

2020 년

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-13
- 품목 : 건강보조식품(Consumer Health Supplement)
- 국가 : 미얀마 (MYANMAR)
- 구분 : 경쟁력분석형

# Contents

## I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 선정	6
2. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 미얀마 건강보조식품 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

## II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	27
1. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 포지셔닝	28
2. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 현황	29
3. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 분석	31

## III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	38
Interview ① 파타마 그룹(Pahtama Group)	39
Interview ② 캐피탈 하이퍼마켓(Capital Hypermarket)	41
Interview ③ 시티 마트(City Mart)	43
Interview ④ 잔코 슈퍼마켓(Jyanko Supermarket)	45
Interview ⑤ 시티 케어(City Care)	47

## IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	50
1. 제품 경쟁력 검증	51
2. 기업 마케팅 벤치마킹	54
*참고문헌	56

# I. Competitive Product

## SUMMARY

1. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 선정
2. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 포지셔닝
4. 미얀마 건강보조식품 입점 매장 및 경쟁제품 정보



# Competitive Product

(경쟁제품)

## 미얀마(MYANMAR) 건강보조식품 경쟁제품 분석

### 방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	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	한인마트	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	리퀴드샵			아시안마트			

## 미얀마(MYANMAR) 건강보조식품 매장 조사

	간다마 홀세일 (Gandamar Wholesale) (슈퍼마켓)	쉐 오 파마시 (Shwe Ohh Pharmacy) (드럭스토어)	이온 오렌지 슈퍼마켓 (AEON Orange Supermarket) (슈퍼마켓)
전경			
조사 제품	3개	2개	2개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년 오픈한 도매형 슈퍼마켓</li> <li>• 미얀마 내 3개 매장을 보유하고 있으며, 식료품, 의약품 등 다양한 제품을 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2013년 오픈한 드럭스토어</li> <li>• 미얀마 내 8개의 매장을 보유하고 있으며, 주로 의약품을 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2004년 오픈한 슈퍼마켓</li> <li>• 미얀마 내 5개의 매장을 보유하고 있으며, 식품, 의약품, 소비재 등을 판매</li> </ul>
	오션 슈퍼 센터 (Ocean Super Center) (하이퍼마켓)	캐피탈 하이퍼 마켓 (Capital Hyper Market) (하이퍼마켓)	시티몰 온라인 (Citymall Online) (온라인 몰)
전경			
조사 제품	2개	1개	5개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2006년 오픈한 하이퍼마켓</li> <li>• 미얀마 내 3개의 매장을 보유하고 있으며, 식품, 의약품, 소비재 등을 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년에 오픈한 하이퍼마켓</li> <li>• 미얀마 내 4개의 매장을 보유하고 있으며, 식품, 의약품, 소비재 등을 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미얀마 온라인 쇼핑몰로 식료품, 음료, 과일, 아기용품, 뷰티 용품, 건강 식품 등 다양한 상품을 판매</li> </ul>

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 미얀마(MYANMAR) 건강보조식품<sup>1)</sup> 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준  
· 오프라인 매장 입점 제품

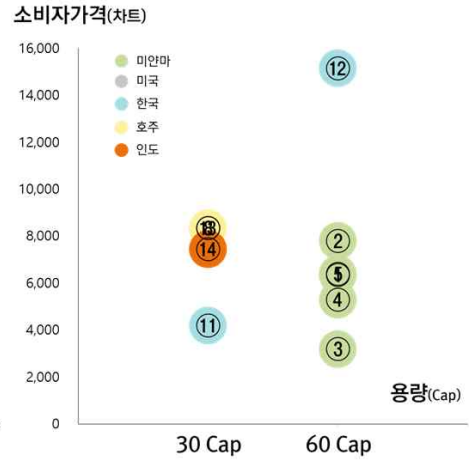
경쟁제품 분류 기준  
· 경쟁제품 소비자가격  
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준  
· X축 : 용량(ml, cap)  
· Y축 : 단위가격(차트)

〈음료 형태 제품〉



〈캡슐 형태 제품〉



## 미얀마(MYANMAR) 건강보조식품 경쟁제품 분석

원산지	경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류	가격 <sup>3)</sup>	제품 형태	포장형태		용량
					외포장	내포장	
미얀마	① 이뮤진 내추럴 아답토젠 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	홍삼	6,350차트 (5,156원)	캡슐	종이상자	블리스터	60 Cap
	② 소야민 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	콩	7,800차트 (6,333원)	캡슐	종이상자	플라스틱병	60 Cap
	③ 이뮤노플렉스 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	식물추출물	3,200차트 (2,598원)	캡슐	종이상자	블리스터	60 Cap
	④ 컴플리텍 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	식물추출물	5,300차트 (4,303원)	캡슐	종이상자	플라스틱병	60 Cap
	⑤ 가노칸 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	식물추출물	6,400차트 (5,196원)	캡슐	종이상자	플라스틱병	60 Cap
싱가포르	⑥ 에센스 오브 차킨 워드 진생 엑스탁 허브 식스 피스 (브랜드스 월드)	홍삼	8,300차트 (6,739원)	음료 (농축액)	종이상자	플라스틱병	252 ml
	⑦ 버드 네스트 진생 앤 락 슈가 (트루라이프)	홍삼	46,200차트 (37,510원)	음료 (농축액)	종이상자	유리병	420 ml
미국	⑧ 오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)	홍삼	8,350차트 (6,779원)	캡슐	종이상자	블리스터	30 Cap
한국	⑨ 코리안 진생 드링크 워드 루트 (B사)	홍삼	4,500차트 (3,654원)	음료 (추출액)	종이상자	플라스틱병	120 ml
	⑩ 코리안 레드 진생 드링크 (B사)	홍삼	7,500차트 (6,089원)	음료 (추출액)	종이상자	파우치	210 ml
	⑪ 홀타민 진생 (C사)	홍삼	4,200차트 (3,410원)	캡슐	종이상자	블리스터	30 Cap
	⑫ 코리안 레드 진생 (D사)	홍삼	15,150차트 (12,300원)	캡슐	알루미늄상자	블리스터	60 Cap
호주	⑬ 진소민 (메가 라이프사이언스)	홍삼	8,350차트 (6,779원)	캡슐	종이상자	블리스터	30 Cap
인도	⑭ 리바이탈 (선 파머슈티칼 인더스트리스)	홍삼	7,450차트 (6,049원)	캡슐	종이상자	블리스터	30 Cap
말레이시아	⑮ 버드 네스트 플러스 아메리칸 진생 (바이오팩트 라이프)	홍삼	5,600차트 (4,547원)	음료 (농축액)	종이상자	유리병	75 ml

(\*) 현지 판매 홍삼 건강보조식품 경쟁제품 15개 분석

1) 건강보조식품 중 홍삼, 콩, 식물추출물 등을 주요 원료로 한 제품을 경쟁제품으로 선정하여 조사함

3) 1차트= 0.8119원(2020.02.12., 익스체인지레이트(Exchange-rates)의 환율 기준 적용)

## 1. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 선정

### ▶ 선정 기준 ①: 현지산 혹은 수입산 제품

- 현지산 제품: 제품의 원산지가 미얀마인 제품
- 수입산 제품: 제품의 원산지가 미얀마 이외의 국가인 제품

### ▶ 선정 기준 ②: 오프라인 및 온라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(\*) 5개 채널: 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale), 쉘 오 파마시(Shwe Ohh Pharmacy), 이온 오렌지 슈퍼마켓(AEON Orange Supermarket), 오션 슈퍼 센터(Ocean Super Center), 캐피탈 하이퍼 마켓(Capital Hyper Market)

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(\*) 1개 채널: 시티몰 온라인(Citymall Online)

[표 1.1] 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 성분		유형별 매장 입점 여부	
	현지산	수입산	오프라인	온라인
① 이뮤진 내추럴 아담토텐 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	○		○ (이온 오렌지 슈퍼마켓)	
② 소야민 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	○		○ (캐피탈 하이퍼 마켓)	
③ 이뮤노플렉스 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	○			○ (시티몰 온라인)
④ 컴플리텍 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	○			○ (시티몰 온라인)
⑤ 가노칸 (페임 파머슈티칼 인더스트리)	○			○ (시티몰 온라인)
⑥ 에센스 오브 차진 위드 진생 엑스프라 허브 식스 피스 (브랜드스 월드)		○ (싱가포르)		○ (시티몰 온라인)
⑦ 버드 네스트 진생 앤 락 슈가 (트루라이프)		○ (싱가포르)		○ (시티몰 온라인)
⑧ 오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)		○ (미국)	○ (오션 슈퍼 센터)	
⑨ 코리아 진생 드링크 위드 루트 (B사)		○ (한국)	○ (간다마 홀세일)	
⑩ 코리아 레드 진생 드링크 (B사)		○ (한국)	○ (간다마 홀세일)	
⑪ 홀타민 진생 (C사)		○ (한국)	○ (쉐 오 파마시)	
⑫ 코리아 레드 진생 (D사)		○ (한국)	○ (이온 오렌지 슈퍼마켓)	
⑬ 진소민 (메가 라이프사이언스)		○ (호주)	○ (쉐 오 파마시)	
⑭ 리바이탈 (선 파머슈티칼 인더스트리스)		○ (인도)	○ (오션 슈퍼 센터)	
⑮ 버드 네스트 플러스 아메리칸 진생 (바이오펙트 라이프)		○ (말레이시아)	○ (간다마 홀세일)	

(\*) 현지 판매 건강보조식품 경쟁제품 15개 분석

## 2. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 제품 가격

- 온·오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격

### ▶ 조사 지표 ② 제품 용량(ml, cap)

- 경쟁제품의 형태에 따른 용량
  - ※ 경쟁제품의 형태가 음료인 경우 ml, 캡슐인 경우 캡슐의 개수(Cap)으로 조사함

### ▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 경쟁제품의 주요 원료에 따라 제품을 분류
  - 홍삼<sup>4)</sup>: 제품의 주요 원료가 인삼, 홍삼인 제품
  - 콩: 제품의 주요 원료가 콩인 제품
  - 식물추출물: 제품의 주요 원료가 식물추출물인 제품

### ▶ 조사 지표 ④ 제품 형태

- 경쟁제품의 형태
  - 음료: 제품을 액체 형태로 가공한 제품. 추출물 및 농축액 제품을 포함함
  - 캡슐: 제품을 캡슐 형태로 가공한 제품

### ▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질
  - ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외포장 형태와 내포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외포장)
  - 종이상자: 종이 재질의 상자에 제품을 포장한 것
  - 알루미늄상자: 알루미늄 재질의 상자에 제품을 포장한 것
- 포장 형태(내포장)
  - 유리병: 유리 소재의 병 용기에 내용물을 포장한 것
  - 플라스틱병: 플라스틱 소재의 병 용기에 내용물을 포장한 것
  - 파우치: 라미네이트 또는 플라스틱 소재의 주머니 형태로 내용물을 포장한 것
  - 블리스터: 플라스틱 시트와 알루미늄 소재로 내용물을 포장한 것

### ▶ 조사 지표 ⑥ 주요 인증 내역

- 경쟁제품이 보유한 인증 내역

4) 본 보고서에서는 경쟁제품의 주요 원료가 인삼인 경우에도, 홍삼제품으로 분류하여 정리함

- ▶ 조사 지표 ⑦ 유통기한
  - 경쟁제품의 유통기한
- ▶ 조사 지표 ⑧ 원산지
  - 경쟁제품의 원산지
- ▶ 조사 지표 ⑧ 주요 원료 및 첨가물
  - 경쟁제품에 포함된 원료 및 첨가물

[표 1.2] 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의	
	소비자 판매 가격	경쟁제품의 소비자 판매 가격	
	제품 용량(ml, Cap)	경쟁제품의 형태에 따른 용량	
제품 종류	홍삼	인삼, 홍삼을 주원료로 한 제품	
	콩	콩을 주원료로 한 제품	
	식물추출물	식물추출물을 주원료로 한 제품	
제품 형태	음료	액체 형태로 가공한 제품	
	캡슐	캡슐 형태로 가공한 제품	
포장 형태	외포장	종이상자	종이 재질의 상자
		알루미늄 상자	알루미늄 재질의 상자
	내포장	유리병	유리 소재의 병 용기
		플라스틱병	플라스틱 소재의 병 용기
		파우치	라미네이트 또는 플라스틱 소재의 주머니 형태
블리스터	플라스틱 시트와 알루미늄 소재로 밀봉한 형태		
	주요 인증 내역	제품이 보유한 주요 인증	
	유통기한	제품의 유통기한	
	원산지	제품의 원산지	
	주요 원료 및 첨가물	제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물	



### 3. 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(경쟁기업)

- ① 이뮤진 내추럴 아답토젠 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ② 소야민 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ③ 이뮤노플렉스 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ④ 컴플리텍 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ⑤ 가노칸 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ⑥ 에센스 오브 치킨 위드 진생 엑스타라 허브 식스 피스 (브랜드스 월드)
- ⑦ 버드 네스트 진생 앤 락 슈가 (트루라이프)
- ⑧ 오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)
- ⑨ 코리안 진생 드링크 위드 루트 (B사)
- ⑩ 코리안 레드 진생 드링크 (B사)
- ⑪ 홈타민 진생 (C사)
- ⑫ 코리안 레드 진생 (D사)
- ⑬ 진소민 (메가 라이프사이언스)
- ⑭ 리바이탈 (선 파머슈티칼 인터스트리스)
- ⑮ 버드 네스트 플러스 아메리칸 진생 (바이오팩트 라이프)

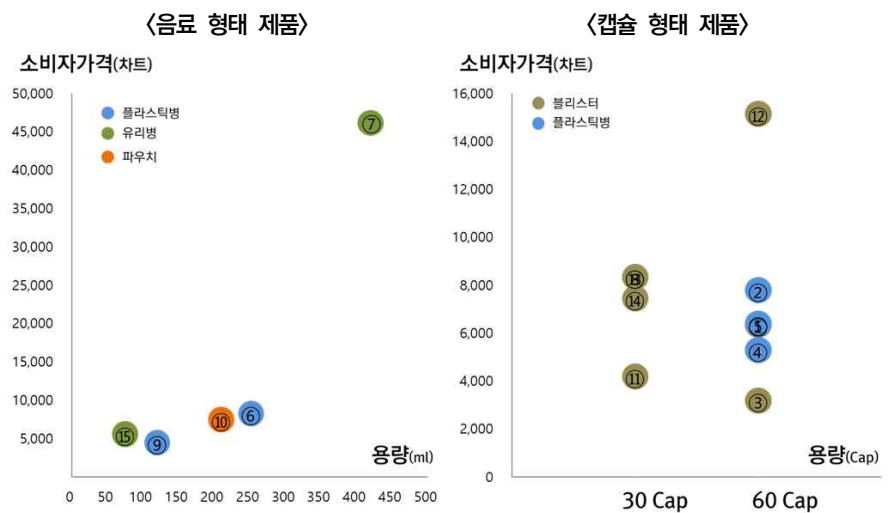
#### ▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품, 수입산 보다 현지산이 저렴

미얀마 오프라인 매장에서 조사된 경쟁제품 15개의 제품은 제품의 형태에 따라 음료 형태 제품과 캡슐 형태 제품으로 구분됨. 조사된 음료 형태의 제품은 15개 경쟁제품 중 음료 형태의 제품은 5개, 캡슐 형태의 제품은 10개로 확인됨. 음료제품 5개의 평균 소비자 판매가격은 14,420차트(11,708원), 캡슐제품 10개의 평균 가격은 7,255차트(5,890원)으로 확인됨. 각 제품 형태에 따른 원산지별 가격은 음료제품의 경우 싱가포르산이 27,250차트(22,124원), 한국산 6,000차트(4,871원), 말레이시아산 5,600차트(4,547원)으로 확인됨. 캡슐제품의 경우 한국산 9,675차트(7,855원), 미국산 8,350차트(6,779원), 호주산 8,350차트(6,779원), 인도산 7,450차트(6,049원), 미얀마산 5,810차트(4,717원)로 확인됨

#### ▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품, 플라스틱병 내포장 형태 제품이 가장 저렴

조사된 15개 경쟁제품의 내포장 형태는 제품의 형태에 따라, 음료제품은 플라스틱병, 유리병, 파우치로 구분될 수 있으며, 캡슐제품은 블리스터와 플라스틱병으로 구분됨. 음료제품 5개의 내포장 형태는 플라스틱병 2개, 유리병 1개, 파우치 1개로 확인되었으며, 캡슐제품 10개의 내포장 형태는 블리스터 7개, 플라스틱병 3개로 확인됨. 각 제품 형태에 따른 내포장 형태별 가격은 음료제품의 경우 유리병 25,900차트(21,028원), 파우치 7,500차트(6,089원), 플라스틱병 6,400차트(5,196원)으로 조사됨. 캡슐제품의 경우 블리스터 7,579차트(6,153원), 플라스틱병 6,500차트(5,277원)으로 확인됨

[표 1.3] 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 미얀마 건강보조식품 경쟁제품 15개 분석

#### 4. 미얀마 건강보조식품 입점 매장 및 경쟁제품 정보

##### 방문지역 주요 정보<sup>6)</sup>

미얀곤 타운십	· 인구('14): 19만 명 · 면적: 27.0 제곱 킬로미터
탐웨 타운십	· 인구('09): 254만 명 · 면적: 44.1 제곱 킬로미터
다곤 타운십	· 인구('14): 2.5만 명 · 면적: 4.7 제곱 킬로미터
따깨따 타운십	· 인구('20): 32만 명 · 면적: 13.0 제곱 킬로미터

##### ▶ 미얀마 양곤시 4개 타운십, 방문지역으로 선정

현지 경쟁제품 조사를 위하여 미얀마에서 가장 큰 도시이자 옛 수도인 양곤(Yangon)시를 조사 대상 지역으로 선정함. 다양한 경쟁제품을 조사하기 위하여 인구, 지역 등을 고려하여 4개의 타운십(Township)<sup>5)</sup>을 방문지역으로 선정함. 우선 양곤시 북쪽 지역에 위치하고 외국인의 거주 비율이 높은 미얀곤(Mayangone) 타운십을 방문지역으로 선정함. 다음으로 양곤시의 동쪽 중심부에 위치하고 있으며, 다양한 상업시설들이 있는 탐웨(Tamwe) 타운십을 방문지역으로 선정함. 또한, 해외 기업들의 투자가 이어지며 경제 중심지로 성장 중인 따깨따(Thakayta) 타운십을 선정하였으며, 마지막으로 시내 외곽에 위치한 다곤(Dagon) 타운십을 방문지역으로 선정함

##### ▶ 슈퍼마켓, 드럭스토어, 하이퍼마켓 총 5곳 오프라인 매장 방문

경쟁제품을 조사하기 위하여 방문지역으로 선정된 4개 타운십에 위치하고 있는 슈퍼마켓, 드럭스토어, 하이퍼마켓을 방문함. 경쟁제품 조사를 위하여 미얀곤 타운십에 위치한 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale), 탐웨 타운십에 위치한 쉘 오 파마시(Shwe Ohh Pharmacy)와 이온 오렌지 슈퍼마켓(AEON Orange Supermarket), 다곤 타운십에 위치한 오션 슈퍼 센터(Ocean Super Center), 따깨따에 위치한 캐피탈 하이퍼 마켓(Capital Hyper Market)을 방문함. 이외에 현지인들이 많이 이용하고 있는 온라인 매장인 시티몰 온라인(Citymall Online)에서 경쟁제품들을 조사함

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : 구글맵(Google Maps)

5) 타운십(Township)은 한국의 '구(區)'에 해당하는 행정구역을 지칭하는 단어

6) 자료: 미얀마 양곤시 개발 위원회(YCDC, Yangon City Development Committee) 홈페이지(www.ycdc.gov.mm)

## Shop ① 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale)

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
도매형 슈퍼 마켓으로  
식품, 의약품, 소비자  
제품을 주로 판매하며 한국  
제품도 취급하고 있음
- 매장 주변 특징:  
방문 매장은 미얀마 양곤의  
와이자안다로와 간다마로의  
모퉁이에 위치한 인기있는  
시장에 위치함. 해당 매장은  
외국인이 많이 거주하고  
있음. 근처에 레스토랑과  
식품점 등 다양한  
편의시설이 위치함
- 주요 고객층:  
현지인, 지역 주민, 외국인

브랜드 기본 정보 <sup>11)</sup>	 <p>간다마 홀세일은 2015년에 설립된 미얀마의 슈퍼마켓으로 미얀마에 3개의 매장을 보유하고 있음. 도매형 슈퍼마켓으로 식품, 의약품, 소비자 제품 등 다양한 제품을 취급하고 있으며, 한국 제품도 판매하고 있음</p>		
	조사 제품 수 : 3개		
매장 정보 <sup>12)</sup>			
	도시(지역) 양곤시 위치 상세주소	Corner of Waizayandar Road and Gandamar Road	
매장 내부 전경 <sup>13)</sup>	매장 내부 전경		
			
건강보조식품 판매 정보	판매 건강보조식품 정보		
	 <p>버드 네스트 플러스 아메리칸 진생 (바이오팩트 라이프)</p>	 <p>코리안 진생 드링크 워드 루트 (B사)</p>	 <p>코리안 레드 진생 드링크 (B사)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료

11) 사진 자료: 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale) 페이스북 ([www.facebook.com/pg/gandamarwholesale](http://www.facebook.com/pg/gandamarwholesale))

12) 사진 자료: 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale) 페이스북 ([www.facebook.com/pg/gandamarwholesale](http://www.facebook.com/pg/gandamarwholesale))

13) 사진 자료: 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale) 페이스북 ([www.facebook.com/pg/gandamarwholesale](http://www.facebook.com/pg/gandamarwholesale))



제품명 (영어)	버드 네스트 플러스 아메리칸 진생 (Bird's Nest +American Ginseng)		
제조사 (영어)	바이오팩트 라이프 (BioFact Life Sdn.Bhd)	용량(ml)	75
제품 종류	홍삼	제품 형태	음료 (농축액)
가격	5,600차트 (4,547원)	포장 형태	외포장 종이상자
		내포장	유리 병
원산지	말레이시아	유통기한	3년
인증 정보	ISO 22000		
주요 원료 및 첨가물	새 둥지, 설탕, 미국산 인삼		



제품명 (영어)	코리안 진생 드링크 워드 루트 (Korean Ginseng Drink with root)		
제조사 (영어)	B사	용량(ml)	120
제품 종류	홍삼	제품 형태	음료 (추출액)
가격	4,500차트 (3,654원)	포장 형태	외포장 종이상자
		내포장	플라스틱병
원산지	한국	유통기한	3년
인증 정보	FDA, GMP		
주요 원료 및 첨가물	홍삼 농축물, 인삼 뿌리, 정제수, 설탕, 구연산, 소금, 벤조산 나트륨 (보존제), 인삼 향, 비타민 B1, 니코틴 아미드		



제품명 (영어)	코리아 레드 진생 드링크 (Korean Red Ginseng Drink)		
제조사 (영어)	B사	용량(ml)	210
제품 종류	홍삼	제품 형태	음료 (추출액)
가격	7,500차트 (6,089원)	포장 형태	외포장 종이상자
		내포장	파우치
원산지	한국		
인증 정보	FDA, GMP		
주요 원료 및 첨가물	홍삼 농축물, 인삼 뿌리, 정제수, 설탕, 구연산, 소금, 벤조산 나트륨 (보존제), 인삼 향, 비타민 B1, 니코틴 아미드		

## Shop ② 쉐 오 파마시(Shwe Ohh Pharmacy)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형: 드럭스토어</li> <li>· 판매 제품 특징: 의약품과 한국산 제품을 판매하고 있음</li> <li>· 매장 주변 특징: 해당 매장은 탐웨타운십에 위치한 드럭스토어로 양곤 동쪽 지방의 중심부에 위치해 있음. 주변에 은행, 음식점, 편의점, 전자제품 판매점, 미용실 등이 있음</li> <li>· 주요 고객층: 현지인, 지역 주민</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보<sup>15)</sup></b></p> 	<p>쉐 오 파마시는 2013년에 오픈한 양곤의 드럭스토어로 미안마 내 8개 매장을 보유하고 있음. 한국산 제품을 포함하여 주로 의약품을 판매 중에 있음</p> <p>조사 제품 수 : 2개</p>				
	<p><b>매장 정보<sup>16)</sup></b></p>  	<p><b>위치</b></p> <table border="1"> <tr> <td>도시(지역)</td> <td>양곤시</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>51 Kyun Taw Rd</td> </tr> </table>	도시(지역)	양곤시	상세주소	51 Kyun Taw Rd
도시(지역)	양곤시					
상세주소	51 Kyun Taw Rd					
	<p><b>매장 내부 전경<sup>17)</sup></b></p>  	<p><b>매장 내부 전경</b></p>				
	<p><b>건강보조식품 판매 정보</b></p>  	<p><b>판매 건강보조식품 정보</b></p> <table border="1"> <tr> <td>진소민 (메가 라이프사이언스)</td> <td>홀타민 진생 (C사)</td> </tr> </table>	진소민 (메가 라이프사이언스)	홀타민 진생 (C사)		
진소민 (메가 라이프사이언스)	홀타민 진생 (C사)					

사진 자료: 현지 조사원 자료

15) 사진 자료: 쉐 오 파마시(Shwe ohh pharmacy) 홈페이지(shwe-ohh-pharmacy-wai-za-yan-tar-branch.business.site)

16) 사진 자료: 쉐 오 파마시(Shwe ohh pharmacy) 홈페이지(shwe-ohh-pharmacy-wai-za-yan-tar-branch.business.site)

17) 사진 자료: 쉐 오 파마시(Shwe ohh pharmacy) 페이스북 (www.facebook.com/pg/shweohhpharmacy/)



제품명 (영어)	진소민 (Ginsomin)		
제조사 (영어)	메가 라이프사이언스 (Mega Lifesciences)	용량(cap)	30
제품 종류	홍삼	제품 형태	캡슐
가격	8,350차트 (6,779원)	포장 형태	외포장: 종이상자 내포장: 블리스터
원산지	호주	유통기한	2년
인증 정보	FDA		
주요 원료 및 첨가물	멀티 비타민, 미네랄, 한국 인삼 추출물		



제품명 (영어)	홈타민 진생 (Homtamin Ginseng)		
제조사	C사	용량(cap)	30
제품 종류	홍삼	제품 형태	캡슐
가격	4,200차트 (3,410원)	포장 형태	외포장: 종이상자 내포장: 블리스터
원산지	한국	유통기한	3년
주요 원료 및 첨가물	한국 인삼 추출물		

### Shop ③ 이온 오렌지 슈퍼마켓 (AEON Orange Supermarket)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형: 슈퍼마켓</li> <li>· 판매 제품 특징: 음식, 의약품, 소비자 제품 등을 판매하고 있음</li> <li>· 매장 주변 특징: 미얀마 동쪽의 중심부에 위치하고 있는 해당 매장은 인근에 2개의 버스 정류장이 있어 접근성이 용이함. 매장 인근에는 병원, 공원, 음식점, 카페 등이 위치하고 있음</li> <li>· 주요 고객층: 현지인, 지역 주민</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보<sup>18)</sup></b></p> 	<p>이온 오렌지는 2004년 설립된 슈퍼마켓으로 미얀마에 총 5개의 매장을 보유하고 있음. 주로 식품, 의약품, 소비자 제품 등을 취급하고 있으며, 다수의 한국산 제품들도 판매 중에 있음</p> <p><b>조사 제품 수 : 2개</b></p>
<p><b>매장 정보<sup>19)</sup></b></p>	<p><b>매장 정보<sup>19)</sup></b></p> 	<p><b>도시(지역)</b> 양곤시</p> <p><b>위치 상세주소</b> AEON Orange HQ, No.15-18, Thmain Bayan Rd, Myinttar Yeik Mon Housing, Tammwe Township</p>
<p><b>매장 내부 전경<sup>20)</sup></b></p>	<p><b>매장 내부 전경<sup>20)</sup></b></p> 	<p><b>매장 내부 전경</b></p> 
<p><b>건강보조식품 판매 정보</b></p>	<p><b>건강보조식품 판매 정보</b></p> 	<p><b>판매 건강보조식품 정보</b></p>  <p><b>코리안 레드 진생 (D사)</b></p> <p><b>이뮤진 내추럴 아답토젠 (페임 파머슈티칼 인더스트리)</b></p>

사진 자료: 현지 조사원 자료

18) 사진 자료: 이온 오렌지 슈퍼마켓(Aeon Orange Supermarket) 페이스북 ([www.facebook.com/AEON-Orange](http://www.facebook.com/AEON-Orange))

19) 사진 자료: 이온 오렌지 슈퍼마켓(Aeon Orange Supermarket) 페이스북 ([www.facebook.com/AEON-Orange](http://www.facebook.com/AEON-Orange))

20) 사진 자료: 이온 오렌지 슈퍼마켓(Aeon Orange Supermarket) 페이스북 ([www.facebook.com/AEON-Orange](http://www.facebook.com/AEON-Orange))





제품명 (영어)	코리안 레드 진생 (Korean Red Ginseng)		
제조사 (영어)	D사	용량(cap)	60
제품 종류	홍삼	제품 형태	캡슐
가격	15,150차트 (12,300원)	포장 형태	외포장 알루미늄 상자 내포장 블리스터
원산지	한국	유통기한	3년
인증 정보	ISO 9001:2008, GMP		
주요 원료 및 첨가물	홍삼 뿌리, 홍삼 꼬리, 대두 오일, 팜유, 밀납, 영지 버섯 추출물, 폴리소르베이트, 녹용 추출물, 로열 젤리 파우더, 티아민 하이드로클로라이드 등		



제품명 (영어)	이뮤진 내추럴 아답토텐 (Immugin Natural Adaptogen)		
제조사	페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fare Pharmaceuticals Industry)	용량(cap)	60
제품 종류	홍삼	제품 형태	캡슐
가격	6,350차트 (5,156원)	포장 형태	외포장 종이상자 내포장 블리스터
원산지	미얀마	유통기한	3년
인증 정보	ISO 9001:2015, OHSAS 18001:2007, GMP, 유기농		
주요 원료 및 첨가물	물, 밀 맥아, 보리 맥아, 흙 추출물, 효모		

### Shop ④ 오션 슈퍼 센터(Ocean Super Center)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 하이퍼마켓</li> <li>· 판매 제품 특징 : 음식, 의약품, 소비자 제품 등을 판매함</li> <li>· 매장 주변 특징 : 해당 매장은 1층에 식당가를 보유하고 있는 쇼핑센터로, 고객들은 편안하게 쇼핑과 식사가 한 건물 내에서 가능함</li> <li>· 주요 고객층 : 현지인, 지역 주민</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보<sup>21)</sup></b></p>  <p>오션 슈퍼 센터는 하이퍼마켓으로 2006년 설립, 현재 미얀마에 총 3개의 매장을 보유하고 있음. 해당 센터는 식품과 의약품, 소비자 제품 등을 판매하고 있으며, 다수의 한국 제품을 취급하고 있음</p>				
<p><b>매장 정보<sup>22)</sup></b></p>	<p>조사 제품 수 : 2개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p><b>위치</b></p> <table border="1"> <tr> <td>도시(지역)</td> <td>양곤시</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>Corner of Shwe Gone Daing Street and Corner of Banyardala Street</td> </tr> </table>	도시(지역)	양곤시	상세주소	Corner of Shwe Gone Daing Street and Corner of Banyardala Street
도시(지역)	양곤시				
상세주소	Corner of Shwe Gone Daing Street and Corner of Banyardala Street				
<p><b>매장 내부 전경</b></p>	<p>매장 내부 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>				
<p><b>건강보조식품 판매 정보</b></p>	<p>판매 건강보조식품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <table border="1"> <tr> <td>리바이탈 (선 파머슈티칼 인더스트리스)</td> <td>오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)</td> </tr> </table>	리바이탈 (선 파머슈티칼 인더스트리스)	오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)		
리바이탈 (선 파머슈티칼 인더스트리스)	오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)				

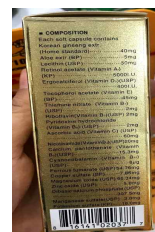
사진 자료: 현지 조사원 자료

21) 사진 자료: 오션 슈퍼 센터(Ocean Super Center) 페이스북 (ko-kr.facebook.com)

22) 사진 자료: 오션 슈퍼 센터(Ocean Super Center) 페이스북 (ko-kr.facebook.com)



제품명 (영어)	리바이탈 (Revital)		
제조사 (영어)	선 파머슈티칼 인더스트리스 (Sun Pharmaceutical Industries)	용량(cap)	30
제품 종류	홍삼	제품 형태	캡슐
가격	7,450차트 (6,049원)	포장 형태	외포장 종이상자
		내포장	블리스터
원산지	인도	유통기한	2년
주요 원료 및 첨가물	인삼 추출물, 비타민, 미네랄		



제품명 (영어)	오라민-지 (Oramin-G)		
제조사 (영어)	퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이 (Pacific Pharmaceuticals USA)	용량(cap)	30
제품 종류	홍삼	제품 형태	캡슐
가격	8,350차트 (6,779원)	포장 형태	외포장 종이상자
		내포장	블리스터
원산지	미국	유통기한	3년
인증 정보	WHO, GMP		
주요 원료 및 첨가물	천연 한국 인삼 추출물, 알로에 추출물, 멀티비타민, 미네랄		

### Shop ⑤ 캐피탈 하이퍼 마켓(Capital Hyper Market)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 하이퍼마켓</li> <li>· 판매 제품 특징 : 음식, 의약품, 소비자 제품 등을 판매함</li> <li>· 매장 주변 특징 : 해당 매장은 따깨따 타운십 중심에 위치하고 있으며, 해당 지역에 거주하는 사람들은 물론 인근 지역 주민들까지 많이 방문하고 있음. 넓은 주차장과 매장 내 푸드코트를 보유하고 있음</li> <li>· 주요 고객층 : 현지인, 지역 주민, 외국인</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보<sup>23)</sup></b></p>  <p>캐피탈 하이퍼 마켓은 2008년 설립, 현재 미얀마에 총 6개의 매장을 보유하고 있음. 음식, 의약품, 소비자 제품 등 다양한 제품을 판매하고 있으며, 다수의 한국 제품을 취급하고 있음</p>
	<p>조사 제품 수 : 1개</p>
<p><b>매장 정보<sup>24)</sup></b></p>	 
<p><b>위치</b></p>	<p>도시(지역) : 양곤 상세주소 : 14E Min Nandar Rd</p>
<p><b>매장 내부 전경<sup>25)</sup></b></p>	<p><b>매장 내부 전경</b></p>  
<p><b>건강보조식품 판매 정보</b></p>	<p><b>판매 인삼 제품 정보</b></p>  <p>소아민 (페임 파머슈티칼 인터스트리)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료

23) 사진 자료: 캐피탈 하이퍼 마켓(Capital Hyper Market) 페이스북 (p.facebook.com/capitalhypermarket)

24) 사진 자료: 시티 가이드(City guide) 홈페이지(www.cityguide.com.mm), 캐피탈 다이아몬드 스타 그룹(Capital diamond star group) 홈페이지(www.cdsg.com.mm)

25) 사진 자료: 저스트 다이얼(Just dial) 홈페이지(www.justdial.com)



제품명 (영어)	소야민 (Soyamin)		
제조사 (영어)	페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceuticals Industry)	용량(cap)	60
제품 종류	콩	제품 형태	캡슐
가격	7,800차트 (6,333원)	포장 외포장	종이상자
		형태 내포장	플라스틱병
원산지	미얀마	유통기한	3년
인증 정보	ISO 9001:2015, OHSAS 18001:2007, GMP		
주요 원료 및 첨가물	대두 추출물, 대두 이소플라본		

## Shop ⑥ 시티몰 온라인(Citymall Online)

### 매장 정보

- 유형 : 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징 :  
 식료품, 음료, 간식, 과일,  
 채소, 술, 아기 용품, 뷰티  
 용품, 건강 식품, 가정 용품,  
 사무 용품, 책, 전자 제품  
 등을 판매하는 온라인  
 쇼핑몰임
- 주요 고객층 :  
 현지인, 외국인

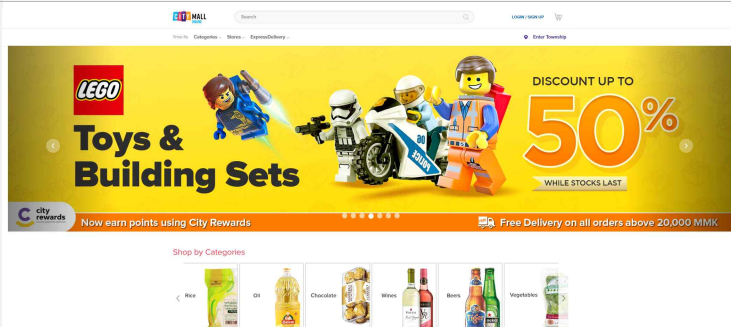
### 브랜드 기본 정보



미얀마 현지인들은 물론 외국인들을 대상으로  
 식료품, 음료, 간식, 과일, 채소, 사무 용품 등  
 다양한 제품들을 판매하고 있음

조사 제품 수 : 5개

### 기업 정보



본사 위치  
 위치

No.1-11, Padonmar Stadium (East Wing), Bagaya  
 Street, Sanchaung Township, Yangon, Myanmar

온라인 주소

citymall.com.mm/citymall/en/

### 판매 건강보조식품 정보

### 건강보조식품 판매 정보



에센스 오브 차킨 우드 진생  
 엑스트라 허브 식스 피스  
 (브랜드스 월드)



버드 네스트 진생  
 앤 락 슈가  
 (트루라이프)



이뮤노플렉스  
 (페임 파머슈티칼  
 인더스트리)



컴플리텍  
 (페임 파머슈티칼 인더스트리)



가노칸  
 (페임 파머슈티칼 인더스트리)

사진 자료: 시티몰 온라인(Citymall Online) 홈페이지



26)



제품명 (영어)	에센스 오브 치킨 워드 진생 엑스타라 허브 식스 피스 (Essence Of Chicken With Ginseng X-Tra Herbs 6 Pieces)		
제조사 (영어)	브랜드스 월드 (Brand's World)	용량(ml)	252
제품 종류	홍삼	제품 형태	음료 (농축액)
가격	8,300차트 (6,739원)	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 플라스틱병
원산지	싱가포르		
주요 원료 및 첨가물	치킨 진액, 아메리칸 인삼, 감초, 캐러멜		



제품명 (영어)	버드 네스트 진생 앤 락 슈가 (Bird's Nest Ginseng & Rock Sugar)		
제조사 (영어)	트루라이프 (TruLife)	용량(ml)	420
제품 종류	홍삼	제품 형태	음료 (농축액)
가격	46,200차트 (37,510원)	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 유리 병
원산지	싱가포르		
주요 원료 및 첨가물	프리미엄 새 둥지, 미국 인삼, 암당 솔루션		

26) 사진 자료: 시티몰 온라인(Citymall Online) 홈페이지(citymall.com.mm/citymall/en), 해피프레쉬(HappyFresh) 홈페이지(www.happyfresh.com)



제품명 (영어)	이뮤노플렉스 (Immunoplex)		
제조사 (영어)	페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceuticals Industry)	용량(Cap)	60
제품 종류	식물추출물	제품 형태	캡슐
가격	3,200차트 (2,598원)	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 블리스터
원산지	미얀마	인증 정보	GMP, 유기농
주요 원료 및 첨가물	마늘 추출물, 영지 추출물, 울금 추출물, 엠블릭열매 추출물, 감초 뿌리 추출물, 여주 추출물, 노니 추출물, 생강 추출물, 들꿩, 인삼		



제품명 (영어)	컴플리텍 (Completec)		
제조사 (영어)	페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceuticals Industry)	용량(Cap)	60
제품 종류	식물추출물	제품 형태	캡슐
가격	5,300차트 (4,303원)	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 플라스틱병
원산지	미얀마	인증 정보	GMP, 유기농
주요 원료 및 첨가물	마늘 추출물, 심황 추출물, 블루베리 추출물, 암라, 토마토, 아보카도, 당근, 시금치, 브로콜리		





제품명 (영어)	가노칸 (Ganocan)		
제조사 (영어)	페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceuticals Industry)	용량(Cap)	60
제품 종류	식물추출물	제품 형태	캡슐
가격	6,400차트 (5,196원)	포장 형태	외포장 내포장 증이상자 플라스틱병
원산지	미얀마	인증 정보	GMP, 유기농
주요 원료 및 첨가물	영지 분말		

## II. Competitor

### SUMMARY

1. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 포지셔닝
2. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 현황
3. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 분석



# Competitor

(경쟁기업)

## 미얀마(MYANMA)

건강보조식품 경쟁기업  
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류

- 수제 건강보조식품 제조 여부

경쟁사 포지셔닝

- X축 : 국적
- Y축 : 동일품목 수



## 미얀마(MYANMA)

건강보조식품 경쟁기업 분석

기업국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
미얀마	페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceutical Industry)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 폐경 전후 여성을 위한</li> <li>· 식물성 에스트로겐 보충제</li> <li>· 항산화 및 노화 방지</li> <li>· 항 콜레스테롤 및 심장병 예방</li> </ul>	103개
미국	퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이 (Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· “건강한 몸을 위해 오메가를 마시자”</li> <li>· 모든 연령대의 남성, 여성에 활기를 줌</li> <li>· 첨단 기술로 제조한, 천연 인삼, 비타민과 미네랄이 함유된 약초</li> <li>· 매일 아침, 또는 의사의 지시에 따라 복용 가능</li> </ul>	3개
싱가폴	브랜드스 월드 (Brand's World)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중년 이상을 위한 제품</li> <li>· 스트레스가 많은 직장인을 위한 제품</li> <li>· 노화에 의한 기억 장애를 위한 제품</li> <li>· 백년된 잎이 노화에 의한 기억력 개선에 기여</li> <li>· 미국 인삼이 혈액 순환 개선에 기여</li> <li>· 고유한 맛을 내기 위해 고온에서 적절하게 생산되며 밀폐 시스템으로 안전하게 제작됨</li> <li>· 모든 병은 신선하고 깨끗한, 고품질 제품임</li> </ul>	4개
	폴리 메디칼 컴퍼니 (Poli Medical Company Pte Ltd)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 프리미엄 퀄리티의 제비집 고향탕</li> <li>· 100% 진짜 순수 제비집</li> <li>· 인공 보존제, 향료 또는 색소 함유하지 않음</li> <li>· 최고의 맛과 질감</li> <li>· 임신한 여성 또는 산모/신생아, 어린이, 성장하는 10대/소화가 어려운 노인/피로 또는 소화 장애를 겪는 사람/오랜 병환을 겪고 회복하는 사람에게 적합함</li> </ul>	2개
한국	B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홍삼액에 인삼 한뿌리 통째로</li> <li>· 기름진 밭에서 오랜 기간 동안 자연 햇살과 좋은 양분을 충분히 받아 자랐습니다.</li> <li>· 인삼의 잔뿌리 하나에도 정성과 세월의 기다림이 담겨 있습니다.</li> <li>· 혈액순환 강화, 술 마신 뒤 빠른 회복, 몸살회복, 면역력 증가</li> </ul>	2개
	D사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홍삼+영지+녹용</li> </ul>	1개

(\*) 현지 판매 건강보조식품 제조기업 6개사 분석

## 1. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 포지셔닝

### ▶ 대표 경쟁기업으로 현지기업 1개, 글로벌기업 3개, 한국기업 2개사 선정

현지 오프라인 매장 및 온라인 매장에서 확인된 경쟁제품 15개의 제조기업 10개사 중 조사된 경쟁제품의 수와 기업 국적, 기업 규모를 기준으로 경쟁기업 6개를 선정함. 조사 제품 수를 기준으로 오프라인 매장 및 온라인 매장에서 2개 이상의 제품이 조사된 미얀마 기업 페임 파커슈티칼 인터스트리(Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd)와 한국 기업 B사를 경쟁기업으로 선정함. 그리고 오프라인 매장과 온라인 매장에서 제조사의 국적과 기업 규모를 고려하여 각 2개의 경쟁기업을 선정함. 오프라인 매장 조사 제품의 경우 미국 기업 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이(Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)와 한국기업 D사를 경쟁기업으로 선정했으며, 온라인 매장 조사 제품은 싱가포르기업인 브랜드스 월드(Brand's World)와 폴리메디칼 컴퍼니(Poli Medical Company Pte Ltd)를 경쟁기업으로 선정함. 그 결과, 현지기업 1개사, 미국 기업 1개사와 싱가포르기업 2개사, 그리고 한국기업 2개사가 대표 경쟁기업으로 선정됨

### ▶ 경쟁기업 6개사, 식물 추출물을 사용한 건강보조식품 동일품목 수 조사

미얀마에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 건강보조식품 중 식물추출물 제품의 수를 조사한 결과, 페임 파커슈티칼 인터스트리의 동일품목수가 가장 많은 것으로 확인됨. 페임 파커슈티칼 인터스트리 주로 식물성분을 활용하여 건강보조식품을 제조하는 기업으로 동일품목의 제품은 103개이며, 다른 경쟁기업의 동일품목 수와는 큰 격차를 보임. 다음으로 4개 제품이 확인된 브랜드스 월드의 동일품목 제품 수가 많았으며, 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이의 동일품목 제품이 3개, 싱가포르기업인 폴리 메디칼 컴퍼니와 한국기업 B사의 동일품목 제품이 각 2개임. 한국기업 D사의 경우, 홍삼추출물을 활용한 다양한 제품을 판매하고 있지만 미얀마에 진출한 것으로 확인된 제품은 1개임

[표 2.1] 미얀마 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	동일품목 수
페임 파머슈티칼 인터스트리 (Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd )	미얀마	103개
퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이 (Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)	미국	3개
브랜드스 월드 (Brand's World)	싱가폴	4개
폴리 메디칼 컴퍼니 (Poli Medical Company Pte Ltd)	싱가폴	2개
B사	한국	2개
D사	한국	1개

자료 : 미얀마 진출 건강보조식품 제조기업 6개사 분석 결과

## 2. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 6개사 중 2개사, 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출 나머지 4개사, 오프라인 매장과 온라인 매장 중 한 개 채널 진출

경쟁기업 6개사 중 오프라인 매장과 온라인 매장에 모두 진출한 기업은 페임 파머슈티칼 인터스트리(Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd), 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이(Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)임. B사와 D사의 경우, 오프라인 매장에서 경쟁제품이 확인되었지만 온라인 매장의 진출 여부가 확인되지 않음. 오프라인 매장에서 B사와 D사임. 4개사의 경쟁제품이 확인된 오프라인 매장은 하이퍼마켓 매장인 캐피탈 하이퍼마켓(Capital Hyper market)과 오션 슈퍼센터(Ocean Super Ceter), 슈퍼마켓 매장인 간다마 홀세일즈(Gandamar Wholesales), 이온 오렌지 슈퍼마켓(AEON Orange Supermarket)임. 경쟁기업의 제품이 조사된 온라인 매장은 시티몰 온라인(City Mal Onlinel), 샵(Shop), 알고47(rgo47)이며, 브랜드스 월드(Brand's World)와 폴리 메디칼 컴퍼니(Poli Medical Company Pte Ltd)는 온라인 매장 진출만 확인됨. 페임 파머슈티칼 인터스트리와 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이는 자사 온라인몰을 운영하는 것으로 확인되었으며, 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이는 미얀마 공식 유통사의 자사 온라인 몰을 통해 미얀마 시장에 전용 온라인 채널을 확보함



▲ 미얀마 공식 유통사인 에이에이 메디칼(AA Medical)의 SNS를 통해 제품을 홍보하는 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이

자료: 에이에이 메디칼 페이스북

### ▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

미얀마 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, B사와 D사를 제외한 4개사가 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 모두 홍보 채널로 활용하는 것으로 확인됨. 자사 홈페이지는 6개사 모두 운영하고 있으며, 페임 파머슈티칼 인터스트리와 브랜드스 월드 2개사는 현지 홈페이지를 운영함. SNS 플랫폼의 경우 B사와 D사를 제외한 4개사가 현지 SNS플랫폼을 활용하는 것으로 확인되었으며, 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이는 미얀마 공식 유통사의 SNS 플랫폼을 기업과 제품을 홍보하는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘섭취 대상’ 또는 ‘효능’을 강조하여 홍보

미얀마 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 ‘섭취 대상’과 ‘효능’을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. ‘폐경 전후 여성을 위한’, ‘모든 연령대의 남성과 여성’, ‘중년 이상을 위한 제품’ 등의 홍보 문구를 통해 제품의 주요 섭취 대상자를 제시함. 또한, ‘스트레스가 많은 직장인’, ‘노화에 의한 기억 장애’ ‘피로 또는 소화 장애를 겪는 사람’ 등의 문구로 제품의 필요성을 강조하거나, ‘항산화 및 노화 방지’, ‘혈액순환 강화’ 등 제품의 효능을 강조하는 홍보 문구를 주로 사용하는 것으로 확인됨

[표 2.2] 미얀마 건강보조식품 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
페임 파머슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd )	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 캐피탈 하이퍼 마켓</li> <li>- 이온 오렌지 슈퍼마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>폐경 전후 여성을 위한</li> <li>식물성 에스트로겐 보충제</li> <li>항산화 및 노화 방지</li> <li>항 콜레스테롤 및 심장병 예방</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시티몰 온라인</li> <li>- 샵</li> <li>- 알고47</li> </ul> </li> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 (현지)</li> <li>- 페이스북</li> </ul>	
퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이 (Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오션 슈퍼 센터</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“건강한 몸을 위해 오메가를 마시자”</li> <li>모든 연령대의 남성, 여성이 몸에 활기를 주기 위해 복용</li> <li>첨단 기술로 제조한, 천연 인삼, 비타민과 미네랄이 함유된 약초</li> <li>매일 아침, 또는 의사의 지시에 따라 복용 가능</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시티몰 온라인</li> <li>- 에이에이 메디칼 온라인몰</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 (현지)</li> <li>- 페이스북 (에이에이 메디칼)</li> <li>- 유튜브 (에이에이 메디칼)</li> </ul>	
브랜드스 월드 (Brand's World)	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시티몰 온라인</li> <li>- 샵</li> <li>- 알고47</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>중년이상을 위한 제품</li> <li>스트레스가 많은 직장인을 위한 제품</li> <li>노화에 의한 기억 장애를 위한 제품</li> <li>백년된 잎이 노화에 의한 기억력 개선에 기여</li> <li>미국 인삼이 혈액 순환 개선에 기여</li> <li>고유한 맛을 내기 위해 고온에서 적절하게 생산되며 밀폐 시스템으로 안전하게 제작됨</li> <li>모든 병은 신선하고 깨끗한, 고품질 제품임</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 (현지)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 트위터</li> <li>- 라인</li> </ul>	
폴리 메디칼 컴퍼니 (Poli Medical Company Pte Ltd)	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시티몰 온라인</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프리미엄 퀄리티의 제비집 고품량</li> <li>100% 진짜 순수 제비집</li> <li>인공 보존제, 향료 또는 색소 함유하지 않음</li> <li>최고의 맛과 질감</li> <li>임신한 여성 또는 산모/산생아, 어린이, 성장하는 10대/소화가 어려운 노인/피로 또는 소화 장애를 겪는 사람/오랜 병환을 겪고 회복하는 사람에게 적합함</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS플랫폼 (현지)</li> <li>- 페이스북</li> </ul>	
B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 간다마 홀세일즈</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>홍삼액에 인삼 한뿌리 통째로</li> <li>기름진 밭에서 오랜 기간 동안 자연 햇살과 좋은 양분을 충분히 받아 자랐습니다.</li> <li>인삼의 잔뿌리 하나에도 정성과 세월의 기다림이 담겨 있습니다.</li> <li>혈액순환 강화, 술 마신 뒤 빠른 회복, 몸살회복, 면역력 증가</li> </ul>
D사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이온 오렌지 슈퍼마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>홍삼+영지+녹용</li> </ul>

자료 : 미얀마 진출 건강보조식품 제조기업 6개사 분석 결과

### 3. 미얀마 건강보조식품 경쟁기업 분석

#### 동일품목 종류

① 유로크러쉬



② 컴플리텍



③ 스피루갈릭



④ 로열젤리



⑤ 비폴렌



⑥ 이뮤노플렉스



⑦ 하노키올



자료: 페임 파커슈티칼 인더스트리 홈페이지

#### ① 페임 파커슈티칼 인더스트리(Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd )

기업 기본 정보	기업명	페임 파커슈티칼 인더스트리 (Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd)	
	홈페이지	www.famepharma.com	
	위치	No. 20, Mingyi Mahar Min Gaung Road, Industrial Zone (3),Hlaing Thar Yar City of Industry, 11401, Yangon, 미얀마	
기업 진출 채널	직원 수	약 400명	
	규모 <sup>27)</sup>	동일품목 수	103개
	설립년도	1994년	

기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 캐피탈 하이퍼 마켓, 이온 오렌지 슈퍼마켓		제품명	소아민(Soyamin)
			용량	60 Cap
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 시티몰 온라인, 샵, 알고47, 자사 홈페이지		가격	7,800차트 (6,333원)
			제품 종류	콩
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 시티몰 온라인, 샵, 알고47, 자사 홈페이지		제품명	소아민(Soyamin)
			용량	60 Cap
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 시티몰 온라인, 샵, 알고47, 자사 홈페이지		가격	7,450차트 (6,049원)
			제품 종류	콩

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(현지)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 자사온라인 쇼핑몰과 연결</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북)</li> <li>- 자사 제품 홍보</li> <li>- 기업 이슈 및 판매 할인 정보 공유</li> </ul>
-------------	--	--

기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>폐경 전후 여성을 위한</li> <li>식물성 에스트로겐 보충제</li> <li>항산화 및 노화 방지</li> <li>항 콜레스테롤 및 심장병 예방</li> </ul>
-------------	--	--

사진자료: 페임 파커슈티칼 인더스트리 홈페이지, 시티몰

27) 1차트= 0.8119원 (2020.02.12., 익스체인지레이트(Exchange-rates) 기준 적용)

동일품목 종류

① 오라민 에프



② 진코판




자료: 에이에이 메디칼 온라인몰29)  
(미안마 공식 유통사)

② 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이(Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)

기업 기본 정보	기업명	퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이 (Pacific Pharmaceuticals USA Inc.)
	홈페이지	www.pacificpharmausa.com
	위치	11380 7th Street,Rancho Cucamonga, CA 91730, 미국
	규모	설립년도 2012년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 오션 슈퍼 센터		제품명	오라민-지 (Oramin_G)
			용량	30 Cap
	〈온라인 매장〉 시티몰 온라인, 에이에이 메디칼28) 온라인몰		제품명	오라민-지 파이브 타블렛 (Oramin-G 5 Tablets)
			용량	30 Cap
			가격	8,350차트 (6,779원)
			제품 종류	홍삼

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>제품 및 기업 소개</li> <li>진출 국가별 유통사 정보 제공</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브)</li> <li>에이에이 메디칼 페이스북: 제품 소개</li> <li>에이에이 메디칼 유튜브: 제품 홍보 영상 공유</li> </ul>
-------------	--	---

홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>자연산 한국 인삼 추출물</li> <li>알로에 추출물</li> <li>멀티 비타민</li> <li>미네랄</li> <li>“건강한 몸을 위해 오메가를 마시자”</li> <li>모든 연령대의 남성, 여성이 몸에 활기를 주기 위해 복용</li> <li>첨단 기술로 제조한, 천연 인삼, 비타민과 미네랄이 함유된 약초</li> <li>매일 아침, 또는 의사의 지시에 따라 복용 가능</li> </ul>
-------	--	---

사진자료: 시티몰 온라인, 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이 홈페이지, 에이에이 메디칼 온라인몰

28) 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이의 미안마 공식 유통사

29) 자료: 에이에이 메디칼 온라인몰(AA Medical Products LTD) (www.onlineshop.aa.com.mm)



동일품목 종류

① 베타프룬티프스(음료)



② 진(음료)



③ 버드스네스트 워드  
아메리칸 진생 앤  
슈가프리(음료)

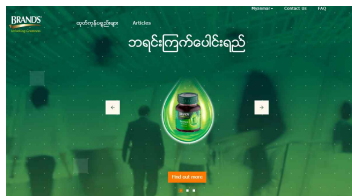


자료: 브랜드스 월드 미안마  
홈페이지

③ 브랜드스 월드(Brand's World)

기업 기본 정보	기업명	브랜드스 월드(Brand's World)		
	홈페이지	www.brandsworld.com.sg(본사) www.brandsworld.com.mm(현지)		
	위치	BRAND'S Suntory Asia, 18 Cross Street #12-01/08 China Square Central Singapore 048423, 싱가포르		
규모	설립년도	1820년		
	동일품목 수	4개		
기업 진출 채널	제품명	에센스 오브 차킨 워드 진생 엑스트라 허브 식스 피스 (Essence Of Chicken With Ginseng X-Tra Herbs 6 Pieces)		
	용량	252 ml (42ml*6개)		
	가격	8,300차트 (6,739원)		
	제품 종류	홍삼		

기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(현지)
- 자사 제품 소개
- 기업 소개
- 건강 정보 공유
- SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 라인)
- 트위터와 라인: 연락처의 기능
- 페이스북: 제품 홍보 및 할인 정보 공유, 제품 구매 기능

홍보 문구



- 중년이상을 위한 제품
- 스트레스가 많은 직장인을 위한 제품
- 노화에 의한 기억 장애를 위한 제품
- 백년된 잎이 노화에 의한 기억력 개선에 기여
- 미국 인삼이 혈액 순환 개선에 기여
- 고유한 맛을 내기 위해 고온에서 적절하게 생산되며 밀폐 시스템으로 안전하게 제작됨
- 모든 병은 신선하고 깨끗한, 고품질 제품임

사진자료: 브랜드스 월드 미안마 홈페이지, 시티몰 온라인

●  
동일품목 종류

① 트루라이프 허벌 시스템 디톡스



자료: 시티몰 온라인

④ 폴리 메디칼 컴퍼니(Poli Medical Company Pte Ltd)

기업 기본 정보	기업명	폴리 메디칼 컴퍼니 (Poli Medical Company Pte Ltd)		
	홈페이지	www.polimedical.com.sg		
	위치	65 Sims Avenue #08-07 Yi Xiu Factory Building , 387418 싱가포르		
	규모	동일품목 수	2개	
기업 진출 채널 <sup>30)</sup>	〈온라인 매장〉 시티몰 온라인		제품명	버드 네스트 진생 앤 락 슈가 (Bird's Nest Ginseng & Rock Sugar)
			용량	420 ml (70ml*6개)
			가격	46,200차트 (37,510원)
		제품 종류	홍삼	

기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 및 제품 소개
- 진출 국가별 유통사 정보 제공
- 품질 관리 정보 제공
- SNS 플랫폼(브랜드 페이스북-현지)
- 제품 소개 및 홍보 영상 공유

홍보 문구



- 프리미엄 퀄리티의 제비집 고품량
- 100% 진짜 순수 제비집
- 인공 보존제, 향료 또는 색소 함유하지 않음
- 최고의 맛과 질감
- 임신한 여성 또는 산모/신생아, 어린이, 성장하는 10대/소화가 어려운 노인/피로 또는 소화 장애를 겪는 사람/오랜 병환을 겪고 회복하는 사람에게 적합함

사진자료: 트루라이프 미얀마 페이스북 페이지, 시티몰 온라인, 트루라이프 홈페이지

30) 트루라이프 브랜드의 미얀마 페이스북 페이지에 따르면, 트루라이프 제품은 미얀마 H&B 매장인 시티케어(CityCare)매장에서 판매되고 있음

동일품목 종류

① 코리안 레드 진생 드링크



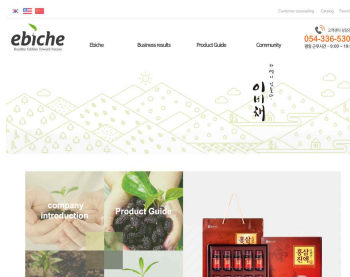
자료: 현지조사원

⑤ B사

기업명		B사	
기업 기본 정보	위치	경상북도 영천시	
	규모	동일품목 수 <sup>31)</sup>	2개
		설립년도	2000년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 간다마 홀세일즈	제품명	코리안 진생 드링크 워드 루트 (Korean Ginseng Drink with Root)
		용량	120ml
		가격	4,500차트 (3,654원)
		제품 종류	홍삼

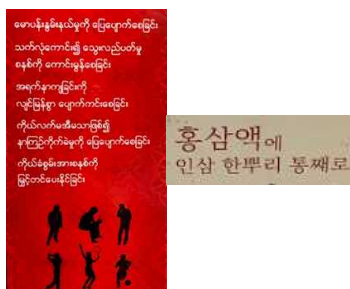


기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 및 제품 소개(홍삼 제품 11개<sup>32)</sup>)
- 제품 및 기업 인증, 등록 정보 제공

홍보 문구



- 홍삼액에 인삼 한뿌리 통째로
- 기름진 밭에서 오랜 기간 동안 자연 햇살과 좋은 양분을 충분히 받아 자랐습니다.
- 인삼의 잔뿌리 하나에도 정성과 세월의 기다림이 담겨 있습니다.
- 혈액순환 강화, 술마신 뒤 빠른 회복, 몸살회복, 면역력 증가

사진자료: B사 글로벌 홈페이지

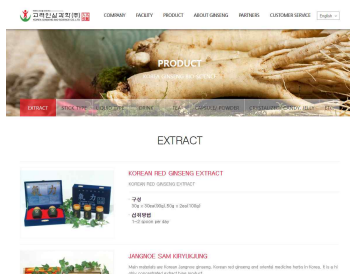
31) 조사일 기준(2020년 2월 13일) 검색 가능한 미안파 온라인 진출 정보는 확인되지 않으며, 오프라인 매장에서 확인된 2개 제품을 동일품목으로 조사함. B사 제품은 전시회를 통해 미안파 시장에 진출한 것으로 확인됨

32) B사 글로벌 홈페이지에 소개된 제품 중 홍삼 제품의 개수를 조사함. 단 B사의 온라인 진출 정보가 확인 되지 않아 미안파 시장에 동일한 제품이 진출되었는 지 알 수 없음

⑥ D사

기업 기본 정보	기업명	D사	
	위치	경기도 파주시	
	규모	동일품목 수	1개
		설립년도	1998
기업 진출 채널	제품명	코리아 레드 진생 (Korean Red Ginseng)	
	〈오프라인 매장〉 이온 오렌지 슈퍼마켓	용량	60 Cap
		가격	15,150차트 (12,300원)
	제품 종류	홍삼	

기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 및 시설(공장, 생산 시설, R&D) 소개
- 제품 소개(홍삼 제품 43개<sup>33)</sup>)
- 인삼에 대한 정보 제공

홍보 문구



- 홍삼+영지+녹용

사진자료: D사 글로벌 홈페이지, 현지조사원

33) D사 글로벌 홈페이지에 소개된 제품 중 홍삼 추출물이 함유된 제품의 개수를 조사함. 단 D사의 온라인 진출 정보가 확인 되지 않아 미안 마 시장에 동일한 제품이 진출되었는지 알 수 없음

## III. Buyer Interview

### SUMMARY

Interview ① 파타마 그룹(Pahtama Group)

Interview ② 캐피탈 하이퍼마켓  
(Capital Hypermarket)

Interview ③ 시티 마트(City Mart)

Interview ④ 잔코 슈퍼마켓  
(Jyanko Supermarket)

Interview ⑤ 시티 케어(City Care)

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

**미얀마 (MYANMAR)**  
건강보조식품 바이어 인터뷰  
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정  
· 식품 수입유통업체 ○  
· 건강보조식품 취급 경험 ○

	파타마 그룹 (Pahtama Group)	캐피탈 하이퍼마켓 (Capital Hypermarket)	시티 마트 (City Mart)	젠코 슈퍼마켓 (Jyanko Supermarket)	시티케어 (City Care)
업체	수입유통업체	수입유통업체	소매업체	소매업체	소매업체
건강 보조식품 취급					
	건강보조식품	건강보조식품	건강보조식품	건강보조식품	건강보조식품

사진자료: 파타마(Pahtama), 캐피탈하이퍼마켓(Capital Hypermarket), 시티마트(City Mart), 시티케어(City Care) 홈페이지

**미얀마(MYANMAR)**  
건강보조식품 바이어 인터뷰

아사	파타마 그룹 (Pahtama Group) 수입유통업체	캐피탈 하이퍼마켓 (Capital Hypermarket) 수입유통업체	시티 마트 (City Mart) 소매업체	젠코 슈퍼마켓 (Jyanko Supermarket) 소매업체	시티케어 (City Care) 소매업체
41) 35달러 (41,444원) 제품 가격	현지 시장에서 판매하기에 <b>비싼 가격대</b>	현지 시장에서 판매하기에 <b>비싼 가격대</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>비싼 편</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>매우 비쌌</b>	제품 형태를 고려하더라도 <b>비싼 가격대</b>
200g 제품 용량	소비자들은 <b>200g의</b> 적은 용량을 선호함	제품 대부분이 <b>3개월분의</b> 용량	<b>60정</b> 용량을 제품을 취급함	<b>100정</b> 의 용량의 제품을 취급함	<b>30정</b> 용량을 제품을 취급함
분말 제품 형태	<b>분말, 액체</b> 형태의 제품을 취급함	소비자들은 <b>캡슐, 알약</b> 형태를 선호	소비자들은 <b>캡슐, 알약</b> 형태를 선호	<b>캡슐, 알약</b> 형태의 제품을 취급함	소비자들은 <b>캡슐, 알약</b> 형태를 선호

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

41) 1달러=1,184.10원(2020.02.12.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ① 파타마 그룹(Pahtama Group)



42)

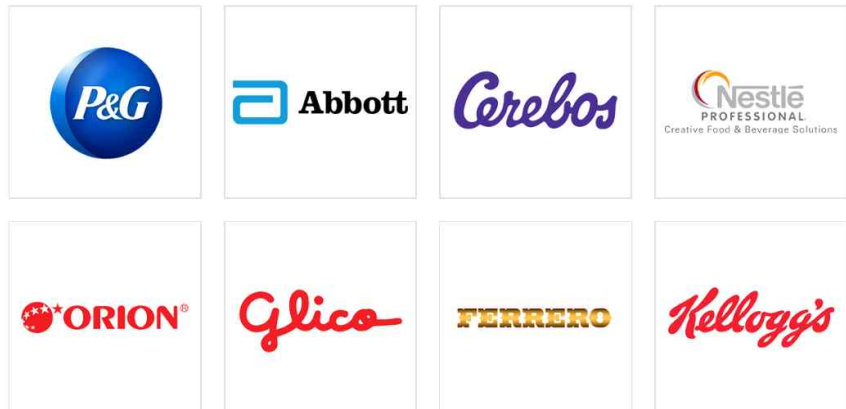
파타마 그룹  
(Pahtama Group)

전문가 소속

파타마 그룹  
(Pahtama Group)  
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Than  
(Business Department)



### 파타마 그룹(Pahtama Group) Business Department, Ms. Than

파타마그룹은 1997년에 설립된 수입유통업체로, 제품의 수입, 유통, 마케팅, 판매, 재고 정리 등의 역할을 함. 취급 품목으로는 건강보조식품, 식료품, 음료류, 개인용품 등이 있음. 수입 브랜드인 네슬레(Nestlé), 켈로그(Kellogg's), 오리온(Orion), 농심(Nongshim), 레드불(Redbull)과 미안마 내 유명 건강보조식품 회사인 아보트(Abbott)와 세레보스(Cerebos) 등을 포함한 13개 브랜드 제품을 취급하고 있음.

42) 사진자료: 파타마그룹(Pahtama Group) 홈페이지(www.pahtamagroup.com)



가격	35달러 (41,444원)
용량	200g
형태	분말

### Q1. 최근 미얀마 내 인기가 높은 건강보조식품은 무엇인가요?

미얀마에서 인기가 높은 건강보조식품 브랜드로는 아보트(Abbott)와 세레보스(Cerebos)가 있습니다. 그중에서도 아보트에서 출시한 저체중 아이들을 위한 보충 식품인 페디아슈어(Pediasure)와 인슈어(Ensure) 제품의 수요가 가장 많습니다. 모두 분말 형태로 되어 있으며 체중 증가의 효과가 있어, 저체중 아이들을 둔 부모들에게 인기가 높습니다. 이외에도 싱가포르 세레보스에서 출시한 제품 중 인삼이 함유된 멀티비타민 음료의 인기가 높습니다. 해당 제품은 은행나무 추출물, 미국산 인삼 등 다양한 성분이 함유되어 있어, 많은 소비자들이 선호합니다.

### Q2. 취급 제품의 가격, 용량 및 형태는 어떻게 되나요?

대부분의 업체들은 저용량과 대용량 제품을 모두 출시합니다. 하지만 현지 소비자들은 저용량 제품을 더 선호합니다. 저희가 취급하는 아보트 제품은 200g과 500g으로 판매되는데, 200g의 제품 수요가 더 많습니다. 그리고 제품 형태는 브랜드마다 상이하며, 분말 형태의 제품은 꽤 많은 편입니다. 제품 가격의 경우, 세레보스 제품은 한 병에 42mL씩 담겨 있으며, 6병에 10,935차트(8,878원)<sup>43)</sup>입니다. A사 제품의 몇 회 분량인지는 모르겠으나, 현지 시장에서 판매하기에 다소 비싼 편인 것 같습니다.

### Q3. 현지 소비자들은 건강보조식품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 건강보조식품 구매 시, 제품의 효능과 가격을 가장 중시합니다. 대부분의 사람들은 수입산 제품보다 미얀마 현지산 제품을 선호하며, 미얀마산 약초가 함유된 제품의 효능이 좋다고 생각하는 경향이 있습니다. 소비자들은 수입산 제품의 효능 및 품질이 떨어진다고 생각하여, 수입산 제품을 구매할 때에는 가격을 고려합니다. 한국 제품은 아직 미얀마 시장에서 인지도가 높지 않기 때문에, 가격을 낮추어 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

### Q4. 건강보조식품의 주 고객층은 누구인가요?

건강보조식품의 주 고객은 35세 이상의 사람들입니다. 젊은 연령대의 소비자들은 대부분 멀티비타민의 필요성에 대해 인지하지 못합니다. 필요성에 대해 인지하고 있는 사람들 중에서도, 제품의 가격대가 높아 구매하지 않는 경우가 많습니다.

43) 1차트= 0.8119원 (2020.02.12., 익스체인지레이트(Exchange-rates) 기준 적용)



## Interview ② 캐피탈 하이퍼마켓 (Capital Hypermarket)



44)

캐피탈 하이퍼마켓  
(Capital Hypermarket)

전문가 소속

캐피탈하이퍼마켓  
(Capital Hypermarket)  
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Chit  
(Sales Department)



### 캐피탈 하이퍼마켓(Capital Hypermarket) Sales Department, Mr. Chit

캐피탈하이퍼마켓은 1993년에 설립된 수입유통업체로, 미얀마 양곤(Yangon)에 본사를 두고 있음. 하이퍼마켓 형태의 소매업체 외에도, 헬스케어와 식품 부문에서 수입, 유통, 마케팅, 판매, 재고 관리 등의 업무를 하고 있음. 헬스케어 부문에서는 약 25개 브랜드에서 출시한 700여 개의 건강보조식품과 의약품을 취급함. 식품 부문에서는 주로 제조업과 유통 업무를 진행하고 있으며, 약 10개 브랜드의 제품을 취급하고 있음

44) 사진자료: 캐피탈 하이퍼마켓(Capital Hypermarket) 홈페이지(www.cdsg.com.mm)



가격	35달러 (41,444원)
용량	200g
형태	분말

**Q1. 최근 미얀마의 건강보조식품 트렌드가 어떻게 되나요?**

최근 미얀마에서는 인삼이 함유된 멀티비타민이 인기를 끌고 있습니다. 그중에서도 레비콘(Revicon), 뉴트리비타(Nutrivita), 오라민-지(Oramin-G), 탑롤(Top Roll) 제품의 인지도가 높습니다. 모두 인삼이 함유되어 있으며, 주로 남성 소비자들이 구매합니다. A사의 제품처럼 콩을 원료로 한 건강보조식품의 경우, 판매하고 있지 않으며 아직 현지 시장에서 유사한 제품을 본 적이 없습니다.

**Q2. 취급 제품의 가격, 용량 및 형태는 어떻게 되나요?**

레비콘(Revicon) 제품은 100정에 2,600짖(2,111원)입니다. 이와 비교했을 때, A사의 가격은 매우 비싼 편입니다. 실제 다른 유사 제품과 비교했을 때에도 A사 제품의 가격이 2배 이상 높았습니다. 따라서 A사 제품을 현지 시장에서 판매하기 위해서는 가격 조정이 필요할 것 같습니다. 제품 용량은 브랜드마다 상이하나, 보통 3개월 분량으로 나누어 판매하며, 제품 형태는 캡슐과 알약 형태가 가장 많습니다. 캡슐과 알약 형태의 제품은 먹기 편하고 휴대가 간편하여 선호도가 높습니다.

**Q3. 현지 소비자들의 건강보조식품 구매 시, 무엇을 고려하나요?**

미얀마 소비자들은 건강보조식품 구매 시, 제품 성분과 효능을 가장 중시합니다. 제품 효능 중에서는 기력 회복과 면역력 강화 등이 선호되며, 이에 따라 인삼이 함유된 멀티비타민의 수요가 많습니다. 저희가 판매하는 인삼 멀티비타민은 20-40대의 남성 소비자들 사이에서 인기가 높으며, 최근에는 제품 광고를 접한 주부들이나 제품 효능에 대해 알고 있는 고학력의 여성 소비자들 사이에서도 수요가 많은 편입니다.

**Q4. 미얀마 소비자가 선호하는 제품 원산지는 어디인가요?**

미얀마 사람들은 현지에서 생산된 제품을 가장 선호합니다. 현지인들은 다른 국가보다 미얀마에서 생산된 제품의 품질이 좋다고 생각하며, 현지 제품에 대한 신뢰도가 매우 높습니다. 아직 미얀마 내 한국산 제품의 인지도는 낮은 편에 속하지만, 최근 한류 드라마의 인기가 높아지면서 한국산 제품의 수요가 증가하는 추세입니다.

## Interview ③ 시티 마트(City Mart)

45)



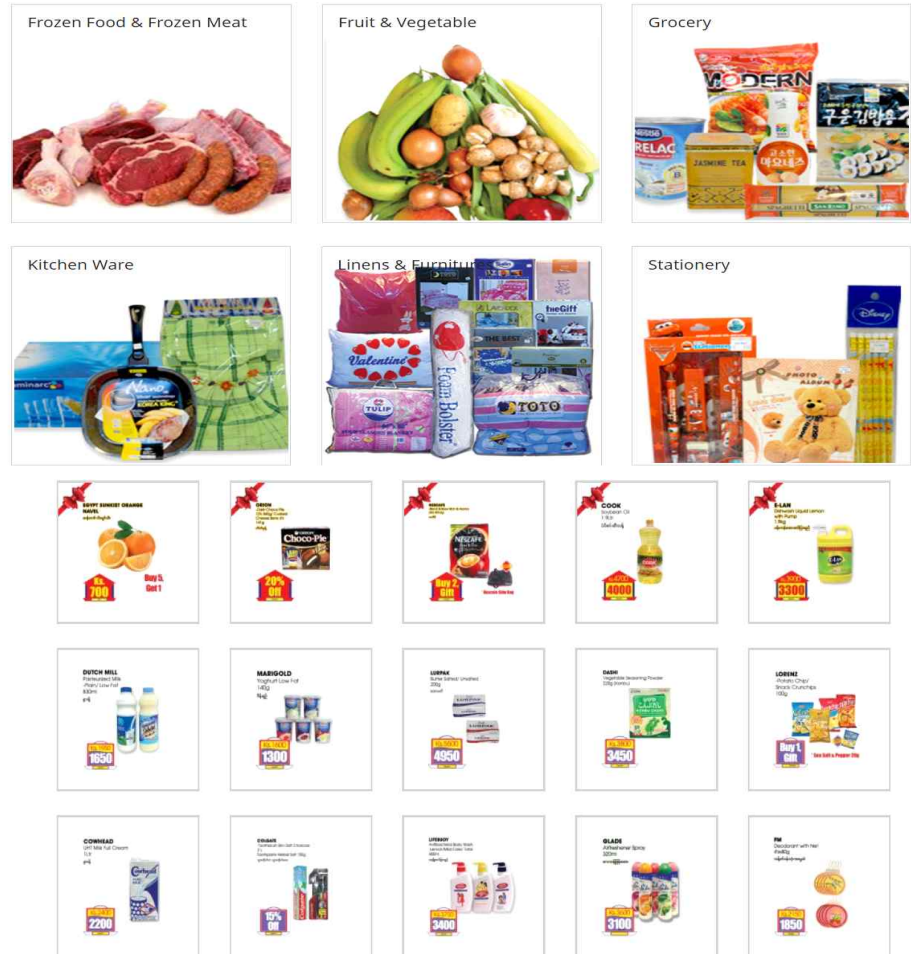
● 시티 마트  
(City Mart)

전문가 소속

시티 마트  
(City Mart)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Sama  
(Sales Department)



### 시티 마트(City Mart) Sales Department, Ms. Sama

시티마트는 1996년에 설립된 식품 전문 소매업체로, 식료품, 주류, 음료류, 육류, 냉동식품 외에도 화장품, 전자기기 등을 취급하고 있음. 미얀마 내 양곤(Yangon)과 만달레이(Mandalay)에서 각각 약 24곳과 2곳의 오프라인 매장을 운영함. 자사 홈페이지 외에도 페이스북 등의 소셜미디어 플랫폼을 활용해 신제품 홍보와 할인 행사 안내를 진행하고 있음

45) 사진자료: 시티 마트(City Mart) 홈페이지(www.citymart.com.mm)



가격 35달러  
(41,444원)

용량 200g

형태 분말

### Q1. 미얀마 내 콩으로 만든 건강보조식품이 있나요?

저희는 콩으로 만든 멀티비타민을 취급하고 있습니다. 하지만 미얀마에서는 콩으로 만든 건강보조식품의 인지도가 매우 낮은 편이라, 해당 제품의 수요는 많지 않습니다. 당사가 취급하고 있는 제품은 싱가포르산 소야민(Soyamin) 제품으로, 콩 추출물로 만든 제품입니다.

### Q2. 미얀마 내 한국산 제품의 인지도는 높은 편인가요?

미얀마 내 한국산 건강보조식품의 인지도는 아직 낮은 편이며, 한국산 제품 중 A사와 같이 콩으로 만든 건강보조식품에 대해서는 들어본 적이 없습니다. 하지만 건강보조식품 부문에서 한국산 인삼이 들어간 제품은 유명한 편입니다. 진소민(Ginsomin)과 오라민F(Oramin F)는 각각 싱가포르와 미국 브랜드이지만, 한국산 인삼을 원료로 하는 멀티비타민을 제조했으며, 해당 제품들은 미얀마 내에서 수요가 많은 편입니다.

### Q3. 건강보조식품의 제형, 용량 및 가격이 어떻게 되나요?

미얀마 소비자들은 분말 형태가 먹기 불편하다고 생각해, 주로 캡슐과 알약 형태의 건강보조식품을 선호합니다. 제품의 용량과 가격은 브랜드마다 상이하지만, A사와 유사한 성분으로 만들어진 소야민 제품의 용량은 60정에 7800차트(6,333원)입니다. 이와 비교했을 때 A사의 가격은 다소 비싼 편에 속합니다.

### Q4. 현지 소비자들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 건강보조식품 구매 시, 가격과 효능을 가장 중시합니다. 만약 미얀마로의 수출을 생각한다면 가격이나 제품 품질의 측면에서 비교우위를 갖추는 것이 중요하다고 생각합니다. 이외에도 미얀마 소비자들은 제품 구매 시, 원산지를 고려하는 경향이 있습니다. 그중 인기가 높은 원산지로는 싱가포르와 일본이 있습니다. 싱가포르는 미얀마와 거리가 가까워, 배송비를 포함한 소매가가 비교적 저렴하다는 점에서 소비자들이 선호합니다. 일본산 제품의 경우, 미얀마 시장에 진출한지 오래되어서 대부분이 인지도가 높고 소비자들 사이에서 평판이 좋습니다.

## Interview ④ 잔코 슈퍼마켓(Jyanko Supermarket)

46)



● 잔코 슈퍼마켓  
(Jyanko Supermarket)

전문가 소속

잔코 슈퍼마켓  
(Jyanko Supermarket)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Khine  
(Business Department)



### 잔코슈퍼마켓(Jyanko Supermarket) Business Department, Ms. Khine

잔코슈퍼마켓은 미얀마 양곤(Yangon)에 위치한 아시아 식품 전문 소매업체임. 다양한 아시아 식료품을 판매하고 있으나, 그중 일본 식품을 주력으로 취급함. 취급 품목으로는 과일, 채소 등의 신선식품과 라면, 과자, 조미료와 같은 가공식품 등이 있음. 수입 제품 대부분을 현지 유통업체를 통해 공급받고 있음

46) 사진자료: 미얀마블로그포스트([myanmarlog.blogspot.com/2014/10/2014.html](http://myanmarlog.blogspot.com/2014/10/2014.html))



가격 35달러  
(41,444원)

용량 200g

형태 분말

### Q1. 미얀마 내 건강보조식품 트렌드는 무엇인가요?

미얀마 내 비타민 C가 함유된 제품의 수요는 매우 많습니다. 많은 병원에서 의사들이 환자의 면역력 강화와 기력 회복을 위해 비타민 C 섭취를 권장하기 때문입니다. 이외에도 최근 캡슐과 알약 형태로 된 인삼 제품의 수요가 증가하는 추세입니다. 그중 레비콘(Revicon), 오라민F(Oramin F) 브랜드의 수요가 많은 편입니다. 해당 제품들은 한국이 아닌 다른 국가에서 생산됐지만, 한국 인삼이 함유되어 있습니다. 미얀마에서는 A사와 같이 콩으로 만든 분말 형태의 건강보조식품이 흔하지 않고, 수요도 적은 편입니다. 그나마 유사 제품으로 캡슐 형태이지만 콩으로 만든 소아민(Soyamin) 제품이 있습니다.

### Q2. 취급 제품의 가격 및 제형은 어떻게 되나요?

레비콘 제품은 100정에 2,700차트(2,192원)입니다. 복용량은 하루에 1정으로, 약 3개월 동안 섭취할 수 있습니다. 이와 비교했을 때, A사의 가격은 매우 비싸다고 생각합니다. 또한 미얀마에서 판매하는 건강보조식품은 대부분 알약과 캡슐 형태로 되어 있어서, 분말 제형의 제품은 드뭅니다.

### Q3. 현지인들이 선호하는 제품 원산지는 어디인가요?

미얀마 소비자들은 미국과 일본산 건강보조식품을 선호합니다. 해당 국가의 제품들은 미얀마 시장에서 오랫동안 존재해왔고, 현지인들은 미국과 일본산 제품의 품질이 우수하다고 생각하는 경향이 있습니다. 한국산 제품의 이미지는 좋은 편이나, 아직 인삼이 함유된 멀티비타민 제품이 다양하지 않아 인지도가 낮은 편입니다.

### Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

A사의 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는, 제품 성분과 효능을 홍보해야 합니다. A사의 제품처럼 홍삼과 콩이 모두 포함된 제품은 미얀마에서 흔하지 않습니다. 또한 아직 현지인들은 콩의 효능을 잘 알지 못해 콩을 원료로 하는 건강보조식품에 생소함을 느낄 수 있습니다. 하지만 제품 성분과 효능을 적극적으로 홍보해 알린다면, 소비자들의 인식이 점차 개선될 것입니다.

## Interview ⑤ 시티 케어(City Care)

47)



시티 케어  
(City Care)

전문가 소속

시티 케어  
(City Care)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Win  
(Sales Department)



HEALTH PRODUCT



BEAUTY PRODUCT



Vitamin, Mineral & Nutrition

Flu, Pain & Fever

Health Food and Drink

Myanmar Herbal Supplements

## 시티 케어(City Care) Sales Department, Ms. Win

시티케어는 1998년에 설립된 드럭스토어 형태의 소매업체로, 비타민, 진통제, 건강보조식품 외에도 화장품, 다이어트 보조제 등을 취급하고 있음. 미얀마 내 약 46개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 매장 대부분이 대형 쇼핑몰이나 하이퍼마켓 안에 있음. 미얀마에서 생산된 제품 외에도 현지 공급업체를 통해 수입 제품을 취급함

47) 사진자료: 시티 케어(City Care) 홈페이지(www.citycare.com.mm)



가격 35달러  
(41,444원)

용량 200g

형태 분말

### Q1. 취급 중인 제품에는 무엇이 있나요?

건강보조식품으로는 탑롤(Top Roll), 오라민F(오라민F), 레비콘(Revicon), 진세틴(Ginsetin)의 인삼 멀티비타민 제품을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 면역력 강화와 기력 회복에 효과적이며, 주로 성인 남성들에게 수요가 많은 편입니다. A사와 같이 콩으로 만든 건강보조식품으로는 소아민(Soyamin) 제품이 있으나, 수요는 많지 않습니다.

### Q2. 취급 제품의 가격, 용량 및 제형은 무엇인가요?

탑롤(Top Roll) 제품은 캡슐 형태로, 30정에 6,150차트(4,993)입니다. A사 제품은 취급 중인 제품들과 용량과 제형이 상이해 직접적인 비교가 어려우나, 분말 형태임을 고려해도 비싼 편에 속합니다. 제품 형태의 경우, 미얀마에서는 분말 형태의 제품이 흔하지 않습니다. 현지 소비자들은 휴대가 간편하며, 쉽게 먹을 수 있는 알약과 캡슐 형태의 제품을 선호합니다.

### Q3. 현지인들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

미얀마 소비자들은 건강보조식품 구매 시, 가격과 제품 성분을 고려합니다. 현지인들은 미얀마에서 재배된 약초 성분을 선호하며, 생소한 재료로 만든 제품을 꺼리는 경향이 있습니다. 현지인들은 A사 제품이 콩을 원료로 한다는 점을 다소 생소하다고 느낄 수 있습니다. 하지만 A사의 제품 성분에는 콩 외에도 인삼이 있기 때문에, 현지인들은 우호적인 반응을 보일 것 같습니다.

### Q4. 현지인들이 선호하는 제품 원산지는 어디인가요?

미얀마 사람들은 현지산 건강보조식품을 가장 선호합니다. 현지 브랜드인 유체인테(U Chian Te), 옹태컨(Aung Takon), 카바하인(Kabar Hein)은 미얀마에서 재배된 망고스틴 약초를 활용한 제품을 출시하여, 현지인들 사이에서 인기가 매우 높습니다. 이외에도 미얀마 사람들은 미국산 제품의 품질이 우수하다고 생각해, 해당 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 한국 제품은 아직 미얀마에서 흔하지 않기 때문에, 관련 선호도를 말씀드리기를 어려울 것 같습니다. 하지만 미국과 싱가포르에서 만든 멀티비타민 제품들이 한국 인삼을 원재료로 사용하기 때문에, 이를 잘 홍보하면 한국 제품의 인지도를 높일 수 있을 것입니다.



## IV. Competitiveness

### SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

# Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

## 호주 (AUSTRALIA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 
 ■ 홍삼 제품 
 ■ 콩 제품 
 ■ 식물추출물 제품

| 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



제품 경쟁력	제품 종류	원산지	포장 형태	
			외포장	내포장
	경쟁제품 15개의 제품 종류 11개 홍삼 제품 1개 콩 제품 3개 식물추출물 제품	경쟁제품 15개 중 5개 한국산, 2개 싱가포르산, 5개 미얀마산, 1개 미국산, 1개 호주산, 1개 말레이시아산	경쟁제품 15개 중 14개 제품 외포장 형태 종이상자, 1개 제품 외포장 형태 알루미늄 상자	경쟁제품 15개 중 5개 제품 내포장 형태 플라스틱병, 2개 제품 내포장 형태 유리병, 7개 제품 내포장 형태 블리스터, 1개 제품 내포장 형태 파우치

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 6개사 중 2개사 미얀마 <b>오프라인 매장</b> 및 <b>온라인 매장</b> 모두 진출	경쟁기업 6개사 중 4개사 <b>자사 홈페이지</b> 와 <b>SNS 플랫폼</b> 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 <b>'섭취 대상', '효능', '성분'</b> 등을 강조한 홍보문구 활용

50) 1차트= 0.8119원 (2020.02.12., 익스체인지레이트(Exchange-rates)의 환율 기준 적용)

51) A사 제품 미얀마 차트 가격: 50,677차트 (35달러를 1,447.90차트로 곱한 후 소수 첫째자리에서 반올림한 값)

(1달러= 1,447.90차트(2020.02.14., 익스체인지레이트(Exchange-rates)의 환율 기준 적용)

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 가격

#### 경쟁제품(경쟁기업)

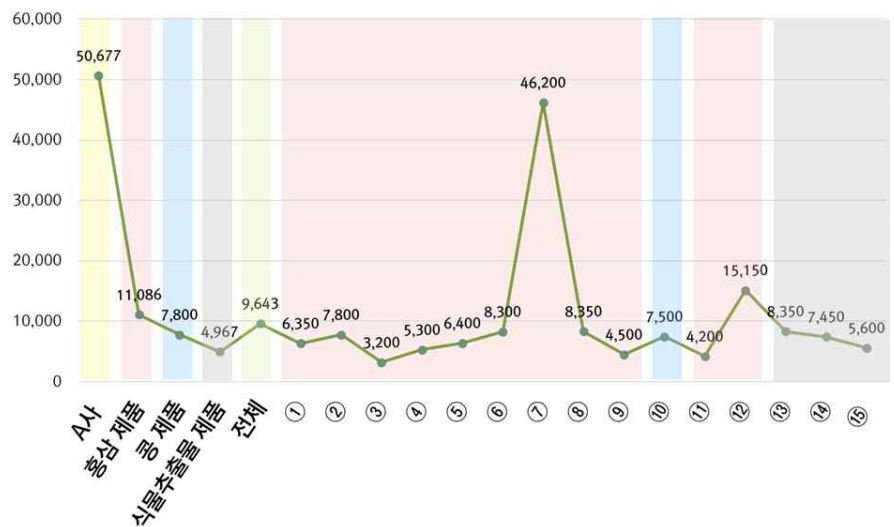
- ① 이뮤진 내츨렐 아답토젠 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ② 소야민 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ③ 이뮤노플렉스 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ④ 캄플리텍 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ⑤ 가노칸 (페임 파머슈티칼 인터스트리)
- ⑥ 에센스 오브 치킨 위드 진생 엑스타라 허브 식스 피스 (브랜드스 월드)
- ⑦ 버드 네스트 진생 앤 락 슈가 (트루라이프)
- ⑧ 오라민-지 (퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이)
- ⑨ 코리안 진생 드링크 위드 루트 (B사)
- ⑩ 코리안 레드 진생 드링크 (B사)
- ⑪ 홈타민 진생 (C사)
- ⑫ 코리안 레드 진생 (D사)
- ⑬ 진소민 (메가 라이프사이언스)
- ⑭ 리바이탈 (선 파머슈티칼 인터스트리스)
- ⑮ 버드 네스트 플러스 아메리칸 진생 (바이오팩트 라이프)

#### ▶ A사 제품 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

A사 제품의 가격은 50,677차트(41,145원)임. 미얀마 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 제품 종류가 홍삼인 제품 11개의 평균 가격은 11,086차트(9,001원)이며, 콩 제품 1개 가격은 7,800차트(6,333원), 식물추출물 제품 3개의 평균 가격은 4,967차트(4,032원)인 것으로 확인됨. A사 제품은 전체 경쟁제품 15개 평균 가격인 9,643차트(7,829원) 대비 약 5.3배 높은 것으로 확인됨

[표 3.1] 미얀마 건강보조식품 가격 경쟁력 분석

(단위: 차트)

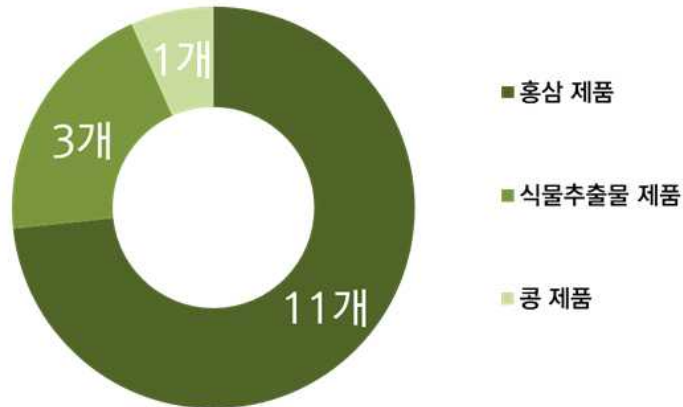


2) 제품 종류

▶ 경쟁제품 15개 중 11개의 제품 종류 홍삼, 1개 제품만 콩 제품

경쟁제품 15개의 주요 원료를 조사한 결과 경쟁제품 15개 중 11개의 제품 종류가 홍삼인 것으로 조사됨. 나머지 경쟁제품 중 3개의 제품 종류는 식물추출물이었으며, 1개의 제품 종류는 콩인 것으로 확인됨

[표 3.2] 미얀마 건강보조식품 제품 종류 경쟁력 분석

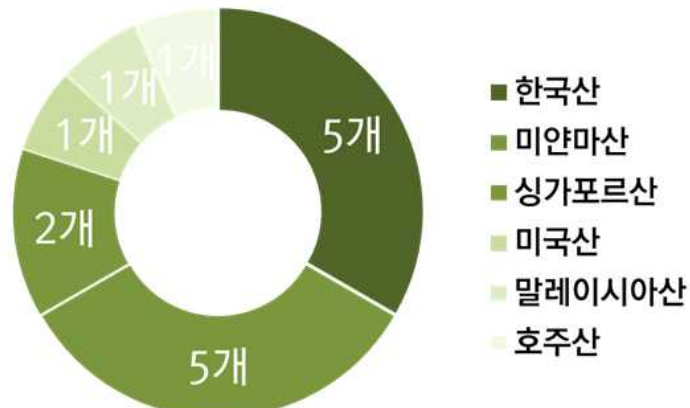


3) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 한국산 5개, 미얀마산 5개,

현지에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개는 한국, 미얀마, 싱가포르, 미국, 말레이시아, 호주를 원산지로 하는 제품인 것으로 조사됨. 경쟁제품 15개 중 5개는 한국산, 5개는 미얀마산 제품임. 나머지 경쟁제품 2개는 싱가포르산이었으며, 미국산, 말레이시아산, 호주산이 각각 1개씩 있음

[표 3.3] 미얀마 건강보조식품 원산지 경쟁력 분석

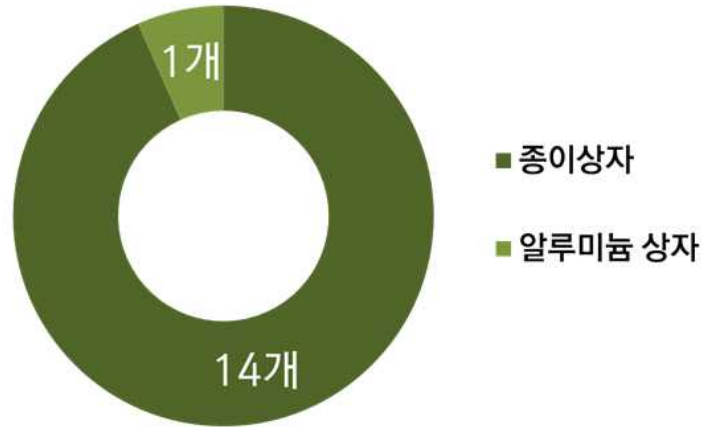


4) 포장 형태  
(외포장)

▶ 경쟁제품 15개 중 14개 외포장 형태, 종이상자

현지 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 14개의 외포장 형태는 종이상자인 것으로 조사됨. 나머지 1개 제품의 포장 형태만이 알루미늄 상자인 것으로 확인됨

[표 3.4] 미얀마 건강보조식품 포장 형태(외포장) 경쟁력 분석

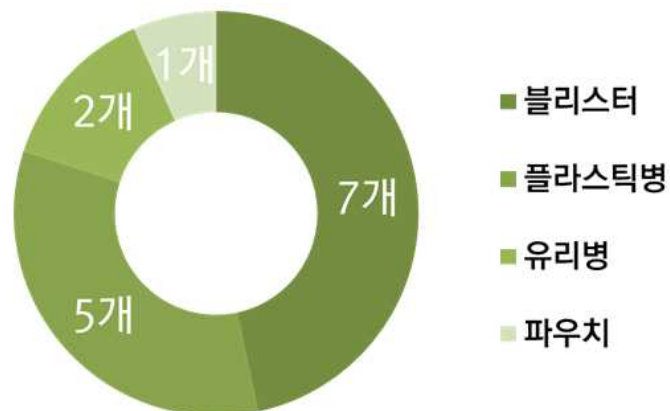


5) 포장 형태  
(내포장)

▶ 경쟁제품 15개의 내포장 형태, 블리스터 7개, 플라스틱병 5개 등

미얀마에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 내포장 형태는 블리스터, 플라스틱병, 유리병, 파우치가 있는 것으로 조사됨. 15개 경쟁제품 중 7개의 제품은 내포장 형태가 블리스터인 것으로 확인되었으며, 5개 제품의 내포장 형태는 플라스틱병, 2개 유리병, 1개 파우치인 것으로 확인됨

[표 3.5] 미얀마 건강보조식품 포장 형태(내포장) 경쟁력 분석



## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

### 1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 2개사, 온라인 및 오프라인 채널 모두 진출

미얀마에 진출한 경쟁기업 6개사 중 온라인 채널과 오프라인 채널 모두 진출한 기업은 2개사임. 오프라인 채널의 경우, 가장 많은 기업이 진출한 매장은 이온 오렌지 슈퍼마켓 매장으로, 페임 파머슈티칼 인더스트리와 D사 제품이 조사됨. 온라인 채널의 경우 현지 온라인 몰에 진출하지 않은 B사와 D사를 제외한 4개사가 모두 시티몰 온라인에 진출한 것으로 확인됨

[표 3.6] 미얀마 건강보조식품 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인			
	캐피탈 하이퍼마켓	간다마 홀세일즈	오션 슈퍼센터	이온 오렌지 슈퍼마켓	시티몰 온라인	삼	알고47	자사 온라인몰
페임 파머슈티칼 인더스트리	○			○	○	○	○	○
퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이			○		○			○
브랜드스 월드					○	○	○	
폴리 메디칼 컴퍼니					○			
B사		○						
D사				○				

### 2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지를 운영하고 있으며, SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하는 기업은 4개사임. 페임 파머슈티칼 인더스트리와 브랜드스 월드가 현지 홈페이지를 통해 기업 정보와 제품 정보를 홍보하는 것으로 확인되었으며, 그 외 기업은 글로벌 서비스를 제공하는 홈페이지를 운영함. 경쟁기업이 주로 사용하는 SNS 플랫폼은 페이스북으로, B사와 D사를 제외한 4개사 모두 미얀마 페이스북을 통해 제품 및 할인 정보 홍보 영상 등을 공유함

[표 3.7] 미얀마 건강보조식품 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	트위터	유튜브	라인
페임 파머슈티칼 인더스트리	○	○			
퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이	○	○		○	
브랜드스 월드	○	○	○		○
폴리 메디칼 컴퍼니	○	○			
B사	○				
D사	○				

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘섭취 대상’, ‘효능’, ‘성분’ 강조하여 경쟁제품 홍보

미얀마에 진출한 경쟁기업 6개사는 홍보문구로 주로 ‘섭취 대상’, ‘효능’, ‘성분’을 강조함. ‘중년 이상을 위한 제품’, ‘신생아, 어린이, 성장하는 10대’, ‘모든 연령대의 남성, 여성’ 등 연령대 별 섭취 대상자를 제시하거나, ‘스트레스가 많은 직장인’, ‘임신한 여성 또는 산모’, ‘피로 또는 소화 장애를 겪는 사람’ 등의 문구를 사용하여 특정 섭취 대상자를 통해 제품의 효과를 강조함. 퍼시픽 파머슈티칼 유에스에이, 폴리 메디칼 컴퍼니, B사와 D사의 경우, ‘첨단 기술로 제조한 천연 인삼, 비타민과 미네랄이 함유된 약초’, ‘100% 진짜 순수 제비집’, ‘홍삼액에 인삼 한뿌리 통째로’ 등 주요 성분을 강조한 홍보 문구를 사용하기도 함

[표 3.8] 미얀마 건강보조식품 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 익스체인지레이트(Exchange-rates) 홈페이지 (www.exchange-rates.org)
2. 미얀마 양곤시 개발 위원회(Yangon City Development Committee) 홈페이지 (www.ycdc.gov.mm)
3. 간다마 홀세일(Gandamar Wholesale) 페이스북 (www.facebook.com/pg/gandamarwholesale)
4. 쉘 오 파마시(Shwe ohh pharmacy) 홈페이지 (shwe-ohh-pharmacy-wai-za-yan-tar-branch.business.site)
5. 이온 오렌지 슈퍼마켓(Aeon Orange Supermarket) 페이스북 (www.facebook.com/AEON-Orange)
6. 오션 슈퍼 센터(Ocean Super Center) 페이스북 (ko-kr.facebook.com)
7. 캐피탈 하이퍼 마켓(Capital Hyper Market) 페이스북 (p.facebook.com/capitalhypermarket)
8. 시티 가이드(City guide) 홈페이지 (www.cityguide.com.mm),
9. 캐피탈 다이아몬드 스타 그룹(Capital diamond star group) 홈페이지 (www.cdsg.com.mm)
10. 해피프레쉬(HappyFresh) 홈페이지 (www.happyfresh.com)
11. 저스트 다이얼(Just dial) 홈페이지 (www.justdial.com)
12. 구글맵(Google maps) (www.google.com)
13. 키린(Kirin) 홈페이지 (www.kirin.co.jp)
14. 시티몰 온라인(Citymal Onlinel) (www.citymall.com.mm)
15. 샵(Shop) (www.shop.com.mm )
16. 알고47(rgo47) (www.rgo47.com)
17. 페임 파머슈티칼 인터스트리(Fame Pharmaceutical Industry Co.,Ltd) (www.famepharma.com)
18. 브랜드스 월드 미얀마 홈페이지(www.brandsworld.com.mm)
19. 에이에이 메디칼 홈페이지(AA Medical Products LTD) (www.onlineshop.aa.com.mm)
20. 파타마 그룹(Pahtama Group) 홈페이지 (www.pahtamagroup.com)
21. 캐피탈 하이퍼마켓(Capital Hypermarket) 홈페이지 (www.cdsg.com.mm)
22. 시티 케어(City Care) 홈페이지 (www.citycare.com.mm)
23. 미얀마블로그포스트 (myanmarlog.blogspot.com/2014/10/2014.html)
24. 시티 마트(City Mart) 홈페이지 (www.citymart.com.mm)



사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.02.14.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

