



COOK



CJ제일제당의 중국시장 런칭 제안서

IC-PBL을 이용한 중국 HMR(간편식) 메뉴 제안



PROBIOTICS



CHINA

TEAM 비글

경영학부 2014049852 김경락

경영학부 2017020900 변은영

경영학부 2017021412 정지희

목 차

01/ 상황분석

- CJ제일제당 분석
- PEST분석

03/ 해결책도출

- 신제품 제안
- VRIO 활용

02/ 문제도출 및 분석

- 브레인스토밍
- 문제 분석

04/ 프로토타입

- 신제품 모형
- 어플리케이션

1

상황 분석

- 내부분석 (CJ제일제당)
- 외부분석 (중국, 중국 간편식사업, PEST분석)

01 상황분석

CJ제일제당은 도전과 혁신을 통해 '건강, 즐거움, 편리'를 창조하며 글로벌 식품기업으로 도약하고 있다.

세계인의 식탁에 맛있는 즐거움을 전합니다.

[식품 부분]

CJ제일제당은 현지음식과 한식을 결합한 K-Food로 한국의 맛을 세계화하고, 건강하고 편리한 라이프스타일을 나누고자 한다.

대표브랜드

특히, CJ제일제당은 식문화혁신을 이끌며 자체 R&D기술로 가정식 수준의 맛품질을 구현해 세계인 누구나 K-Food를 간편하고 맛있게 즐길 수 있는 **비비고, 햇반, 고메**가 대표적이다.

★ 가정간편식



만두, 양념장, 김치, 김



밥, 컵반



피자, 핫도그, 치즈볼

스위트너/제분/유지



설탕, 밀가루, 튀김가루, 포도씨유 등

육/수산식품

햄, 소시지, 어묵, 크랩 등



조미소스

다시다, 고추장, 된장, 찌개장



등등...

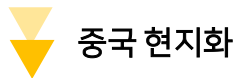
01 상황분석

CJ제일제당은 현재 **중국**에서 간편식(HMR)사업에 집중하고 있다.



한국의 최강자, '다시다'를 출시했으나 실패

실패 요인 : 현지 고려 X



중국 현지화

'지징' (닭고기 다시다)의 성공

- 베이징 조미료 시장 점유율 2위
- 매출 약 230억



“다양한 종류 + 현지화 재료”와 함께,
건강하고 맛있는 한국식 만두 이미지



만두매출 급성장!



1. 떡갈비, 미트볼

중국의 조리냉동 시장 최근 수요 증가
2030의 글로벌 메뉴 선호 증가
-> 냉동식품 시장 공략 주력

2. 핫반, 컵반

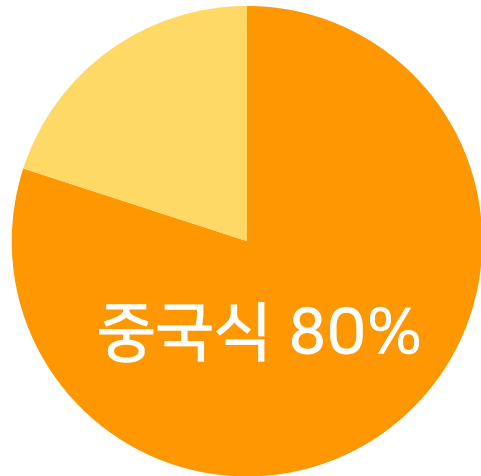
CJ제일제당의 중국진출 새로운 도전분야

01 상황분석

중국의 조리냉동 시장의 상황 및 트렌드는 이렇다.

상황 1 현지화 필요성 높음

[중국 조리냉동식품 판매 점유율]



■ 중국식 ■ 서양식

출처 : 매일경제 기사

중국 현지화 제품 비중 多
제품 다각화 중요

상황 2 "간편식(HMR) 시장의 확대"

샌드위치 1위

즉석조리 상승

상온즉석조리 하락

건강식 상승

출처 : KOTRA

- trend 건강식 섭취와 운동
- 주요 소비층 편리성을 중시하는 18-34세
- 가구 변화 1인가구 증가

01 상황분석

PEST분석을 통해 보는 중국 환경(외부환경) 분석

P	E	S	T
Politic	Economy	Social	Technology

- 중국 내 소비 수요 왕성한 식품에 대해 잠정수입관세율 적용
- 한중 경제적 관계 복원
- 기업인 신속통로 제도(패스트트랙) 통해 한중 필수적 경제활동 진행
- 한중 국제협력시범구 조성 등 우호적 관계 발전
- 2019. 12. 한중정상회담

P
S
E
T

- 중국은 코로나19에서 회복되고 있음
- 식품음료 업계 테마주 상승 예측
- 노동절 유통기업 매출 예년과 비슷
- 김치, 라면, 인삼 수출 증가(한국식면역식품 & 간편식 인기)
- 온라인을 통한 소비자의 소비 증가
- *란런경제 트렌드 : 온라인 결제 시스템 성장

- 출근족 위한 간편식품 발전, 매출 증가
- 한정판 브랜드 판매 공략
- 보건식품 수출액 코로나19에도 성장
- 홈코노미 : 신선식품 전자상거래 수요 증가
- 간편식 제품 & 재택근무 관련 전자제품의 흥행

- 알리페이 등 모바일페이 시스템 선전 (노동절 매출 전년 대비 증가)
- O2O(온오프라인연계) 배송 서비스, 이러닝, 온라인 동영상서비스(OTT), 어플리케이션 서비스 유망
- 온라인을 통한 소비자의 소비 증가로, 온라인 채널 판매 기술 강화에 집중 필요

*란런경제 : 게으른사람을 뜻하는 란런의 수요를 만족시키는 경제

2

문제 도출 및 분석

-
- 브레인스토밍 (문제도출)
 - 문제 분석 (외부, 내부)

02 문제도출

상황분석을 통해 살펴본 CJ의 중국 시장 확대 시, 해결해야 할 문제는 무엇인가

비싼 가격

낮선 브랜드

중국의 거대함

홍보 약함

온라인
유통경쟁력

경쟁사가
너무 많음

부채비율이
높음

중국인들의
자국 제품 선호

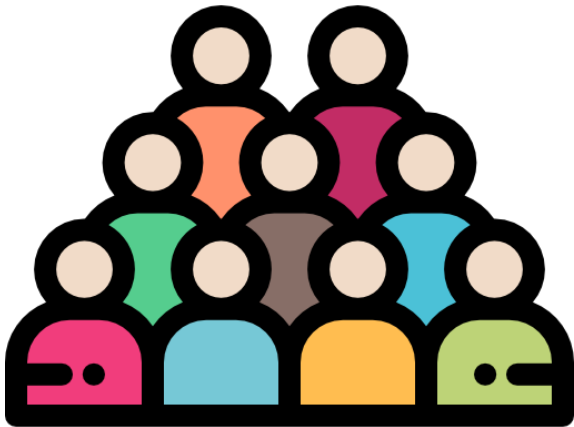
02 문제분석

문제들 중 외부적인 문제점

외부적 문제

CJ제일제당이 중국시장확대 시, 중국 환경적인 문제점

1 중국의 인구



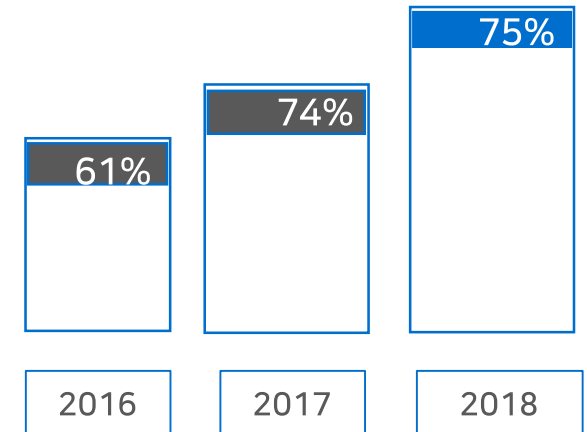
중국 인구 13억
소비 패턴이 너무 다양

2 경쟁사 多



중국은 세계 최대 시장
HMR 업체 약 1800개

3 자국 제품 선호



출처 : 한국은행

국산 제품 판매 비율 75%
특히 2030 자국제품 선호

02 문제분석

문제들 중 내부적인 문제점

내부적 문제

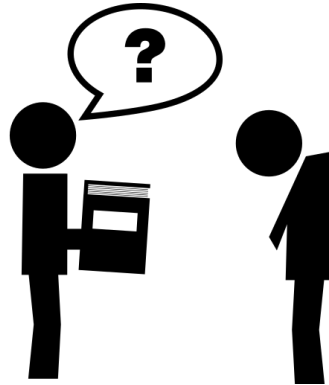
중국시장에서 활약중인 현 CJ제일제당의 문제점

1 비싼 가격



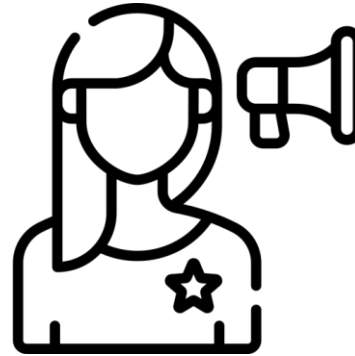
CJ제일제당은 타사에 비해
상대적으로 높은 가격

2 낮은 브랜드



중국에서 CJ는 낮은 존재
브랜드 **인지도** 부족

3 홍보 부족



한류 이용한 마케팅 어려움
TV홈쇼핑 주 고객층 **5060**

4 온라인 유통 약세

1위	쿠팡
2위	11번가
3위	티몬
4위	위메프

현재 CJ몰 인지도 부족
온라인 부문 유통경쟁력 ↓

3-1

외부적인 문제점에 대한 해결책 도출

-
- 해결책 도출 (명확한 타겟팅, 메뉴차별화, 현지화)
 - 신제품 제안
 - VRIO를 통한 신제품 제안 근거 마련

03 해결책도출

외부적 문제에 대한 해결책

외부적문제	소비패턴다양	경쟁사 많음	자국제품선호
해결책	명확한 타겟팅		

P1 중국의 많은 인구에 어떻게 대처해야 하는가?

답 명확한 **타겟팅**을 하자!

<우리 팀이 결정한 타겟층>



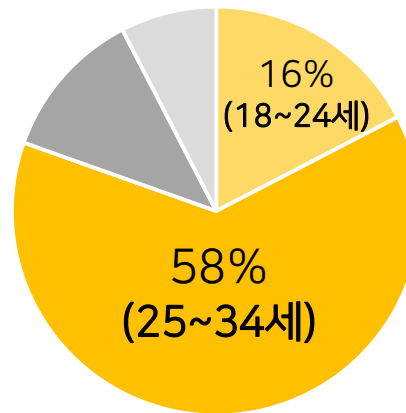
주요 타겟층

10대 학생~30대 직장인

왜 타겟을 10대 학생~30대 직장인으로 잡았나?

1 간편식의 주 소비층

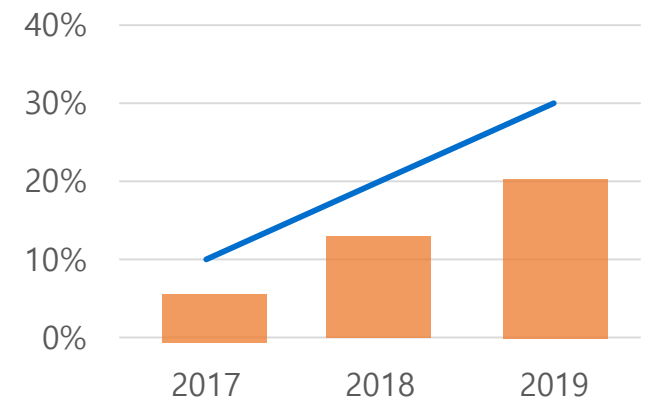
[간편식 소비층 연령대 비중]



출처 : KOTRA

2 중국 내 온라인 주 사용층

[대형 온라인쇼핑 플랫폼 95허우세대 소비 비중]



출처 : KOTRA

03 해결책도출

외부적 문제에 대한 해결책

외부적문제
해결책

소비패턴다양
명확한 타겟팅

경쟁사 많음
메뉴 차별화

자국제품선호

P2

중국의 경쟁사에 어떻게 대처해야 하는가?

답

메뉴를 차별화 하자!

어떻게 차별화를 해야 하는가?

1



코로나 19 여파→한국산 쌀 인기↑
건강한 이미지 재고

2



차별화된 기술력
원재료 특성을 살리는 보존기술
안심 먹거리를 검증하는 영양균형 구현

03 해결책도출

외부적 문제에 대한 해결책

외부적문제

소비패턴다양

경쟁사 많음

자국제품선호

해결책

명확한 타겟팅

메뉴 차별화

현지화

P3

중국의 자국선호에 어떻게 대처해야 하는가?

답

현지화 하자!



[중국KFC의 성공적인 현지화 중국식사]

KFC의 중국진출 성공사례

중국 시장 진출을 위해 **원료 현지화**& **중국식 상품 현지화**
브랜드 이미지와 광고 현지화

: KFC 브랜드가 가지는 외국적 이미지를 최대한 배제

패스트푸드의 비만문제, 쓰레기 식품 논란이 제기됐을 때
《중국 KFC 건강식품정책》을 공포

→영양 균형, **웰빙 창도자**로서의 이미지를 부각

03 해결책도출

외부적 문제에 대한 해결책

외부적문제
해결책

소비패턴다양
명확한 타겟팅

경쟁사 많음
메뉴 차별화

자국제품선호
현지화

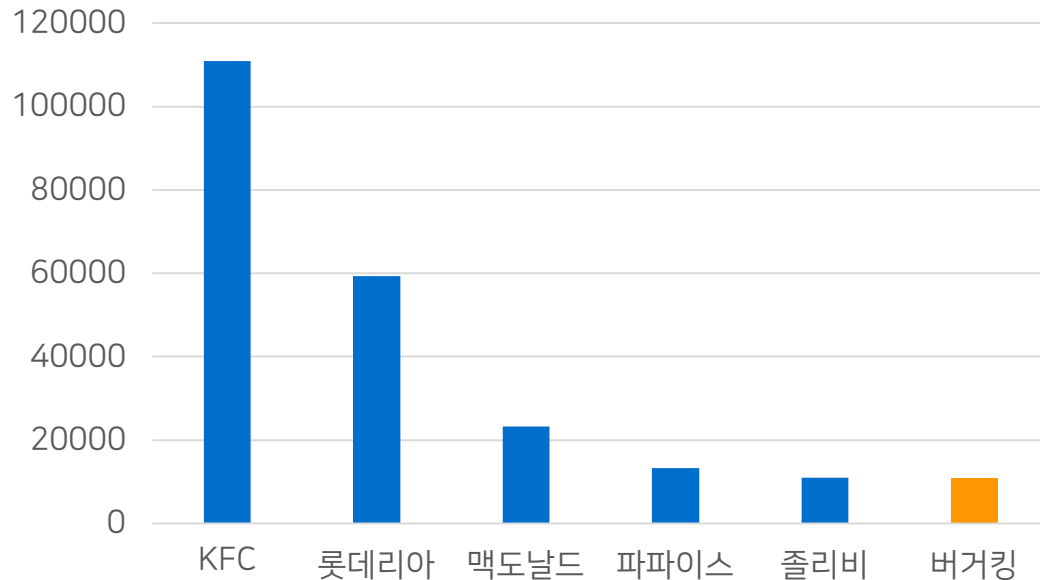
P3

중국의 자국선호에 어떻게 대처해야 하는가?

답

현지화 하자!

[베트남 패스트푸드 매출액]



출처 : buzzmetrics

현지화 실패 사례 - 버거킹의 베트남 진출

베트남 현지 사람들의 니즈에 맞춘 롯데리아, KFC와 다르게 다른 국가들과 **똑같은** 메뉴를 출시

→ 베트남 패스트 푸드 매출의 저조, 시장 선점의 실패

단, 기업의 아이덴티티를 부식야 할 정도의 **지나친 현지화**는 장기적으로 독이 될 수 있어 항상 주의해야만 함

03 해결책도출

외부적 문제에 대한 해결책을 반영한 신제품 메뉴 제안

해결책

명확한 타겟팅

메뉴 차별화

현지화

신메뉴 제안

'누룽지탕' 제안

아래의 3가지 근거들로 인해 신제품 메뉴를 **"누룽지탕"** 으로 제안하고자 합니다

1

니즈 충족

#건강 #중국트렌드는_건강

탄수화물, 단백질, 섬유질을
한번에 섭취가 가능하여
균형 잡힌 식사가 가능

→타겟층의 니즈 충족

2

소비자들에게 매력적

중국에서 귀바로우렌이라는
이름으로 **고급 음식**으로 인식
되고 있음

→프리미엄 브랜드 선호하는
중국 소비자에게 매력적

3

시장의 선점 가능

중국 내 누룽지에 **조미료**를
가미하여 판매를 하고 있는 상황

누룽지 탕이라는 간편식 형태로
판매가 부재한 상황

→시장의 **선점** 가능

03 해결책도출

신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

Value R I O

고객에게 **가치**가 있는가?

Q1 제일제당의 현재 역량으로 실현이 가능한가?

A 누룽지탕의 원재료인 **쌀**, **육류**, **채소류**, 해물류 등을
비비고, 햇반, 고메 등의 브랜드에서 취급
→ 생산&유통비용의 **최소화** 가능



Q2 소비자에게 거부감이 없는가?

A 1) 한류의 영향으로 쌀막걸리, 쌀과자 등이 다양하게 판매 중
2) 중국인에게 '해물누룽지탕'은 한국에서의 '중국 짜장면'과 같은 친숙한 음식임
→ 여러 측면에서 **거부감 없을 것**

03 해결책도출

신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

Value R I O

고객에게 **가치**가 있는가?

Q3 기업이 보유한 자원으로 위협요인을 잡을 수 있는가?

A

위협요인1) 경쟁사의 유입

중국인이 해외 제품 구매 시 고려 요인

- 1위 식품 안전
- 2위 품질
- 3위 건강과 영양

현재 중국 내 누룽지탕 간편식 판매 기업 X
건강과 품질을 앞세운 '**한국식 누룽지탕**'으로 차별화

위협요인2) 중국 내 요식업체



VS



완성된 음식의 품질 ↑ 간편성 ↓

→ 컵밥 형식으로 제품판매, **경쟁력 극대화**

03 해결책도출

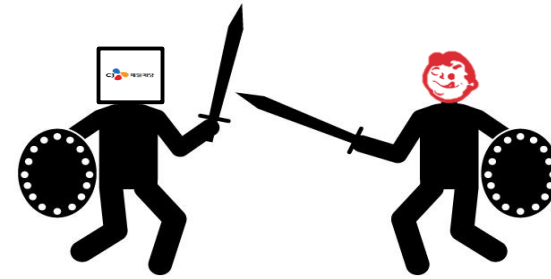
신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

V **Rarity** I O

남들이 보유하고 있지 못한 **희소성**이 있는가?

Q1 자원을 보유하고 있는 기업이 적은가?

A 쌀을 사용하는 국내외 기업 多(Ex. 오뚜기, 백설 등)
→ 쌀을 쉽게 **유통할 수 있다**는 장점으로 변모



Q2 소수의 기업이 그 자원을 통제하는가?

A 국내 즉석밥 시장은 오뚜기&제일제당이 독점
-> 그 중 제일제당은 쌀을 많이 구매함.
누룽지 탕에 들어가는 쌀 역시 구하는데 **큰 어려움이 없을 것**으로 판단

< 국내 즉석밥 시장점유율 >

	 오뚜기	 CJ제일제당
2016	28.8	67
2017	27.9	69

출처 : 닐슨코리아

03 해결책도출

신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

V R Imitability O

경쟁업체가 쉽게 모방가능한가?

Q1 자원을 획득하는데 얼마나 큰 비용을 분담해야 하는가?

A

CJ제일제당 : 이미 쌀, 육류, 해산물을 유통하고 있는 루트 존재 → **비용 감소**

경쟁업체 : 현재 쌀, 육류, 해산물을 모두 유통하면서 간편식을 만드는 업체 X → **초기 비용 증가**

Q2 그 자원을 보유할 경우 비용 측면에서 불리한 입장이 되는가?

A

매출 적자 상황을 가정했을 때,

원재료 누적

폐기 X 이동

타 브랜드에서 사용

피해 최소화

즉, 남은 자원을 이미 중국론칭한 비비고, 햇반에서 사용한다면 피해 적을 것

03 해결책도출

신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

V R Imitability O

경쟁업체가 쉽게 모방가능한가?

+

경험자원 ; CJ제일제당의 과거 중국에서의 현지화 실패 및 성공 경험 有

한국 누룽지

쌀 자체를 구워서 판매
중국 소비자들에게 심심하다고 느껴질 수 있음

중국 누룽지

누룽지 자체에 다양한 향신료를 가미
맛이 강렬하고 자극적

‘건강’이라는 요소를 중요하게 생각하는 트렌드

→ **건강한 맛을 차별성으로 부여**

CJ제일제당은 이미 **지징**을 통해 **현지화**를 성공시킴

누룽지탕이라는 제품 또한 현지화 역량 보유

더하여 각종 프로모션 후 고객반응을 조사한다면, 중국 **현지화 충분히 성공 가능**

03 해결책도출

신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

V R I Organization

기업의 시스템이 잘 갖춰져 있는가?

Q1 자원을 유효하게 활용하는 구조와 틀이 있는가?

A



CJ제일제당 냉동식품공장 사례

고기와 야채를 갈아서 만두소를 만드는 기존 관행을 버림
재료를 칼로 썰며, 진공반죽을 하는 장비를 개발

현지 사람들에게 맞는 **음식의 맛 구현**
현지 직원들이 사용할 수 있는 **장비의 개발**
질 좋은 제품을 생산하고 **차별화** 시키는 역량 보유

03 해결책도출

신제품 분석 - VRIO 모형을 통해 그 근거를 더 확실히 뒷받침하고자 한다

V R I Organization

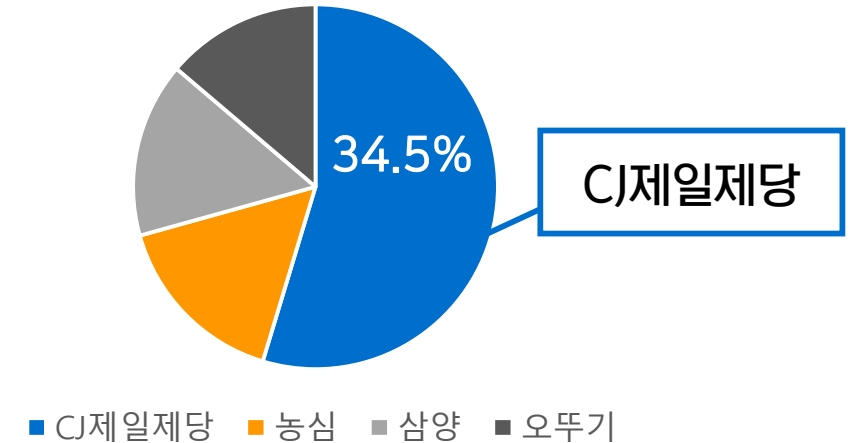
기업의 시스템이 잘 갖춰져 있는가?

Q2 자원을 활용하기 위한 조직이 정비되어 있는가?

A



< 식품업계 신뢰도조사 >



출처 : 엠브레인

CJ제일제당은 현재 많은 식품 브랜드 보유
이미 간편식 브랜드 비비고를 통해 검증, 소비자에게 **신뢰감 제공**
→ **기업 조직 잘 정비되어 있다**고 볼 수 있음

3-2

내부적인 문제점에 대한 해결책 도출

-
- 해결책 도출 (프리미엄 브랜드화, 온라인홍보)
 - 브랜드 이미지 구축 및 홍보방안 제안

03 해결책도출

내부적 문제에 대한 해결책

내부적문제
해결책

비싼가격
프리미엄 브랜드화

낮선 브랜드

P1

비싼 가격

답

프리미엄 브랜드로 만들기!

왜 프리미엄이어야 하는가?



높은 품질의 제품 필요(건강)
필연적으로 제품의 가격 상승



프리미엄 브랜드 이미지
건강하면서 고급 제품 부각

tip



신라면블랙과 같은 실패주의
- 기존과 다른 브랜드
- 실제로는 영양 부족

03 해결책도출

내부적 문제에 대한 해결책

내부적문제
해결책

비싼가격
프리미엄 브랜드화

낮선 브랜드
온라인 홍보

P2

낮선 브랜드, 홍보 부족

답

온라인 홍보방법 사용!

홍보 매체	TV홈쇼핑 TV광고	SNS채널 온라인영상
주 이용 연령	TV홈쇼핑,광고 이용 4~60대	온라인/SNS 이용 10~30대
장점	국내에서 유리한 입지 차지	지속적 성장 중인 매체

우리는 앞선 내용에서 타겟을 **10대~30대**로 설정하기로 결정했음.
따라서 **온라인영상 및 SNS**를 활용한 홍보방법을 사용하는 것이 좋다고 판단

03 해결책도출

내부적 문제에 대한 해결책

내부적문제
해결책

비싼가격
프리미엄 브랜드화

낮선 브랜드
온라인 홍보

P2

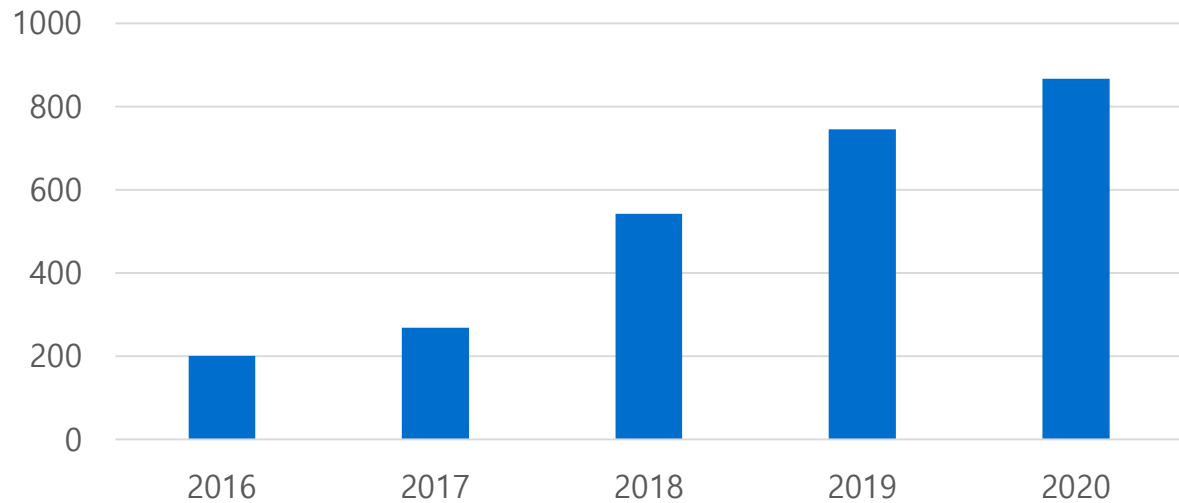
낮선 브랜드, 홍보 부족

답

온라인 홍보방법 中 인웹마케팅 사용!

왜 온라인에 신경을 써야 하는가?

[온라인 생방송 시장규모]



출처: 중국산업정보원

중국 온라인 시장의 꾸준한 성장



코로나 19 이후 중국의 온라인 소비 급증
- 관련 경제 트렌드

03 해결책도출

내부적 문제에 대한 해결책

내부적문제
해결책

비싼가격
프리미엄 브랜드화

낮선 브랜드
온라인 홍보

P2

낮선 브랜드, 홍보 부족

답

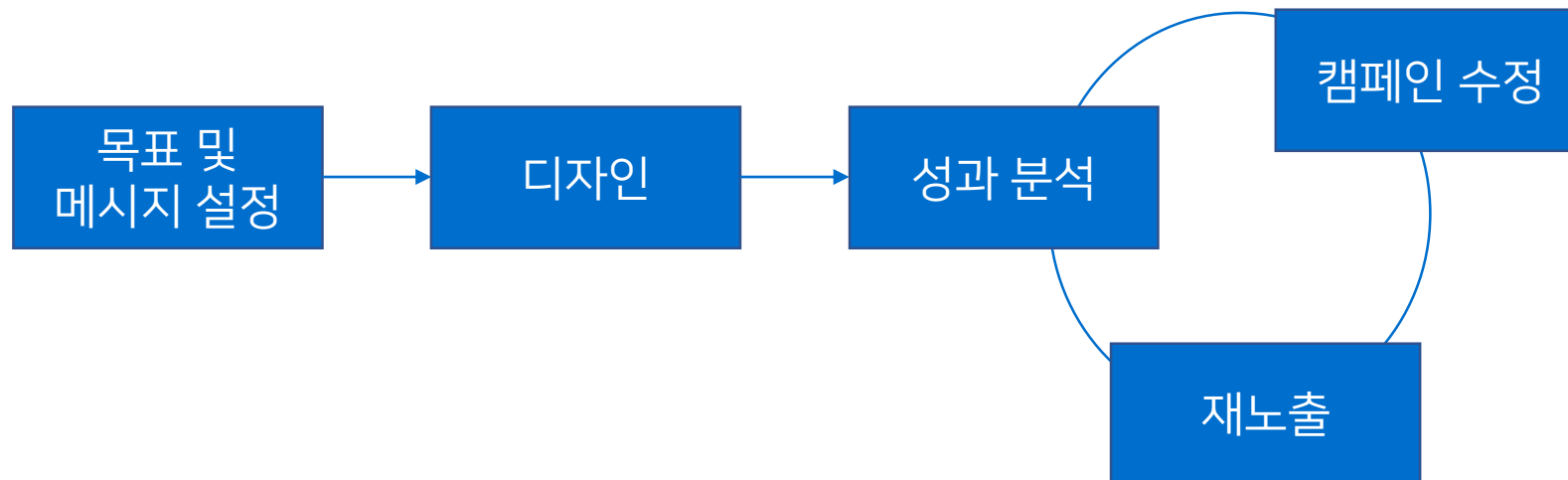
온라인 홍보방법 中 인웹마케팅 사용!

왜 온라인/SNS여야 하는가?

정의 웹사이트에 들어온 고객을 대상으로 사이트 내에서 실시하는 마케팅

내용 구매를 고민하는 순간에 결정적인 메시지를 전하는 배너 노출 등을 실시

프로세스



03 해결책도출

내부적 문제에 대한 해결책

내부적문제

해결책

비싼가격

프리미엄 브랜드화

낮선 브랜드

온라인 홍보

P2

낮선 브랜드, 홍보 부족

답

온라인 홍보방법 中 인웹마케팅 사용!

왜 온라인/SNS여야 하는가?



아이스버킷 챌린지 성공사례

아이스 버킷 챌린지를 통해 2014년 한 해 1억1천 500만 달러(한화 약 1천305억 원)를 모금

→영국의 유전학 전문지 네이처 지네틱스
루게릭병의 원인이 되는 유전자 가운데 하나인 'NEK1' 발견

2018 중국 SNS 이용자 수 10억명 돌파. 이를 적용해본다면?

03 해결책도출

내부적 문제에 대한 해결책

내부적문제
해결책

비싼가격
프리미엄 브랜드화

낮선 브랜드
온라인 홍보

P2

낮선 브랜드, 홍보 부족

답

온라인 홍보방법 中 인웹마케팅 사용!

왜 온라인/SNS여야 하는가?



완농 공유 챌린지 제안

누룽지를 다먹고 난 후 SNS에 공유하면
일정 금액만큼을 기부하는 챌린지

(추천 인플루언서 : 추자현, 함소원 등)
-중국에서 이미 인지도가 쌓여있는 상태이기 때문에
중국 소비자 사이 확산, 성공 가능

4

프로토타입

-
- CJ제일제당에게 제안하는 브랜드 및 신제품의 명확한 이미지 제시
 - CJ제일제당에게 제안하는 홍보방안의 명확한 이미지 제시

★ 4. 프로토타입

[프리미엄 브랜드 ; 끓이고]

기획배경

CJ제일제당은 중국인들에게 만두의 브랜드, 비비고로 잘 알려져 있다. 그 이미지를 살리면서도, 소비자들에게 프리미엄 이미지로 다가갈 수 있는 브랜드를 새로 만든다면, 좋은 결과를 얻을 수 있을 것이라 판단하여, 끓이고를 기획하게 되었다.

브랜드 소개

맛, 건강, 편리함을 한번에!
언제, 어디서나 따뜻한 한끼를!
끓이 GO GO GO!!

기대효과

중국인에게 고급음식인 누룽지탕의 이미지와 맞고, 건강과 맛을 둘다 잡는 프리미엄 간편식의 선두주자로 건강식에 열광하는 중국인들에게 인기를 얻어 좋은 성과를 얻을 수 있을 것으로 기대해본다.



브랜드네임 소개

Guo Go (끓이고)

开锅 [guō] 끓다+Go

집에서 누룽지탕을 끓여먹는 것과 같은
감동을 전할 프리미엄 브랜드





4. 프로토타입

[컵형태 누룽지탕]

기획배경

CJ제일제당은 '간편식'이라는 기술적 장점을 가지고 있다. 또한, 18-32의 중국인들의 생활방식에서 '간편식'에 대한 관심은 높아지고 있다. 따라서 누룽지탕을 컵형태로 제작한다면, 그 기업의 장점과 중국의 상황을 잘 반영할 수 있다고 판단했다.

중국을 현지화한 메뉴 소개

- 1) 해물 누룽지탕
 - 기존 중국의 누룽지탕 형태
- 2) 탕수육 누룽지탕
 - 중국인들 선호음식 반영 : 돼지고기, 탕수육
- 3) 마라 누룽지탕
 - 중국인들 매운맛 선호 : 특히, 마라와 같은 향신료

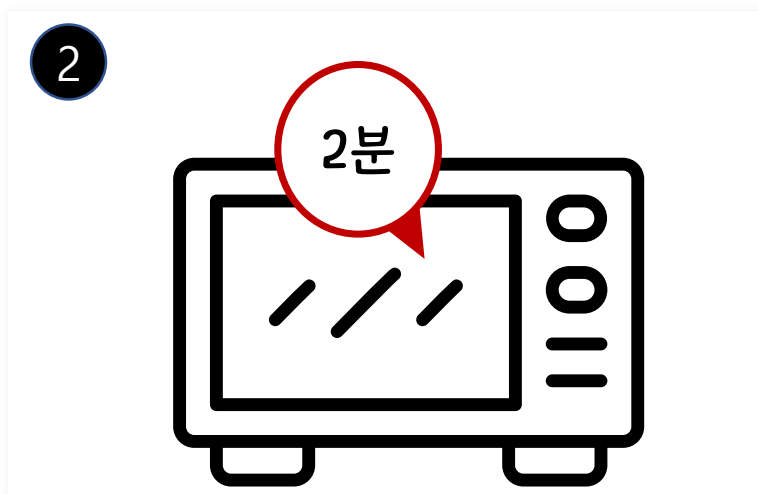
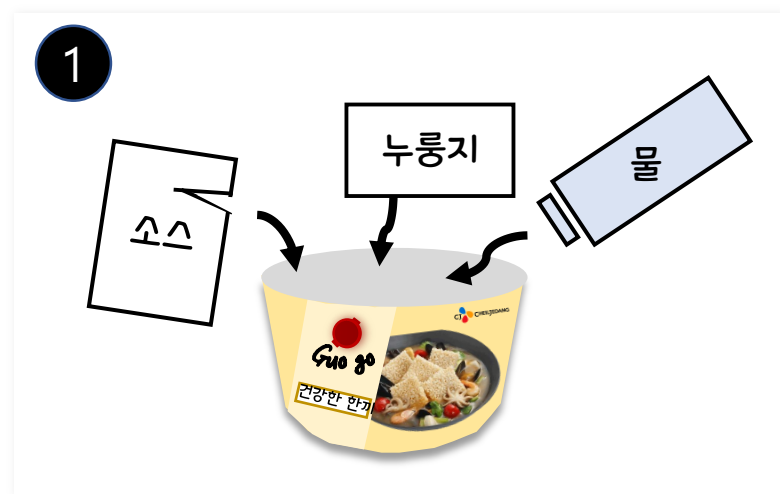
기대효과

중국인에게 고급음식인 누룽지탕을 '컵'을 활용한 형태의 간편식으로 내놓는다면, CJ제일제당의 브랜드이미지 고급화와 더불어 중국을 취향 저격하는 간편식이 될 수 있을 것이라 기대된다.

조리 예



조리방법



컵 용기에 누룽지와 소스를 개봉하여 넣고 물을 표시선까지 부어 전자레인지에 넣고, 2분간 데워 드세요



4. 프로토타입

[홍보방안 : SNS챌린지]

기획배경

젊은층의 사람들은 직접 경험하고, 참여하는 것에 흥미를 느끼는 사람들이 많다. 한국의 경우 '매운 짬뽕을 국물까지 다 먹는 것'의 의미로 '완뽕 챌린지'가 사람들에게 큰 관심을 이끌기도 했으며, 연예인들과 함께하는 다양한 SNS 챌린지에 대한 관심도가 높은 편이다.

건강한 아침 챌린지 (#완능챌린지)

취지1) 등교준비와 출근준비로 바쁜 아침, CJ제일제당이 당신의 든든한 한끼를 함께하겠다는 의미

취지2) CJ제일제당의 중국 젊은층에게 SNS를 통해 다가감으로써, 더 이상 낯선 브랜드가 아닌 기업 인지도 및 친밀도를 높일 수 있음

취지3) 쉽게 기부에 참여함으로써, 중국에서 기업이미지 향상에 도움



#完锅巴 (완능)

#guo_go (끓이고)

#CJ_cheil_jedang

#기부

필수 해시태그

- 인스타그램, 페이스북 등 활용
- 기업홍보 및 제품홍보에 영향

With 한중 인기 연예인 / 인플루언서

그들이 건강한 아침 챌린지(#완능챌린지)를 참여함으로써, 중국인들의 브랜드 친밀감 상승 및 참여도 증가 예상



4. 프로토타입

[홍보방안 : 유튜브먹방]

기획배경

우리는 타겟을 직장인과 학생들로 설정하였다. 따라서 그들이 자주보는 SNS를 홍보방안으로 이용하는 것은 필수적이라고 판단하였다. 최근 많은 YOUTUBE의 먹방채널들은 구독자수가 300만에 달할 정도로 많은 관심을 받고 있다. 이 관심을 이용한 홍보방안이 필요해보였다.

관련 필수 사항

1) 완능챌린지 언급

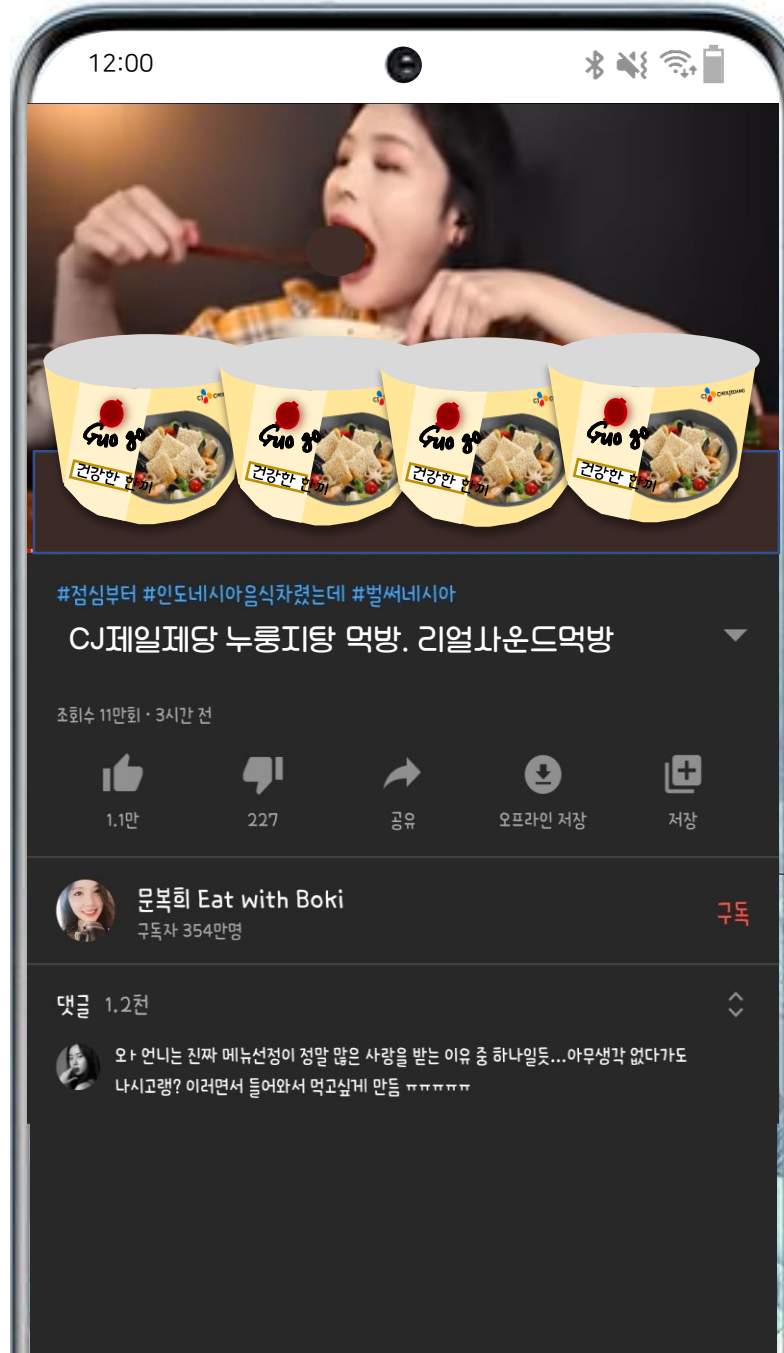
- 참여하고 싶은 분위기를 만들기 위함

2) 여러 종류의 누룽지탕 모두 먹방

- 중국 현지를 반영한 다양한 메뉴의 누룽지탕이 있음을 자연스럽게 공지할 것

3) 건강한 음식 / 아침에 먹기 좋은 음식 / 고급음식 강조

- 바쁜 아침에 하루를 건강하게 시작할 수 있으며, '누룽지탕'은 한국의 짜장면이 중국음식이지만, 한국 사람들의 입맛에 맞게 변경된 것과 같이, 한국음식이지만, 중국취향에 맞게 많이 변경된 음식임을 언급



#完锅巴 (완능)

#guo_go (끓이고)

#먹방/리얼사운드먹방

필수 해시태그

- 구독자들에게 기업홍보 및 CJ누룽지탕 소비 독려

YOUTUBE

음식이 영상으로 보일 수 있는 공간, 언어가 통하지 않아도 '먹방' 콘텐츠는 이해할 수 있기에 많은 사람들의 관심을 받고 있음



COOK



PROBIOTICS



CHINA

감 사 합 니 다

CJ제일제당의 중국런칭 제안서

TEAM 비글

경영학부 2014049852 김경락

경영학부 2017020900 변은영

경영학부 2017021412 정지희