

2019 년

해외시장 맞춤형조사



- No. 1905-40
- 품목 : 콜라겐(Collagen)
- 국가 : 중국(CHINA)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	5
1. 중국 콜라겐 경쟁제품 선정	6
2. 중국 콜라겐 경쟁제품 조사 지표 선정	7
3. 중국 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝	8
4. 중국 콜라겐 경쟁제품 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	25
1. 중국 콜라겐 경쟁기업 포지셔닝	26
2. 중국 콜라겐 경쟁기업 현황	27
3. 중국 콜라겐 경쟁기업 분석	28

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	35
Interview ① 선전시기에우우승(深圳市旗睿优胜)	36
Interview ② 선양옌치아(沈阳妍琪雅)	38
Interview ③ 허페이현쿠상(合肥炫酷)	40
Interview ④ 셴젠펑티엔(深圳市丰天)	42
Interview ⑤ 선전시오우승(深圳市澳升)	44

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	47
1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 기업 마케팅 벤치마킹	50
* 참고문헌	52

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 중국 콜라겐 경쟁제품 선정
2. 중국 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝
3. 중국 콜라겐 경쟁제품 현황
4. 중국 콜라겐 경쟁제품 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

중국 (CHINA) 콜라겐 방문 매장 선정

방문 매장 선정
· 후보 : 품목별 방문 매장
· 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	OTC	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
	한인마트		MLM	자판기			
	아시안마트			리퀴드샵			

중국 (CHINA) 콜라겐 매장 조사

올레(OLE) (슈퍼마켓)	시티슈퍼(Citysuper) (슈퍼마켓)	알티마트(RT Mart) (하이퍼마켓)	지우광(Jiuguang) (백화점)
			
조사제품 수: 3개	조사제품 수: 2개	조사제품 수: 2개	조사제품 수: 2개
<ul style="list-style-type: none"> 수입제품 위주로 판매하며, 제품 가격대는 다소 고가임 신선식품, 과일, 육류 등을 등급별로 판매함 주 방문층은 지역주민, 외국인 등임 	<ul style="list-style-type: none"> 1996년 홍콩 설립 프리미엄 슈퍼마켓 취급 제품의 가격대가 높음 수입식품, 문구, 화장품, 가정용품 등을 주로 취급함 	<ul style="list-style-type: none"> 1997년 설립 주로 가격이 저렴한 제품을 취급하여 인기가 좋음 건물 전체 층마다 다른 구성의 마트임 수입제품을 취급함 	<ul style="list-style-type: none"> 건물 내 548개의 상점이 입점해있는 일본계 대형 백화점 고가의 럭셔리브랜드, 식품, 화장품, 영화관 등 입점 건물이 지하철로 바로 연결되어 교통이 편리 지하의 슈퍼마켓은 일본풍 컨셉으로 인기가 높음
왓슨스(Watsons) (H&B Store)	패밀리마트(Familymart) (편의점)	티몰(Tmall) (온라인매장)	
			
조사제품 수: 2개	조사제품 수: 1개	조사제품 수: 3개	
<ul style="list-style-type: none"> 중국 내 최대 헬스·뷰티 전문스토어 중국 매장 3,608개 오픈 가정용품, 생활용품, 스낵 등 다양한 제품을 취급함 주로 중국산 제품을 판매 대형 슈퍼마켓이 옆에 위치해있어 가격 경쟁력이 다소 떨어짐 	<ul style="list-style-type: none"> 일본계 편의점 체인점 대형마트 세이유 체인에서 시작됨 2001년 중국 진출 중국 내 1,772개 매장 보유 방문 매장 규모는 작은 편이며 주로 즉석식품, 간편식, 음료, 주류 등 스낵 종류가 많음 	<ul style="list-style-type: none"> 알리바바에서 운영하는 전자소매 상거래 사이트 세계에서 두 번째로 큰 웹사이트임 2019년 1,000개의 화장품 브랜드 스토어 오픈 계획 티몰글로벌이라고 불리는 오픈 마켓 운영 중 	

Competitive Product

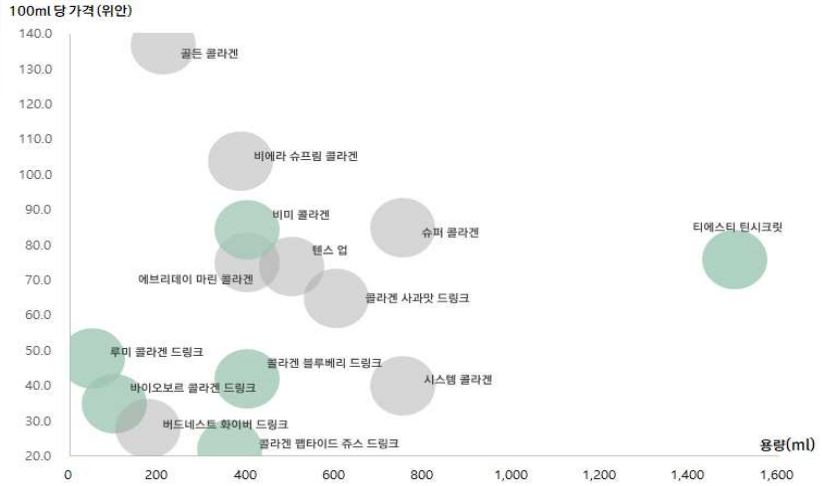
(경쟁제품)

중국 (CHINA) 콜라겐 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품
· 온라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 생산업체 국적
· 생산지 위치
· 판매처 유형

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 제품 용량
· Y축 : 100ml 당 가격



중국 (CHINA) 콜라겐 경쟁제품 분석

구분	경쟁제품	생산업체	소비자가격) (개당)	소비자가격 (100m당)	용량 (ml)
호주 브랜드 대만 생산	콜라겐 사과맛 드링크 (Collagen Apple Flavored Beverage)	블랙모어스 (Blackmores)	389위안 (66,472원)	65위안 (11,107원)	600
호주 브랜드 호주 생산	에브리데이 마린 콜라겐 (Everyday Marine Collagen)	아펙스제약 (Apex Pharmaceutical Pty Ltd)	299위안 (51,093원)	75위안 (12,816원)	400
	비에라 슈프림 에센스 (Vierra Supreme Essence)	아펙스제약 (Apex Pharmaceutical Pty Ltd)	399위안 (68,181원)	104위안 (17,772원)	385
	골든 콜라겐 (Golden Collagen)	스위스웰니스 (Swisse Wellness Pty Ltd)	288위안 (49,213원)	137위안 (23,411원)	210
독일 브랜드 독일 생산	시스템 콜라겐 (System Collagen)	크바이저제약 (Queisser Pharma)	299위안 (51,093원)	40위안 (6,835원)	750
일본 브랜드 일본 생산	텐스 업 (Tense Up)	판클 (FANCL)	368위안 (62,884원)	74위안 (12,645원)	500
말레이시아 브랜드 말레이시아 생산	비드네스트 화이버 드링크 (Bird's Nest Fiber Drink)	(에코라이트바이오텍) (Ecolite Biotech Manufacturing Sdn Bhd)	49.5위안 (8,459원)	28위안 (4,785원)	175
한국 브랜드 한국 생산	슈퍼 콜라겐 (Super Collagen)	B사	639위안 (109,192원)	85위안 (14,525원)	750
중국 브랜드 중국 생산	바이오보르 콜라겐 드링크 (Biobor Collagen Drink)	주라(쿤밍)스핀여오센공스 (久啦(昆明)食品有限公司)	35위안 (5,980원)	35위안 (5,981원)	100
	콜라겐 펩타이드 주스 드링크 (Collagen Peptide Juice Drink)	카이핑스리시스예파잔여오센공스 (开平市李氏实业发展有限公司)	78위안 (13,328원)	22위안 (3,759원)	360
	루미 콜라겐 드링크 (Lumi Collagen Drink)	주라(쿤밍)스핀여오센공스 (久啦(昆明)食品有限公司)	23.9위안 (4,084원)	47.8위안 (8,168원)	50
	YEP 콜라겐	카이핑스리시스예파잔여오센공스 (开平市李氏实业发展有限公司)	188위안 (32,125원)	62.7위안 (10,714원)	300
	비미 콜라겐 (Vimi Collagen)	저장루이엔성우커지여오센공스 (浙江芮言生物科技有限公司)	338위안 (57,757원)	84.5위안 (14,439원)	400
	티에스티 틴시크릿 (TST TIN'SECRET)	허위안스바이마이스예여오센공스 (河源市百迈实业业有限公司)	1,140위안 (194,803원)	76위안 (12,987원)	1,500
	콜라겐 블루베리 드링크 (Collagen Blueberry Drink)	뉴스비오광사이(광둥)성우구편여오센공스 (纽斯葆迳赛(广东)生物科技有限公司)	168위안 (28,707원)	42위안 (7,177원)	400

자료: 현지 조사 및 온라인 조사 15개 제품

1) 1위안=170.88원(2019.07.19, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 중국 콜라겐 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 수입산 혹은 중국 현지산 콜라겐 제품

- 수입산 제품 : 중국 외 국가에서 수입되는 콜라겐 제품 선정
- 현지산 제품 : 중국 현지에서 생산되는 콜라겐 제품 선정

▶ 선정 기준 ② 온라인 및 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 채널 입점 확인 제품 : 하이퍼마켓, 백화점, H&B 등의 6개 매장
 - 1) 올레(OLE) 2) 알타마트(RT Mart) 3) 시티슈퍼(CitySuper) 4) 지우광(Jiuguang)
 - 5) 왓슨스(Watsons) 6) 패밀리마트(Familymart)
- 온라인 채널 입점 확인 제품 : 3개 채널
 - 1) 징둥(Jingdong) 2) 샤오홍수(Xiaohongshu) 3) 티몰(Tmall)

▶ 선정 기준 ③ 콜라겐 함유량 기준

- A사 제품 콜라겐 함유량 : 3,000mg
- A사 함유량을 기준으로 일정량(3,000mg) 이상 or 이하를 함유한 제품

[표 1.1] 중국 콜라겐 경쟁제품 선정

경쟁제품 (생산업체)	제품 특징		매장 입점 여부		콜라겐 함유량	
	수입산	현지산	온라인	오프라인	3,000mg 이하	3,000mg 이상
콜라겐 사과맛 드링크 (블랙모어스)	○ (대만)	-	○	○	-	○
에브리데이 마린 콜라겐 (아펙스제약)	○ (호주)	-	-	○	-	○
비에라 슈프림 에센스 (아펙스제약)	○ (호주)	-	-	○	-	○
시스템 콜라겐 (크바이저제약)	○ (독일)	-	-	○	-	○
텐스 업 (FANCL)	○ (일본)	-	○	○	○	-
버드네스트 화이버 드링크 (에코라이트바이오텍)	○ (말레이시아)	-	-	○	-	-
골든 콜라겐 (스위스 웰니스)	○ (호주)	-	○	○	-	○
슈퍼 콜라겐 (B사)	○ (한국)	-	○	○	-	○
바이오보르 콜라겐 드링크 (쥬리(쿤밍)스핀여오센공스)	-	○ (중국)	-	○	-	○
콜라겐 펩타이드 츄스 드링크 (카이펑스리시스에파잔여 오센공스)	-	○ (중국)	-	○	-	○
루미 콜라겐 드링크 (쥬리(쿤밍)스핀여오센공스)	-	○ (중국)	-	○	-	○
YEP 콜라겐 (카이펑스리시스에파잔여 오센공스)	-	○ (중국)	○	-	○	-
비미 콜라겐 (저장루이엔성우커지여오 셴공스)	-	○ (중국)	○	-	-	○
티에스티 틴 시크릿 (허위안스바이미아이스에여 오센공스)	-	○ (중국)	-	○	-	○
콜라겐 블루베리 드링크 (뉴스바오광사이(광둥)성우 구펄여오센공스)	-	○ (중국)	-	○	-	-

자료 : 중국 현지 조사

2. 중국 콜라겐 경쟁제품 조사 지표 선정

- ▶ 조사 지표 ① 가격
 - 판매 제품의 개당 소비자가격
 - 판매 제품의 100ml당 소비자가격
- ▶ 조사 지표 ② 용량
 - 제품별 용량 (ml기준)
- ▶ 조사 지표 ③ 콜라겐 함유량
 - 제품별 콜라겐 함유량 (mg)
- ▶ 조사 지표 ④ 보유 인증
 - HACCP 등의 제품별 보유 인증 조사
- ▶ 조사 지표 ⑤ 포장 구성 방법
 - 날개, 묶음포장 등 제품의 포장 구성 방법 조사
- ▶ 조사 지표 ⑥ 식품 분류
 - 건강기능식품(보건식품), 일반식품

[표 1.2] 중국 콜라겐 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자가격 (개당)	판매 제품의 개당 소비자가격
	소비자가격 (100ml당)	제품의 가격 비교를 위한 100ml 기준의 소비자가격
용량	제품 용량(ml)	조사 제품의 용량
콜라겐 함유량	콜라겐 함유량(mg)	제품의 주 원료인 콜라겐펩타이드의 함유량 (날별 기준)
보유 인증	HACCP	식품안전관리인증
	ISO22000	식품안전경영시스템
	GMP	우수건강기능식품제조기준
포장 구성	날개	소포장 1개로 판매되는 제품
	묶음포장	날개 제품 여러 개가 하나의 포장으로 묶어져 있는 제품
분류	식품분류	건강기능식품(보건식품), 일반식품 등록 여부

3. 중국 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝

▶ 포지셔닝 ① 수입산 제품의 100ml당 평균 가격, 중국 현지산 보다 높아

중국에서 판매되는 수입산 콜라겐 제품의 100ml당 평균가격은 76위안(12,987원)으로 중국 현지생산 제품 평균가격인 51위안(8,715원)보다 25위안(4,272원)정도 높은 가격대를 형성함. 수입산 제품 가운데 100ml당 가격은 한국 브랜드 제품이 137위안(2,341원)으로 가장 고가를 기록함. 중국 현지산 제품의 경우 가장 비싼 제품은 87.5위안(14,952원)으로 평균 가격보다 36.5위안(6,237원) 높은 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② 콜라겐 함유량 별 제품 가격 비교

[표 1.3] (단위: ml)

구분	3,000미만	3,000~5,000	5,000~10,000	10,000~20,000	20,000~
수입산 제품 (100ml당 가격)	74위안 (12,645원)	85위안 (14,525원)	137위안 (23,411원)	72위안 (12,303원)	75위안 (12,816원)
중국산 제품 (100ml당 가격)	-	22위안 (3,759원)	60.8위안 (10,390원)	-	-

●
묶음포장(종이박스)
예시



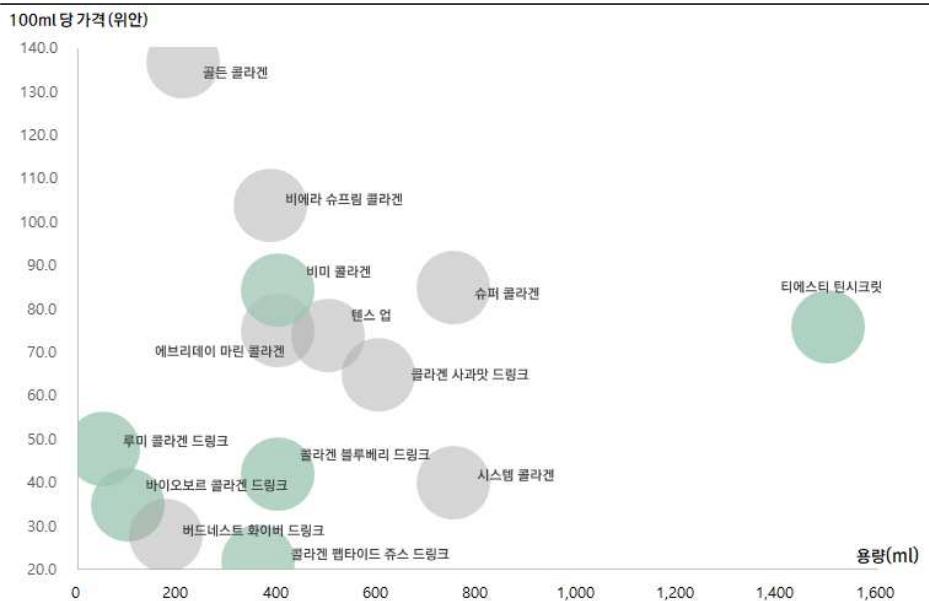
▶ 포지셔닝 ③ 묶음포장 평균 가격 400위안, 소포장 용기는 36위안으로 확인

종이상자에 포장된 묶음포장 제품의 경우 평균 가격이 400위안(68,352원)으로 확인됨. 이와 같은 제품들은 여러 개의 작은병을 종이상자에 포장하여 판매하는 방식임. 반면 날개 제품들은 알루미늄병, 유리병 제품으로 날개로 판매되며 해당 제품군의 평균 가격은 36위안(6,152원)으로 저렴함

●
날개 포장 예시



[표 1.4] 중국 콜라겐 경쟁제품 시장 포지셔닝



자료 : 중국 현지 조사

[표 1.5] 중국 콜라겐 경쟁제품 조사 정보

경쟁제품 (생산업체)	소비자가격 (100ml)	제품용량 (ml)	소비자가격 (개당)	콜라겐 함유량 (mg)	보유인증	포장구성	식품분류
▶ 조사 매장 ① 올레(OLE)							
콜라겐 사과맛 드링크 (블랙모어스)	65위안 (11,107원)	600	389위안 (66,472원)	10,000/병(60ml)	(-)	묶음포장 (60ml*10)	일반식품
에브리데이 마린 콜라겐 (아팩스제약)	75위안 (12,816원)	400	299위안 (51,093원)	30,000/병(200ml)	(-)	묶음포장 (200ml*2)	일반식품
비에라 슈프림 에센스 (아팩스제약)	104위안 (17,772원)	385	399위안 (68,181원)	12,800/병(55ml)	(-)	묶음포장 (55ml*7)	일반식품
▶ 조사 매장 ② 알티마트(RT Mart)							
시스템 콜라겐 (크바이저제약)	40위안 (6,835원)	750	299위안 (51,093원)	11,000/병(25ml)	(-)	묶음포장 (25ml*30)	일반식품
티에스티 틴시크릿 (허위안스바이마이스여오센공스)	76위안 (12,987원)	1,500	1,140위안 (194,803원)	5,000/병(50ml)	(-)	묶음포장 (50ml*10)*3	일반식품
▶ 조사 매장 ③ 지우광(Jiuguang)							
콜라겐 블루베리맛 드링크 (뉴스바오광사이(광둥)성우구편여 오센공스)	42위안 (7,177원)	400	168위안 (28,708원)	5,000/병(50ml)	(-)	묶음포장 (50ml*8)	일반식품
텐스 업 (FANCL)	74위안 (12,645원)	500	368위안 (62,884원)	2,600/병(50ml)	(-)	묶음포장 (50ml*10)	일반식품
▶ 조사 매장 ④ 시티슈퍼(Citysuper)							
버드네스트 화이버 드링크 (에코라이트바이오텍)	28위안 (4,785원)	175	49.5위안 (8,459원)	(-)	HACCP GMP	날개	일반식품
골든 콜라겐 (스위스웰니스)	137위안 (23,411원)	210	288위안 (49,213원)	35,700/박스 5,100/병(30ml)	(-)	묶음포장 (30ml*7)	일반식품
▶ 조사 매장 ⑤ 왓슨스(Watsons)							
바이오보르 콜라겐 드링크 (쥬라(쿤밍)스핀여오센공스)	35위안 (5,981원)	100	35위안 (5,981원)	6,000/병(100ml)	(-)	날개	일반식품
콜라겐 펩타이드 쥬스 드링크 (카이핑스리시스예파잔여오센공스)	22위안 (3,759원)	360	78위안 (13,329원)	3,336/병(60ml)	(-)	묶음포장 (60ml*6)	일반식품
▶ 조사 매장 ⑥ 패밀리마트(Familymart)							
루미 콜라겐 드링크 (쥬라(쿤밍)스핀여오센공스)	47.8위안 (8,168원)	50	23.9위안 (4,084원)	5,000/병(50ml)	HACCP ISO22000 GMP	날개	일반식품
▶ 조사 매장 ⑦ Online 조사							
슈퍼 콜라겐 (쥬)에스트라)	85위안 (14,525원)	750	639위안 (109,192원)	3,300/병(25ml)	(-)	묶음포장 (25ml*30)	일반식품
YEP 콜라겐 (카이핑스리시스예파잔여오센공스)	188위안 (32,125원)	300	62.7위안 (10,714원)	3,000/병(30ml)	(-)	묶음포장 (30ml*10)	일반식품
비미 콜라겐 (저장루이엔성우커지여오센공스)	84.5위안 (14,439원)	400	338위안 (57,757원)	5,000/병(50ml)	(-)	묶음포장 (50ml*8)	일반식품
자료 : 현지 조사							

4. 중국 콜라겐 입점 매장 및 경쟁제품 정보

● 상하이(上海)²⁾

인구 (점유율)	26,317,104 (11.5%)
인구 밀도 (명/Km ²)	9,770.1명
면적	6,341 km ²
평균 연령	38.8세
15세 미만	12.5%
65세 초과	11.7%
주요 직업	기술직 27.2%
	서비스/영업 20.0%
	전문직 16.0%
	제조업 14.4%

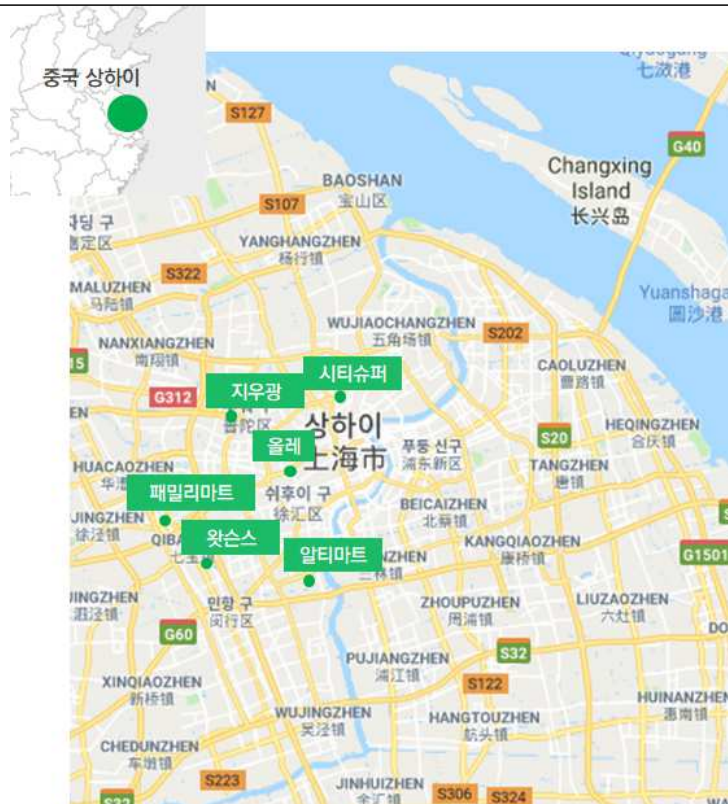
▶ 중국 최대 도시 상하이, 방문 지역으로 선정

중국의 최대 도시인 상하이 남서부에 위치한 쉬후이구(徐汇区)와 인근 지역을 방문 지역으로 선정함. 쉬후이구는 상하이의 고급 주택지이며 화이하이로(淮海路), 동팡상사(東方商厦) 등 고급 백화점이나 상점을 쉽게 찾아 볼 수 있는 지역임. 이외에도 주택가, 대학교, 지하철역, 호텔, 공원 등이 위치하고 있음

▶ 중국 하이퍼마켓 시장 점유율 1위 매장 방문

2018년도 중국 하이퍼마켓 시장점유율 1위인 알티마트(RT Mart) 매장과 H&B 스토어에서 점유율 1위를 기록한 왓슨스(Watsons) 매장을 방문함. 이외에도 시티슈퍼(City Super), 패밀리마트(Familymart), 지우광(Jiuguang) 등 총 6개 매장을 방문함. 이들 매장에서 총 12개의 콜라겐 경쟁제품을 조사함

[표 1.6] 방문 매장 선정 이유 및 특징



자료 : Google Map



2) 중국통계청(www.stats.gov.cn), 세계인구리뷰(World Population Review)(worldpopulationreview.com)

Shop ① 올레(OLE)

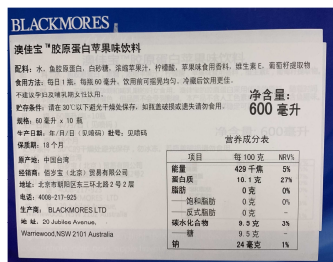
1) 슈퍼마켓

매장 정보

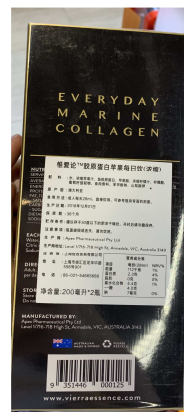
- 유형 : 대형슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 가격대 높음
 - ② 수입제품 多
- 주변 상권 :
 - 시내중심지역인 쉬자회이역 백화점 지하에 위치함

<p>브랜드 기본 정보</p>	<p>올레(OLE)는 1984년 중국에서 설립된 슈퍼마켓임. 주로 수입식품을 판매함. 수입식품에 중점을 둔 고급컨셉의 슈퍼마켓임. 2004년 비엔티안시에 처음 개장했으며 중국 전역에 40개가 넘는 매장이 있음</p> <p>매장 내 보유 콜라겐 제품 수 : 3건</p>	
<p>매장 정보</p>		
	<p>도시(지역) : 상하이</p> <p>위치 : 상세주소 虹桥路1号 1 Hong Qiao Lu Xu Jia Hui, Xuhui Qu, Shanghai</p>	
<p>콜라겐 매대 모습</p>	<p>콜라겐 판매 매대 전경</p> 	
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p>콜라겐 판매 제품 정보</p>  <p>콜라겐 사과맛 드링크 (Collagen Apple Flavoured Beverage) 에브리데이 마린 콜라겐 (Everyday Marine Collagen) 비에라 슈프림 에센스 (Vierra Supreme Essence)</p>	

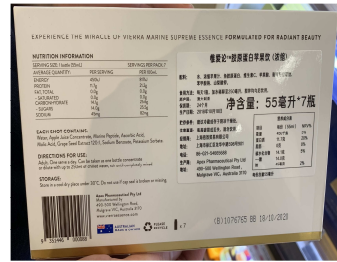
사진자료: 현지 조사



제품명	콜라겐 사과맛 드링크 (Collagen Apple Flavoured Beverage)	제품 제형	액체
제조사	블랙모어스 (Balckmores)	포장 구성	묶음포장 (60ml*10)
원산지	대만	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 유리병
가격	389위안 (66,472원)	콜라겐 함유량	10,000mg/병(60ml)
용량	600ml	유통기한	18개월
홍보 문구	콜라겐 10,000mg 함유	제품 맛	사과맛
원료	물, 마린콜라겐, 백설탕, 사과농축액, 구연산, 사과향료, 비타민E, 포도씨추출물		



제품명	에브리데이 마린 콜라겐 (Everyday Marine Collagen)	제품 제형	액체
제조사	아펙스제약 (Apex Pharmaceutical)	포장 구성	묶음포장 (200ml*2)
원산지	호주	포장 재질	외부 - 종이박스 내부 - 유리병
가격	299위안 (51,093원)	콜라겐 함유량	30,000mg/병(200ml)
용량	400ml	유통기한	36개월
홍보 문구	마린콜라겐 함유	제품 맛	사과맛
원료	물, 사과농축액, 마린콜라겐, 말산, 레몬농축액, 구연산, 포도씨추출물, 소듐벤조에이트, 칼륨소르베이트		



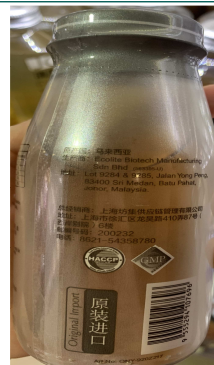
제품명	비에라 슈프림 에센스 (Vierra Supreme Essence)	제품 제형	액체
제조사	아펙스제약 (Apex Pharmaceutical)	포장 구성	묶음포장 (55ml*7)
원산지	호주	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 유리병
가격	399위안 (68,181원)	콜라겐 함유량	12,800mg/병(55ml)
용량	385ml	유통기한	24개월
홍보 문구	마린콜라겐 함유	제품 맛	사과맛
원료	물, 사과농축액, 마린콜라겐, 비타민C, 말산, 포도씨추출물, 안식향산나트륨, 소르빈산칼륨		

Shop ② 시티슈퍼 (City Super)

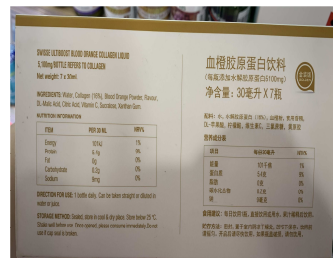
- 매장 정보**
- 유형 : 대형슈퍼마켓
 - 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
 - ② 관광객
 - 판매 제품 특징 :
 - ① 럭셔리브랜드 多
 - ② 수입제품이 많음
 - 주변 상권 :

상하이중심지 쑤쑤난루 지하
철역 iapm 건물 지하 1층
에 위치함

브랜드 기본 정보	1996년 시티슈퍼그룹이 홍콩에서 첫 매장을 개장했으며 이후 홍콩뿐만 아니라 상하이, 대만에도 진출함. '프리미엄 슈퍼마켓'이라는 컨셉으로 신선식품, 다양한 수입식품 등을 취급하고 있음	
	매장내 보유 콜라겐 제품 수 : 2건	
매장 정보		
	도시(지역)	상하이 淮海中路999号
위치	상세주소 999 Huai Hai Zhong Lu Huai Hai Lu Xi Duan, Xuhui Qu, Shanghai	
콜라겐 매대 모습	콜라겐 판매 매대 전경	
		
콜라겐 판매 정보	판매 제품 정보	
		
	버드네스트 화이버 드링크 (Bird's Nest Fiber Drink)	골든 콜라겐 (Golden Collagen)



제품명	버드네스트 화이버 드링크 (Bird's Nest Fiber Drink)	제품 제형	액체
제조사	에코라이트 바이오텍 (Ecolite Biotech Manufacturing Sdn Bhd)	포장 구성	날개(175ml)
원산지	말레이시아	포장 재질	유리병
가격	49.5위안 (8,459원)	인증	HACCP, GMP
용량	175ml	유통기한	24개월
원료	물, 암설설, 갈락토 올리고당, 내성 덱스트린, 피쉬 콜라겐, bird's nest, 증점제		



제품명	골든 콜라겐 (Golden Collagen)	제품 제형	액체
제조사	스위스웰니스 (Swisse Wellness Pty Ltd)	포장 구성	묶음포장 (30ml*7)
원산지	호주	포장 재질	외부- 종이상자 내부- 플라스틱병
가격	288위안 (49,213원)	콜라겐 함유량	35,700mg/박스 5,100mg/병(30ml)
용량	210ml	유통기한	24개월
홍보 문구	골든콜라겐 함유	제품 맛	자몽맛
원료	물, 하이드롤라이즈드콜라겐, 자몽 분말, 향신료, DL- 말산, 시트르산, 비타민 C, 수크랄로스, 산탄검		

Shop ③ 알티마트(RT Mart)

매장 정보

- 유형 : 하이퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
- 판매 제품 특징 :
 - ① 저렴한 가격
 - ② 수입산 일부 취급
- 주변 상권 :

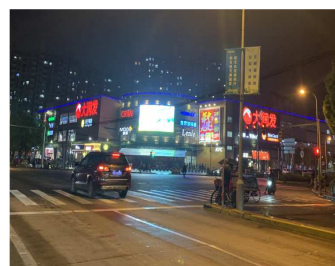
지역주민이 거주하는 지역에 위치하여 주 방문객이 근처 입주주민들임

브랜드 기본 정보

알티마트(RT Mart)는 대만을 기반으로 하는 가오신리테일그룹에서 운영하는 대형마트로 1997년 상하이에 첫 매장을 열어 중국에 진출함. 알티마트는 저렴한 가격대로 소비자들을 공략하는 것이 주요 전략이며 2018년 기준 중국 하이퍼마켓 점유율 1위를 차지함

매장 내 보유 콜라겐 제품 수 : 2건

매장 정보



도시(지역)

상하이

위치

상세주소

春申路2801号
(2801 Chun Shen Lu
Minhang Qu, Shanghai)

콜라겐 매대 모습



콜라겐 판매 제품 정보

콜라겐 판매 정보



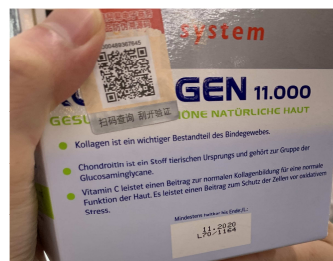
티에스티 틴시크릿 (TST TIN'SCRET))



시스템콜라겐 (System Collagen)



제품명	티에스티 틴시크릿 (TST TIN'S SECRET)	제품 제형	액체
제조사	허위안스바이마이스에여오셴공스 (河源市百迈实业有限公司)	포장 구성	묶음포장 (50ml*10)*3
원산지	중국	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 유리병
가격	1,140위안 (194,803원)	콜라겐 함유량	5,000mg/병(50ml)
용량	1,500ml	유통기한	18 개월
홍보 문구	유해물질무첨가	제품 맛	과일맛
원료	물, 피쉬 콜라겐 티타늄 파우더, 저항성 덱스트린, 올리고 프룩 토스, 농축사과액, 합성발효과채액, 인스턴트콩 가루, 식품 첨가물		



제품명	시스템콜라겐 (System Collagen)	제품 제형	액체
제조사	크바이저 제약 (Queisser Pharma)	포장 구성	묶음포장 (25ml*30)
원산지	독일	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 플라스틱병
가격	299위안 (51,093원)	콜라겐 함유량	11,000mg/병(25ml)
용량	750ml	유통기한	24개월
원료	소분자하이드롤라이즈드콜라겐, 콘드 로이틴황산염, 비타민C, 비타민 D, 셀레늄	제품 맛	체리맛

Shop ④ 지우광백화점(Jiuguang)

2) 백화점

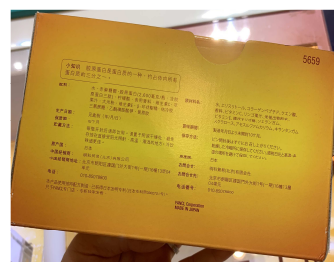
● 매장 정보

- 유형 : 백화점
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 고가의 제품
 - ② 패션,음식,화장품 등 품목 다양함
- 주변 상권 :
 - 공원, 호텔이 있어 늘 붐비는 지역

<p>브랜드 기본 정보</p>	<p>지우광백화점(Jiuguang)은 럭셔리 브랜드를 취급하는 일본계 고급 백화점으로 상하이, 소주, 대련 등 중국 내 총 3개에 매장을 운영 중에 있음. 상하이 매장의 경우 총548개의 브랜드가 입점해있으며 지하 매장은 일본풍으로 소비자들에게 반응이 좋음</p> <p style="text-align: center;">매장 내 보유 콜라겐 제품 수 : 2건</p>	
<p>매장 정보</p>		
<p>콜라겐 매대 모습</p>	<p style="text-align: center;">콜라겐 판매 매대 전경</p>  	
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">콜라겐 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="726 1444 986 1624">  <p style="text-align: center;">콜라겐 블루베리 드링크 (Collagen Blueberry Drink)</p> </div> <div data-bbox="1093 1444 1353 1624">  <p style="text-align: center;">텐스 업 (Tense Up)</p> </div> </div>	



제품명	콜라겐 블루베리 드링크 (Collagen Blueberry Drink)	제품 제형	액체
제조사	뉴스바오광사이(광동)성우구편 여오셴공스 (纽斯葆迺赛(广东)生物科技 股份有限公司)	포장 구성	묶음포장 (50ml*8)
원산지	중국	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 유리병
가격	168위안 (28,707원)	유통기한	24개월
용량	400ml	제품 맛	블루베리 맛
홍보 문구	프랑스산 원료 사용	콜라겐 함유량	5,000mg/병(50ml)
원료	정제수, 하이드롤라이즈드콜라젠, 에리트 리틀, 농축사과액, 블루베리농축액, 시트르산, 식용향료, 크산탄검, 수크랄로스		



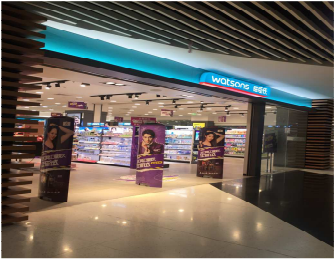

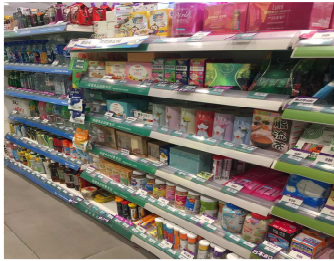



제품명	텐스 업 (Tense Up)	제품 제형	액체
제조사	판클 (FANCL)	포장 구성	묶음포장 (50ml*10)
원산지	일본	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 유리병
가격	368위안 (62,884원)	홍보 문구	TRI-PEPTIDE 특허 보유
용량	500ml	유통기한	10개월
콜라겐 함유량	2,600mg/병(50ml)	제품 맛	과일맛
원료	물, 에리스리톨, 콜라겐, 구연산, 향신료, 비타민 C, 사과과실액, 쌀가루, 비타민 E, 베타-시클로 덱스트린, 수크랄로스, 아세살팜칼륨		

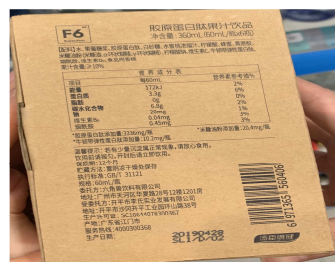
Shop ⑤ 왓슨스 (Watsons)

3) H&B

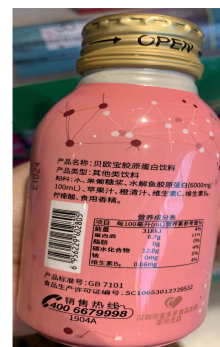
● 매장 정보

- 유형 : H&B 스토어
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
- 판매 제품 특징 :
 - ① 가정용품, 스낵 등 다양한 품목
 - ② 현지(중국)산 제품이 많음
- 주변 상권 :
 - 매장 옆에 슈퍼마켓이 위치해 가격경쟁력은 낮은편

<p>브랜드 기본 정보</p>	<p>왓슨스는 1828년 홍콩에서 설립된 에이에스 왓슨스 그룹(A.S. Watsons Group)의 자회사이며 홍콩을 기반으로 하는 H&B 스토어 체인점임. 아시아에서는 규모가 가장큰 H&B 스토어이며 홍콩, 인도네시아, 중국 등지에 진출해있음. 2018년 기준 중국 내 H&B 스토어 점유율 1위를 기록했으며 2019년 3월 기준 중국 내 매장수는 3,608개로 확인됨</p>										
<p>매장 정보</p>	<p>매장 내 보유 콜라겐 제품 수 : 2건</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td data-bbox="670 929 805 974"></td> <td data-bbox="805 929 1045 974">도시(지역)</td> <td data-bbox="1045 929 1412 974">상하이</td> </tr> <tr> <td data-bbox="670 974 805 1008">위치</td> <td data-bbox="805 974 1045 1008"></td> <td data-bbox="1045 974 1412 1008">漕宝路3299号</td> </tr> <tr> <td data-bbox="670 1008 805 1075"></td> <td data-bbox="805 1008 1045 1075">상세주소</td> <td data-bbox="1045 1008 1412 1075">329-9 Cao Bao Lu Xuhui Qu, Shanghai</td> </tr> </table>			도시(지역)	상하이	위치		漕宝路3299号		상세주소	329-9 Cao Bao Lu Xuhui Qu, Shanghai
	도시(지역)	상하이									
위치		漕宝路3299号									
	상세주소	329-9 Cao Bao Lu Xuhui Qu, Shanghai									
<p>콜라겐 매대 모습</p>	<p>콜라겐 판매 매대 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>										
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p>콜라겐 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="686 1496 1021 1756">  <p>콜라겐 펩타이드 주스 드링크 (Collagen Peptide Juice Drink)</p> </div> <div data-bbox="1165 1496 1284 1756">  <p>바이오보르 콜라겐 드링크 (Biobor Collagen Drink)</p> </div> </div>										



제품명	콜라겐 펩타이드 주스 드링크 (Collagen Peptide Juice Drink)	제품 제형	액체
제조사	카이핑스리시스에파잔여오셴공스 (开平市李氏实业发展有限公司)	포장 구성	묶음포장 (60ml*6)
원산지	중국	포장 재질	외부 - 종이상자 내부 - 유리병
가격	78위안 (13,328원)	콜라겐 함유량	3,336mg/병(60ml)
용량	360ml	유통기한	24개월
홍보 문구	Daily Super Shot 3가지 원료 함유	제품 맛	과일맛
원료	물, 과당시럽, 펩타이드콜라겐, 백설탕, 복숭아주스농축액, 구연산, 꿀, 크산탄검, 쌀겨 분말, 구연산 나트륨, 비타민 C, 니아신아미드,비타민 B6, 향신료		



제품명	바이오보르 콜라겐 드링크 (Biobor Collagen Drink)	제품 제형	액체
제조사	쥬라(쿤밍)스핀여오셴공스 (久啦(昆明)食品有限公司)	포장 구성	날개(100ml)
원산지	중국	포장 재질	알루미늄병
가격	35위안 (5,980원)	콜라겐 함유량	6,000mg/병(100ml)
용량	100ml	유통기한	24개월
홍보 문구	콜라겐 6,000mg 함유	제품 맛	과일맛
원료	물, 과당 시럽, 하이드롤라이즈드피쉬콜라겐, 사과 주스, 오렌지 주스, 비타민 C, 비타민 B6, 구연산, 향신료		

Shop ⑥ 패밀리마트 (Familymart)

4) 편의점

매장 정보

- 유형 : 편의점
- 주요 소비자층 :
 - ① 지역 주민
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 즉석식품처럼 섭취 간편한 품목
 - ② 스낵, 음료, 주류 등이 주를 이룸
- 주변 상권 :

10분거리에 지하철역이 있으며 주변에 호텔, 쇼핑몰이 위치해있어 유동인구 많은편임

브랜드 기본 정보

패밀리마트(Familymart)는 1981년 일본에서 설립된 편의점으로 중국, 태국, 대만 등에 진출해있음. 2018년 기준 중국 내 매장수는 1,772개로 확인됨. 중국 시장 내 점유율은 2018년 기준 8.4%로 2위를 기록함

매장 내 보유 콜라겐 제품 수 : 1건

매장 정보



도시(지역)

상하이

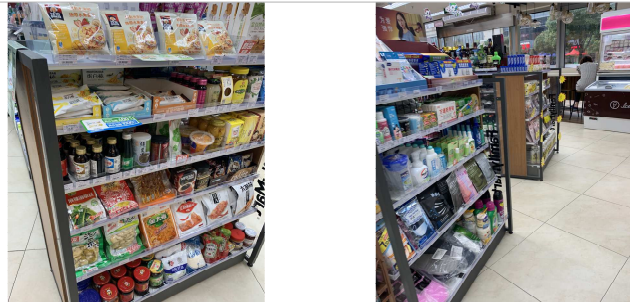
위치

上海市闵行区 号文路86-88号
(86-88Hao Wen Lu
Minhang Qu, Shanghai)

상세주소

콜라겐 판매 매대 전경

콜라겐 매대 모습



콜라겐 판매 제품 정보

콜라겐 판매 정보



루미 콜라겐 드링크
(Lumi Collagen Drink)



제품명	루미 콜라겐 드링크 (Lumi Collagen Drink)	제품 제형	액체
제조사	쥬라(쿤밍)스핀여오셴공사 (久啦(昆明)食品有限公司)	포장 구성	날개(50ml)
원산지	중국	포장 재질	유리병
가격	23.9위안 (4,084원)	인증	ISO22000, HACCP, GMP
용량	50ml	유통기한	24개월
콜라겐 함유량	5,000mg/병(50ml)	제품 맛	과일맛
원료	물, 피쉬콜라겐, 사과주스, 비타민 C, 맥아, 콩, 녹차, 당근		

II. Competitor

SUMMARY

1. 중국 콜라겐 경쟁기업 포지셔닝
2. 중국 콜라겐 경쟁기업 현황
3. 중국 콜라겐 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

중국 (CHINA)

콜라겐 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

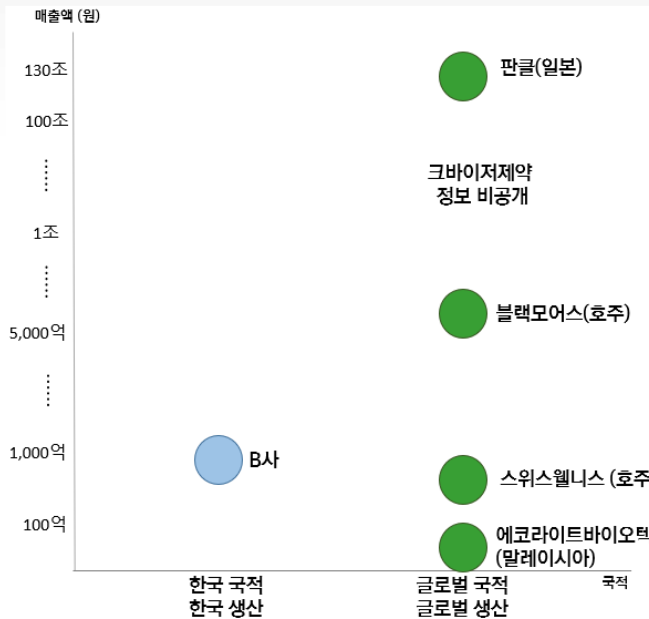
- 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류

- 제조사 국적
- 생산지

경쟁사 포지셔닝

- X축 : 국적 및 생산지
- Y축 : 매출액



중국 (CHINA)

콜라겐 경쟁기업 분석

구분	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액 ³⁾
말레이시아 국적 말레이시아 생산	에코라이트 바이오텍 (Ecolitebiotech)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼 오프라인 매장	건강함을 위하여	638만 달러 (75억 792만 원)
호주 국적 호주 생산	블랙모어스 (Blackmores)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	호주 No.1 브랜드	6억 113만 달러 (7,066억 2,832만 원)
한국 국적 한국 생산	B사	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼 오프라인 매장	고객의 건강한 아름다움을 만드는 솔루션을 창출합니다	8,493만 달러 (998억 3,988만 원)
독일 국적 독일 생산	크바이저제약 (Queisser Pharma)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	독일에서 전 세계로	(-)
일본 국적 일본 생산	판클 (FANCL)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	모든 여성의 아름다움을 위해	1,090억 달러 (128조 1,295억 원)
호주 국적 호주 생산	스위스웰니스 (Swisse Wellenss)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	당신을 위해 최고의 원료를 찾습니다	4,960만 달러 (583억 480만 원)

3) 1달러=1,175.50원(2019.07.19, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 중국 콜라겐 경쟁기업 포지셔닝

▶ **경쟁기업으로 한국기업 1개사, 호주기업 2개사 등 총 6개 기업 선정**

중국에 진출한 콜라겐 경쟁기업 분석을 위해 한국 브랜드 1개, 호주 브랜드 2개, 일본,독일, 말레이시아 브랜드 각 1개를 포함한 총 6개의 경쟁기업을 선정함. 경쟁기업의 제품들은 중국 하이퍼마켓, 백화점, 편의점 등에서 조사됨

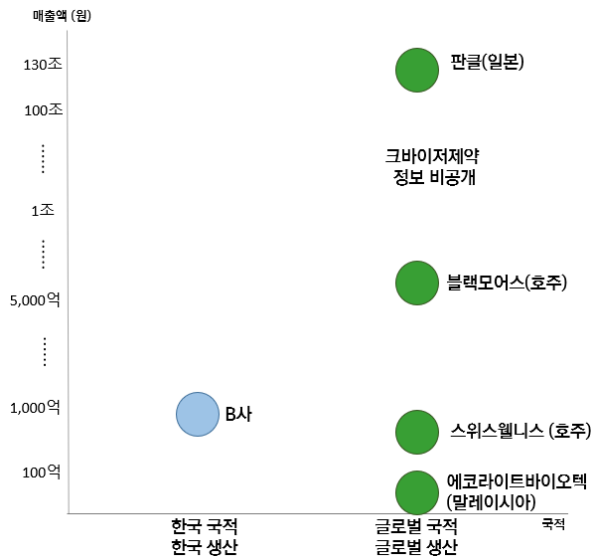
▶ **경쟁기업 6개사 중 6개사, 제조사의 국적과 생산지 위치 동일**

경쟁기업의 제조사의 국적과 생산지 위치를 분석한 결과, 6개사 중 6개사 모두 제조사 국적과 생산지 위치가 각각 동일한 것으로 확인됨

▶ **경쟁기업 6개사 중 일본 기업의 매출액이 가장 큼**

중국에 진출한 경쟁기업 6개사 2018년 기준 매출액이 확인된 기업은 5곳으로 그중 일본 국적의 판클이 약 128조로 매출액이 가장 크고, 말레이시아 국적의 에코라이트바이오텍이 약 75억으로 매출액이 가장 낮음. 한국기업 B사의 매출액은 8,493만 달러(998억 3,988만 원)임

[표 2.1] 중국 콜라겐 경쟁기업 시장 포지셔닝



경쟁사	제조사 국적		생산지 위치			매출액
	중국	한국	중국	한국	글로벌	
판클			○		○	1,090억 달러 (128조 1,295억 원)
블랙모어스			○		○	6억 113만 달러 (7,066억 2,832만 원)
한국기업 A사		○		○		8,493만 달러 (998억 3,988만 원)
스위스 웰니스			○		○	4,960만 달러 (583억 480만 원)
에코라이트 바이오텍			○		○	638만 달러 (75억 792만 원)
크바이저제약			○		○	(-)

자료 : 경쟁기업 6개사 분석 결과

2. 중국 콜라겐 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사, 오프라인과 온라인 채널을 모두 활용하여 제품 판매

경쟁기업 6개사 모두 중국 오프라인 채널과 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 대표 온라인 판매 채널로는 티몰(Tmall)이 있음

▶ 경쟁기업 6개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용하여 제품 홍보

경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지에 콜라겐 제품 정보를 제공하고 있으며, 이외 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있는 것으로 확인됨. 호주 브랜드 블랙모어스의 경우 제품 정보 뿐만 아니라 건강에 도움이 되는 다양한 정보를 매거진 형태로 게재함

▶ 글로벌 기업, ‘건강함’ 강조

한국 기업, ‘이너뷰티(Inner Beauty)’ 강조

경쟁기업 중 호주, 말레이시아를 포함한 중국외 글로벌 기업들은 콜라겐 제품을 판매하며 ‘건강함’, ‘천연’, ‘원료’ 등을 강조했으며 한국 기업의 경우 ‘이너뷰티(Inner Beauty)’에 초점을 맞춰 피부나이 측정등 프로그램을 통해 홍보하는 모습을 보임

[표 2.2] 중국 콜라겐 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액
에코라이트 바이오텍 (Ecolite Biotech)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼 오프라인 매장	당신의 건강을 위하여 집으로 배달을 합니다	638만 달러 (75억 792만 원)
블랙모어스 (Blackmores)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	호주 No.1 브랜드 천연건강보조식품	6억 113만 달러 (7,066억 2,832만 원)
B사	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼	고객의 건강한 아름다움을 만드는 솔루션을 창출 이너뷰티	8,493만 달러 (998억 3,988만 원)
크바이저제약 (Queisser Pharma)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼 오프라인 매장	피부가 완전히 재생 피부의 수분, 부드러움, 광택 및 완벽 함	(-)
판클 (FANCL)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼 오프라인 매장	젊음, 탄력회복 모든여성의 아름다움을 위해	1,090억 달러 (128조 1,295억 원)
스위스웰니스 (Swisse Wellness)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지 SNS 플랫폼 오프라인 매장	당신을 위해 최고의 원료를 찾습니다	4,960만 달러 (583억 480만 원)

자료 : 중국 콜라겐 제조기업 6개사 분석 결과

3. 중국 콜라겐 경쟁기업 분석4)

① 에코라이트바이오텍 (Ecolite Biotech)

기업 기본 정보	기업명	에코라이트바이오텍(Ecolite Biotech)		
	홈페이지	www.ecolite.com.my		
	위치	Lot 9284 & Lot 9285, Jalan Yong Peng, Sri Medan 83400 Batu Pahat, Johor Darul Takzim, Malaysia		
	규모	매출액('18)	638만 달러 (75억 792만 원)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시티슈퍼		제품명	버드네스트 화이버 드링크 (Bird's Nest Fiber Drink)
			용량	175ml
			가격	49.5위안 (8,458원)
	〈온라인 매장〉 자사온라인몰		제품명	버드네스트 화이버 콜라겐 (롱안) (Bird's Nest Drink with Longan)
			용량	250ml
			가격	3만 4,352원
	제품 종류	콜라겐음료		
기업 홍보 채널			<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 유튜브) 	
	홍보 문구			<ul style="list-style-type: none"> • 당신의 건강을 위하여 • 집으로 배달을 합니다 (온라인몰홍보)

사진자료: 에코라이트바이오텍(Ecolite Biotech)홈페이지

4) 1위안=170.88원(2019.07.19, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사	
	위치	서울 용산구	
	규모	매출액('18)	8,493만 달러 (998억 3,988만 원)
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰	제품명	슈퍼콜라겐 (Supercollagen)
		용량	750ml
		가격	639위안 (109,192원)
		제품 종류	콜라겐음료
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 오프라인 매장 	
		홍보 문구	

사진자료: B사 홈페이지

③ 스위스웰니스(Swisse Wellness)

	기업명	스위스웰니스(Swisse Wellness)		
기업 기본 정보	위치	111 Cambridge Street, Collingwood Victoria 3066 Australia		
	규모	매출액(18 ⁴)	4,960만 달러 (583억 480만 원)	
		제품명	골든 콜라겐 (Golden Collagen)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시티슈퍼		용량	210ml
			가격	288위안 (49,213원)
	〈온라인 매장〉 티몰 ⁵⁾		제품명	마누카꿀콜라겐젤리 (Manuka Honey Collagen Jelly)
			가격	159위안 (27,239원)
		제품 종류	콜라겐음료	
		제품 종류	콜라겐젤리	
기업 홍보 채널			<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지 • SNS (페이스북, 인스타그램, 유튜브) 	
홍보 문구			<ul style="list-style-type: none"> • 고객을 위해 좋은 원료를 찾습니다 	

사진자료: 스위스웰니스(Swisse Wellness)홈페이지

5) 사진자료: 티몰(Tmall)홈페이지(tmall.com)

④ 판클(FANCL)

	기업명	판클(FANCL)		
기업 기본 정보	홈페이지	www.fancl-hk.com		
	위치	20/F, Sun Life Tower, The Gateway, Harbour City, Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon		
	규모	매출액(18')	1,090억 달러 (128조 1,295억 원)	
	제품명	텐스 업 (Tense Up)		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 지우광		용량	500ml
			가격	368위안 (62,884 원)
			제품 종류	콜라겐음료
	〈온라인 매장〉 티몰(6)		제품명	큐10 판클 콜라겐 (Qoo10 FANCL Collagen)
			용량	100ml
가격			159위안 (27,237원)	
제품 종류	콜라겐음료			
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼(페이스북, 웨이보, 유튜브) 		
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 젊음, 탄력회복 모든여성의 아름다움을 위해 		
<p>"I founded FANCL for my beloved wife and every woman in the world who wants to be beautiful."</p>				
사진자료: 판클(FANCL) 홈페이지, 판클(FANCL HK)페이스북				

6) 사진자료: 티몰(Tmall)홈페이지(tmall.com)

⑤ 블랙모어스(Blackmores)

	기업명	블랙모어스(Blackmores)
기업	홈페이지	www.blackmores.com.cn
기본 정보	위치	20 Jubilee Avenue, Warriewood, NSW 2102, Australia
	규모	매출액(18') 6억 113만 달러 (7,066억 2,832만 원)
	제품명	콜라겐 사과맛 드링크 (Collagen Apple Flacor Beverage)
〈오프라인 매장〉		용량
올레		600ml
		가격
		(389위안 (66,472원))
기업 진출 채널	제품 종류	콜라겐음료
		제품명
〈온라인 매장〉 티몰, 징둥닷컴,		블랙모어스 네일·헤어·스킨 (Blackmores Nail, Hair & Skin)
		용량
		60정
		가격
		124 안 (21,189원)
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(중국) SNS (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 위챗, 웨이보)
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 호주 No.1 브랜드 천연건강보조식품

사진자료: 블랙모어스(Blackmores)홈페이지

7) 사진자료: 티몰(Tmall)홈페이지(tmall.com)

⑥ 크바이저제약 (Queisser Pharma)

<p>기업 기본 정보</p>	<p>기업명 크바이저제약 (Queisser Pharma)</p> <p>홈페이지 www.queisser.com</p> <p>위치 111 Cambridge Street, Collingwood Victoria 3066 Australia</p>
<p>기업 진출 채널</p>	<p>제품명 시스템 콜라겐 (System Collagen)</p> <p>용량 750ml</p> <p>가격 299위안 (51,093원)</p> <p>제품 종류 콜라겐음료</p>
<p>기업 홍보 채널</p>	<p>제품명 시스템 콜라겐 (System Collagen)</p> <p>용량 750ml</p> <p>가격 319위안 (54,511원)</p> <p>제품 종류 콜라겐음료</p>
<p>기업 홍보 문구</p>	<p>자사 홈페이지</p> <p>SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 유튜브, 웨이보)</p>
<p>기업 홍보 문구</p>	<p>독일에서 세계로</p> <p>90 일 동안 복용 후 피부가 완전히 재생</p> <p>신체 콜라겐 형성</p> <p>피부의 수분, 부드러움, 광택 및 완벽 함</p>

사진자료: 크바이저제약(Queisser Pharma)홈페이지, 페이스북

8) 사진자료: 티몰(Tmall)홈페이지(tmall.com)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 선전시기에우우승(深圳市旗睿优胜)

Interview ② 선양옌치아(沈阳妍琪雅)

Interview ③ 허페이현쿠상(合肥炫酷)

Interview ④ 셴젠핑티엔(深圳市丰天进出口)

Interview ⑤ 선전시오우승(深圳市澳升)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

중국 (CHINA)

현지산/ 수입 콜라겐 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

	선전시기예우우승 (深圳市旗睿优胜)	선양엔치아 (沈阳妍琪雅)	허페이현쿠상 (合肥炫酷商)	선전펑티엔 (深圳市丰天)	선전시기루이요우승 (深圳市旗睿优胜)
업체	보건식품 수입유통업체	보건식품 수입유통업체	보건식품 유통업체	보건식품 수입유통업체	보건식품 유통업체

인터뷰 대상 기업체 선정

- 콜라겐 유통업체 ○
- 콜라겐 수입유통 업체 ○



콜라겐 취급 ▶ Swisse 콜라겐 YOROYAL콜라겐 Lumi 콜라겐 Swisse 콜라겐 Swisse 콜라겐
사진자료: 선전시기예우우승(深圳市旗睿优胜) 홈페이지, 선양엔치아(沈阳妍琪雅) 홈페이지,
허페이현쿠상(合肥炫酷商) 홈페이지, 선전시 풍천(深圳市丰天进出口) 홈페이지, 선전시
오우승(深圳市澳升) 홈페이지

중국 (CHINA)

콜라겐 취급 바이어 인터뷰

A사 제품	선전시기루이요우승 국제무역유한공사 (深圳市旗睿优胜国际贸易有限公司)	선양엔치아상 무역유한공사 (沈阳妍琪雅商贸有限公司)	허페이현쿠상 무역유한공사 (合肥炫酷商贸有限公司)	선전펑티엔 수출입유한공사 (深圳市丰天进出口有限公司)	선전시오우성 국제무역유한공사 (深圳市澳升国际贸易有限公司)
116위안 (19,822원) ⁹⁾ 소비자가격	액상형 콜라겐(500ml) 10,273원	액상형 콜라겐(400ml) 19,140원	액상형 콜라겐(300ml) 16,472원	액상형 콜라겐(500ml) 12,992원	액상형 콜라겐(500ml) 10,788원
액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐
제품 종류 (175ml)	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐	액상형 콜라겐
개별포장 종이박스포장	투명한 플라스틱 용기에	유리병개별포장되어 종이상자에	유리병개별포장되어 종이상자에	투명한 플라스틱 용기에	투명한 플라스틱 용기에
제품 포장	담겨있음	담겨있음	담겨있음	담겨있음	담겨있음

자료: 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

9) 1위안=170.88원(2019.07.19, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 선전시기루이요우승국제무역유한공사 (深圳市奇睿优胜国际贸易有限公司)

● 선전시기루이요우승
국제무역유한공사
(深圳市奇睿优胜国际贸易有限公司)

전문가 소속

선전시기루이요우승
국제무역유한공사
(深圳市奇睿优胜国际贸易
有限公司)

전문가 정보

Mr. Xie
Purchasing Manager

深圳市旗睿优胜国际贸易有限公司
SHENZHEN QIRUIYOUSHENG GUOJIMAOYI CO., LTD.

100%货源透明
公开真实货源

100%海外直邮
全球商家直发

100%正品保证
支持专柜验货



预计收益 -
微商代理价
近7天转发 小于10



预计收益 -
微商代理价
近7天转发 小于10



预计收益 -
微商代理价
近7天转发 小于10

10)

선전시기루이요우승 국제무역유한공사 (深圳市奇睿优胜国际贸易有限公司)

Purchasing Manager, Mr. Xie

선전시기루이요우승국제무역유한공사는 2015년 설립하여 보건식품을 전문 유통하는 업체임. 직수입권한을 보유하고 있으며 건강 관리 제품, 스킨케어 제품 등 수입 보건식품을 취급하고 있으며, 취급 제품으로는 블랙모어스, 바이오아일랜드, 스위스 웰니스 등의 제품을 유통함

중국의 대표적인 온라인몰 타오바오(taobao), 티몰(tmall), 1688 등 온라인 채널을 통하여 판매하며 오프라인으로 수입식품매장으로 납품함. 연간 매출액은 약 2,000만 위안(약 34억 원)으로 확인됨

10) 사진자료: 1688샵 홈페이지 (shop17tn1602958r6.1688.com)

Q1. 액상형(리퀴드형)콜라겐 제품 수요는 어떠한가요?

제품 유형으로 구분하면 콜라겐 제품군 중 파우더형 보다는 액상 및 태블릿형 제품의 판매량이 더 많습니다. 파우더형 제품은 대중적이지 않은 독특한 맛의 제품이 출시되는 경우가 있어 호불호가 갈리는 것 같습니다. 이에 반해 액상형 제품은 블루베리, 체리 맛 등 소비자들에게 친숙한 맛의 제품이 출시되어 인기가 많아지고 있습니다.

Q2. 어떤 소비자가 콜라겐 제품에 관심이 있나요?

주로 미용에 관심이 많은 25세 이상의 여성들이 콜라겐 제품을 대부분 구매합니다. 소득으로 보면 구매력이 있는 중상층의 여성 소비자들이며, 일반 직장인들은 6.18 혹은 11.11 등 중국 연중 대형할인행사 때 많이 구매합니다. 아직까지 남성 소비자들의 관심은 많지 않습니다.

Q3. 콜라겐 제품 판매시 유의할 점이 있나요?

중국 시장에 판매 중인 콜라겐 제품은 대부분 일반 식품으로 분류됩니다. 그 이유는 건강기능식품으로 분류 시 중국길감총국이나 중국상품검역국에서 인증을 받아야 하며 가령 건강식품 인증을 받았더라도 추후에 시장 감독과 모니터링이 엄격해서 유지 및 관리 비용이 많이 들어가기 때문입니다. 더불어 건강기능식품으로 분류가 되어도 제품 기능을 홍보하기 위해서는 건강기능식품 관련 인증서류를 구비하고 인증서류 유효기간을 지켜야 합니다. 인증서류의 유효기간을 초과하는 경우 벌금을 부과 받는 등 제약이 있기 때문에 업체들은 대부분 일반식품으로 판매하고 있습니다.

Q4. 중국에서는 어떤 콜라겐 제품이 인기가 있나요?

중국에서는 스위스웰니스(Swisse wellness)사의 액상콜라겐 제품이 인기가 많습니다. 중국 소비자들은 호주산 건강기능식품 품질을 높게 평가합니다. 또한 샤오홍수(小红书:중국 SNS)에서도 많은 홍보를 하고 있기에 스위스 웰니스의 신뢰도와 인기도가 상승하고 있는 추세입니다. 해당사의 콜라겐 제품은 온라인 채널 판매량도 높습니다.

Q5. 소비자들이 콜라겐 구매 시 가장 중요하게 생각하는 요인은 무엇인가요?

중국 소비자는 콜라겐 구매 시 노화방지효과를 가장 중요시합니다. 이외 요인으로는 브랜드 인지도, 온라인 판매량이 있습니다. 일반적으로 판매량이 높은 제품이 인기가 많고 믿고 따라서 구매하는 편입니다. 중국소비자들은 항상 한국제품들을 애용하며 주로 한국 화장품과 성형기술은 크게 인정을 받고 있으나, 한국산 콜라겐제품은 큰 인지도가 없습니다. 중국시장 성공을 위해서는 브랜드 대행사를 구하는 등 실질적인 노력이 필요합니다.

Interview ② 선양엔치아상무역(沈阳妍琪雅商贸有限公司)

전문가 소속

선양엔치아상무역
(沈阳妍琪雅商贸有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr.Yang
Purchase Manager



11)

선양엔치아상무역 (沈阳妍琪雅商贸有限公司) Purchasing Manager, Mr.Yang

2011년 자본금 10만 위안(170만 원)으로 중국 선양에 설립되어 약 20여년간 영국과 한국·일본에서 생활용품, 바디용품, 스킨케어, 화장품 등을 수입·유통하는 기업으로 중국산 건강식품도 취급하고 있음. 한국 베디베어(Beady bear)의 총대리상이며 약 1,293종의 제품을 판매하며 연간 매출액은 200만 위안(약 3억 4,200만원)임

온라인 채널 중 1688, 선양온라인몰(songyan860821)을 중심으로 유통하고 있으며 오프라인 매장으로도 납품 채널 보유하고 있음. 콜라겐 제품으로는 요로얄(Yoroyal: 颜如玉) 브랜드의 액상 제품을 취급함

11) 사진자료: 1688몰 홈페이지(songyan860821.1688.com)

Q1. 액상형(리퀴드형)콜라겐 제품 수요는 어떠한가요?

최근 소비자들의 건강관리에 관심이 증가하며 콜라겐 제품의 수요도 늘어가는 추세입니다. 저희는 요로얄(YOROYAL;颜如玉) 브랜드의 액상형 콜라겐 제품을 판매중인데, 인기가 좋은 상품입니다. 액상형, 파우더형 및 태블릿형은 각각 장단점이 있으나 그 중 액상형 제품의 판매량이 가장 많습니다. 액상형 제품이 섭취하기 편하고 콜라겐을 먹은 후 즉각적인 효과를 경험할 수 있어서 소비자들이 좋아합니다.

Q2. 액상형 콜라겐 주요 소비자는 누구인가요?

주로 미용에 관심이 많은 25-50세 여성이 콜라겐 제품의 주요 소비자입니다. 20-30대 여성들은 자기관리에 투자를 아끼지 않는 편이고, 30-50대 여성들은 노화방지에 관심이 있어 콜라겐 제품을 구매합니다.

Q3. 액상형 콜라겐의 유통·판매 시 유의할 점이 있나요?

중국 시장에 판매중인 콜라겐 제품은 대부분 일반 식품으로 분류 됩니다. 건강기능식품으로 분류 시 제품기능 홍보할 때 적용되는 규정이 많아 이를 어길 시 패널티를 받을 수 있어 유통업체나 대리상들은 콜라겐을 건강기능식품으로 분류하는 것을 선호하지 않습니다. 건강기능식품에 대한 시장 감독이 엄격하기 때문에 일반 식품으로 분류하는 것이 더 유리합니다.

Q4. 콜라겐 제품 중 가장 인기있는 제품은 무엇인가요?

일본의 판클(FANCL) 및 호주 스위스 웰니스(Swisse wellness) 브랜드는 중국 내에서 인지도가 높고 인기가 많습니다. 중국 소비자들은 일본산 및 호주산 제품을 좋아합니다. 특히 미용 분야에서 일본산 제품과 호주산 제품의 시장에 점유율이 높기에 자연스럽게 판클과 스위스 웰니스 제품이 인기 제품으로 자리매김 했습니다.

Q5. 액상형 콜라겐 구매요인은 어떤것이 있을까요?

콜라겐 제품 구매시 노화방지 효능이 가장 중요하며 그 다음으로는 제품의 인지도와 다른 소비자의 평가도 주요한 요인입니다.

Interview ③ 허페이현쿠상무역유한공사
(合肥炫酷商贸有限公司)

전문가 소속

허페이현쿠상무역유한공사
(合肥炫酷商贸有限公司)
유통업체

전문가 정보

Ms.Ding
Purchasing Manager



12)



허페이현쿠상무역유한공사
(合肥炫酷商贸有限公司)
Purchasing Manager, Ms. Ding

허페이현쿠상무역유한공사¹³⁾는 2013년 안후이성에서 자본금 100만 위안(약 1,700만 원)으로 설립되어 현재까지 약 16년간 운영된 기업임. 건강식품을 전문으로 유통하고 있으며, 콜라겐, 효소, 알로에 캡슐, 프로 폴리스 캡슐, 대두 레시틴 소프트 캡슐 등의 제품을 취급하고 있음. 주요 브랜드는 루미(lumi), 메이아오지앤(美澳健), 오린다(澳琳达) 등이 있으며, 주 유통채널은 중국의 가장 유명한 온라인 매장인 타오바오(Taobao), 티몰(tmall)을 통해 판매하고 있음

12) 사진자료: 타오바오(Taobao) 홈페이지 (xkbjp.world.tmall.com)

13) 자료: 바이두 기업정보(xin.baidu.com)

Q1. 액상형(리퀴드형)콜라겐 제품 수요는 어떤가요?

중국 시장 내 콜라겐 제품 수요는 증가하는 추세지만 이미 다양한 종류의 콜라겐 제품이 출시되어 있습니다. 게다가 최근 가격이 저렴하고 품질도 좋은 중국산 콜라겐 제품도 많아지고 있습니다. 콜라겐 제품 중 분말타입의 콜라겐 제품이 인기가 많지만, 현재 저희 기업의 주력 제품은 액상형입니다. 최근에 출시된 콜라겐 음료는 과일맛으로 섭취가 쉬워 인기가 많습니다.

Q2. 액상형 콜라겐 주요 소비자는 누구인가요?

18-50세 여성들이 미용에 많은 관심을 가지며 콜라겐 제품을 구매하고 있습니다. 특히 젊은 여성들 사이에서 콜라겐 제품에 대한 수요가 많으며, 고소득층 뿐만 아니라 중산층 소비자들도 콜라겐 제품을 구매하기 시작했습니다. 하지만 아직까지는 고소득층의 구매빈도와 재구매율이 일반 소비자보다 뚜렷하게 높은 편입니다.

Q3. 액상형 콜라겐의 유통·판매 시 유의할 점이 있나요?

현재 중국에서는 일반음료제품으로 구분되어 판매되고 있습니다. 일반 음료로 판매하는 것이 규정 및 검역 절차가 까다롭지 않아서 판매량을 확대하는 데에 유리하기 때문입니다. 무엇보다 건강기능식품으로 분류되면 소매가격이 비싸질 수밖에 없으며 자연스레 구매 저하로 이어지기도 합니다.

Q4. 콜라겐 제품 중 가장 인기있는 제품은 무엇인가요?

중국산 제품 중 요로얄(YOROYAL:颜如玉), 탕신배건(汤臣倍健)브랜드가 인기가 많으며 호주 브랜드 스위스웰니스(Swisse Wellness)의 액상형 콜라겐 제품이 유명합니다. 탕신배건(汤臣倍健)은 원래부터 인기가 많았으며 후에 유명 연예인 쯔우쑤(周迅)이 광고모델을 하면서 인지도가 더 높아졌습니다. 호주 스위스웰니스는 미용 분야의 대표적인 브랜드라는 인식과 뛰어난 품질로 소비자 평가가 좋습니다.

Q5. 액상형 콜라겐 구매요인은 어떤것이 있을까요?

소비자는 제품의 노화방지 및 보습 효과를 가장 중요시하며 그 다음으로는 판매량 및 소비자 평가를 참고합니다. 이외에는 샤오홍수(小红书)의 리뷰, 추천내용도 많이 참고하는 편입니다. 더불어 제품 가격도 주요 요인 중 하나입니다.

Interview ④ 선전시풍천수출입유한공사 (深圳市丰天进出口有限公司)

선젠펑티엔수출입유한공사
(深圳市丰天进出口有限公司)

전문가 소속

선젠펑티엔수출입유한공사
(深圳市丰天进出口有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Sun
Purchasing Manager



14)

선젠펑티엔수출입유한공사
(深圳市丰天进出口有限公司)
Purchasing Manager, Ms. sun

선젠펑티엔수출입유한공사는 2014년에 설립되어 수입제품 유통 업체임. 해당 기업은 호주 시드니에 본사가 있으며 뉴질랜드 오클랜드, 홍콩, 선전 등에 지사가 있음. 해당 기업은 건강보조식품인 스위스웰니스(Swisse Wellness)사의 제품, 블랙모어스(Blackmores), 엘스케어(Healthcare), 아기 분유로 유명한 아타밀골드(Aptamil Gold)와 산양분유인 카리케어(Karicare), 오가닉 이유식 벨라미스(Bellamy's) 등의 브랜드를 취급함.

타오바오(taobao), 티몰(tmall), 1688 등 온라인 채널을 통하여 제품을 판매하며 오프라인 채널에서는 수입제품매장 및 슈퍼마켓으로 유통함

14) 사진자료: 1688몰 홈페이지 (fengtiantrade.1688.com)

Q1. 액상형(리퀴드형)콜라겐 제품 수요는 어떤가요?

최근 중국 소비자들의 구매력이 향상되고 있으며 콜라겐과 같은 미용 제품에 대한 수요가 증가하는 추세입니다. 보편적으로 액상형 제품이 인기가 많았으나 현재 중국에서는 스위스 웰니스(Swisse Wellness)의 캡슐과 액상형 제품이 인기가 많습니다. 다만, 미용 제품에 대한 관심이 많아지면서 경쟁 제품도 많이 출시되고 있습니다.

Q2. 액상형 콜라겐 주요 소비자는 누구인가요?

보편적으로 25-35세 여성소비자들이 콜라겐 제품에 대한 관심이 많고 주 소비자입니다. 액상형 콜라겐 제품은 다른 뷰티제품과 비교 시 가격이 합리적인 편이기도 합니다. 중산층 소비자들도 콜라겐 제품 구매를 많이 하는 추세입니다. 중산층의 경우 중국 온라인 대형 판촉대전에 콜라겐 제품을 한꺼번에 많이 구매하는 경향이 있습니다.

Q3. 액상형 콜라겐의 유통·판매 시 유의할 점이 있나요?

제품만 놓고 볼 때 건강기능식품이지만 해외 수입 시 정책면에서 많이 까다롭기 때문에 보통 일반식품으로 수입하는 경우가 많습니다.

Q4. 콜라겐 제품 중 가장 인기있는 제품은 무엇인가요?

현재 중국에서 가장 많이 팔리고 있는 제품은 호주 스위스웰니스(Swisse Wellness), 일본의 판클(FANCL) 및 대만의 루미(LUMI) 콜라겐 음료입니다. 중국시장 내에서 호주산 건강기능식품은 큰 영향력을 가지고 있으며 많은 소비자들은 호주산 제품에 호감도가 높은 편입니다.

Q5. 액상형 콜라겐 구매요인은 어떤 것이 있을까요?

소비자들은 우선적으로 노화방지 기능 및 수분보충 기능을 중시하며 다음으로 브랜드 인지도와 가격이 구매의 주요 요인입니다. 다만 가격이 너무 높으면 구매도가 낮아지기 때문에, 종합적으로 보면 가성비 높은 제품을 선호합니다.

Q6 한국산 콜라겐 제품에 대한 인식은 어떤가요?

한국 콜라겐 제품은 중국시장에서 큰 신뢰와 흡인력을 가지고 있지 않습니다. 한국 콜라겐 제품은 판매량이 많지 않고, 호주나 일본산 다른 수입 브랜드 제품이 인기가 더 많기 때문입니다. 중국 소비자들은 보통 인기가 많은 제품들을 많이 선호하는 편이어서 콜라겐 제품은 시장 내 판매가 쉽지 않을 것으로 보입니다.

Interview ⑤ 선전시 오우성국제무역유한공사
(深圳市澳升国际贸易有限公司)

선전시

오우성국제무역유한공사
(深圳市澳升国际贸易有限公司)

전문가 소속

선전시
오우성국제무역유한공사
(深圳市澳升国际贸易有
限公司)
유통업체

전문가 정보

Ms.Wu
(Sales Manager)



深圳市澳升国际贸易有限公司
SHENZHEN AUSTRALIA LITRE INTERNATIONAL TRADE LIMITED

15)



선전시오우성국제무역유한공사
(深圳市澳升国际贸易有限公司)
Sales Manager Ms.Wu

선전시오우성국제무역유한공사는 2016년 설립되어 건강식품을 전문으로 유통하는 기업으로 50여명의 직원과 2,000㎡ 규모의 창고를 보유하고 있음. 해당 기업은 주로 에이투(A2), 스위스웰니스(Swisse Wellness), 블랙모어스(Blackmores), 바이오아일랜드(Bio Island) 등의 브랜드를 취급함

온라인 채널인 타오바오(Taobao), 티몰(Tmall), 1688 등을 통하여 제품을 판매하고 있으며, 오프라인 채널에서는 수입식품매장으로 유통함

15) 사진자료: 1688 홈페이지 (shop1468567132256.1688.com)

Q1. 액상형(리퀴드형)콜라겐 제품 수요는 어떠한가요?

콜라겐 제품 시장 내에서 액상형 제품이 판매가 많습니다. 중국에서는 호주 스위스웰니스(Swisse Wellness)의 캡슐과 액상형 제품이 가장 판매량이 많습니다. 종합적으로 볼 때 콜라겐 제품 시장은 전망이 좋은 편이기 때문에, 우수한 브랜드의 가성비 좋은 제품들도 많아 질 것으로 보입니다.

Q2. 액상형 콜라겐 주요 소비자는 누구인가요?

20-30세 여성들이 자기관리에 투자를 많이 하고 뷰티에 관심이 많기 때문에 콜라겐을 주로 구매합니다. 고소득층뿐만 아니라 중산층 소비자들도 구매하는 편이며 6.18이나 11.11 온라인 대형 할인 행사 기간에 많이 구입하는 편입니다.

Q3. 액상형 콜라겐의 유통·판매 시 유의할 점이 있나요?

중국에서는 일반음료로 판매되고 있습니다. 건강기능식품의 심사가 매우 엄격하고 까다롭고 제품 홍보 경로 및 판매량이 제한적이라 대행업체들이 일반 식품으로 판매하는 걸 보다 선호합니다. 중국 소비자들은 건강기능식품에 대하여 거부감을 가지고 있는 것 같기도 합니다.

Q4. 콜라겐 제품 중 가장 인기있는 제품은 무엇인가요?

현재 중국에서 가장 잘 팔리고 있는 제품은 호주 스위스웰니스의 제품과 대만 루미(LUMI)의 콜라겐 음료 제품입니다. 제품 품질이 좋으며 두 브랜드의 인지도가 높습니다. 두 제품은 온라인 채널에서도 많은 판매량을 보이고 있습니다, 현재 호주, 일본제품이 중국시장 대부분을 점령하였으나, 중국산 콜라겐제품도 점차 많아지는 추세입니다.

Q5. 액상형 콜라겐 구매요인은 어떤 것이 있을까요?

제품 효능 중에 노화방지 효능을 가장 많이 중요시 합니다. 이외 요인으로는 브랜드 인지도와 가성비를 따지는 편입니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

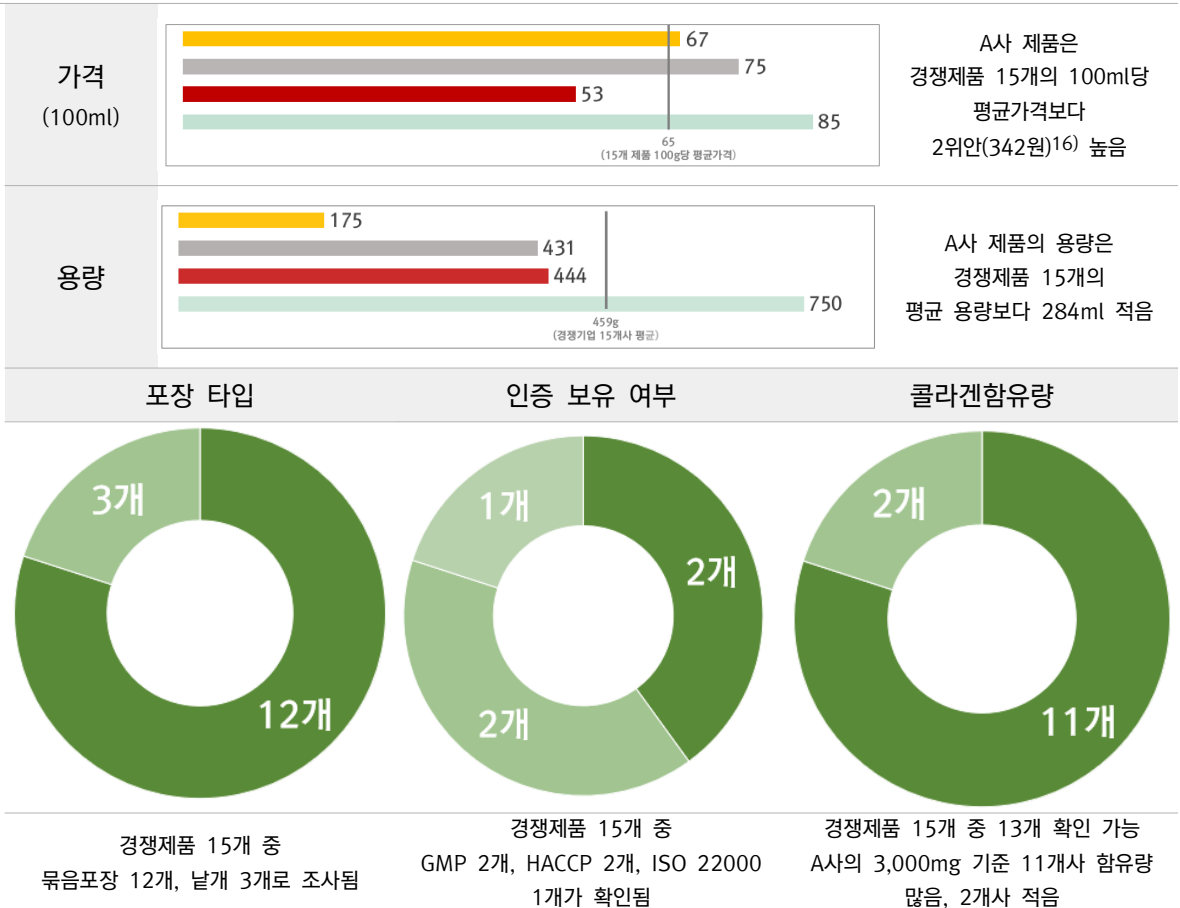
1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

Competitiveness

(경쟁력 파악)

중국(CHINA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사
 ■ 글로벌 수출기업
 ■ 중국 기업
 ■ 한국 기업
 |
 경쟁제품 평균
 경쟁력 평가 의견



중국(CHINA) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	한국 기업, 글로벌 기업 온라인, 오프라인 채널 진출	자사 홈페이지, SNS 플랫폼 페이스북, 인스타그램, 웨이보 등	한국 기업, ‘이너뷰티’ 강조 글로벌 기업, ‘건강함, 원료’ 강조

16) 1위안=170.88원(2019.07.19, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

● **경쟁제품명**

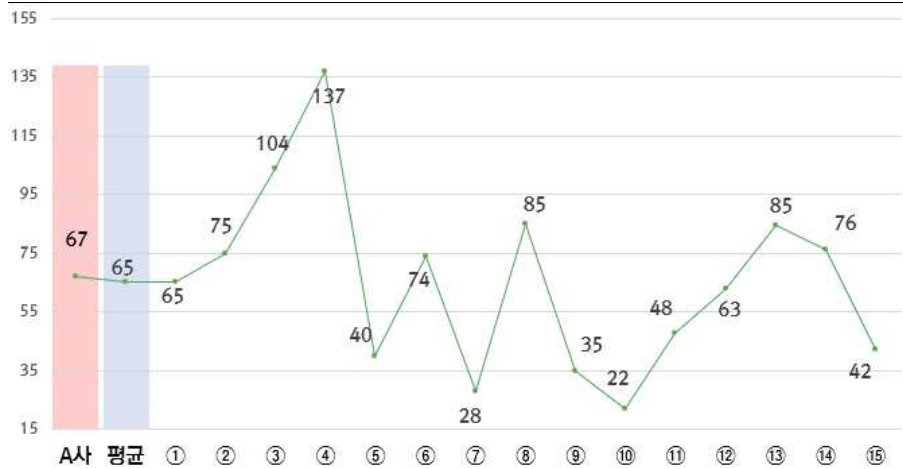
- ①콜라겐 사과맛 드링크
- ②에브리데이 마린 콜라겐
- ③비에라 슈프림 에센스
- ④골든 콜라겐
- ⑤시스템콜라겐
- ⑥텐스 업
- ⑦버드네스트 화이버 드링크
- ⑧슈퍼 콜라겐
- ⑨바이오보르 콜라겐 드링크
- ⑩콜라겐 펩타이드 주스 드링크
- ⑪루미 콜라겐 드링크
- ⑫YEP 콜라겐 드링크
- ⑬비미 콜라겐
- ⑭티에스티 틴시크릿
- ⑮콜라겐 블루베리 드링크

▶ **A사 제품, 평균 100ml 가격 경쟁제품보다 2위안 비싼 가격**

중국에 진출해 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 100ml당 가격을 분석한 결과, 콜라겐 경쟁제품은 평균 65위안(11,107원)에 판매되고 있음. A사의 100ml당 가격은 67위안(11,449원)으로 경쟁제품의 100ml당 평균 가격보다 약 2위안(342원) 높은 것으로 확인됨

[표 3.1] 중국 콜라겐 가격 경쟁력 분석

단위 : 위안/100ml



2) 용량

● **경쟁제품명**

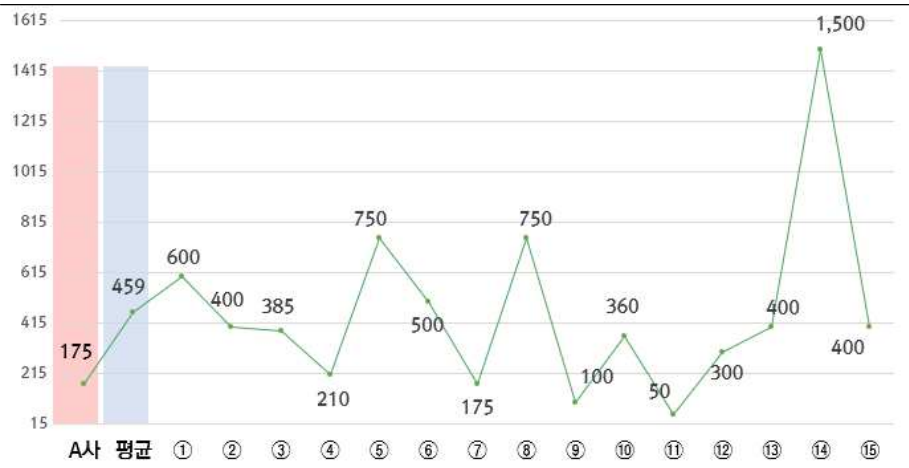
- ①콜라겐 사과맛 드링크
- ②에브리데이 마린 콜라겐
- ③비에라 슈프림 에센스
- ④골든 콜라겐
- ⑤시스템콜라겐
- ⑥텐스 업
- ⑦버드네스트 화이버 드링크
- ⑧슈퍼 콜라겐
- ⑨바이오보르 콜라겐 드링크
- ⑩콜라겐 펩타이드 주스 드링크
- ⑪루미 콜라겐 드링크
- ⑫YEP 콜라겐 드링크
- ⑬비미 콜라겐
- ⑭티에스티 틴시크릿
- ⑮콜라겐 블루베리 드링크

▶ **경쟁제품 평균 용량 458ml, 가장 큰 용량은 1,500ml**

중국에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 평균 용량은 459ml로 A사 제품 대비 284ml 큰 편임. 용량이 가장 큰 제품은 티에스티 틴시크릿 제품으로 용량이 1,500ml(50ml * 30개)이며, 가장 적은 제품은 루미 콜라겐 드링크로 50ml(날개)임

[표 3.2] 중국 콜라겐 용량 경쟁력 분석

단위 : ml

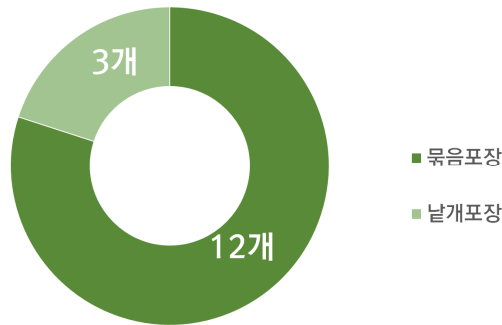


3) 제품 구성 (포장방식)

- ▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 묶음포장 제품
- ▶ 경쟁제품 15개 중 3개, 날개포장 제품

경쟁제품 15개 중 12개 제품이 날개를 종이상자에 묶어 포장하는 방식임. 제품마다 포함되는 날개 제품 수는 상이함. 유리병 혹은 플라스틱으로 된 날개 제품을 종이상자에 묶음으로 포장하는 것이 일반적임. 이외 3개 제품의 경우 날개 제품으로 각각 플라스틱병, 알루미늄병, 유리병으로 포장되어 한 번에 섭취할 수 있는 형식으로 판매되고 있음

[표 3.3] 중국 콜라겐 제품 구성 경쟁력 분석



4) 콜라겐 함유량

● 경쟁제품명

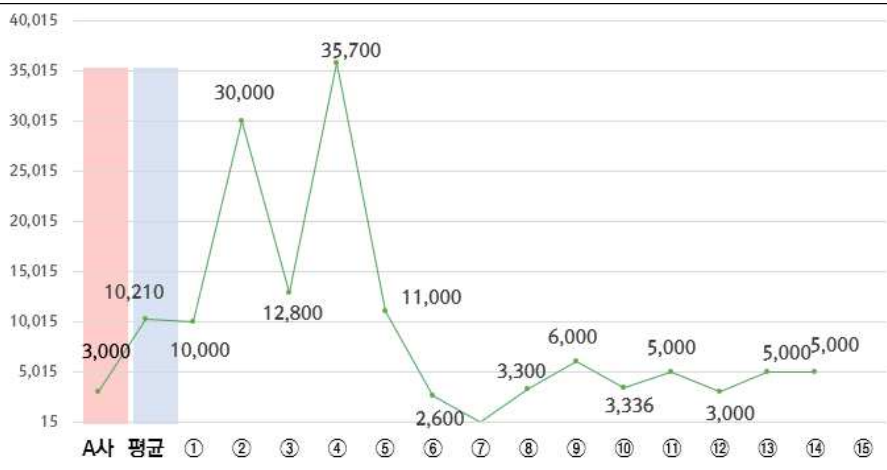
- ①콜라겐 사과맛 드링크
- ②에브리데이 마린 콜라겐
- ③비에라 슈프림 에센스
- ④골든 콜라겐
- ⑤시스템콜라겐
- ⑥텐스 업
- ⑦버드네스트 화이버 드링크
- ⑧슈퍼 콜라겐
- ⑨바이오보르 콜라겐 드링크
- ⑩콜라겐 펩타이드 주스 드링크
- ⑪루미 콜라겐 드링크
- ⑫YEP 콜라겐 드링크
- ⑬비미 콜라겐
- ⑭티에스티 틴시크릿
- ⑮콜라겐 블루베리 드링크

- ▶ 경쟁제품 중 12개, 의외제품보다 콜라겐 함유량 적어

중국 오프라인 매장에서 판매중인 경쟁제품 15개 중 콜라겐 함유량이 조사된 제품은 모두 13개임. 해당 제품들의 콜라겐 평균 함유량은 10,210mg로 확인됨. A사의 콜라겐 함유량은 3,000mg로 경쟁제품 평균이 약 3.2배 많은 것으로 확인됨. 콜라겐이 가장 많이 함유된 제품은 골든콜라겐(35,700mg)으로 호주의 스위스웰니스 제품임

[표 3.4] 중국 콜라겐 함유량 경쟁력 분석

단위 : mg



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사, 오프라인 및 온라인 채널 진출

대표 경쟁기업인 호주의 스위스웰니스와 블랙모어스는 오프라인과 온라인 판매 채널을 모두 보유하고 있음. 올레, 시티슈퍼뿐만 아니라 특히 온라인 채널인 티몰에서 활발하게 판매되고 있는 것이 확인됨. 이외 기업들은 오프라인 채널뿐만 아니라 1688 등에 자사 매장을 운영하며 티몰과 같은 기타 온라인 매장에도 진출한 것으로 확인됨

[표 3.5] 중국 콜라겐 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인					온라인	
	올레	시티슈퍼	알티마트	패밀리마트	지우광	티몰	자사몰
에코라이트바이오텍	-	0	-	-	-	-	0
블랙모어스	0	-	-	-	-	0	0
한국 B사	-	-	-	-	-	0	0
크바이저제약	-	-	0	-	-	0	-
판클	-	-	-	-	0	0	0
스위스웰니스	-	0	-	-	-	0	0

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 4개사, 자사 홈페이지, 다양한 SNS 플랫폼 활발하게 활용하여 제품 홍보

경쟁기업 6개 중 한국 B사, 말레이시아 에코라이트바이오텍과 호주의 블랙모어스, 스위스웰니스는 자사 홈페이지 뿐만 아니라 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 다양한 SNS 플랫폼을 활용하여 브랜드 및 제품을 홍보함. 인스타그램이나 유튜브의 경우 제품 홍보뿐만 아니라 건강한 라이프스타일을 위한 운동가이드, 레시피, 생활 습관 등 다양한 콘텐츠를 제공하여 소비자들에게 다가감

[표 3.6] 중국 콜라겐 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼		
		페이스북	인스타그램	유튜브
에코라이트바이오텍	0	0	0	0
블랙모어스	0	0	0	0
한국 B사	0	0	0	0
크바이저제약	0	-	-	-
판클	0	-	-	-
스위스 웰니스	0	0	0	0

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 콜라겐 효능과 원료를 강조하여 홍보

조사된 경쟁 기업 중 글로벌 기업들은 제품의 정직한 원료 등을 강조하며 주로 건강함, 웰빙, 헬스 등의 키워드를 사용하여 브랜드 및 제품을 홍보하는 모습을 보임. 한국기업 B의 경우 주 타겟인 여성을 대상으로 이너뷰티, 피부미용, 신체 나이 등에 초점을 맞추어 브랜드 및 제품을 홍보함

[표 3.7] 중국 콜라겐 경쟁기업 홍보 문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. FANC (www.fancl-hk.com)
2. Blackmores(www.blackmores.com.au)(www.blackmores.com.cn)
3. Queisser Pharma (www.queisser.com)
4. 1688몰 홈페이지 (www.1688.com)
5. 바이두 기업정보(xin.baidu.com)
6. Ufresh(www.shop17tn1602958r6.1688.com)
7. 타오바오(Taobao) 홈페이지 (xkbjp.world.tmall.com)
8. Taobao(xkbjp.world.tmall.com)
9. 중국통계청(www.stats.gov.cn)
10. Ecolite Biotech(www.ecolite.com.my)
11. World Population Reviess(worldpopulationreview.com)
12. Tmall(tmall.com)
13. Swisse Wellness(swisse.com.au)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.07.26

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right
Reserved. Printed in Korea

