공쓰)	

사진자료: 현지조사원 자료

8) 허마(盒马) 홈페이지

Shop ① 허마(盒马)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (한자어)	샤오사뉴뉴嫩牛尊品芝士船披萨 (小萨牛牛 嫩牛尊品芝士船披萨)	샤오사뉴뉴奥尔良鸡肉芝士船披萨 (小萨牛牛 奥尔良鸡肉芝士船披萨)
제조사 (한자어)	푸젠신메이천스핀유셴공쓰 (福建鑫美臣食品有限公司)	푸젠신메이천스핀유셴공쓰 (福建鑫美臣食品有限公司)
제품 종류	피자 빵	피자 빵
중량	90g	90g
소비자가격	12.90위안 (2,300원 ⁹⁾)	12.90위안 (2,300원)
100g당 가격	14.33위안 (2,555원)	14.33위안 (2,555원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
유통기한	12개월	12개월
맛	비프 맛	뉴올리언스 치킨 맛
인증	식품위생허가	식품위생허가
기타 표기사항	전자레인지 가열	전자레인지 가열
홍보문구	영양가 있는 아침, 저녁 간식 포장을 풀 필요 없음	영양가 있는 아침, 저녁 간식 포장을 풀 필요 없음
원료 및 첨가물	밀가루, 치즈, 소금, 카라기난, 빙초산, 물, 다진 소고기, 전분, 고춧가루, 글루타민산 나트륨(MSG), 식용 향료 및 향료, 후추 분말, 양파 분말, 식물성 기름, 피망, 복합 조미료 소스 등	밀가루, 치즈, 소금, 카라기난, 빙초산, 물, 닭다리살 필레, 전분, 물, 피망, 토마토 소스, 대두유, 설탕, 식용 효모 등

9) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Shop ① 허마(盒马)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	샤오샤뉴뉴 진전터우류렌즈스촨피샤 (小萨牛牛 金枕头榴莲芝士船披萨)	서우쥬바오장즈스상창쥐안 (手作爆浆芝士香肠卷)
제조사 (현지어)	푸젠신메이천스핀유셴궁쓰 (福建鑫美臣食品有限公司)	상하이정룽터우스핀유셴궁쓰 (上海蒸笼头食品有限公司)
제품 종류	피자 빵	롤
중량	90g	360g
소비자가격	9.90위안 (1,765원)	27.90위안 (4,974원)
100g당 가격	11.00위안 (1,961원)	7.75위안 (1,382원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
유통기한	12개월	12개월
맛	두리안 치즈 맛	치즈 소시지 맛
인증	식품위생허가	식품위생허가
기타 표기사항	전자레인지 가열	(-)
홍보문구	영양가 있는 아침, 저녁 간식 포장을 풀 필요 없음	톡톡 터지는 치즈, 우유 크러스트
원료 및 첨가물	밀가루, 치즈, 두리안, 소금, 카라기난, 물, 두리안 잼, 잔탄검, 구연산, 소르빈산 칼륨, 레몬 옐로우, 대두유, 설탕 등	돼지고기, 닭고기, 물, 치즈, 아세틸화 다이아스타크인산염, 고품 옥수수 시럽, 젖산나트륨, 복합 조미료, 식염, 삼인산나트륨, 밀가루, 물, 전지분유, 설탕, 식염 등

Shop ② 뱅가드(Vanguard)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징: 생필품, 유기농 식품, 건강용품, 주류, 음료 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징: 상업 지역에 위치
- 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾			뱅가드는 1984년 설립된 중국의 하이퍼마켓 소매 체인으로, 중국 국영 기업인 차이나 리소스 뱅가드 그룹 산하의 기업임. 중국과 홍콩에 3,000개 이상의 매장을 운영하고 있으며, 2020년에는 백화점 및 하이퍼마켓 기업 순위 1위에 등극하였고, 성장세를 이어나가고 있음
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	상하이
		상세주소	上海七華路2155号
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 냉동 빵 경쟁제품 정보		
			
	카오즈스지러우쥐안 (우시화순민성스핀유센공쓰)	상라지러우즈스쥐안 (허페이치거스핀유센저런공쓰)	
			
	카오즈스뉴러우쥐안 (장쑤바이야오센스핀유센공쓰)	카오미즈지러우쥐안 (장쑤바이야오센스핀유센공쓰)	

사진자료: 현지조사원 자료

10) 뱅가드(Vanguard) 홈페이지

Shop ② 뱅가드(Vanguard)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	카오즈시러우쥐안 (烤芝士鸡肉卷)	상라지러우즈스쥐안 (香辣鸡肉芝士卷)
제조사 (현지어)	우시화순민성스핀유셴공쓰 (无锡华顺民生食品有限公司)	허페이치거스핀유셴쩌런공쓰 (合肥七哥食品有限责任公司)
제품 종류	롤	롤
중량	125g	130g
소비자가격	17.80위안 (3,174원)	16.90위안 (3,013원)
100g당 가격	14.24위안 (2,539원)	13.00위안 (2,318원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스	종이 박스/플라스틱 파우치
유통기한	12개월	9개월
맛	뉴올리언스 치킨 맛	스파이시 치킨 맛
인증	식품위생허가	식품위생허가
기타 표기사항	냉동 제품	(-)
홍보문구	한입에 썩! 한 입만 먹으면 잘게 찢어져요!	늘어나는 치즈, 터지는 치즈
원료 및 첨가물	특수 밀가루, 물, 닭고기, 치즈 제품, 과당 시럽, 당근, 식용 라드, 식물성 기름, 전분, 계란, 뉴올리언스 조미료, 탈수 양배추, 식탁 용 소금 등	밀가루, 매운 치킨 스테핑, 간장, 고추, 글루타민산 나트륨(MSG), 카레 시즈닝, 치킨 파우더 시즈닝, 후추 기름, 모짜렐라 치즈, 식수, 식물성 기름, 달걀 흰자, 분유, 설탕, 효모, 정제염 등

Shop ② 뱅가드(Vanguard)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	카오즈스뉴러우취안 (烤芝士牛肉卷)	카오미즈지러우취안 (烤秘制鸡肉卷)
제조사 (현지어)	장쑤바이야오센스핀유셴공쓰 (江苏百肴鲜食品有限公司)	장쑤바이야오센스핀유셴공쓰 (江苏百肴鲜食品有限公司)
제품 종류	롤	롤
중량	120g	180g
소비자가격	10.80위안 (1,926원)	19.80위안 (3,530원)
100g당 가격	9.00위안 (1,605원)	11.00위안 (1,961원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스	종이 박스
유통기한	12개월	12개월
맛	비프 맛	치킨 맛
인증	식품위생허가	식품위생허가
기타 표기사항	조리 제품	조리 제품
홍보문구	언제 어디서나 먹고 싶을 때 먹을 수 있다	언제 어디서나 먹고 싶을 때 먹을 수 있다
원료 및 첨가물	밀가루, 소고기, 물, 피망, 양파, 옥수수, 후추 소스, 식물성 기름,금이 간 후추, 치즈 제품, 달걀 세척, 설탕, 치킨 파우더 조미료, 치킨 소스 조미료, 효모, 전분 등	밀가루, 닭고기, 치즈 제품, 물, 뉴올리언스 마리네이드, 대두유, 설탕, 옥수수, 커민 가루, 계란 액체, 효모, 복합 팡창제, 식용 소금, 고춧가루 등

Shop ③ 올레(Ole)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
유기농 식품, 건강용품, 주류, 음료 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
the Mixc 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾			올레는 2004년에 설립된 중국의 고급 슈퍼마켓 체인으로, 중국 내 50여개 이상의 매장을 운영하고 있음. 중국 국영 기업인 차이나 리소스 बैं가드 그룹(华润万家零售集团)에 소속되어 있으며, 중국 최대 소매 기업 중 하나임
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	상하이
		상세주소	上海市吴中路1599号万象城B1
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 냉동 빵 경쟁제품 정보		
			
	평웨이진구샤오롱탕바오 (자싱완유스핀유센궁쓰)	헤이쑹루허뉴러우바오 (양저우룽춘스핀유센궁쓰)	

사진자료: 현지조사원 자료

11) 올레(Ole) 홈페이지

Shop ③ 올레(Ole)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	평웨이천구샤오롱탕바오 (锋味菌菇小笼汤包)	헤이송루허뉴러우바오 (黑松露和牛肉包)
제조사 (현지어)	자싱완유스핀유셴궁쓰 (嘉兴万优食品有限公司)	양저우룽춘스핀유셴궁쓰 (扬州隆春食品有限公司)
제품 종류	냉동 만두	냉동 만두
중량	235g	300g
소비자가격	39.00위안 (6,953원)	58.80위안 (10,483원)
100g당 가격	16.60위안 (2,960원)	19.60위안 (3,494원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	종이 박스/플라스틱 파우치
유통기한	12개월	12개월
맛	버섯 맛	블랙 트러플 맛
인증	식품위생허가	식품위생허가
기타 표기사항	식초팩 동봉	냉동 조리 제품
홍보문구	우수한 원료	(-)
원료 및 첨가물	물, 돼지고기, 닭고기, 표고버섯, 살구버섯, 돼지 껍질, 설탕, 글루타민산 나트륨, 생강, 소금, 파, 치킨 파우더 양념, 시금치 가루, 간장, 치킨 소스 양념, 팽이버섯, 표고버섯, 티트리 버섯, 원숭이머리버섯 등	밀가루, 물, 살구 버섯, 소고기, 양파, 블랙 트러플 시즈닝, 목이 버섯, 블랙 트러플, 포르치니 버섯, 식용 소금, 식용 향신료, 식용 라드, 굴 소스, 간장 소스, 전분, 파, 설탕, 글루타민산 나트륨, 치킨 시즈닝 등

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III

경쟁기업



1. 중국 냉동 빵 경쟁기업 선정
2. 중국 냉동 빵 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 중국 냉동 빵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 중국 냉동 빵 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지기업 3개사 선정

중국 오프라인 및 온라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하여 냉동 빵을 제조하는 현지기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 47년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 하이신스핀구편유션공쓰는 1903년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 120년의 업력을 보유하고 있으며, 푸젠신메이천스핀유션공쓰는 2014년 설립 이후 9년, 항저우다시디커지구편유션공쓰는 11년째 업력을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 냉동 빵 동일 품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 냉동 빵 동일 품목 수를 조사한 결과, 푸젠신메이천스핀유션공쓰가 총 49개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 항저우다시디커지구편유션공쓰가 8개, 하이신스핀구편유션공쓰가 3개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 냉동 빵 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
푸젠신메이천스핀유션공쓰	중국	9년	49개
항저우다시디커지구편유션공쓰	중국	11년	8개
하이신스핀구편유션공쓰	중국	120년	3개

자료: 중국 냉동 빵 경쟁기업 3개사 분석

2. 중국 냉동 빵 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	냉동 빵

▶ 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	허마, 뱅가드, 올레
온라인	징동, 티몰, 수닝

3. 중국 냉동 빵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 중 1개사 중국 오프라인 매장 진출

중국에 진출한 경쟁기업 3개사 중 1개 기업이 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 경쟁기업으로 선정된 푸젠신메이천스핀유션공쓰는 허마에 입점한 것으로 확인됨. 항저우다시디 커지구편유션공쓰는 온라인 매장 티몰과 수닝에, 하이신스핀구편 유션공쓰는 온라인 매장 티몰과 징동에 입점한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

중국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 중국 홈페이지만 운영하고 있으며, SNS는 별도로 운영하지 않는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 간편성 강조

중국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 냉동 빵 조리의 간편성과 제품의 특징을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘포장을 풀 필요 없음’과 같이 간편성을 강조하는 수식어와 ‘반죽이 부드럽고 속이 짝 차 있습니다’, ‘영양가 있는 아침, 저녁 간식’ 등과 같이 제품의 식감 등 제품의 상세한 특징을 강조하는 수식어를 활용하고 있음

[표 3.7] 중국 냉동 빵 경쟁기업 현황

경쟁기업	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
푸젠신메이천스핀 유셴궁쓰	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 허마 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 티몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (중국) 	<ul style="list-style-type: none"> - 영양가 있는 아침, 저녁 간식 - 포장을 풀 필요 없음 	
항저우다시디커지구편 유셴궁쓰	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 티몰 - 수닝 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (중국) 	<ul style="list-style-type: none"> - 생활 속 간식 	
하이신스핀구편 유셴궁쓰	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 티몰 - 징둥 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (중국) 	<ul style="list-style-type: none"> - 반죽이 부드럽고 속이 짝 차 있습니다. 	



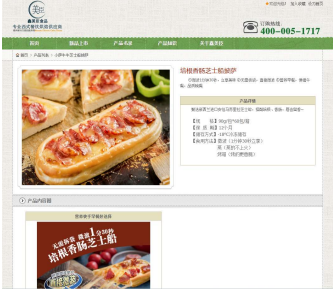

자료: 중국 냉동 빵 경쟁기업 3개사 분석

① 푸젠신메이천스핀유셴공쓰

기업 기본 정보	기업명	푸젠신메이천스핀유셴공쓰		
	기업 설명	푸젠신메이천스핀유셴공쓰는 2014년에 설립된 중국의 식품 회사로, 브랜드 메이천(美臣)을 운영하고 있음. 주로 냉동 피자과 냉동 케이크, 샌드위치, 햄버거 반죽 등을 생산하여 중국 전역의 체인 레스토랑과 허마, 테스코 등 슈퍼마켓 체인에 유통하고 있음		
	위치	福建省福州市马尾区马尾镇儒江路70号2#楼 二层、三层、四层(自贸试验区内)		
	규모	동일 품목 수	49개	
		설립연도	2014년	
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 허마 <온라인 매장> 티몰		제품명	샤오사뉴뉴嫩牛尊品芝士船披萨 (小萨牛牛 嫩牛尊品芝士船披萨)
			중량	90g
			소비자가격	12.90위안 (2,300원 ¹²⁾)
			제품 종류	피자 빵
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

12) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



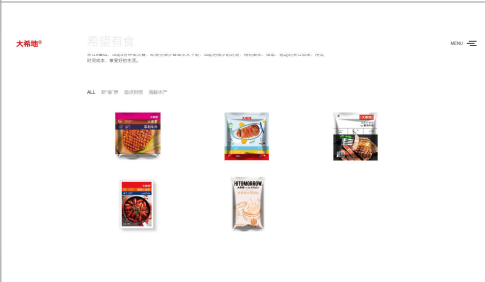
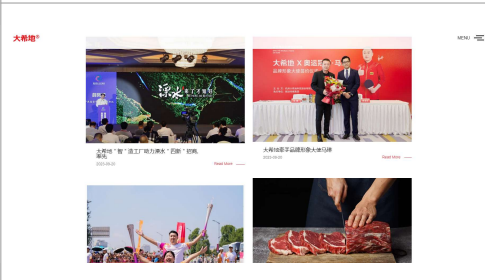
<p>홍보 방식</p>	
<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(중국)</p>
<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 정보, 조리 방법 등 소개 등</p>
<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 회사 이념, 연혁, 개요 등 기업 정보 소개
<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품 소개
<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품 조리 방법 동영상 안내

사진자료: 푸젠신메이천스핀유센공쓰 홈페이지

② 항저우다시디커지구편유셴궁쓰

기업 기본 정보	기업명	항저우다시디커지구편유셴궁쓰		
	기업 설명	항저우다시디커지구편유셴궁쓰는 중국의 냉동 반조리 식품 제조 업체로, 브랜드 다시디(大希地)를 운영하고 있음. 주 고객층은 젊은 직장인과 주부로, 고품질의 반조리 식품을 제공하여 가정 요리의 어려움과 소요 시간을 줄이며, 소비자가 요리의 즐거움을 누릴 수 있도록 하는 것을 사명으로 함		
	위치	浙江省杭州市西湖区古荡街道云州国际中心1栋15楼大希地		
	규모	동일 품목 수	1개	
설립연도		2012년		
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰 수닝		제품명	카오즈스뉴러우쥬안 (烤芝士牛肉卷)
			중량	120g*6개
			소비자가격	94.90위안 (16,920원)
			제품 종류	롤
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용	

사진자료: 티몰 홈페이지





홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(중국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 기업소식 등 안내
게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> 회사 개요, 이념, 브랜드 소개 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 자사 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 기업 소식, 언론사 인터뷰, 기사 등 소개

사진자료: 항저우다시디거지구편유셴공쓰 홈페이지

③ 하이신스핀구편유셴궁쓰

기업 기본 정보	기업명	하이신스핀구편유셴궁쓰		
	기업 설명	하이신스핀구편유셴궁쓰는 1903년에 설립된 중국의 식품회사로, 중국의 농업산업화를 선도하는 기업 중 하나임. 중국 전역에 8개의 생산 공장을 운영하고 있으며, 7개의 판매 자회사를 설립하여 운영 중임. 주로 급속 냉동 육류 제품과 냉동 연육 제품, 냉동 식품을 취급함		
	위치	南京市雨花台区长虹路222号德盈国际广场3幢606室		
	규모	동일 품목 수	3개	
		설립연도	1903년	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰 징동		제품명	미즈상구차이바오 (秘制香菇菜包)
			중량	300g
			소비자가격	15.80위안 (2,867원)
			제품 종류	만두
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용	

사진자료: 티몰 홈페이지

<p>홍보 방식</p>	 <table border="1" data-bbox="422 952 1402 1137"> <tr> <td>홍보 채널</td> <td>자사 홈페이지(중국)</td> </tr> <tr> <td>게시 주기</td> <td>비정기적</td> </tr> <tr> <td>게시물 유형</td> <td>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 기업 소식, 유통 네트워크 안내 등 기업 정보 소개</td> </tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(중국)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 기업 소식, 유통 네트워크 안내 등 기업 정보 소개
홍보 채널	자사 홈페이지(중국)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 기업 소식, 유통 네트워크 안내 등 기업 정보 소개						
<p>게시물 유형</p>	 <ul data-bbox="909 1137 1402 1388" style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 연혁, 이념 등 기업 정보 소개  <ul data-bbox="909 1388 1402 1702" style="list-style-type: none"> • 자사 제품 소개  <ul data-bbox="909 1702 1402 1962" style="list-style-type: none"> • 기업 소식, 뉴스 기사, 신제품 안내 등 						

사진자료: 하이신스핀꾸편유선궁쓰 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 샤먼스룽거덴쯔상우유셴궁쓰
(厦门市绒阁电子商务有限公司)
2. 상하이차오상위안스핀유셴궁쓰
(上海潮乡源食品有限公司)
3. 상하이위멍마오이유셴궁쓰
(上海予萌贸易有限公司)

Interview ①

13)



사먼스룽거덴쯔상우유셴공쓰 (厦门市绒阁电子商务有限公司) Staff

사먼스룽거덴쯔상우유셴공쓰
(厦门市绒阁电子商务有限公司)

- 유형: 온라인 식품 전문 판매업체
- 업체 특징:
 - 2017년 설립된 중국의 온라인 식품 판매업체
 - 주로 통조림, 냉동 스테이크 취급

담당자 정보

Staff

Q1. 고객사 제품의 맛, 중량, 조리 방법은 중국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품의 맛은 현재 중국 시장에 없는 독특한 맛을 가지고 있습니다. 중국 시장에서 판매되는 냉동 빵의 치즈 맛은 대체로 2가지뿐이어서 선택의 폭이 좁습니다. 따라서, 4가지 이상의 맛을 제공한다면, 소비자들은 더 다양한 선택을 할 수 있을 것입니다. 현재 중국 시장에서 판매되는 1인용 피자의 중량은 대략 100g 정도인데, 이에 비해 80g의 중량은 여성 소비자나 1인 가구에 더 적합하다고 볼 수 있습니다. 그리고 조리 방법은 전자레인지 사용 1분 조리 방식으로 현재 중국 시장의 냉동 빵과 크게 다르지 않습니다.

Q2. 유통업체 입장에서 냉동 빵 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체들은 주로 공급 가격을 가장 중요하게 고려하는 요소로 보고 있습니다. 이는 소비자들에게도 마찬가지로 보입니다. 코로나19 팬데믹으로 인해 지난 3년 동안 중국의 냉동식품 시장은 크게 성장했습니다.

고객사 제품 정보

제품 종류 냉동 빵

중량 80g

맛 고르곤졸라,
체다치즈

조리 방법 전자레인지
1분 조리

Q3. 현지 소비자 입장에서 냉동 빵 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 주로 제품의 맛에 있어 다양함을 중요하게 고려하고 있습니다. 예를 들어, 중국 냉동 빵 시장의 유명 브랜드 중 하나는 과일야채 쇠고기 맛, 허니글레이즈 치킨 맛, 미국식 베이컨 맛, 치즈 두리안 맛, 클래식 수산물 맛, 쇠고기 바비큐 맛, 디럭스 치킨 맛 등 총 7가지 맛의 제품을 판매하고 있습니다.

Q4. 고객사 제품이 현지 식당과 편의점에서 조리하는 방식과 어울리는 제품인가요? 또, 해당 방식을 현지인들이 선호하나요?

고객사 제품은 편의점에서 판매하기 적합한 제품입니다. 중국의 많은 편의점이 전자레인지로 갖추고 있어, 해당 제품은 중국 소비자들에게 간편하게 섭취할 수 있는 옵션으로 인기를 얻을 것으로 보입니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요? 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 이외에 다른 채널이 있나요?

고객사 제품을 중국에 성공적으로 출시하기 위한 적합한 유통채널은 편의점입니다. 제품이 한국 식품이라는 특성을 고려하면, 중국 동북부 지역의 편의점 체인을 우선적으로 고려해 볼 수 있습니다. 특히, 메이르릉벤리덴(每日隆便利店) 같은 체인은 중국 동북부에 180개가 넘는 지점을 운영하고 있으며, 한국 식품을 다양하게 판매하고 있어 좋은 파트너가 될 수 있을 것입니다.

Q6. 고객사 제품 판매 시 효과적인 마케팅 방법이나 판매 전략은 무엇인가요?

중국 편의점에서의 판매를 고려한다면, 시식 행사와 할인 행사를 진행하는 것이 효과적인 마케팅 전략이 될 수 있습니다. 편의점과의 협업을 통해 홍보문구와 고화질의 제품 이미지를 활용한 배너를 제작하면 좋을 것입니다. 평일의 아침 7시-8시와 저녁 6시-7시, 그리고 주말에 시식 행사를 진행하면 좋은 홍보 효과를 얻을 수 있을 것입니다. 또한, 소비자가 시식 후 제품을 구매하면 10% 할인 쿠폰을 제공하여 이를 다음 구매 때 사용할 수 있도록 함으로써 재구매율을 높이는 전략을 사용하는 것이 좋습니다.

Interview ②

14)



상하이차오상위안스핀유셴공쓰 (上海潮乡源食品有限公司) Sales Manager

상하이차오상위안스핀
유셴공쓰
(上海潮乡源食品有限公司)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립된 중국의 냉동식품 전문 유통업체
 - 주로 냉동 스테이크, 냉동 피자, 에그타르트 등을 취급함

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

제품 종류 냉동 빵

중량 80g

맛 고르곤졸라,
체다치즈

조리 방법 전자레인지
1분 조리

Q1. 고객사 제품의 맛, 중량, 조리 방법은 중국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품은 맛의 다양성이 조금 부족한 편입니다. 현재 중국 시장에서는 다양한 맛의 제품들이 여러 가지 있으며, 치킨, 이탈리아 볼로네제, 두리안 맛 등 다양한 옵션이 소비자들에게 제공되고 있습니다. 시중에서 판매되고 있는 경쟁제품의 중량은 보통 130g 이상으로 다소 큰 편이지만 1인 분량으로 100g 정도가 적당할 것으로 보입니다. 조리 방법은 다른 냉동 빵 제품들과 유사하지만, 에어프라이어를 사용한 조리 방법도 추가로 표기하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 유통업체 입장에서 냉동 빵 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체들은 제품의 맛을 가장 중요하게 고려합니다. 이미 시장에는 다양한 맛의 제품들이 많이 있기 때문에, 새로운 맛이나 한국 고유의 맛을 가진 제품이라면 유통업체들이 더욱 관심을 가질 것입니다.

Q3. 현지 소비자 입장에서 냉동 빵 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 제품의 가격과 가격 대비 품질을 중요하게 고려합니다. 중국 시장에서는 최근 3년 동안 냉동 빵 제품이 다양하게 출시되었고, 소비자들의 선택 폭도 넓어졌습니다. 그래서 소비자들은 제품 구매 시 가격과 제품의 품질을 함께 고려하게 됩니다.

Q4. 고객사 제품이 현지 식당과 편의점에서 조리하는 방식과 어울리는 제품인가요? 또, 해당 방식을 현지인들이 선호하나요?

고객사 제품은 한국 식당에서 잘 어울리는 제품으로 보입니다. 중국에 위치한 한국 식당에서는 주로 밥과 국수 등의 주식이 주를 이루지만, 해당 제품을 사이드 메뉴로 추가한다면 빠른 기간 안에 인기를 얻을 것으로 예상됩니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요? 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 이외에 다른 채널이 있나요?

중국에서의 고객사 제품 진출에 가장 적합한 유통채널은 온라인의 티몰 쇼핑몰이 될 것입니다. 티몰 내에서 플래그쉽 스토어를 개설해 직접 제품을 판매하는 방식을 추천합니다. 이를 통해 단기적으로 매출을 증대시킬 수 있을 뿐만 아니라 장기적으로도 제품 인지도를 높이는 데 도움이 될 것입니다.

Q6. 고객사 제품 판매 시 효과적인 마케팅 방법이나 판매 전략은 무엇인가요?

효과적인 홍보 방법으로는 온라인 쇼핑몰 내에서의 추천, 현금 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 활동을 진행하는 것이 좋습니다. 또한, 티몰 쇼핑몰 내에서의 키워드 마케팅도 추천합니다. 소비자가 “한국 냉동식품”이나 “냉동 피자”와 같은 키워드로 검색할 때, 고객사 제품의 상세 페이지가 우선적으로 노출되도록 설정하는 것이 중요합니다.

Interview ③

15)

상하이위명마오이유셴공쓰 (上海予萌贸易有限公司) Manager

●
상하이위명마오이
유셴공쓰
(上海予萌贸易有限公司)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립된 냉동식품 전문 유통업체
 - 주로 냉동 케이크, 냉동 피자, 에그타르트 등을 취급함

●
담당자 정보

Manager

●
고객사 제품 정보

제품 종류	냉동 빵
중량	80g
맛	고르곤졸라, 체다치즈
조리 방법	전자레인지 1분 조리

Q1. 고객사 제품의 맛, 중량, 조리 방법은 중국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품은 채식주의자에게 적합한 맛을 제공하고 있다고 생각합니다. 반면, 중국 시장의 냉동 빵 제품의 소비자들은 주로 쇠고기와 닭고기와 같은 고기 맛을 선호하고 있습니다. 고객사 제품의 중량은 아침 식사에 적절해 보이지만, 점심이나 저녁 식사로 소비하려면 제품의 중량을 늘려야 할 것 같습니다. 조리 방법은 전자레인지를 사용하며, 1분 가열로 매우 편리하지만 해동이 필요한지 여부를 확인해야 할 필요가 있어 보입니다.

Q2. 유통업체 입장에서 냉동 빵 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체는 주로 제품의 공급 가격과 맛을 중요하게 고려합니다. 중국 시장에서는 냉동 빵의 가격이 상대적으로 낮아, 가격과 맛에 차별화된 셀링포인트가 없다면 제품의 판매가 어려울 수 있습니다.

Q3. 현지 소비자 입장에서 냉동 빵 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 냉동 빵류 구매 시 제품의 인지도와 맛을 중요하게 고려합니다. M사나 X사와 같이 높은 인지도를 가진 브랜드의 냉동 피자는 소비자들이 온라인으로 쉽게 주문할 수 있습니다. 또한, 중국 소비자들은 새로운 맛에 대해 상당히 개방적이며 최근에는 두리안과 같은 열대 과일 맛의 제품이 많이 출시되고 있습니다. 특히, 젊은 소비자들 사이에서 건강에 좋은 과일 맛의 제품이 인기를 얻고 있습니다.

Q4. 고객사 제품이 현지 식당과 편의점에서 조리하는 방식과 어울리는 제품인가요? 또, 해당 방식을 현지인들이 선호하나요?

고객사 제품은 중국의 치킨 체인점과 잘 어울립니다. 특히 한국식 치킨집이 중국에서 큰 인기를 누리고 있기 때문에, 해당 치킨집에서 제품을 판매한다면 중국 소비자들로부터 긍정적인 반응을 얻을 수 있을 것으로 예상됩니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요? 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 이외에 다른 채널이 있나요?

중국 시장에서 고객사 제품을 판매하기에 적합한 유통채널은 커뮤니티 기반의 공동구매 방식입니다. 이 방식은 온라인과 오프라인의 장점을 모두 결합하였으며, 코로나 팬데믹 이후 중국의 다양한 지역에서 소규모 주거 지역화가 진행되면서 이러한 공동구매 시스템이 강화되었습니다. 특히, 냉동식품은 주민들이 이러한 방식을 통해 주로 구매하는 품목 중 하나입니다.

Q6. 고객사 제품 판매 시 효과적인 마케팅 방법이나 판매 전략은 무엇인가요?

중국의 인기 소셜 미디어 플랫폼인 샤오홍슈(小红书)와 더우인(抖音)을 활용한 홍보는 매우 효과적일 것입니다. 특히, 샤오홍슈는 중국의 젊은 여성들, 특히 90년대생이 주요 사용자이므로, 해당 플랫폼에서의 광고나 인플루언서와의 협업을 통해 제품 홍보를 진행하면 좋은 결과를 기대할 수 있습니다. 예를 들어, 인플루언서에게 제품을 제공하고, 그들이 제품을 시식하며 소개하는 사진이나 동영상을 샤오홍슈에 게시하도록 유도하는 방식을 통해 홍보 효과를 극대화할 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 샤오샤뉴뉴 년뉴쥘핀즈스촐피샤 (푸젠신메이천스핀유션공쓰)
- ② 샤오샤뉴뉴 아오얼랑지러우즈스촐피샤 (푸젠신메이천스핀유션공쓰)
- ③ 샤오샤뉴뉴 진전터우류렌즈스촐피샤 (푸젠신메이천스핀유션공쓰)
- ④ 서우쥬바오장즈스상창쥬안 (상하이정릉터우스핀유션공쓰)
- ⑤ 카오즈스지러우쥬안 (우시화순민성스핀유션공쓰)
- ⑥ 상라지러우즈스쥬안 (허페이치거스핀유션짜런공쓰)
- ⑦ 카오즈스뉴러우쥬안 (장쑤바이아오션스핀유션공쓰)
- ⑧ 카오미즈지러우쥬안 (장쑤바이아오션스핀유션공쓰)
- ⑨ 평웨이쥬구사오롱탕바오 (자시완유스핀유션공쓰)
- ⑩ 헤이쑹루허뉴러우바오 (양저우룽춘스핀유션공쓰)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 13.90위안

오프라인에서 조사된 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 13.09위안(2,334원)인 것으로 조사됨. 푸젠신메이천스핀유션공쓰의 제품(1, 2, 3번 제품) 가격대는 평균 13.22위안(2,357원)으로 비교적 높은 편이고, 장쑤바이아오션스핀유션공쓰의 제품(7, 8번 제품) 가격대는 평균 10.00위안(1,783원)으로 비교적 낮은 편임

[표 5.1] 중국 냉동 빵 가격 경쟁력 분석

(단위: 100g/위안)



2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

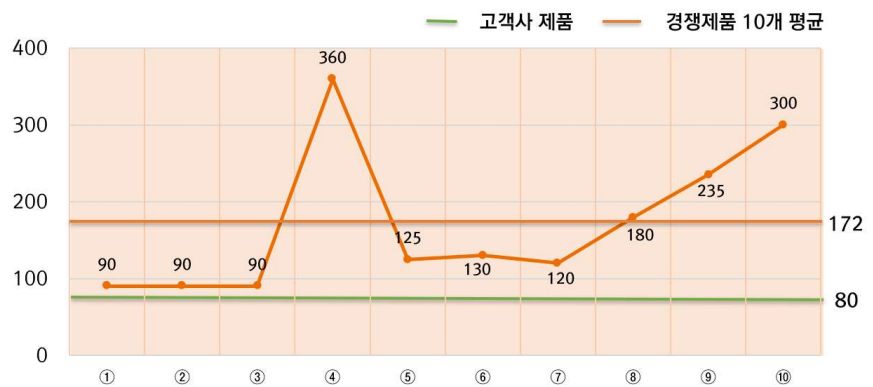
- ① 샤오샤뉴뉴 년뉴쥘핀즈스참피싸
(푸젠신메이천스핀유셴공쓰)
- ② 샤오샤뉴뉴 아오얼랑지러우즈스참피싸
(푸젠신메이천스핀유셴공쓰)
- ③ 샤오샤뉴뉴 진전터우류렌즈스참피싸
(푸젠신메이천스핀유셴공쓰)
- ④ 서우쥘바오장즈스상쥘쥘안
(상하이정롱터우스핀유셴공쓰)
- ⑤ 카오즈스지러우쥘안
(우시화순민성스핀유셴공쓰)
- ⑥ 상리지러우즈스쥘안
(하페이차거스핀유셴짜런공쓰)
- ⑦ 카오즈스뉴러우쥘안
(장쑤비아오셴스핀유셴공쓰)
- ⑧ 카오미즈지러우쥘안
(장쑤비아오셴스핀유셴공쓰)
- ⑨ 핑웨이쥘구사오롱탕바오
(자시원유스핀유셴공쓰)
- ⑩ 헤이쑤루허뉴러우바오
(양저우롱춘스핀유셴공쓰)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 80g으로, 냉동 빵 경쟁제품 10개의 평균 중량인 172g의 약 47% 수준으로 경쟁제품 대비 작은 편으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 고객사 제품의 중량을 늘리거나, 중국 현지 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서 유통되고 있는 냉동 빵 경쟁제품의 중량이 최소 90g부터 최대 360g까지 다양하게 유통되고 있다는 점을 참고해 포장 중량을 다양화하여 시장에 진출하는 방안을 고려할 수 있음

[표 5.2] 중국 냉동 빵 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

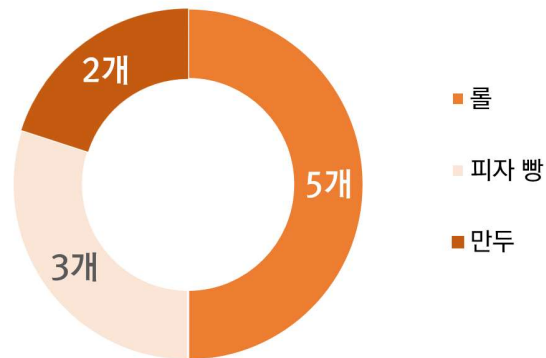


3) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 5개 제품이 롤 형태

중국에서 판매되고 있는 냉동 빵 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 5개의 제품이 롤 형태 제품으로 가장 많았고, 3개의 제품이 피자 빵, 나머지 2개의 제품이 만두 형태의 제품인 것으로 확인됨

[표 5.3] 중국 냉동 빵 제품 종류 경쟁력 분석

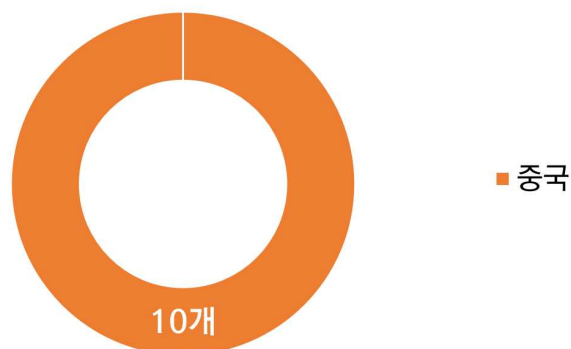


4) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 제품 모두 중국산

중국에서 판매 중인 냉동 빵 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 모두 중국산 제품임을 확인함. 조사된 경쟁제품이 모두 현지기업의 제품인 점으로 보아 중국에서는 자국의 냉동 빵 제품이 강세인 것을 확인할 수 있음

[표 5.4] 중국 냉동 빵 제품 원산지 경쟁력 분석

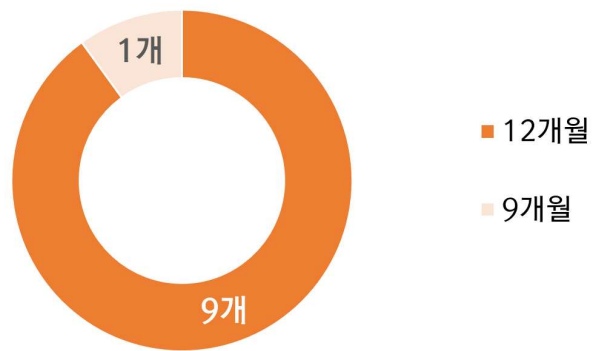


5) 유통기한

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 9개 제품, 유통기한 12개월

중국에서 판매되고 있는 냉동 빵 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품의 유통기한이 12개월이며 나머지 1개는 9개월인 것을 확인함. 빵 제품의 특성상 유통기한이 1년 이내로 길지 않은 편임을 알 수 있음

[표 5.5] 중국 냉동 빵 제품 유통기한 경쟁력 분석

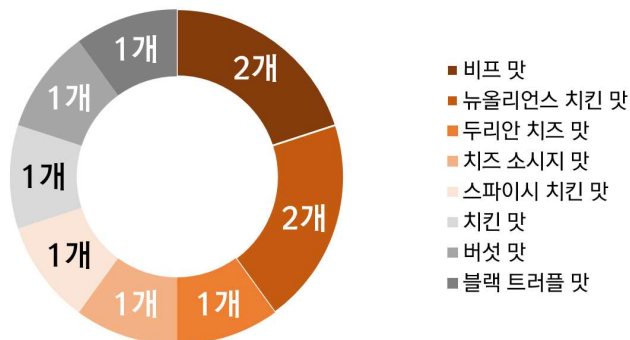


6) 맛

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 8개 제품, 각기 다른 맛

중국에서 판매 중인 냉동 빵 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 8개의 제품이 각기 다른 맛인 것으로 확인됨. 그중 비프 맛과 뉴올리언스 치킨 맛이 각각 2개씩으로 가장 많았으며, 그 외에 두리안 치즈 맛, 치즈 소시지 맛, 스파이시 치킨 맛, 치킨 맛, 버섯 맛, 블랙 트러플 맛이 1개씩 조사됨

[표 5.6] 중국 냉동 빵 제품 맛 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정 ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 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 매장에서 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 징동, 티몰, 수닝

(*) 오프라인 매장 : 허마, 뱅가드, 올레

켓, 왓슨스

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

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

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
중량

공통 특징 ②
조리 방법



공통 특징 ①
제품 원료
치즈 포함

공통 특징 ②
간편성 강조



벤치마킹 제품 ①

푸젠신메이천스핀
유센공쓰_
샤오싸뉴뉴
넌뉴쑤핀즈스촨피싸

‘온라인 유통채널 확보’

◀ 벤치마킹
유통채널 확대

고객사 제품
‘간편한 조리,
부드럽고 촉촉한 식감’

벤치마킹 ▶
현지 시장에
적합한 중량

벤치마킹 제품 ②

장쑤바이야오센스핀
유센공쓰_
카오미즈지러우취안

‘현지 시장에 적합한
중량’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 온라인 유통채널
입점

▶ 벤치마킹 제품, 온라인 유통채널 입점

현지에서 판매 중인 냉동 빵 경쟁제품 10개의 입점 현황을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 8개의 제품이 현지조사를 진행한 오프라인 매장뿐만 아니라, 온라인 매장에도 입점한 것으로 확인됨. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 중국에서는 온라인 마케팅이 효과적이며, 이커머스 플랫폼에서는 특히 티몰의 인기가 높은 것으로 보임. 따라서 고객사 제품도 현지 소비자들에게 인지도와 수요가 높은 온라인 채널에 입점한다면 소비자의 관심도와 구매율을 높일 수 있을 것으로 판단됨

[표 5.7] 중국 냉동 빵 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 중국에서의 고객사 제품 진출에 가장 적합한 유통채널은 온라인의 티몰 쇼핑몰이 될 것입니다. 티몰 내에서 플래그십 스토어를 개설해 직접 제품을 판매하는 방식을 추천합니다. 이를 통해 단기적으로 매출을 증대시킬 수 있을 뿐만 아니라 장기적으로도 제품 인지도를 높이는 데 도움이 될 것입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석


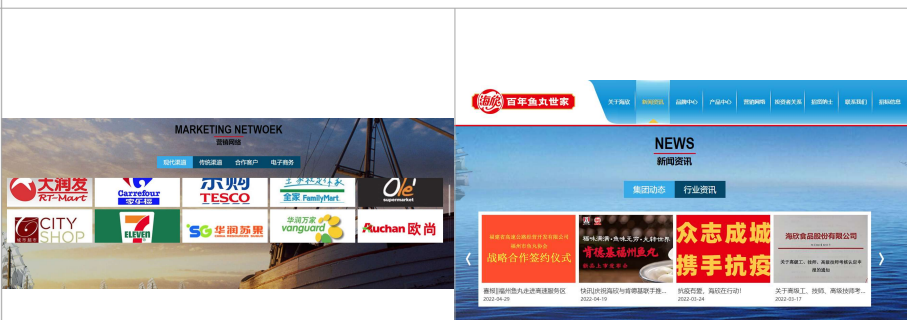
- 중량

▶ 벤치마킹 제품, 고객사 제품의 중량 대비 약 2배

현지에서 판매 중인 냉동 빵 경쟁제품 10개의 중량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 모든 제품의 중량이 90g 이상인 것을 확인함. 고객사 제품의 중량은 80g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량인 172g과 비교하여 매우 작은 편임. 고객사 제품의 중량이 경쟁제품 평균 중량의 47% 수준인 점을 고려하여 고객사 제품의 중량을 늘려 제품을 현지화할 수 있음

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 냉동 빵 기업 마케팅 벤치마킹

<p>선정 기업 기본 정보</p>	<p>기업명 기업 설명</p>	<p>하이신스핀구편유셴공쓰 하이신스핀구편유셴공쓰는 1903년에 설립된 중국의 식품회사로, 중국의 농업산업화를 선도한 기업 중 하나임. 중국 전역에 8개의 생산 공장을 운영하고 있으며, 7개의 판매 자회사를 설립하여 운영 중임. 주로 급속 냉동 육류 제품과 냉동 연육 제품, 냉동식품을 취급함</p>
<p>주요 마케팅 전략</p>	<p>자사 보유 특허, 인증 등 소개</p>	 <p>기업이 취득한 특허나 인증, 자격 등을 게시하여 소비자에게 신뢰성 확보</p>
<p>요약</p>	<p>판매채널</p>	<p>온라인 매장(티몰, 징둥) 자사 홈페이지(중국) 제품의 식감 등 상세한 설명</p>
<p>홍보 현지화</p>	<p>중국 현지 대형마트와 슈퍼마켓 체인과 파트너십을 맺고 오프라인 소비자들에게 자사제품의 접근성을 높임</p>	 <p>중국 자사 홈페이지에 기업의 박람회 참가 소식이나 신제품 출시 소식 등을 전하여 자사 제품 홍보</p>

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 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.9] 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 선호도	판매 제품 종류에 대한 평가	Pizza, Snack, Ready-to-eat 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Spicy 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

▶ 수닝에서 판매되고 있는 냉동 빵 제품 선정

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	수닝 (Suning)	리뷰 수	10,309건
제품명	다시디하우즈스피사 (大希地厚芝士披萨)		
제품 종류	냉동 빵	소비자가격	99.00위안 (17,651원 ¹⁶⁾)
중량	100g*10박스	포장	종이 박스/플라스틱 파우치
특징	급속냉동제품, 전자레인지 사용가능		

16) 1위안=178.29원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

분석 제품 정보

사이트	수닝
수집 리뷰 수	190개
제품명	다시디 허우즈스피샤 (大希地厚芝士披萨)
제품 종류	냉동 빵
소비자가격	99.00위안 (17,651원)
중량	100g*10박스
포장	종이 박스/플라스틱 파우치
특징	급속냉동제품, 전자레인지 사용가능

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘품질’에 대한 관심도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매 건수가 가장 많은 냉동 빵 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘품질’에 대한 긍정점수가 268점으로 가장 높게 나타나 품질에 대한 소비자 관심도가 가장 높은 것으로 조사됨. 그다음으로는 ‘맛’에 대한 긍정점수가 217점으로 높은 편인 것으로 나타남. ‘품질’과 ‘맛’, ‘제품 선호도’에 대한 긍정점수가 150점 이상으로 높고, ‘가격’과 ‘중량’에 대한 점수는 비교적 낮은 편인 것으로 보아, 소비자들은 온라인에서 판매되는 냉동 빵 제품에 대해 가격과 중량보다는 품질, 맛, 냉동 빵 제품 종류에 대한 관심도가 특히 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	120	22
맛	217	24
제품 선호도	181	23
중량	46	11
품질	268	30
종합	832	110

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Export Insights

Frozen Bread Price&Volume



Point. 1



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 냉동 빵 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 13.09위안(2,334원)
- ✓ 푸젠신메이천 제품의 가격대는 13.22위안(2,357원)으로 높은 편, 장쑤바이아오센 제품의 가격대는 10.00위안(1,783원)으로 낮은 편

Point. 2



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 냉동 빵 경쟁제품 10개의 평균 중량은 172g로 고객사 제품 중량(80g)보다 낮음
- ✓ 롤 제품 5개의 평균 중량은 183g이며, 피자 빵 제품 3개의 평균 중량은 90g으로 롤 제품의 중량이 비교적 큼

Frozen Bread Product&Flavor



Point. 1



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 냉동 빵 경쟁제품 10개의 중 5개는 롤, 3개는 피자 빵, 2개는 만두 제품
- ✓ 경쟁제품 10개의 원산지는 모두 중국
- ✓ 경쟁제품 10개 중 9개의 유통기한은 12개월이며 나머지는 9개월

Point. 2



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 냉동 빵 경쟁제품 10개의 제품 맛 조사 결과, 8개 제품의 맛이 각기 다름
- ✓ 비프 맛과, 뉴올리언스 치킨 맛이 각각 2개씩 조사됨
- ✓ 그 외에 두리안 치즈 맛, 치킨 맛, 버섯 맛 등 다양한 맛 제품이 조사됨

China Market Competitor



Point. 1



- ✓ 중국 냉동 빵 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 오프라인에서 제품이 조사된 경쟁기업은 푸젠신메이천이 유일하며 조사된 매장은 허마임
- ✓ 항저우다시디와 하이신스핀은 온라인에서 공통적으로 티몰에 진출하였으며, 추가로 항저우다시디는 수닝에, 하이신스핀은 징둥에 진출함

Point. 2



- ✓ 중국 냉동 빵 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 제품 및 기업 홍보를 진행함
- ✓ 경쟁기업 3개사의 SNS 플랫폼 상의 홍보 활동 진행 여부는 확인되지 않음

Importer-Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 중국 냉동 빵 수입-유통업체 인터뷰 결과, 중국 시장에는 다양한 맛을 가진 냉동 빵 제품이 포진해있어 소비자들에게 다양한 맛의 선택지를 제공하는 것이 좋을 것이라 언급
- ✓ 아침 식사용으로 적합한 중량이나 점심 및 저녁 식사용으로 판매하기 위해서는 제품 중량을 늘릴 필요가 있음

Point. 2



- ✓ 하이퍼마켓/슈퍼마켓 이외에 커뮤니티 기반 공동구매 시스템을 활용할 수 있음
- ✓ 온라인 및 오프라인의 장점을 모두 결합한 형태로, 팬데믹 이후 급속하게 성장한 중국의 새로운 유통방식임
- ✓ 냉동식품은 특히 해당 시스템의 발달로 수혜를 받을 수 있는 품목임

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 티몰 홈페이지 (www.tmall.com)
3. 징둥 홈페이지 (jingdong.com)
4. 수닝 홈페이지 (www.suning.com)
5. 상하이 연감 사무소 (www.shtong.gov.cn)
6. 허마셴성 홈페이지 (www.freshippo.com)
7. 뱅가드 홈페이지 (www.crv.com.cn)
8. 올레 홈페이지 (crvole.com.cn)
9. 푸제신메이천스핀유셴궁쓰 홈페이지 (www.4000051717.com)
10. 항저우다시디커지구편유셴궁쓰 홈페이지 (www.dahiti.com)
11. 하이신스핀구편유셴궁쓰 홈페이지 (www.tengxinfoods.com.cn)
12. 사먼스룽커덴쯔샹우유셴궁쓰 티몰 페이지 (www.ronggesp.tmall.com)
13. 상하이차오샹위안스핀유셴궁쓰 티몰 페이지 (www.chaoxiangcun.tmall.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.03

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.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea