

고창 풍천장어 양식장 연계 브랜드 구축 및 온라인 통합 마케팅 전략 보고서

전라북도 고창군은 유네스코가 지정한 생물권 보전지역이자 국가지질공원으로, 이곳에서 생산되는 풍천장어는 단순한 수산물을 넘어 지역의 역사와 생태적 가치가 응집된 독보적인 문화적 자산이다.¹ 고창의 지리적 특성과 50년 이상의 양식 역사를 바탕으로 구축될 새로운 장어 판매대행 브랜드는 디지털 전환 시대의 흐름에 발맞추어 온라인 중심의 유통 구조를 확립하고, 소비자 신뢰를 최우선으로 하는 통합 마케팅 전략을 실행해야 한다. 본 보고서는 고창 풍천장어의 본질적 가치 분석을 시작으로 2024~2025년 온라인 식품 시장 트렌드, 브랜드 아이덴티티 수립, 그리고 전용 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 세부 실행 방안을 심도 있게 제안한다.

고창 풍천장어의 역사적 유산과 생태적 차별성 분석

고창 풍천장어의 가치는 그 이름의 기원인 '풍천(風川)'에서부터 시작된다. 풍천은 바닷물과 함께 바람을 몰고 오는 강 하구를 의미하며, 특히 고창의 선운사 앞 주진천(인천강)은 민물과 바닷물이 교차하며 높은 염도를 유지하여 장어가 서식하기에 최적의 환경을 제공한다.¹ 이러한 환경에서 자란 장어는 육질이 일반적인 민물장어보다 훨씬 쫄득하고 담백한 풍미를 지니게 되며, 이는 고창 풍천장어가 대한민국을 대표하는 프리미엄 장어 브랜드로 자리 잡은 근간이 되었다.¹

역사적으로 장어는 고대부터 현대에 이르기까지 최고의 강장제로 평가받아 왔다. 조선시대 의학서인 『동의보감』에 따르면 장어는 양기를 일으키고 허손을 보하며, 오행의 양념을 곁들여 구워 먹으면 보약이 된다고 기록되어 있다.² 또한 『자산어보』에서는 뱀장어를 '해만리'라 칭하며 맛이 달콤하고 사람에게 이로워 설사를 멈추게 하는 효능이 있다고 설명한다.² 이러한 인문학적 배경은 온라인 브랜드 마케팅에서 '전통의 현대적 계승'이라는 강력한 스토리텔링 소재로 활용될 수 있다.

고창의 장어 산업은 1968년 실뱀장어 수출을 기점으로 1971년부터 본격적인 양식이 시작되었으며, 1980년대에 이르러 현대적인 양식 센터가 건립되면서 체계적인 생산 기반을 갖추었다.² 현재 고창은 국내에서 유일하게 양식장과 가공시설 모두에 대해 HACCP 인증을 받은 시설을 보유하고 있으며, 수산전통식품 품질인증을 통해 그 우수성을 법적으로 보호받고 있다.¹ 이러한 생산 인프라는 신규 브랜드가 시장에 진입할 때 가장 강력한 신뢰의 증거가 될 것이다.

구분	상세 내용	관련 근거
브랜드 기원	바닷바람이 불어오는 주진천 하구 '풍천'에서 유래	1
생태적 특징	민물과 바닷물이 만나는 높은 염도의 서식 환경	1

역사적 가치	동의보감(보약), 자산어보(건강식) 등 고문헌 기록	2
양식 역사	1971년 양식 시작, 1980년대 양만센터 현대화	2
인증 현황	HACCP(양식·가공), 수산전통식품 품질인증	1

2024~2025 온라인 식품 유통 시장의 변화와 소비자 트렌드

신규 장어 브랜드가 성공하기 위해서는 급격하게 변화하는 온라인 식품 시장의 흐름을 정확히 파악해야 한다. 2024년 농림축산식품 전자상거래 시장 규모는 전년 대비 38.7% 증가한 1,706억 달러(글로벌 기준)를 기록했으며, 국내 식품 온라인 거래액 역시 34조 원에 달하는 거대 시장을 형성하고 있다.³ 특히 2025년에는 온라인 식품 거래액이 37조 원에서 38조 원 수준에 이를 것으로 전망됨에 따라, 수산물 신선식품의 온라인 구매 비중은 더욱 확대될 것으로 보인다.⁴

온라인 채널은 단순한 저렴한 가격 경쟁을 넘어 상세한 정보 제공을 통해 신선식품 수요를 창출하고 있다.⁵ 과거 소비자들 수산물을 눈으로 보고 사야 한다는 인식이 강했다면, 이제는 산지의 생생한 정보, 생산자의 얼굴, HACCP 인증 여부 등을 상세페이지를 통해 확인하며 구매를 결정하는 '정보 기반의 소비'가 정착되었다.⁵ 이는 고창 양식장의 현장감을 살린 브랜딩이 온라인 마케팅의 핵심 성공 요인이 될 수 있음을 시사한다.

또한 D2C(Direct to Consumer) 모델의 성장이 가파르다. hy의 '프레딧'이나 CJ제일제당의 'CJ더마켓' 사례에서 알 수 있듯이, 거대 유통 플랫폼에 의존하기보다 자체적인 멤버십 서비스를 강화하여 충성 고객을 확보하는 전략이 주효하고 있다.⁶ 장어 판매대행 브랜드 역시 전용 홈페이지를 단순한 판매창구가 아닌, 브랜드의 철학을 공유하고 고객 혜택을 제공하는 통합 커뮤니티로 성장시켜야 한다.

온라인 식품 시장 규모 및 전망 데이터

연도	시장 규모(국내)	주요 특징
2024년	약 34조 원	전자상거래 비중 급증(38.7% ↑) ³
2025년	37~38조 원(전망)	신선식품 및 수산물 온라인 거래 일상화 ⁴
주요 소비 품목 비중	스낵(18.5%), 육류(17.8%),	수산물 카테고리의 잠재적

	낙농(14.3%)	성장성 확인 ³
--	-----------	---------------------

브랜드 아이덴티티 및 신뢰 회복 전략

고창의 양식장과 연계한 판매대행 브랜드의 명칭과 로고, 핵심 가치는 '신뢰'와 '건강'에 집중되어야 한다. 2018년 발생했던 고창 일부 양식장의 니트로푸란(발암성 물질) 검출 사건은 소비자들에게 깊은 불신을 남겼으며, 이는 신규 브랜드가 반드시 극복해야 할 과제이다.⁷ 당시 사건은 아들이 부친의 양만장을 물려받는 과정에서 금지 약품을 단순 항생제로 오인해 사용한 사례였으나, 시장에 미친 충격은 상당했다.⁷

따라서 신규 브랜드는 이러한 과거의 오점을 반면교사 삼아 '투명성'을 제1의 가치로 내세워야 한다. 모든 판매 제품에 대해 주기적인 항생제 및 잔류 물질 검사 성적서를 공개하고, 양식장의 실시간 영상이나 위생 관리 공정을 가감 없이 보여주는 '오픈 키친(Open Kitchen)' 방식의 마케팅이 필요하다.⁹ 고창군과 해양수산부가 실시하는 무작위 전수 조사 결과를 능동적으로 공유하며, HACCP 인증을 유지하는 엄격한 관리 체계를 강조함으로써 프리미엄 브랜드의 격을 세워야 한다.¹

브랜드 스토리텔링은 "고창의 바람(Pungcheon)이 빛고, 장인의 정성(Aquaculture)이 기른다"는 서사를 바탕으로 구성한다. 1984년부터 이어져 온 37년 이상의 양식 노하우를 가진 생산자와 협업한다는 사실을 명시하고, 단순히 장어를 파는 것이 아니라 고창의 깨끗한 자연과 장인의 고집을 판다는 이미지를 구축해야 한다.¹

전용 홈페이지 구축 및 UX/UI 최적화 전략

브랜드의 전용 홈페이지는 고객이 브랜드의 가치를 경험하고 최종 구매를 결정하는 가장 중요한 관문이다. 고창영어조합법인 풍천마을의 온라인 스토어(고창일번가) 사례를 벤치마킹하여, 고객의 편의성을 극대화한 상세페이지와 결제 시스템을 구축해야 한다.¹

상세페이지 구성의 핵심 요소

홈페이지 상세페이지는 고객의 심리적 저항을 줄이고 구매 욕구를 자극하도록 설계되어야 한다. 인트로 섹션에서는 고창 풍천장어의 유래와 청정 지역의 이미지를 시각적으로 전달하며, 중간 섹션에는 HACCP 인증서와 수산전통식품 품질인증서 등을 배치하여 객관적 신뢰도를 확보한다.¹ 하단에는 실제 소비자가 집에서 쉽게 따라 할 수 있는 조리 가이드와 보관법을 사진과 함께 상세히 안내해야 한다.

- 조리법 가이드(Recipe):** 소금구이와 양념구이 두 가지 방식을 구분하여 설명한다. 소금구이는 등 쪽부터 굽고 소금을 뿌린 뒤 뒤집어 배 쪽을 굽고, 2cm 두께로 잘라 세워서 굽는 5단계 과정을 명시한다.¹ 양념구이는 프라이팬이나 에어프라이어(3~5분)를 활용한 간편 조리법을 안내하여 조리 편의성을 강조한다.¹
- 함께 즐기는 팁:** 장어와 궁합이 좋은 생강 활용법, 부추나 복분자주와의 조화 등을 소개하여 추가 구매를 유도하거나 고객 경험의 질을 높인다.¹

제품 라인업 및 가격 정책

제품은 고객의 라이프스타일에 맞추어 세분화한다. 손질된 생장어뿐만 아니라 조리 시간을 줄여주는 초벌 장어구이, 한 끼 식사에 최적화된 소포장 양념구이 등을 구성한다. 또한 장어즙(엑기스)이나 뼈 스넥과

같은 가공식품을 추가하여 객단가를 높이는 전략이 필요하다.¹

제품명	특징	판매가 기준(예시)
손질 생장어(1kg)	신선도 강조, 직접 구워 먹는 재미	31,000원 (할인가) ¹
초벌 장어구이(1kg)	조리 시간 단축, 가정 내 연기 최소화	35,000원 (할인가) ¹
양념 장어구이 세트	고추장·간장·복분자 등 다양한 맛	48,000원 (600g~2kg) ¹
풍천장어즙(30포)	선물용 및 건강 관리 특화 제품	125,000원 (1box) ¹
장어 뼈 스낵	아이들 간식 및 술안주용	20,000원 (5봉) ¹

멤버십 및 결제 편의성

자체 몰의 경쟁력을 높이기 위해 회원가입 시 첫 구매 할인, 무료 배송 쿠폰 등 강력한 가입 혜택을 제공한다. 또한 무통장 입금뿐만 아니라 간편 결제(네이버페이, 카카오페이 등)를 연동하고, 단체 주문이나 기업용 선물 세트를 위한 개인 결제창 메뉴를 별도로 운영하여 고객 편의를 제공한다.¹

유튜브 채널을 통한 비주얼 스토리텔링 및 콘텐츠 전략

유튜브는 장어라는 식재료의 생동감과 조리 과정을 가장 효과적으로 전달할 수 있는 매체이다. 브랜드 공식 채널은 '신뢰'와 '공감'을 키워드로 세 가지 카테고리의 콘텐츠를 지속적으로 생산해야 한다.

1. 생산 현장의 투명한 공개 (Trust Docu)

소비자들이 가장 궁금해하고 한편으로는 불안해하는 양식 과정을 다큐멘터리 형식으로 제작한다. 실뱀장어가 고창의 깨끗한 물에서 자라는 과정, 양만장 사장님의 하루, 철저한 위생 관리 프로세스 등을 공개함으로써 '고창 장어는 안심할 수 있다'는 인식을 심어준다.¹ 특히 니트로푸란 사태 이후 더욱 엄격해진 국가 기관의 검사 과정을 브이로그 형태로 보여주는 것도 좋은 신뢰 회복 전략이 된다.⁹

2. 일상 속의 장어 요리 (Life Recipe)

장어가 특별한 날에만 먹는 비싼 음식이 아니라, 일상의 활력을 주는 친근한 보양식임을 강조한다. '아들의 고단한 하루를 달래주는 어머니의 장어탕'이나 '캠핑장에서 즐기는 초간단 장어 구이'와 같은 감성적 접근이 필요하다.¹⁰ 전문 셰프가 알려주는 장어 덮밥(우나쥬), 장어 강정 등 트렌디한 레시피 콘텐츠는

2030 젊은 층의 구매를 자극할 수 있다.

3. 전문가가 알려주는 건강 정보 (Health Info)

동의보감과 자산어보 등 고전 의학 서적의 기록을 바탕으로 장어의 영양학적 가치를 전문가(한의사, 영양사 등)의 입을 통해 전달한다.² 기력 회복뿐만 아니라 피부 미용, 두뇌 발달 등 장어의 다양한 효능을 데이터와 함께 설명하여 중장년층 부모님을 위한 선물 수요를 공략한다.

인스타그램을 활용한 브랜드 소통 및 비주얼 마케팅

인스타그램은 브랜드의 감성을 시각적으로 전달하고 소비자들과 실시간으로 소통하는 핵심 채널이다.

- 미학적 푸드 스타일링:** 고창의 자연 경관을 배경으로 한 장어 요리 사진, 정갈한 식탁 차림 등을 고화질로 업로드하여 브랜드의 프리미엄 이미지를 구축한다. 릴스(Reels)를 활용해 장어가 지글지글 익는 소리(ASMR)와 시각적 효과를 극대화한 숏폼 콘텐츠를 배포한다.
- 고객 리뷰 및 UGC(User Generated Content) 활용:** 고객이 직접 조리한 사진이나 선물 받은 후기를 리그램(Regram)하여 공유한다. '이달의 장어 요리왕'과 같은 이벤트를 통해 고객 참여를 유도하고, 실제 구매자들의 긍정적인 피드백이 자연스럽게 바이럴되도록 관리한다.⁹
- 인플루언서 협업:** 건강, 육아, 캠핑 등 장어의 주 타겟층과 일치하는 마이크로 인플루언서들에게 제품 체험 기회를 제공한다. 단순 광고가 아닌 진정성 있는 후기를 통해 브랜드 인지도를 확산시킨다. 특히 '부모님 효도 선물' 키워드를 선점하기 위해 명절 기간 전후로 집중적인 인플루언서 마케팅을 전개한다.

품질 관리 및 물류 운영의 차별화

판매대행 브랜드의 본질은 양식장의 신선함을 소비자에게 손실 없이 전달하는 데 있다. 이를 위해 생산부터 배송까지 이르는 공급망 관리(SCM)가 매우 중요하다.

- 신선도 유지 시스템:** 당일 작업한 장어를 즉시 진공 포장하여 신선도를 유지한다. 아이스박스에 신선도를 나타내는 온도 스티커를 부착하거나, 배송 중 신선도가 유지되는 콜드체인 물류사를 선정한다.¹
- 패키지 디자인:** 선물용 수요를 고려하여 브랜드의 고급스러움이 느껴지는 패키지 디자인을 적용한다. 박스 내부에는 브랜드 카드, 레시피 북, 소스 2종(간장/고추장), 생강채를 기본으로 포함하여 고객이 추가 재료 준비 없이 바로 즐길 수 있도록 배려한다.¹
- 사후 관리 서비스:** 섭취 후 불만족 시 100% 환불 보장 제도나 배송 지연 시 보상 제도를 통해 온라인 구매의 리스크를 소비자가 아닌 브랜드가 부담한다는 의지를 보여준다.

마케팅 로드맵 및 핵심 성과 지표(KPI) 설정

브랜드의 성공적인 시장 안착을 위해 단계별 목표를 설정하고 이를 정량적 데이터로 측정해야 한다.⁹

단계별 실행 계획

- 브랜드 빌딩 단계 (1~3개월):** 브랜드 CI 제작, 전용 물 런칭, 고창 양식장 현장 촬영 및 유튜브 인트로 영상 제작.

2. **시장 진입 단계 (4~8개월):** 검색 광고 및 SNS 광고 집행, 인플루언서 협업, 대형 오픈마켓(쿠팡,마켓컬리 등) 입점 연계.
3. **성숙 단계 (9개월 이후):** 자체 멤버십 1만 명 확보, 정기 구독 서비스 런칭, 장어 가공 신제품(장어 밀키트 등) 출시.⁶

핵심 성과 지표(KPI)

지표 구분	측정 항목	목표 수치(예시)
브랜드 인지도	네이버 브랜드 검색량, SNS 팔로워 수	월 5,000건 이상 / 팔로워 1만 명 ⁹
고객 충성도	재구매율, 회원 가입 전환율	재구매율 25% 이상 ⁹
매출 성과	월 거래액, 객단가	1년 내 월 매출 1억 원 달성 ⁹
고객 만족	평균 리뷰 별점, C/S 발생률	별점 4.8 이상 / C/S율 1% 미만 ⁹

결론 및 제언

고창 풍천장어를 기반으로 한 온라인 판매대행 브랜드는 지리적 표시제의 정통성과 현대적인 위생 관리 시스템(HACCP)이라는 두 마리 토끼를 잡아야 한다.¹ 2025년 40조 원에 육박할 온라인 식품 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 단순히 '장어를 판다'는 개념을 넘어, 소비자에게 '기력과 신뢰를 판다'는 가치 제안이 선행되어야 한다.⁴

과거의 위생 이슈를 정면으로 돌파하는 투명한 생산 과정의 공개는 유튜브를 통해 실현하고, 프리미엄 라이프스타일로서의 장어 소비 문화는 인스타그램을 통해 확산시켜야 한다. 또한, 자체 물을 통해 구축된 탄탄한 고객 데이터와 멤버십 제도는 거대 플랫폼의 수수료 압박에서 벗어나 브랜드의 지속 가능한 성장을 보장할 것이다.¹ 고창의 양식장과 판매대행 브랜드가 상생하는 이 모델은 지역 특산물의 디지털 전환 성공 사례로서 자리매김할 것이며, 이는 고창 풍천장어의 명성을 한 단계 더 끌어올리는 계기가 될 것으로 확신한다.

참고 자료

1. 풍천마을 풍천장어 이야기 - 고창영어조합법인 고창일번가, 2월 28, 2026에 액세스, <https://www.poongchun.co.kr/pungchun>
2. 양식으로 명맥을 이어가는 고창 풍천장어 - 지역N문화, 2월 28, 2026에 액세스, <https://ncms.nculture.org/river-n-sea/story/7539>
3. 미국 식품시장 2024년 분석 및 2025년 전망, 2월 28, 2026에 액세스, <https://m.kati.net/file/down.do?path=/board/2024/12/&fileName=%E2%98%85%28%EC%9D%BC%EB%B0%9820%29+%EB%AF%B8%EA%B5%AD+%EC%8>

- [B%9D%ED%92%88%EC%8B%9C%EC%9E%A5+2024%EB%85%84+%EB%B6%84%EC%84%9D+%EB%B0%8F+2025%EB%85%84+%EC%A0%84%EB%A7%9D_%EC%B5%9C%EC%A2%85%281%29.pdf.pdf](#)
4. 2025 식품외식산업 7대 이슈, 2월 28, 2026에 액세스, <https://www.atfis.or.kr/home/board/FB0032.do?act=download&bpold=4972&leid=d494274d-230e-40ac-a9ff-5cf28f47690b>
 5. [2025 식품소비행태조사] 온라인의 '건강한 반전'...신선식품 소비 늘리고 정크 푸드 억제 - 곡산, 2월 28, 2026에 액세스, <https://why4416.tistory.com/m/15988738>
 6. “우리도 나이키처럼”...D2C 전략 강화하는 식품사 - 매거진한경, 2월 28, 2026에 액세스, <https://magazine.hankyung.com/business/article/202106031737b>
 7. [자막뉴스] "항생제인 줄 알고..." 고창 장어 양식장에 부어버린 '발암성 물질' / YTN - YouTube, 2월 28, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=rvgaFrg25ig>
 8. 고창 민물장어 양만장에서 발암성 물질 검출 / YTN - YouTube, 2월 28, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=4-XvR-YRahk>
 9. 로드맵 설정을 위한 KPI 기반 계획 수립: 명확한 목표 설정과 단계별 실행으로 마케팅 성공 이끌기, 2월 28, 2026에 액세스, <https://epart.com/%EB%A1%9C%EB%93%9C%EB%A7%B5-%EC%84%A4%EC%A0%95%EC%9D%84-%EC%9C%84%ED%95%9C-kpi-%EA%B8%B0%EB%B0%98-%EA%B3%84%ED%9A%8D-%EC%88%98%EB%A6%BD-%EB%AA%85%ED%99%95%ED%95%9C-%EB%AA%A9%ED%91%9C-%EC%84%A4/>
 10. [오늘 N] 직접 잡은 겨울 보양식 장어탕과 양념 장어구이, MBC 260224 방송 - YouTube, 2월 28, 2026에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=TshSTv1gvIE>