

2020년 「지역활력프로젝트」 ‘도시형 소비재산업 글로벌 신시장 개척지원’ 디자인 개발지원 제안요구서(RFP)

분 야	□ 제품디자인 개발지원 / ■ 브랜드 개발지원					
접 수 번 호	2020 - 지역활력 - 2 1	업 종	제조/도소매/서비스			
타 기 시 장	국내 및 중국 시장	주 생산품목	식품, BIO조성물 등			
과 제 명	프리미엄 시장 진출을 위한 건강에 좋은 소재를 활용 고부가가치 음용 스틱 브랜드 개발					
총 개 발 비	지원금	18,000천원	자부담금	2,000천원	총개발비	20,000천원

1. 필요성

- **제품(서비스)의 시장 변화에 따른 필요성**
 - 바다의 인삼이라고 불리는 해삼은 중국을 중심으로 아시아 지역에서 새로운 양식 대상 종으로 각광받고 있음. 특히 중국은 전 세계 해삼 생산량의 90%를 소비하는 소비대국임
 - 중국 내 경제성장 및 소득증가에 따라 전복이 고급 사치품에서 일반 소비품으로 전환되어 수요가 확산되고 있는 가운데, 중국의 전복 생산도 확대되고 있는 것으로 나타남
 - 당사의 기술력을 이용하여 해삼, 전복을 이용해 탕, 요리류에 넣어 쉽게 중국에서 선호하는 재료를 첨가할 수 있게 스틱 파우치 형태의 소스를 개발하여 내수시장 뿐만 아니라 수출 증대를 통한 글로벌 바이오식품 기업으로 성장하고자 함
- **제품(서비스)의 파급 효과**
 - 소스 시장이 급증함에 따라 관련 분야 기술개발의 주도권 확보
 - 해외에서 높아지고 있는 한국 제품에 대한 인기와 자사 제품의 시너지 효과
 - 매출 증대에 따른 자사 및 지역내 경제 활성화에 보탬
 - 자사 기술 및 지역 내 자원을 활용, 기술협업을 통한 직.간접적 상생효과

2. 내용 및 목표

○ 제품(서비스) 특징

관련 이미지	 <p style="font-size: small; margin-top: 5px;"> 중국에서 가장 사용량이 많고 선호하는 레드로 터입의 포장 패키지로서 레드로 특성상 다소 값비쌌던 수 있는 부분을 심플한 디자인을 통해 직관성 있게 직입하였습니다. ▼ 레드로 터입에서 마개부분을 추가하여 사용 후 보관이 용이하며 패키지 포장 특성상 벌크제품으로도 사용이 가능하여 B2C뿐만 아니라 B2B에서도 강점을 보일 수 있으며 맛있는 할 수 있는 부분을 영넵 스틱커를 활용하여 디자인적인 측면을 강화한 패키지입니다. ▼ </p>
<p><중국 수출용 ‘김치소스’에 대한 패키지 디자인></p>	
주요 Spec.	<ul style="list-style-type: none"> - 항산화, 항염, 면역력 등 효능에 대한 연구 및 자사 자체에서 진행한 효능평가를 통해 기능성 효능을 가지고 있다고 밝혀진 소재를 이용하여 소스를 개발함 - 스틱 파우치 형태로 간편하게 보관, 사용이 가능함
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 건강에 좋은 소재, 약선 소재를 활용 - 원액 그대로 먹을 수도 있지만 희석차, 소스, 요리첨가용으로 다양하게 활용 가능함

○ 과제 내용 및 범위

지원요청품목	세부내역	수량
브랜드 개발	네이밍, 디자인	1식
어플리케이션	서식류, 사인물, 패키지(포장) 등 디자인	1식
매뉴얼북	브랜드 활용 가이드 북	1식
패키지 샘플	브랜드 적용 패키지 샘플	10개 이내
지적재산권	브랜드(제품) 상표권 출원	1식

3. 제품분석

타깃고객

- 건강에 관심이 많고 요리를 즐기는 젊은 계층
- 중국이 주요시장 (동남아 진출 가능)
- 홍삼보다 접근이 쉬운 건강증진을 위한 식품으로 시니어 계층에 어필

가격전략

- 프리미엄 소스

유통전략

- 기존 해외 바이어를 통한 해외 수출 (중국 시장에서 먼저 요청)
- 마켓컬리, 헬로네이처 등 식품 전문 플랫폼 입점
- 기존 판매 채널 활용

홍보전략

- B2C 대상: SNS를 활용한 노출&타겟 마케팅 진행중
- 프리미엄 재료를 넣은 고급화된 소스류
- 브랜드 자체 홍보 채널 & 제휴 채널을 통한 홍보



4. 디자인 전략

디자인 콘셉트

- 약선재료로 건강한 식품을 만드는 글로벌 바이오식품 기업

키워드

- 건강, 효능, 프리미엄, 글로벌

디자인 개발방향

- 해외(특히 중국)에서 건강기능식품에 준하는 효능을 기대할 수 있는 식품으로 인지될 수 있도록 네이밍 개발 및 디자인 전략 수립
- 추후 다양한 재료를 활용한 소스류 제품에 일관되게 사용할 수 있는 브랜드 개발
- 대기업 및 미디어과급력을 가진 제품들이 잇달아 출시하고 있는 시장 현황에서 제품의 품질로 차별화 될 수 있는 디자인 포인트 개발 필요

CMF 적용전략

Color (컬러)	<ul style="list-style-type: none"> - 고급스러운 식재료를 활용한 프리미엄 브랜드임을 나타낼 수 있는 색채 선정 - 중국 시장에서 선호도가 높은 컬러를 반영하되 기존의 VI 컬러와 매칭되는 컬러 선정
Material (소재)	<ul style="list-style-type: none"> - 1회 사용분으로 나뉜 스틱 파우치 포장 - 스틱 파우치를 담을 수 있는 박스
Finishing (마감)	<ul style="list-style-type: none"> - 스틱이 사용상 편리하도록 easy cut 적용 - 잦은 이동에도 쉽게 구겨지지 않는 박스 포장

5. 마케팅 계획

○ 판매 전략

- 건강에 좋은 약선소재를 이용한 다용도 소스로 만능 소스에 대한 트렌드와 함께 언제 어디서든 다양하게 섭취가능한 제품을 제공함
- 웰빙/소포장/간편함/다양함을 컨셉으로 스틱파우치 포장의 제품 시리즈 출시
- 기존 입점해있는 자사몰 및 11번가, 위메프 등에 판매 진행
- 컨택하고 있는 해외 바이어들에게 제안하고 계속적으로 판매 바이어들을 찾아가는 중임

○ 내수 방향

- B2B 판매의 경우 1차적으로는 기존 고객 및 거래처를 활용 수 있으며 이후 급식업체 및 기능성 디저트(젤리) 생산 기업과의 연계를 통해 소스 제품 및 기능성 디저트(젤리) 제품을 판매할 수 있음
- B2C는 기존 오픈마켓(쿠팡, 위메프, 스토어팜) 등을 적극 활용하고 해당 사이트에 방문하는 개인 고객을 유입시키고, 플랫폼을 개발하여 플랫폼 내 판매를 향상시킬 수 있음
- 자사 오픈마켓 채널을 활용한 소비자 유입 유도
 - 자사가 보유한 스마트 스토어(일매출 2천만원) 및 쿠팡의 핫딜, 와디즈의 리워드형 스토리식 전개로 자사의 역량으로 유입시킬 수 있는 온라인 소비자들을 타겟으로 소비자 확보 계획 실시
- 협력사를 활용한 B2B 전략 및 ODM 제안 (꾸준한 영업이익 발생)
 - (주)푸드스미스, (주)코리아식품 (각 연매출 7억, 150억)의 협력사에 기존 식품메뉴로 먼저 제안 및 협력 MOU
 - 당사의 연구개발 능력을 바탕으로 다양한 외식업체와 프랜차이즈업체 들에 메뉴제안 및 디자인 제안 등 B2B 협업사 포지셔닝을 취함.

○ 수출 방향

- 현재 해삼, 전복 제품의 경우 요청한 바이어에게 유통을 진행하고 진행 중인 지원사업을 통한 '2020년 창업도약패키지 지원사업 성장촉진 프로그램 창업기업(수출지원)', '2020년 수산식품 중국 One-stop 시협수출 지원사업'등을 통한 시험 수출 및 바이어와 컨택을 진행할 것임
- 현재 입점하고 있는 해외 온라인 몰을 통해 납품 진행
- 수출 박람회를 통한 해당 제품 제안 진행