

REDTIGER 红老虎

09.25.2024

BRAND PROFILE

K - SAUCE

# 品牌介绍书

**RED  
TIGER**



## 品牌诞生背景

只让韩国人吃会很遗憾的辣味

# 终于走向世界了

由于K-POP韩流热潮能拿出来K-FOOD食品也正受到全世界的关注。

去年韩国传统酱类和调料出口量为13万1824吨,约增加2.3%每年创历史最高纪录。这就是食品行业真心实意地致力于出口调味品以及成品的原因。



能成为第二个塔巴斯科吗...K酱“超级品牌”的挑战书

(文章来源: 머니투데이)



“再也不需要吃了70年的番茄酱了”...在美国掀起热潮的‘K-酱’

(文章来源: 아시아경제)



“热辣”风靡全球...自豪的‘K酱’出口额创历史新高

(文章来源: 서울신문) (资料来源: 관세청)

REDTIGER介绍

自古以来我们最爱吃的辣椒酱

# 朝鲜半岛辣椒酱



## 传承已久的传统辣酱遗产

REDTIGER的辣椒酱是基于自18世纪后期传承下来的顺昌和天安的传统辣椒酱制作方法制成的。它承载着悠久历史，展现了韩国独特的辛辣味和深厚的风味。

## 适应现代的融合辣椒酱

REDTIGER将这种传统的味道重新诠释，以适应现代全球食品市场，使韩国的辣椒酱更加方便使用。这是REDTIGER的独特之处。该产品与各种菜肴和谐搭配，旨在吸引全球消费者的味蕾。

## 作为K-Sauce的全球扩展

REDTIGER的辣椒酱不仅仅是一种调味品，它的目标是作为K-Sauce将韩国的辛辣味和独特风味传播到全世界。

REDTIGER角色

REDTIGER

CI/BI

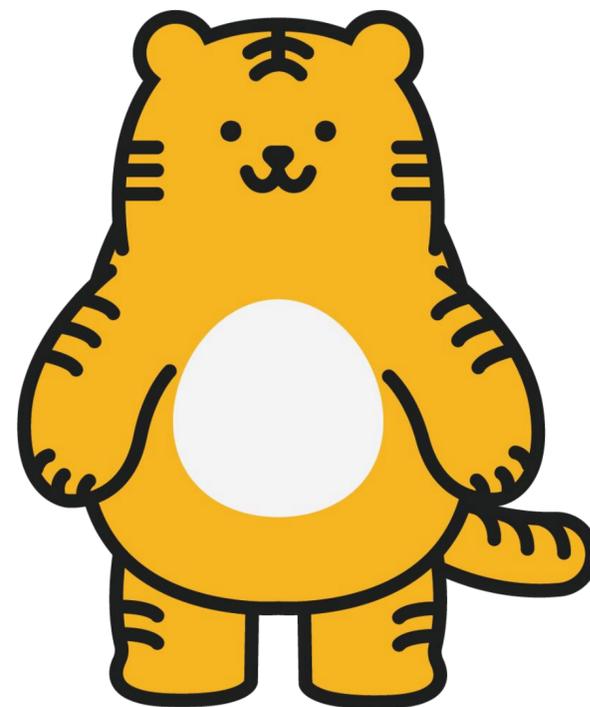
红虎将象征韩国的老虎角色化，构建了品牌形象（BI）。这一融合传统与现代的老虎角色对全球各年龄层的消费者来说都显得亲切而有吸引力，自然传达了韩国的强大形象。



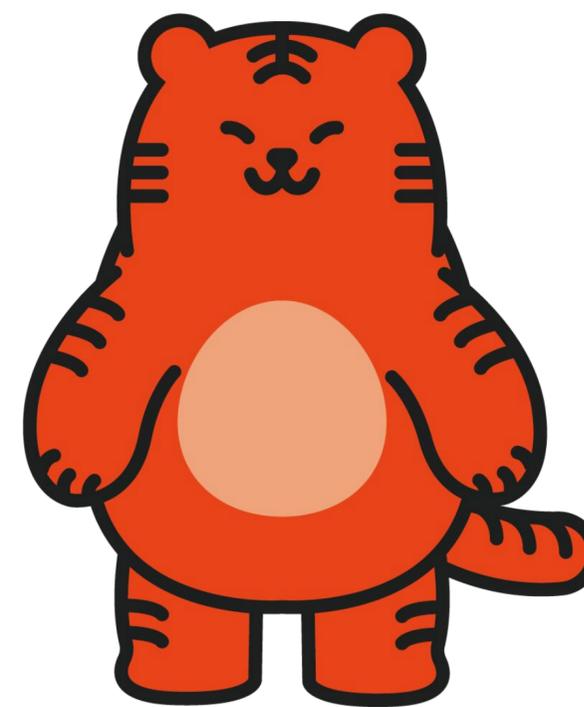
徽标（基础）



字体标识



红虎吉祥物（基础）



红虎吉祥物（辣味）

## 100%用韩国产辣椒酱做的酱汁

只用韩国的传统淳昌辣椒酱制作而成，赋予健康的韩国辣味  
根据全球市场，以多种口味重新诠释的K-Sauce。  
在保持韩国传统的同时,为了抓住世界人的口味而设计的产品  
本身就具有独特的价值。



## 男女老少谁都可以简便地

Red Tiger的酱料共有4种，每种酱料都有不同的辣度，从小孩到老人，任何人都可以根据自己的口味享用韩国的辣椒酱，装在小包装制作的管状容器里。随时随地都可以轻松挤着吃。



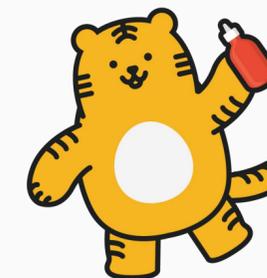
## 任何菜的魔法酱料

红虎辣椒酱不仅与韩国传统料理相配,还与西式、混合料理等多种食物相配。因此利用率高,不仅可以为限量料理增添味道,还可以为披萨、意大利面、沙拉等西餐增添别样的味道。



## 利用角色的营销扩张性

将象征韩国的老虎形象化,构建所有年龄段的全球消费者熟悉、充满魅力的品牌形象。这个角色既能维持韩国文化的强烈形象，又能成为亲切、容易接近的要素，可以扩展到多种角色事业。



REDTIGER产品介绍



红虎本来的味道  
原味辣椒酱

辣度: 中等 | 300ml



浓厚蘑菇风味  
松露辣椒酱

辣度: 中等 | 300ml

REDTIGER产品介绍



更浓烈的辣味  
辣酱火鸡面

辣度: 强烈 | 300ml



柔和、柔嫩的奶油香  
辣酱奶油培根意大利面

辣度: 弱 | 300ml

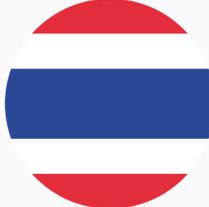
REDTIGER销售渠道

 国外

 越南

 美国

 沙特阿拉伯

 泰国

 印度尼西亚

 国内 (韩国)

 Hanaro mart

 E-mart

REDTIGER系列上市计划

预计在24年第四季度上市



辣椒酱4种

预计25年第一季度上市



包饭酱2种 | 柚子包饭酱 蛋黄酱包饭酱

REDTIGER 红老虎

09.25.2024

BRAND PROFILE

K - SAUCE

# 谢谢

AFL I VICE PRESIDENT  
JUN PARK

E-mail: [junpark@afl-ai.com](mailto:junpark@afl-ai.com)

Contact: 010 7531 9909

AFL I PRODUCT MANAGER  
YUN JS

E-mail: [kyle@afl-ai.com](mailto:kyle@afl-ai.com)

