



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202006-11

품목 | 콜라겐(Collagen)

국가 | 대만(Taiwan)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 대만 콜라겐 경쟁제품 선정	10
2. 대만 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 대만 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 대만 콜라겐 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 대만 콜라겐 경쟁기업 선정	34
2. 대만 콜라겐 경쟁기업 현황	35
3. 대만 콜라겐 경쟁기업 세부정보	37
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 샤오산메이르(小三美日)	44
Interview ② 다중신지치예지투안(大中新記企業集團)	46
Interview ③ 더카이구어찌마오이스예구편요우시앤공쓰 (德愷國際貿易實業股份有限公司)	48
Interview ④ 신성요우시앤공쓰(昕晟有限公司)	50
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	54
2. 벤치마킹 제품 분석	58
3. 기업 마케팅 벤치마킹	60
VI. 시장진출제언(Export Insights)	62
*참고문헌	65

I. 요약(Summary)


Summary

(요약)

온라인 조사(수치는 유통 점유율)			오프라인 조사		
온라인	모모샵(Momo Shop)	11.4%	오프라인	드럭스토어	왓슨스(Watsons)
	야후 바이(Yahoo Buy)	7.1%		하이퍼마켓	코스메드(Cosmed)
	쇼피(Shopee)	5.4%		약국	까르푸(Carrefour)
					따슈야오쥬(大樹藥局)


조사 지역(대만 타이베이)

대만 타이베이에 위치한 드럭스토어 왓슨스(Watsons), 코스메드(Cosmed)와 하이퍼마켓 까르푸(Carrefour), 약국 따슈야오쥬(大樹藥局)를 방문함. 왓슨스와 코스메드는 대만 드럭스토어 점유율 1, 2위 브랜드이며, 까르푸는 대만 전역에 100개 이상의 매장을, 따슈야오쥬는 147개 매장을 보유한 브랜드임



타이베이 (Taipei)

T
A
I
W
A
N

경쟁제품		경쟁기업		
· 대만 콜라겐 경쟁제품 15개 조사		경쟁기업	국적	대표제품
 <p>제품 형태별 1일 섭취량 당 가격, 분말 제품이 가장 저렴 음료 87대만달러(약 3,538원), 분말 67대만달러(약 2,726원), 젤리 78대만달러(약 3,172원)</p> <p>원산지별 1일 섭취량 당 가격, 일본산이 대만산보다 약 28% 더 비싸 일본산 91대만달러(약 3,701원), 대만산 71대만달러(약 2,888원)</p>	왓슨스	대만	데일리자오위엔룬탄동	
	판스꾸어징샤오 요우시엔공쓰	대만	슈양주안리하자오위엔뎬바이편	
	타이완쑹용즈꾸어꾸편 요우시엔공쓰	대만	웨이더칭광꾸어동	
	통이아오핀꾸편 요우시엔공쓰	대만	평왕자오위엔인	
	추안징성이	대만	꾸안지엔자오위엔편	
	산토리 베버리지엔푸드 아시아	일본	홍자오위엔칭춘동	

경쟁력 파악				진출 제언				
기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품		기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품		
가격(1일 섭취량 당) (32대만달러)	●	젤리	음료	분말	성분 (콜라겐&석류)	●	과일 성분 포함	과일 성분 미포함
		78대만달러	87대만달러	67대만달러			9개	6개
용량(총 섭취일수) (10일)	●	젤리	음료	분말	홍보문구	●	효능	품질
		8일	6일	19일			활력 증진, 피부 탄력 강화	고품질 원료 사용, 각종 인증 취득
유통기한 (12개월)	○	10개월	12개월	18개월	홍보채널	○	자사 홈페이지	SNS 채널
		1개	1개	3개			有(6개)	페이스북, 유튜브, 인스타그램, 라인

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) ASA 제품, 같은 제형(콜라겐 스틱 젤리)의 경쟁 제품과 비교 시 가격 경쟁력 보유한 것으로 확인
- 2) 유통기한의 경우 현지 경쟁제품 대다수가 18-24개월인 것으로 확인

Point. 02

- 1) 경쟁사의 경우 미용 효능 및 제품 품질을 강조하여 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사의 경우 페이스북 등 SNS 채널을 사용하여 제품 설명 및 프로모션 내용을 홍보함

Competitive Product

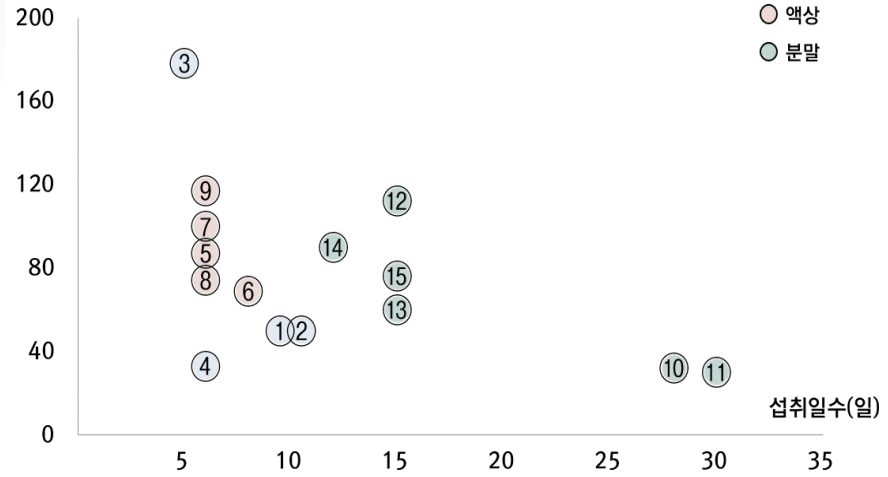
(경쟁제품)

대만 (TAIWAN) 콜라겐 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축: 섭취일수
· Y축: 1일 섭취량 당 가격(대만달러)

1일 섭취량 당 가격(대만달러)



대만 (TAIWAN) 콜라겐 경쟁제품 분석

제품 형태	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	1일 섭취량 당 가격	용량/ 섭취일수	유통기한	원산지	포장 형태	
							외부 포장	내부 포장
젤리	① 데일리 자오위엔쉐이년동 (강순성우커지꾸공쓰)	499대만달러 (20,294원)	50대만달러 (2,034원)	200g /10일	18개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
	② 데일리 자오위엔탄동 (강순성우커지꾸공쓰)	499대만달러 (20,294원)	50대만달러 (2,034원)	200g /10일	18개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
	③ 홍자오위엔칭춘동 (마라이시아상빠이라스산더리꾸편 요우시엔공쓰타이완편공쓰) ²⁾	890대만달러 (36,196원)	178대만달러 (7,239원)	150g /5일	18개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
	④ 웨이더칭량꾸어동 (타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰)	199대만달러 (8,093원)	33대만달러 (1,342원)	1,080g /6일	10개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
액상	⑤ 큐텐 자오위엔메이엔인 (지엔차오신위엔이아오성지꾸편요우시엔공쓰)	490대만달러 (19,928원)	82대만달러 (3,335원)	300ml /6일	24개월	대만	종이상자	유리병
	⑥ 평왕자오위엔칭춘인 (따지양성이꾸편요우시엔공쓰)	550대만달러 (22,369원)	69대만달러 (2,806원)	400ml /8일	24개월	대만	종이상자	유리병
	⑦ 밍즈자오위엔뽀이인닝멍커우웨이 (퍼켄)	519대만달러 (21,108원)	87대만달러 (3,538원)	450ml /6일	12개월	일본	종이상자	유리병
	⑧ 큐탄자오위엔인 (웨이타루지투인이위엔안성지꾸편요우시엔공쓰)	469대만달러 (19,074원)	78대만달러 (3,172원)	360ml /6일	24개월	대만	종이상자	유리병
	⑨ 평왕자오위엔인 (통이아오판꾸편요우시엔공쓰)	699대만달러 (28,428원)	117대만달러 (4,758원)	360ml /6일	24개월	대만	종이상자	유리병
분말	⑩ 데일리 자오위엔뽀이인 (더강성우커지꾸편요우시엔공쓰)	890대만달러 (36,196원)	32대만달러 (1,301원)	196g /28일	24개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
	⑪ 슈양주안리하자오위엔뽀이인 (판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰)	899대만달러 (36,562원)	30대만달러 (1,220원)	90g /30일	36개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
	⑫ 이엑스프로 플러스 지엔리자오위엔 (알리먼트 공예주스웨이서)	1,680대만달러 (68,326원)	112대만달러 (4,555원)	45g /15일	36개월	일본	종이상자	플라스틱 파우치
	⑬ 꾸안지엔자오위엔편 (홍중성우커지꾸편요우시엔공쓰)	899대만달러 (36,562원)	60대만달러 (2,440원)	100g /15일	24개월	대만	종이상자	플라스틱 파우치
	⑭ 타이판편 (알리먼트 공예주스웨이서)	1,080대만달러 (43,924원)	90대만달러 (3,660원)	36g /12일	36개월	일본	종이상자	플라스틱 파우치
	⑮ 메이엔자오위엔편 (알리먼트 공예주스웨이서)	1,140대만달러 (46,364원)	76대만달러 (3,091원)	105g /15일	24개월	일본	종이상자	플라스틱 파우치

(*) 현지 판매 콜라겐 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑용 인기제품

1) 1대만 달러= 40.67원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
2) 일본 기업 산토리(Suntory) 제품이지만 대만에서 제조·유통됨

Competitor

(경쟁기업)

대만(TAIWAN)

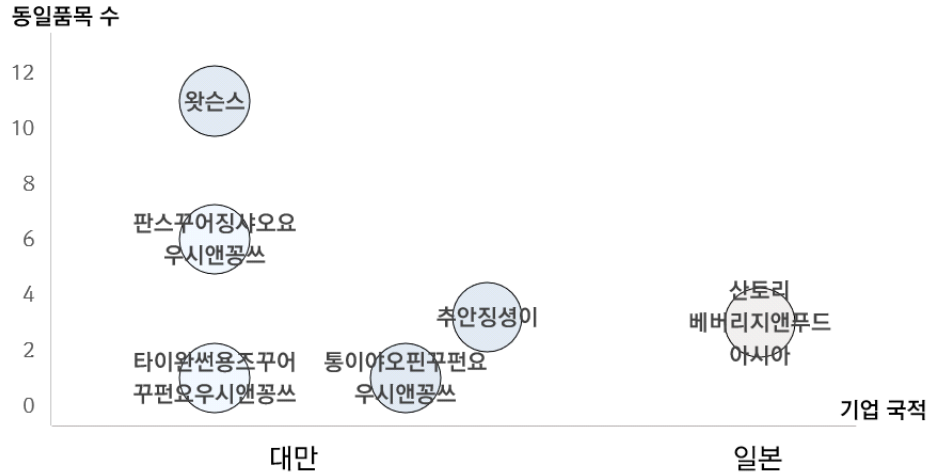
콜라겐 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

- X축: 제조사 국적
- Y축: 동일품목 수



대만 (TAIWAN) 콜라겐 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
왓슨스 (Watsons)	대만	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 국제 표준 평가 및 인증 통과 · 제품 생산 공정 및 원자재 관리 · 최고 수준의 제품 	11개
판스꾸어징샤오오우시엔공쓰 (磐石國際行銷有限公司)	대만	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 천연 성분 사용 · 인공첨가물 미함유 · 활력 증진 및 영양 보충 	6개
타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰 (台灣森永製菓股份有限公司)	대만	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 저칼로리 포만감 · 피부 탄력 강화 · 신선하고 달콤한 복숭아 맛 	1개
통이아오핀꾸편요우시엔공쓰 (統一藥品股份有限公司)	대만	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 고품질 원료 사용 · 피부 탄력 향상 · 제품 안전검사 통과 	1개
추안징성이 (船井生醫)	대만	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 빠르게 체내에 흡수됨 · 피부 탄력 향상 · 고품질 제품 · 각종 인증 취득 	3개
산토리 베버리지엔푸드 아시아 (Suntory Beverage & Food Asia)	일본	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 과학적으로 입증된 효능 · 삶의 질 향상 · 바쁜 현대인에게 적합한 제품 	3개

(*) 현지 콜라겐 판매 경쟁기업 6개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

대만(TAIWAN) 콜라겐 바이어 인터뷰 대상 바이어 업체 선정

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

	샤오산메이르 (小三美日)	다중신지치예지투안 (大中新記企業集團)	더카이구어찌마오이스 예구편요우시엔공쓰 (德愷國際貿易實 業股份有限公司)	신성요우시엔공쓰 (昕晟有限公司)
업체 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체	유통업체
콜라겐 취급 ▶				
	콜라겐 젤리	콜라겐 젤리	콜라겐 분말	콜라겐 젤리

사진자료: 샤오산메이르, 다중신지치예지투안, 더카이구어찌마오이스예구편요우시엔공쓰 홈페이지,
라쿠텐 신성요우시엔공쓰 판매 페이지

대만 (TAIWAN) 콜라겐 바이어 인터뷰

A사	샤오산메이르 (小三美日) 수입·유통업체	다중신지치예지투안 (大中新記企業集團) 수입·유통업체	더카이구어찌마오이스예구 편요우시엔공쓰 (德愷國際貿易實 業股份有限公司) 수입·유통업체	신성요우시엔공쓰 (昕晟有限公司) 유통업체
소비자가격 (12,900원) 제품 가격	신제품으로서 다소 비싼 가격	동종 수입제품에 비해 합리적인 가격	대만에서 판매 시 시장성이 있을 것	비싼 편은 아니지만, 신규 브랜드로서 시장을 개척하는데 어려움이 있을 수도 있음
20g*10포 제품 용량	한 포당 15-20g이 적당	용량 20g은 적당한 편	15-20g 정도의 용량이 휴대하기 간편하여 인기	20g 용량은 괜찮지만, 시장 진출 위험에 대비하여 작은 규격 권장
12개월 유통기한	12개월의 유통기한 적당	12개월은 짧으며, 18개월 이상이 적당	12개월은 짧은 편이며, 수입·유통 기간을 고려해 18개월로 늘릴 것 권장	수입, 유통, 홍보 등의 소요시간을 고려 한다면 12개월은 짧음

(*) 현지 경쟁제품 취급 바이어 인터뷰 4개사

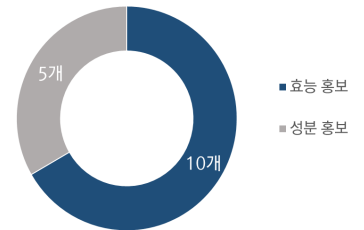
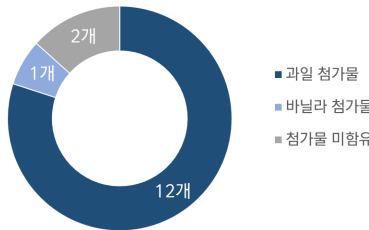
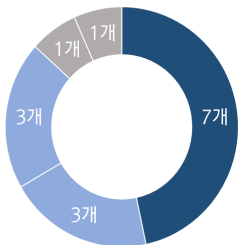
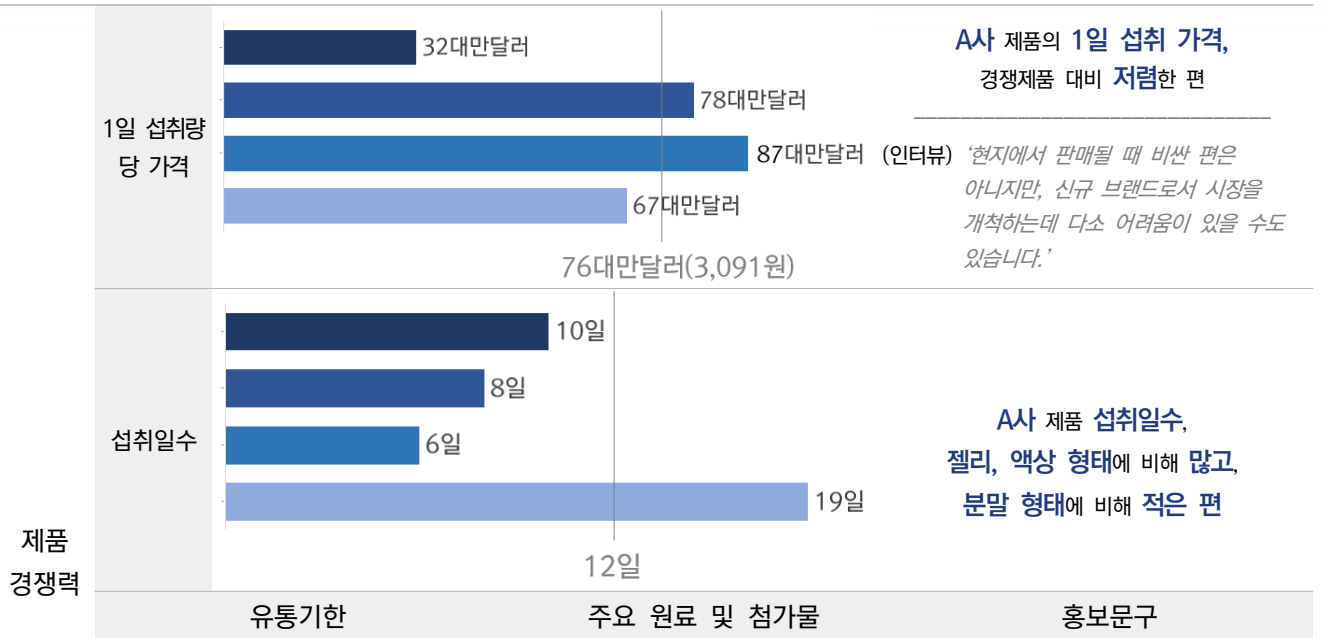
Competitiveness

(경쟁력 파악)

대만 (TAIWAN) - 제품 경쟁력 검증

A사 제품 젤리 액상 분말 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



경쟁제품 유통기한, 15개 제품 중 7개 제품, 유통기한 24개월

경쟁제품 주요 원료 및 첨가물, 대부분 과일 첨가물

경쟁제품 홍보문구, 대부분 제품 효능 홍보

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 6개사 대부분 대만 오프라인 매장 및 온라인 매장 진출	경쟁기업 6개사 홍보 채널, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용	경쟁기업 6개사는 주로 효능과 품질을 강조한 홍보 문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 대만 콜라겐 경쟁제품 선정
2. 대만 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정
3. 대만 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝
4. 대만 콜라겐 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 대만 콜라겐 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	리즌 석류 콜라겐
품목	콜라겐 젤리
용량	20g*10포
포장	종이상자& 플라스틱 파우치
특징	석류·콜라겐·식이섬유를 하나로 맛있게

Step 01. 제품 분석



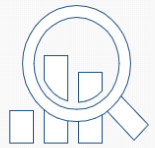
- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 리즌 석류 콜라겐
 - 제품 품목 : 콜라겐 젤리
 - 용량 : 20g*10포
 - 포장 : 종이상자&플라스틱 파우치
 - 주요 특징 : 석류·콜라겐·식이섬유를 하나로 맛있게

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



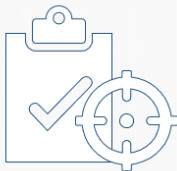
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
 1. 모모샵(Momo Shop): 11.4%
 2. 야후 바이(Yahoo Buy): 7.1%
 3. 쇼피(Shopee): 5.4%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 확인 : 3개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인 : 6개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 약국, 드럭스토어
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

●
대만 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	판매 식품종류
 모모샵	신선식품, 가공식품, 건강식품 등
 야후 바이	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품, 등
 쇼피	신선식품, 유제품, 음료 등

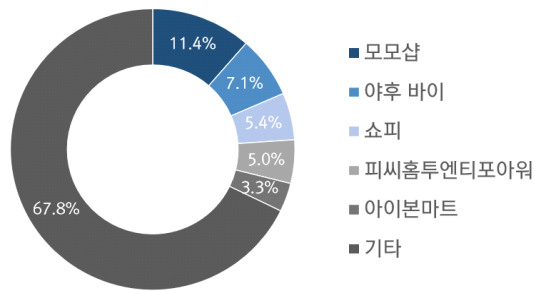
●
대만 주요 온라인 쇼핑몰에서
모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
홍자오위엔칭춘통	산토리
엑스 콜라겐 밀크 플레이버	엔젤라라
엑스 콜라겐 시자오위엔 뽀뽀이편	엔젤라라

▶ 대만 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 모모샵, 야후 바이, 쇼피

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 대만 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 모모샵(Momo Shop), 야후 바이(Yahoo Buy), 쇼피(Shopee)로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 23.9%임

[표 1.1] 대만 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 3개

대만 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 3개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품 6개로 확인됨

[표 1.2] 대만 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	모모샵	야후 바이	쇼피
1	웨이더칭량꾸어둥 (모리나가)	홍자오위엔칭춘통 (산토리)	웨이더칭량꾸어둥 (모리나가)
2	홍자오위엔칭춘통 (산토리)	콜라겐 씨 (아이키레이)	홍앤자오위엔둥 (엔젤라라)
3	홍앤자오위엔둥 (엔젤라라)	밀콜라 (산토리)	칭춘차오위엔메이앤씨씨둥 (원더신지)
4	밀콜라 (산토리)	콜라겐 5000 (이너샤인)	홍자오위엔칭춘통 (산토리)
5	엑스 콜라겐 밀크 플레이버 (엔젤라라)	위지전주자오위엔 (푸타오왕)	콜라겐 씨 (아이키레이)
6	자오위엔메이앤전주편 (후아투어푸위엔탕)	주안리완위에메이 자오위엔편 (유디알)	티푸자오위엔 (미스시소)
7	젤라이스 콜라겐 페킷 (젤라이스)	엑스 콜라겐 시자오위엔뽀뽀이편 (엔젤라라)	엑스 지앤리자오위엔 (간웨이런성)
8	엑스 콜라겐 시자오위엔뽀뽀이편 (엔젤라라)	엑스 콜라겐 밀크 플레이버 (엔젤라라)	엑스 콜라겐 밀크 플레이버 (엔젤라라)
9	엑스 프로 플러스 지앤리자오위엔 (간웨이런성)	엑스 콜라겐 베리 플레이버 (엔젤라라)	엑스 콜라겐 시자오위엔뽀뽀이편 (엔젤라라)
10	주안리완위에메이 자오위엔편 (유디알)	메이앤자오위엔편 (헬스 어슈런스 케어)	엑스 콜라겐 베리 플레이버 (엔젤라라)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 모모샵(Momo Shop) 홈페이지, 야후 바이(Yahoo Buy) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 대만 타이베이 정보³⁾

인구('19)	약 264만 5,000명
인구 밀도('19)	9,732명/km ²
면적	271.8km ²

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
약국
편의점
드럭스토어
유기농 식품매장
아시안마트

▶ 대만 타이페이의 다통구, 방문지역으로 선정

대만의 북부에 위치한 수도 타이페이(台北市)의 다통구를 방문지역으로 선정함. 대만의 수도 타이페이는 대만의 정치, 경제, 교육, 문화의 중심이며 주요 첨단산업이 크게 발달해 있는 도시임. 다통구는 타이페이의 서쪽에 위치한 시할구로, 진귀한 식재료, 약재 등을 판매하는 적화가(迪化街)와 다양한 요리를 판매하는 음식점 등이 위치해있어 현지 주민뿐만 아니라 관광객들도 많이 찾는 지역임. 또한, 야시장이 있어 밤에도 관광객 등의 유동인구가 많은 지역임

▶ 현지 조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 백화점, H&B스토어

대만 비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)⁴⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 방문판매가 32.6%로 가장 높았으며, 약국 19.5%, 홈쇼핑 14.3%, 드럭스토어 12.6%, 온라인몰 11.4%, 슈퍼마켓&하이퍼마켓이 1.9%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.3] 대만 콜라겐 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
방문판매	32.6%	암웨이(Amway), 프로 파트너(Pro Partner), 허브라이프 뉴트리션(Herblife Nutrition) 등
약국	19.5%	그레이트 트리 파머시(Great Tree Pharmacy), 틴틴(Tin Tin), 우드페커(Woodpecker) 등
홈쇼핑	14.3%	모모샵(Momo Shop), 유라이프(U-Life), 비바(Viva) 등
드럭스토어	12.6%	왓슨스(Watson's), 코스메드(Cosmed), 그레이트 트리 파머시(Great Tree Pharmacy) 등
온라인몰	11.4%	모모샵(Momo Shop), 야후 바이(Yahoo Buy), 쇼피(Shopee) 등
슈퍼마켓&하이퍼마켓	1.9%	피엑스 마트(PX Mart), 웰컴(Welcome), 심플마트(Simple Mart), 까르푸(Carrefour) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

3) 자료: 타이페이(Taipei) 정부 홈페이지(www.gov.taipei)

4) '콜라겐'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장 조사 결과 인기 제품 선정
(*) 모모샵 (Momo Shop), 야후 바이(Yahoo Buy), 쇼피(Shopee)
- 현지 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 왓슨스(Watsons), 코스메드(Cosmed), 까르푸(Carrefour), 따슈야오취(大樹藥局)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 형태

- 젤리: 제품을 젤리 형태로 가공한 제품
- 액상: 제품을 액상 형태로 가공한 제품
- 분말: 제품을 분말 형태로 가공한 제품

[표 1.4] 대만 클라겐 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	젤리	액상	분말
① 데일리 자오위앤쉐이년통 (강순성우커지꾸공쓰)	○ (왓슨스)	○ (야후 바이, 쇼피)	○		
② 데일리 자오위앤룬탄통 (강순성우커지꾸공쓰)	○ (왓슨스)	○ (야후 바이, 쇼피)	○		
③ 홍자오위앤칭춘둥 (마라이시아상빠이란스싼더리꾸편 요우시앤공쓰타이완편공쓰)	○ (왓슨스 코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)	○		
④ 웨이더칭량꾸어둥 (타이완썬용즈꾸어꾸편요우시앤공쓰)	○ (까르푸)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)	○		
⑤ 큐텐 자오위앤메이앤인 (지앤차오신위앤이아오성지꾸편요우시앤공쓰)	○ (왓슨스)	○ (쇼피)		○	
⑥ 평왕자오위앤칭춘인 (따지양성이꾸편요우시앤공쓰)	○ (왓슨스)	(-)		○	
⑦ 밍즈자오위앤땀뻘이인닝멍커우웨이 (퍼켄)	○ (코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)		○	
⑧ 큐탄자오위앤인 (웨이타루지투인이위앤잉성지꾸편요우시앤공쓰)	○ (왓슨스 코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)		○	
⑨ 평왕자오위앤인 (통이아오핀꾸편요우시앤공쓰)	○ (코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)		○	
⑩ 데일리 자오위앤땀뻘이편 (더강성우커지꾸편요우시앤공쓰)	○ (왓슨스)	(-)			○
⑪ 슈양주안리하자오위앤땀뻘이편 (판스꾸어지싱샤오요우시앤공쓰)	○ (코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)			○
⑫ 이엑스프로 플러스 지앤리자오위앤 (알리먼트 공예주스웨이서)	○ (왓슨스 코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)			○
⑬ 꾸안지앤자오위앤편 (홍중성우커지오우시앤공쓰)	○ (왓슨스 코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)			○
⑭ 타이판편 (알리먼트 공예주스웨이서)	○ (왓슨스 코스메드)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)			○
⑮ 메이앤자오위앤편 (알리먼트 공예주스웨이서)	○ (따슈야오취)	○ (모모샵, 야후 바이, 쇼피)			○

(*) 현지 판매 클라겐 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

2. 대만 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 1일 섭취량 당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 형태에 따른 용량
 - ※ 제품 형태에 따라 g과 ml로 다를 수 있음
- 제품의 섭취일수

▶ 조사 지표 ③ 섭취 방법

- 제품의 권장 섭취 방법

▶ 조사 지표 ④ 제품 형태

- 젤리: 제품을 젤리 형태로 가공한 제품
- 액상: 제품을 액상 형태로 가공한 제품
- 분말: 제품을 분말 형태로 가공한 제품

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외부포장)
 - 종이상자: 종이 소재의 상자 용기
- 포장 형태(내부포장)
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 제품의 내용물을 포장한 형태로, 제품에 따라 스틱형과 튜브형으로 구분됨
 - 유리병: 유리 소재의 병 용기

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑦ 맛

- 제품의 맛

▶ 조사 지표 ⑧ 원산지

- 제품의 원산지

- ▶ 조사 지표 ⑨ 홍보문구
 - 제품의 홍보문구
- ▶ 조사 지표 ⑩ 제품 수입상 정보
 - 제품의 수입상 정보
- ▶ 조사 지표 ⑪ 주요 원료 및 첨가물
 - 제품의 주요 원료 및 첨가물
- ▶ 조사 지표 ⑫ 보유 인증
 - 제품이 보유한 인증

[표 1.5] 주요 인증 정보



종류	내용
SPF 돼지 인증	일본 SPF 돼지 협회(日本 SPF 豚協會)에서 부여하는 인증으로, 특정 기생충, 병원균을 보유하지 않은(Specific Pathogen Free) 돼지를 사육하는 농장에서 사육된 돼지로 제조된 제품임을 증명하는 인증
GMP 인증	우수식품·의약품의 제조·관리 인증 기준(Good Manufacturing Practice)을 통과한 식품임을 증명하는 인증
식품의약품 인증	대만 식품의약품국(衛生福利部食品藥物管理署)에서 부여하는 인증으로, 건강식품 제조 과정과 성분 등의 기준을 통과한 제품임을 증명하는 인증

- ▶ 조사 지표 ⑬ 기타 표기 사항
 - 제품 라벨에 표기된 사항⁷⁾

[표 1.6] 기타 표기 사항 정보



종류	내용
방부제 미첨가 라벨	제품에 방부제가 첨가되지 않았음을 보여주는 표식
인공감미료 미첨가 라벨	제품에 인공감미료가 첨가되지 않았음을 보여주는 표식

5) 일본 SPF 돼지 협회(日本 SPF 豚協會) 홈페이지 (www.j-spf.com)
 6) 대만 식품의약품국(衛生福利部食品藥物管理署) 홈페이지 (www.fda.gov.tw)
 7) 라벨의 생김새는 제품별로 상이할 수 있음

[표 1.7] 대만 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품의 소비자가격
	1일 섭취량 당 가격		제품의 1일 섭취량 당 가격
용량	g, ml		제품의 형태에 따른 용량 제품 형태에 따라 g과 ml로 다를 수 있음
	섭취일수		제품의 총 섭취일수
섭취 방법			제품의 권장 섭취 방법
제품 형태	젤리		제품을 젤리 형태로 가공한 제품
	액상		제품을 액상 형태로 가공한 제품
	분말		제품을 분말 형태로 가공한 제품
포장 형태	외부포장	종이상자	종이 소재의 상자 용기
	내부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 제품의 내용물을 포장한 형태로, 제품에 따라 스틱형과 튜브형으로 구분됨
		유리병	유리 소재의 병 용기
유통기한			제품의 유통기한
맛			제품의 맛
원산지			제품의 원산지
홍보문구			제품의 홍보문구
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	SPF 돼지 인증		특정 기생충, 병원균을 보유하지 않은 돼지를 사육하는 농장에서 사육된 돼지로 제조된 제품임을 증명하는 인증
	GMP 인증		우수식품·의약품의 제조·관리 인증 기준을 통과한 식품임을 증명하는 인증
	식품의약품 인증		건강식품 제조 과정과 성분 등의 기준을 통과한 제품임을 증명하는 인증
기타 표기 사항	방부제 미첨가 라벨		제품에 방부제가 첨가되지 않았음을 보여주는 표식
	인공감미료 미첨가 라벨		제품에 인공감미료가 첨가되지 않았음을 보여주는 표식

3. 대만 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(제조사)

- ① 데일리 자오위엔웨이년통 (강순성우커지꾸공쓰)
- ② 데일리 자오위엔룬탄통 (강순성우커지꾸공쓰)
- ③ 홍자오위엔칭춘통 (마라이시아상빠이란스싼더리 꾸편요우시엔공쓰타이완편공쓰)
- ④ 웨이더칭량꾸어통 (타이완쑹용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰)
- ⑤ 큐텐 자오위엔메이엔인 (자엔차오신위엔이아오성 지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑥ 평왕자오위엔칭춘인 (따지양성이꾸편요우시엔공쓰)
- ⑦ 밍즈자오위엔뎀뻬이안닝망꾸웨이 (퍼켄)
- ⑧ 큐탄자오위엔인 (웨이타루지투안이위엔양성자꾸편 요우시엔공쓰)
- ⑨ 평왕자오위엔인 (통이아오판꾸편요우시엔공쓰)
- ⑩ 데일리 자오위엔뎀뻬이편 (더강성우커지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑪ 슈양주안리하자오위엔뎀뻬이편 (판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰)
- ⑫ 이엑스프로 플라스 자엔리자오위엔 (알리먼트 풍예주스웨이서)
- ⑬ 꾸안지엔자오위엔편 (홍중성우커지요우시엔공쓰)
- ⑭ 타이판편 (알리먼트 풍예주스웨이서)
- ⑮ 메이엔자오위엔편 (알리먼트 풍예주스웨이서)

▶ 포지셔닝 ① : 제품 형태별 평균 1일 섭취량 당 가격, 분말 제품이 가장 저렴

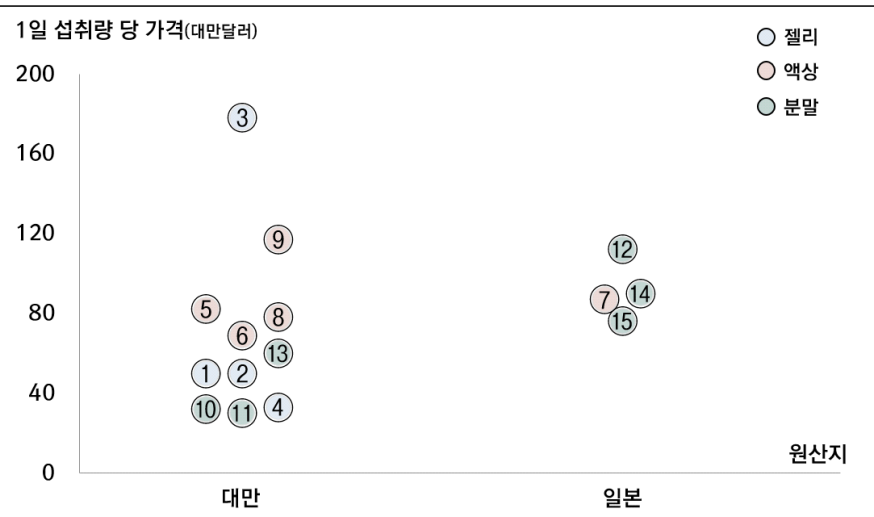
대만 오프라인 매장에서 조사된 콜라겐 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 젤리 제품 4개, 액상 제품 5개, 분말 제품 6개로 확인됨. 경쟁제품의 형태별 평균 1일 섭취량 당 가격을 비교한 결과, 음료 제품이 87대만달러(약 3,538원⁸⁾)로 가장 비싸고 분말 제품이 67대만달러(약 2,726원)로 가장 저렴하며, 그 외 젤리 제품의 1일 섭취량 당 가격은 78대만달러(약 3,172원)인 것으로 조사됨

제품 형태별 소비자가격은 분말 제품이 1,098대만달러(약 44,656원), 음료 제품이 545대만달러(약 22,165원), 젤리 제품이 522대만달러(약 21,230원)이지만, 분말 제품 6개의 평균 섭취일수가 음료 제품 평균 섭취일수 대비 13일, 젤리 제품 평균 섭취일수 대비 11일 많아 1일 섭취량 가격이 낮아진 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② : 원산지별 평균 1일 섭취량 당 가격, 일본산이 대만산보다 비싸

대만 오프라인 매장에서 조사된 콜라겐 경쟁제품 15개 제품은 대만산 11개, 일본산 4개로 확인됨. 원산지별 평균 1일 섭취량 당 가격은 일본산 제품이 91대만달러(약 3,701원)로 조사되었으며, 대만산 제품이 71대만달러(약 2,888원)로 일본산 제품보다 20대만달러(약 813원) 저렴함

[표 1.8] 대만 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝



자료: 대만 콜라겐 경쟁제품 15개 분석

8) 1대만 달러= 40.67원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

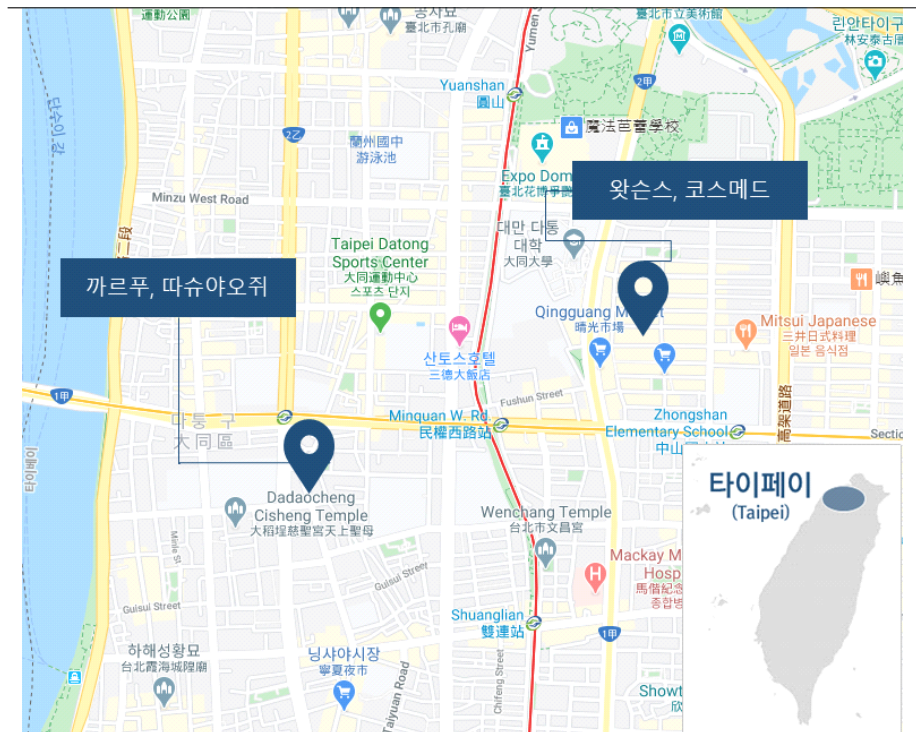
4. 대만 콜라겐 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 대만 타이베이에 위치한 드럭스토어, 하이퍼마켓, 약국 방문

대만 타이베이에 위치한 드럭스토어 왓슨스(Watsons), 코스메드(Cosmed)와 하이퍼마켓 까르푸(Carrefour), 약국 따슈야오취(大樹藥局)를 방문함. 왓슨스와 코스메드는 대만 드럭스토어 점유율 1, 2위 브랜드이며, 까르푸는 대만 전역에 100개 이상의 매장을, 따슈야오취는 147개 매장을 보유한 브랜드임

[표 1.9] 대만 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
왓슨스 (Watsons)	드럭스토어	6	· 유동인구가 많은 번화가 거리 입구에 위치 · 다양한 프로모션을 자주 진행 · 화장품, 생활용품, 건강식품 판매
코스메드 (Cosmed)	드럭스토어	7	· 번화가에 위치해 방문객이 많음 · 한국산 화장품, 건강기능식품 판매
까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓	1	· 교통이 편리하고 거주인구가 많은 지역에 위치 · 관광객들이 많이 방문함
따슈야오취 (大樹藥局)	약국	1	· 유동인구가 많은 지역에 위치 · 전문 약사가 상주하며 상담 서비스 제공



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 5개 제품은 2개 매장에서 판매**

왓슨스(Watsons), 코스메드(Cosmed), 까르푸(Carrefour), 따슈야오취(大華藥局) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 홍자오위엔칭춘퐁, 큐탄자오위엔인, 이엑스프로 플러스 지앤리자오위엔, 꾸안지앤자오위엔편, 타이판편 제품이 왓슨스, 코스메드 두 매장에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨

[표 1.10] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	왓슨스	코스메드	까르푸	따슈야오취
① 데일리 자오위엔쉐이년퐁 (강순성우커지꾸공쓰)	○			
② 데일리 자오위엔룬단퐁 (강순성우커지꾸공쓰)	○			
③ 홍자오위엔칭춘퐁 (마라이시아상빠이란스싼더리꾸편 요우시엔공쓰타이완편공쓰)	○	○		
④ 웨이더칭량꾸어퐁 (타이완션용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰)			○	
⑤ 큐텐 자오위엔메이엔인 (지앤차오신위엔이아오성지꾸편요우시엔공쓰)	○			
⑥ 평왕자오위엔칭춘인 (따지양성이꾸편요우시엔공쓰)	○			
⑦ 밍즈자오위엔판빠이인닝멍커우웨이 (퍼켄)		○		
⑧ 큐탄자오위엔인 (웨이타루지투안이위엔양성지꾸편요우시엔공쓰)	○	○		
⑨ 평왕자오위엔인 (통이아오핀꾸편요우시엔공쓰)		○		
⑩ 데일리 자오위엔판빠이편 (더강성우커지꾸편요우시엔공쓰)	○			
⑪ 슈양주안리하자오위엔판빠이편 (판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰)		○		
⑫ 이엑스프로 플러스 지앤리자오위엔 (알리먼트 공예주스웨이서)	○	○		
⑬ 꾸안지앤자오위엔편 (홍중성우커지꾸편요우시엔공쓰)	○	○		
⑭ 타이판편 (알리먼트 공예주스웨이서)	○	○		
⑮ 메이엔자오위엔편 (알리먼트 공예주스웨이서)				○

자료: 현지 조사원 자료

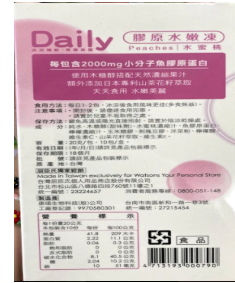
Shop ① 왓슨스(Watsons)

- 매장 정보**
- 유형: 드럭스토어
 - 판매 제품 특징:
다양한 미용제품과 건강제품을 취급하며, 수입 제품도 취급함
 - 매장 주변 특징:
상권이 발달한 번화가에 위치해 있으며, 인근에 야시장이 위치해 늦은 시간에도 유동인구가 많음.
 - 주요 고객층:
관광객, 지역 주민, 유학생

브랜드 기본 정보 ⁹⁾	 <p>왓슨스는 1987년에 설립된 홍콩의 드럭스토어 브랜드로, 대만 내에 580여 개의 매장, 1만 명 이상의 직원을 보유하고 있음. 화장품, 생활용품, 다이어트 제품, 건강 스낵 등 다양한 종류의 제품을 취급하며, 프로모션을 통해 제품 홍보와 할인 행사를 자주 진행함</p>	
	조사 제품 수: 6개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치	타이베이 상세주소 10453台灣台北市中山區雙城街14號, Taiwan
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
콜라겐 판매 정보	판매 콜라겐 제품 정보	
	 데일리자오위엔쉐이년통 (강순성우커지꾸공쓰)	 데일리자오위엔룬탄통 (강순성우커지꾸공쓰)
	 홍자오위엔칭춘통 (마라이시아상빠이란스 싼더리꾸편요우시엔공쓰 타이완편공쓰)	
 큐텐자오위엔메이엔인 (지엔차오신위엔이야오성 지꾸편요우시엔공쓰)	 평왕자오위엔칭춘인 (따지양성이꾸편요우시엔공쓰)	 데일리자오위엔뎀빠이편 (더강성우커지꾸편 요우시엔공쓰)

사진자료: 현지 조사원 자료

9) 왓슨스(Watsons) 대만지사 홈페이지 (www.watsons.com.tw)

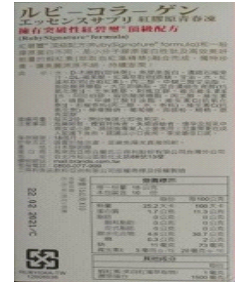


제품명 (한지어)	데일리 자오위엔쉐이년통 (Daily 膠原水嫩凍)	제조사 (한지어)	강순성우커지꾸공쓰(10) (康順生物科技股公司)
가격	499대만달러 (20,294원)	1일 섭취량 당 가격	50대만달러 (2,034원)
용량(g) /섭취일수	200g (20g*10포) /10일	섭취 방법	1일 1-2포
제품 형태	젤리	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	18개월	맛	복숭아
원산지	대만	홍보문구	젊음과 아름다움을 매일 보충하세요
원료 및 첨가물	물, 자일리톨, 복숭아 주스 농축액, 생선 콜라겐, 레몬 주스 농축액, 한천 가루, 구연산, 비타민 C, 동백 씨앗 추출물,		

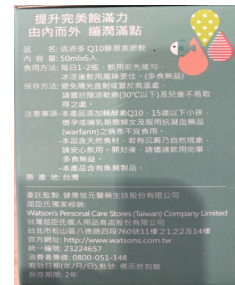


제품명 (한지어)	데일리자오위엔룬탄통 (Daily 膠原潤彈凍)	제조사 (한지어)	강순성우커지꾸공쓰 (康順生物科技股公司)
가격	499대만달러 (20,294원)	1일 섭취량 당 가격	50대만달러 (2,034원)
용량(g) /섭취일수	200g (20g*10포) /10일	섭취 방법	1일 1-2포
제품 형태	젤리	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	18개월	맛	포도
원산지	대만	홍보문구	젊음과 아름다움을 매일 보충하세요
원료 및 첨가물	물, 자일리톨, 포도 주스 농축액, 생선 콜라겐, 레몬 주스 농축액, 한천 가루, 구연산, 비타민 C, 비타민 E, 동백 씨앗 추출물		

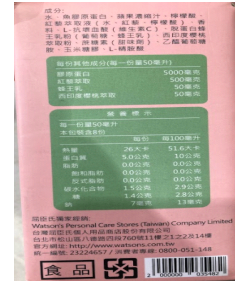
10) Daily 브랜드는 왓슨스(Watsons)가 강순성우커지꾸공쓰(康順生物科技股公司)에 위탁생산을 의뢰하여 생산된 제품임



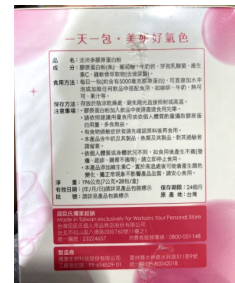
제품명 (현지어)	홍자오위엔칭춘동 (紅膠原青春凍)	제조사 (현지어)	마리아시아상배이랑스싼더리꾸 편요우시엔공쓰타이완판공쓰 (馬來西亞商白蘭氏三得利股份 有限公司台灣分公司)
가격	890대만달러 (36,196원)	1일 섭취량 당 가격	178대만달러 (7,239원)
용량(g) /섭취일수	150g (15g*10포) /5일	섭취 방법	1일 2포
제품 형태	젤리	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	18개월	맛	석류
원산지	대만	홍보문구	매수간 광채 지속
원료 및 첨가물	물, 자일리톨, 생선 콜라겐, 석류 농축액, 홍조류 추출물, 프로필렌글라이콜, 레시틴, 비타민E, 비타민 C, 구연산, 포도당, 곤약 분말, 덱스트린, 카라기난		



제품명 (현지어)	큐텐자오위엔메이앤인 (Q10 膠原美妍飲)	제조사 (현지어)	지엔차오신위엔이아오성 지꾸편요우시엔공쓰 (健喬信元醫藥生技股份有限公司)
가격	490대만달러 (19,928원)	1일 섭취량 당 가격	82대만달러 (3,335원)
용량(ml) /섭취일수	300ml (50ml*6병) /6일	섭취 방법	1일 1-2병
제품 형태	액상	포장 형태	외부 종이 상자 내부 유리병
유통기한	24개월	맛	사과
원산지	대만	홍보문구	피부 탄력 강화
원료 및 첨가물	물, 사과 주스 농축액, 생선 콜라겐, 과당 시럽, 구연산, 비타민 C, 농축 크랜베리 추출물, N-아세틸, D-글루코사민, 코엔자임 Q10, 로즈힙 추출물, 사탕수수, 유당		









제품명 (한지어)	평양자오위엔칭춘인 (蜂王膠原青春飲)	제조사 (한지어)	따지양성아꾸편요우시엔공쓰 (大江生醫股份有限公司)
가격	550대만달러 (22,369원)	1일 섭취량 당 가격	69대만달러 (2,806원)
용량(ml) /섭취일수	400ml (50ml*8병) /8일	섭취 방법	1일 1병
제품 형태	액상	포장 형태	외부 종이 상자 내부 유리병
유통기한	24개월	맛	사과
원산지	대만	홍보문구	젊음의 매력을 유지하세요
원료 및 첨가물	물, 생선 콜라겐, 사과 주스 농축액, 구연산, 퀴노아 추출물, L-아스코르브산, 비타민 C, 로열 젤리 분말, 수크랄로스, 아세틸글루코사민, L-아르기닌		



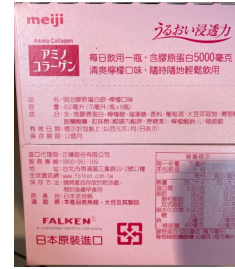
제품명 (한지어)	데일리자오위엔단빠이편 (Daily膠原蛋白粉)	제조사 (한지어)	더강성우커지꾸편요우시엔공쓰 (德康生物科技股份有限公司)
가격	890대만달러 (36,196원)	1일 섭취량 당 가격	32대만달러 (1,301원)
용량(g) /섭취일수	196g (7g*28포) /28일	섭취 방법	1일 1포
제품 형태	분말	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	24개월	원산지	대만
홍보문구	하루에 한 포, 달라진 안색을 느껴보세요	원료 및 첨가물	생선 콜라겐, 포도당, 칼슘, 젖산 박테리아, 비타민 C, 닭 연골 추출물, 히알루론산

Shop ② 코스메드(Cosmed)

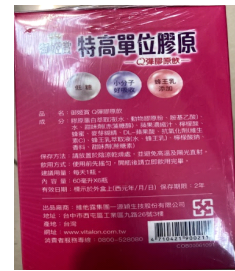
<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 드럭스토어 · 판매 제품 특징: 다양한 화장품, 생활용품, 의약품 및 미용제품을 판매함 · 매장 주변 특징: 번화가에 위치해 거주인구와 유동인구가 많고 식당과 노점상이 많음 · 주요 고객층: 관광객, 지역 주민, 유학생 	<p>브랜드 기본 정보¹¹⁾</p>	 <p>코스메드는 1995년에 설립된 대만 드럭스토어 브랜드로 대만 내에 402개의 점포를 보유하고 있음. 매장에 영양사, 뷰티 컨설턴트, 약사가 상주하며 소비자들에게 제품 상담 서비스를 제공하고 있음</p>
	<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 7개</p>  <p>위치</p> <p>도시(지역) 타이페이</p> <p>상세주소 10460台灣台北市中山區農安街14號, Taiwan</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>  
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p>판매 콜라겐 제품 정보</p>	 <p>밍즈자오위엔뎀바이인 닝명커우웨이 (퍼켄)</p> <p>큐탄자오위엔인 (웨이타루지투안이위엔잉 성지꾸편요우시앤꽁쓰)</p> <p>평양자오위엔인 (통이야오피꾸편요우시앤꽁쓰)</p>  <p>슈양주안리하자오 위엔뎀바이편 (판스꾸어지싱샤오 요우시앤꽁쓰)</p> <p>이엑스 프로 플러스 지안리자오위엔 (알리먼트 폼예주스훼이셔)</p> <p>꾸안지앤자오위엔편 (홍종성우커지 요우시앤꽁쓰)</p> <p>타이판편 (알리먼트 폼예주스훼이셔)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

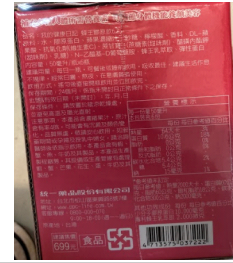
11) 코스메드(Cosmed) 홈페이지 (www.cosmed.com.tw)



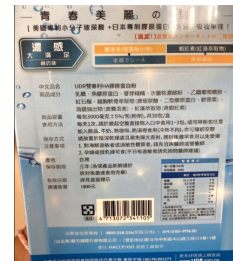
제품명 (현지어)	밍즈자오위엔뎬바이인 닝멍쿠웨이 (明治膠原蛋白飲檸檬口味)	제조사 (영어)	퍼켄 (Falken)
가격	519대만달러 (21,108원)	1일 섭취량 당 가격	87대만달러 (3,538원)
용량(ml) /섭취일수	450ml (75ml*6병) /6일	섭취 방법	1일 1병
제품 형태	액상	포장 형태	외부 종이 상자 내부 유리병
유통기한	12개월	맛	레몬
원산지	일본	홍보문구	5000mg의 콜라겐 함유, 매일 한 병씩
수입상 (현지어)	정웨이꾸펀요우시엔공쓰 (正暉股份有限公司)	원료 및 첨가물	물, 생선 콜라겐, 구연산, 트레할로스, 글루코사민, 수크랄로스, L-아르기닌



제품명 (현지어)	큐탄자오위엔인 (Q彈膠原飲)	제조사 (현지어)	웨이타루지투안이위엔잉성 지꾸펀요우시엔공쓰 (維他露集團一源類 生技股份有限公司)
가격	469대만달러 (19,074원)	1일 섭취량 당 가격	78대만달러 (3,172원)
용량(ml) /섭취일수	360ml (60ml*6병) /6일	섭취 방법	1일 1병
제품 형태	액상	포장 형태	외부 종이 상자 내부 유리병
유통기한	24개월	맛	사과
원산지	대만	홍보문구	탄력 업그레이드
원료 및 첨가물	물, 단백질, 증류 과일 주스, 구연산, 꿀, 덱스트린, 비타민 C, 로열 젤리 추출물, 시트르산나트륨, 수크랄로스		



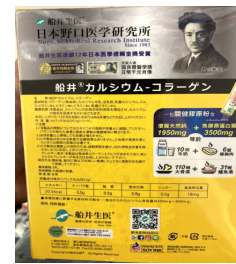
제품명 (현지어)	평양자오우옌인 (蜂王膠原飲)	제조사 (현지어)	통이아오핀꾸펀우시옌공쓰 (統一藥品股份有限公司)
가격	699대만달러 (28,428원)	1일 섭취량 당 가격	117대만달러 (4,758원)
용량(ml) /섭취일수	360ml (60ml*6병) /6일	섭취 방법	1일 1병
제품 형태	액상	포장 형태	외부 내부 종이 상자 유리병
유통기한	24개월	맛	사과
원산지	일본	홍보문구	윤기와 탄력
기타 표기 사항	방부제 미첨가	원료 및 첨가물	물, 콜라겐, 사과 농축액, 구연산, 향료, DL-말산, 산화 방지제, 비타민C, 로열 젤리 추출물



제품명 (현지어)	슈양주안리하자오우옌뎬뻬아뎬 (雙專利HA膠原蛋白粉)	제조사 (현지어)	판스꾸어지싱샤오우시옌공쓰 (磐石國際行銷有限公司)
가격	899대만달러 (36,562원)	1일 섭취량 당 가격	30대만달러 (1,220원)
용량(g) /섭취일수	90g (3g*30포) /30일	섭취 방법	1일 1-3포
제품 형태	분말	포장 형태	외부 내부 종이 상자 플라스틱 파우치
유통기한	36개월	맛	복숭아
원산지	대만	홍보문구	6가지 미용성분
기타 표기 사항	방부제 미첨가, 인공감미료 미첨가	원료 및 첨가물	물, 단백질, 증류 과일 주스, 구연산, 꿀, 덱스트린, 비타민C, 로열 젤리 추출물, 시트르산나트륨, 수크랄로스



제품명 (현지어)	이엑스 프로 플러스 지앤리자오위엔 (EX PRO+ 鍵力膠原)	제조사 (현지어)	알리먼트 공예주스헤이서 (Aliment 工業株式會社)
가격	1,680대만달러 (68,326원)	1일 섭취량 당 가격	112대만달러 (4,555원)
용량(g) /섭취일수	45g (3g*15포) /15일	섭취 방법	1일 1-2포
제품 형태	분말	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	36개월	맛	망고
원산지	일본	홍보문구	활력 증진
수입상	잉차오꾸어지카이파 꾸편요우시엔공쓰 (英橋國際開發股份有限公司)	보유 인증	SPF 돼지 인증, GMP 인증
원료 및 첨가물	돼지 콜라겐, 상어 연골, 돼지 연골, 칼슘, MSM, 연어 코 연골, 비타민D3, 트레할로스, 망고 분말		



제품명 (현지어)	꾸안지앤자오위엔편 (關鍵膠原粉)	제조사 (현지어)	홍중성우커지요우시엔공쓰 (鴻仲生物科技有限公司)
가격	899대만달러 (36,562원)	1일 섭취량 당 가격	60대만달러 (2,440원)
용량(g) /섭취일수	100g (6.7g*15포) /15일	섭취 방법	1일 1포
제품 형태	분말	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	24개월	원산지	대만
홍보문구	천연 칼슘 함유	원료 및 첨가물	생선 콜라겐, 칼슘, 젯산염, 비타민B2, 비타민B6 비타민B1, 비타민D3



제품명 (현지어)	타이판편 (胎盤粉)	제조사 (현지어)	알리먼트 공예주스훼이셔 (Aliment 工業株式會社)
가격	1,080대만달러 (43,924원)	1일 섭취량 당 가격	90대만달러 (3,660원)
용량(g) /섭취일수	36g (3g*12포) /12일	섭취 방법	1일 1포
제품 형태	분말	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	36개월	맛	파인애플
원산지	일본	홍보문구	태반, 콜라겐, 비타민C 함유
수입상	메이스터꾸편요우시앤공쓰 (美仕德股份有限公司)	보유 인증	SPF 돼지 인증
원료 및 첨가물	콜라겐, 타마린드검, 말토덱스트린, 태반 분말, 비타민C L-트립토판, 히알루론산, 파인애플 추출물, 바닐라 파우더		

Shop ③ 까르푸(Carrefour)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 하이퍼마켓 · 판매 제품 특징: 신선식품, 생활용품, 가전제품 등 다양한 종류의 제품을 판매함 · 매장 주변 특징: 거주인구가 많은 지역에 위치하였으며, 지하철역, 버스정류장과 매우 인접해 매장 주변 유동인구가 많음. 또한, 인근에 야시장이 있어 늦은 시간에도 방문객이 많음 · 주요 고객층: 관광객, 지역 주민, 유학생 	<p>브랜드 기본 정보¹²⁾</p>	 <p>까르푸는 1959년에 설립된 프랑스 하이퍼마켓 브랜드로 대만에는 1987년 처음 매장을 오픈함. 현지인들에게 가장 인지도가 높은 브랜드로, 대만 내에 100개 이상의 매장을 보유하고 있음</p>			
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 1개</p>  <p>위치</p> <table border="1"> <tr> <td>도시(지역)</td> <td>타이페이</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>103台北市大同區重慶北路二段171號, Taiwan</td> </tr> </table>	도시(지역)	타이페이	상세주소	103台北市大同區重慶北路二段171號, Taiwan
도시(지역)	타이페이				
상세주소	103台北市大同區重慶北路二段171號, Taiwan				
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 				
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p>판매 콜라겐 제품 정보</p>  <p>웨이더칭량꾸어동 (타이완션용즈꾸어꾸편요우시앤푹쓰)</p>				

사진자료: 현지 조사원 자료

12) 까르푸 대만지사 홈페이지(www.carrefour.com.tw)



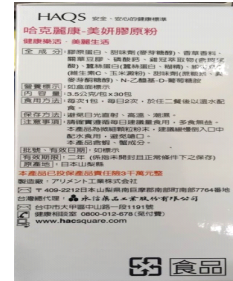
제품명 (현지어)	웨이더칭량꾸어즈 (威德清涼果凍)	제조사 (현지어)	타이완션용즈꾸어꾸편 요우시엔공쓰 (台灣森永製果股份有限公司)
가격	199대만달러 (8,093원)	1일 섭취량 당 가격	33대만달러 (1,342원)
용량(g) /섭취일수	1,080g (180g*6팩) /6일	섭취 방법	1일 1팩
제품 형태	젤리	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	10개월	맛	복숭아
원산지	대만	홍보문구	아름다움
원료 및 첨가물	물, 고과당 시럽, 콜라겐, 구연산, 젖산칼슘, 복숭아 향미료, 젤란검, 복숭아 과일주스 농축액, 염화칼륨, 지방산 소르비톨 에스테르, 칼륨, 수크랄로스, 자당, 지방산 에스테르		

Shop ④ 따슈야오쥬(大樹藥局)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 약국 · 판매 제품 특징: 의약품, 건강식품 외에 임산부 및 유아를 위한 제품도 판매함 · 매장 주변 특징: 거주인구가 많은 지역에 위치하였으며, 지하철역, 버스정류장과 매우 인접해 매장 주변 유동인구가 많음. 또한, 인근에 야시장이 있어 늦은 시간에도 방문객이 많음 · 주요 고객층: 관광객, 지역 주민, 유학생 	<p>브랜드 기본 정보¹³⁾</p>  <p>따슈야오쥬는 2001년에 설립된 대만 약국 브랜드로, 대만 내 166개 매장을 보유하고 있음. 매장 내에 전문 약사가 있어 소비자들에게 적합한 제품을 추천해주는 서비스를 제공하고 있음</p>
	<p>조사 제품 수: 1개</p>
<p>매장 정보</p>	
<p>위치</p>	<p>도시(지역) 타이페이</p> <p>상세주소 103台北市大同區重慶北路二段171號, Taiwan</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p>판매 콜라겐 제품 정보</p>  <p>메이앤자오위엔펀 (알리먼트 풍예주스웨이서)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

13) 따슈야오쥬(大樹藥局) 홈페이지 (www.greattree.com.tw)



제품명 (현지어)	메이앤자오위안펀 (美妍膠原粉)	제조사 (현지어)	알리먼트 공예주스회사 (Aliment 工業株式會社)
가격	1,140대만달러 (46,364원)	1일 섭취량 당 가격	76대만달러 (3,091원)
용량(g) /섭취일수	105g (3.5g*30포) /15일	섭취 방법	1일 1팩
제품 형태	분말	포장 형태	외부 종이 상자 내부 플라스틱 파우치
유통기한	24개월	맛	복숭아
원산지	일본	홍보문구	콜라겐 가수분해물 함유
수입상	용신야오핀공예꾸펀요우공쓰 (永信藥品工業股份有限公司)	원료 및 첨가물	콜라겐, 말티톨, 바닐라 향, 인산칼슘, 맨드라미 추출물, 히알루론산, 단백질, 비타민C, 옥수수 전분, 자당 시럽, N-아세틸, D-글루코사민

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 대만 콜라겐 경쟁기업 선정
2. 대만 콜라겐 경쟁기업 현황
3. 대만 콜라겐 경쟁기업 세부정보

1. 대만 콜라겐 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해외 기업 6개사 선정

대만 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 15개사 중, 오프라인 매장에서 가장 많은 제품이 조사된 기업을 기준으로 왓슨스(Watsons)를 경쟁기업으로 선정함. 또한, 경쟁제품 중 콜라겐 제품을 제조하는 기업의 규모와 국적을 기준으로 판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰(磐石國際行銷有限公司), 타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰(台灣森永製果股份有限公司), 통이아오판꾸편요우시엔공쓰(統一藥品股份有限公司), 추안징성이(船井生醫), 산토리 베버리지엔푸드 아시아(Suntory Beverage & Food Asia)를 추가 선정하여, 총 6개의 경쟁기업을 선정함

▶ 경쟁기업 6개사, 평균 28년 업력 보유

선정된 경쟁기업 6개사의 평균 업력은 약 30년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰는 1961년도에 설립되어 약 59년의 업력을 보유하고 있으며, 왓슨스는 33년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 추안징성이 28년, 통이아오판꾸편요우시엔공쓰 27년, 판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰 13년, 산토리 베버리지엔푸드 아시아가 9년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 6개사, 콜라겐 동일품목 종류 조사

대만에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 콜라겐 제품의 동일품목 수를 조사한 결과 왓슨스가 11개로 경쟁기업 6개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰 6개, 추안징성과 산토리 베버리지엔푸드 아시아가 각 3개 동일품목을 보유하고 있으며, 타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰와 통이아오판꾸편요우시엔공쓰가 각각 1개의 동일품목을 보유하고 있는 것으로 조사됨

[표 2.1] 콜라겐 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
왓슨스 (Watsons)	대만	33년	11개
판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰 (磐石國際行銷有限公司)	대만	13년	6개
타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰 (台灣森永製果股份有限公司)	대만	59년	1개
통이아오판꾸편요우시엔공쓰 (統一藥品股份有限公司)	대만	27년	1개
추안징성이 (船井生醫)	대만	28년	3개
산토리 베버리지엔푸드 아시아 (Suntory Beverage & Food Asia)	일본	9년	3개

자료: 대만 진출 콜라겐 제조기업 6개사 분석

2. 대만 콜라겐 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 대만 오프라인 및 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 왓슨스, 코스메드, 까르푸에 진출함. 왓슨스에 진출한 경쟁기업은 왓슨스, 추안징성이, 산토리 베버리지앤푸드 아시아 3개사이며, 코스메드에는 판스꾸어징샤오요우시엔팡쓰, 추안징성이, 산토리 베버리지앤푸드 아시아 3개사가, 까르푸에는 타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔팡쓰, 통이아오판꾸편요우시엔팡쓰 2개사가 진출함. 경쟁사가 최다 진출해 있는 온라인 매장은 야후 바이와 쇼피로, 6개사 모두 야후 바이를 통해 제품을 판매 중이며, 모모샵에는 왓슨스를 제외한 5개사가 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용하고 있음. 모든 기업이 자사 홈페이지를 통해 기업 정보와 자사 제품의 정보 제공 및 홍보를 진행하고 있으며, 통이아오판꾸편요우시엔팡쓰, 추안징성이, 산토리 베버리지앤푸드 아시아는 현지어 외에 영어로 글로벌 홈페이지를 운영 중임. 또한, 6개사 모두 SNS 플랫폼을 사용하여 제품 홍보를 진행 중이며, 통이아오판꾸편요우시엔팡쓰를 제외한 5개사는 페이스북, 인스타그램 등 3개 이상의 SNS 플랫폼을 운영 중인 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 효능과 품질을 강조함

대만 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 효능과 품질을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 효능을 강조한 문구로는 ‘활력 증진’, ‘피부 탄력 강화’, ‘과학적으로 입증된 효능’ 등이 있으며, 품질을 강조한 문구로는 ‘최고 수준의 제품’, ‘천연 성분 사용’ ‘각종 인증 취득’ 등이 있는 것으로 조사됨. 그 외 ‘신선하고 달콤한 복숭아 맛’, ‘저칼로리 포만감’, ‘비싼 현대인에게 적합한 제품’ 등의 문구를 사용하는 것으로 조사됨

[표 2.2] 콜라겐 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
왓슨스 (Watsons)	• 오프라인 매장 - 왓슨스	• 자사 홈페이지 (현지)	<ul style="list-style-type: none"> • 국제 표준 평가 및 인증 통과 • 제품 생산 공정 및 원자재 관리 • 최고 수준의 제품
	• 온라인 매장 - 야후 바이 - 쇼피	• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	
판스꾸어징샤오 요우시앤공쓰 (磐石國際行銷有限公司)	• 오프라인 매장 - 코스메드	• 자사 홈페이지 (현지)	<ul style="list-style-type: none"> • 천연 성분 사용 • 인공첨가물 미함유 • 활력 증진 및 영양 보충
	• 온라인 매장 - 모모샵 - 야후 바이 - 쇼피	• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 라인	
타이완썬용즈꾸어꾸 편요우시앤공쓰 (台灣森永製菓股份有限公司)	• 오프라인 매장 - 까르푸	• 자사 홈페이지 (현지)	<ul style="list-style-type: none"> • 저칼로리 포만감 • 피부 탄력 강화 • 신선하고 달콤한 복숭아 맛
	• 온라인 매장 - 모모샵 - 야후 바이 - 쇼피	• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 라인	
통이야오판꾸편 요우시앤공쓰 (統一藥品股份有限公司)	• 오프라인 매장 - 까르푸	• 자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> • 고품질 원료 사용 • 피부 탄력 향상 • 제품 안전검사 통과
	• 온라인 매장 - 모모샵 - 야후 바이 - 쇼피	• SNS 플랫폼 - 페이스북	
추안징성이 (船井生醫)	• 오프라인 매장 - 왓슨스 - 코스메드	• 자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> • 빠르게 체내에 흡수됨 • 피부 탄력 향상 • 고품질 제품 • 각종 인증 취득
	• 온라인 매장 - 모모샵 - 야후 바이 - 쇼피	• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 라인	
산토리 베버리지앤푸드 아시아 (Suntory Beverage & Food Asia)	• 오프라인 매장 - 왓슨스 - 코스메드	• 자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> • 과학적으로 입증된 효능 • 삶의 질 향상 • 비뻔 현대인에게 적합한 제품
	• 온라인 매장 - 모모샵 - 야후 바이 - 쇼피	• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 라인	

자료: 대만 콜라겐 제조기업 6개사 분석

3. 콜라겐 제품 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류	① 왓슨스(Watsons) ¹⁴⁾	
① 후어페이뚜어메이웨이 한티에자오위엔단 (活沛多玫瑰含鐵膠原蛋)	기업 기본 정보 ¹⁵⁾	기업명 왓슨스(Watsons)
		홈페이지 www.watsons.com.tw
② 이엑스지아치양 싱어싱자오위엔단 (EX加強型二型膠原蛋)		위치 台北市松山區八德路四段760號11樓, Taiwan
		직원 수 약 10,000명
③ 자오위엔단빠이펑 (膠原蛋白錠)	기업 진출 채널	규모 동일품목 수 11개
	설립년도 1987년	<오프라인 매장> 왓슨스 
④ 큐텐자오위엔메이엔인 (Q10膠原美妍錠)	기업 진출 채널	제품명 데일리자오위엔룬탄동 (Daily 膠原潤彈凍)
	제품 형태 젤리	제품명 데일리 자오위엔쉐이년동 (Daily 膠露水嫩凍)
⑤ 자오위엔단빠이타밍씨 (膠原蛋白他命C)	기업 홍보 채널	용량 200g (20g*10포)
	가격 ¹⁶⁾ 499대만달러 (20,294원)	가격 499대만달러 (20,294원)
자료: 왓슨스 대만지사 홈페이지	기업 홍보 문구	제품 형태 젤리
	<온라인 매장> 야후 바이 소피 	• 자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개, 홍보 및 판매 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 제품 홍보 및 제품 광고 게시 - 할인행사 정보 제공
	<온라인 매장> 야후 바이 소피 	• 국제 표준 평가 및 인증 통과 • 제품 생산 공정 및 원자재 관리 • 최고 수준의 제품

사진자료: 왓슨스 대만 홈페이지

14) 왓슨스 대만(Watsons Taiwan)과 왓슨스 대만의 자치브랜드 뉴트리플러스(Nutriplus)의 제품을 조사하였음. 동일품목의 경우, 왓슨스 대만 홈페이지에서 판매 중인 제품 정보를 기재하였으며, 기업 홍보채널과 홍보문구의 경우, 뉴트리플러스의 별도 기업 홍보 채널이 존재하지 않아 왓슨스 대만 홈페이지 내 존재하는 뉴트리플러스의 브랜드 페이지 정보를 기재함

15) 왓슨스(Watsons) 대만지사 홈페이지 (www.watsons.com.tw)

16) 1대만달러= 40.67원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●
동일품목 종류

① 주안리농미자오위엔뎀바이편
(專利濃密膠原蛋白粉)



② 평왕탄리자오위엔나이차
(蜂王彈力膠原奶茶)



③ 주안리뎡징평왕루슈미안짜오위엔
(專利凍晶蜂王乳舒眠膠原)



④ 한꾸어주안리뎡짜오홍산차오위엔
(韓國專利發酵紅蔘膠原)



⑤ 주안리뎡징주인엔
위자오위엔뎀바이편
(專利特濃晶鑽燕窩膠原蛋白粉)



자료:
판스꾸어지싱샤오오우시엔공쓰
홈페이지

② 판스꾸어지싱샤오오우시엔공쓰(磐石國際行銷有限公司)

	기업명	판스꾸어지싱샤오오우시엔공쓰(磐石國際行銷有限公司)	
기업 기본 정보(17)	홈페이지	www.udr.com.tw	
	규모	동일품목 수	6개
		설립년도	2007년
	제품명	슈양주안리하자오위엔뎀바이편 (雙專利HA膠原蛋白粉)	
	용량	90g (3g*30개입)	
	가격	899대만달러 (36,562원)	
	제품 형태	분말	
기업 진출 채널	제품명	주안리터룬하자오위엔뎀바이편 (專利特潤HA膠原蛋白粉)	
	용량	90g (3g*30개입)	
	가격	1,800대만달러 (73,206원)	
	제품 형태	분말	
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 코스메드		
	〈온라인 매장〉 모모샵 야후 바이 쇼피		
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개, 홍보 및 판매 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 라인) - 제품 홍보 및 제품 광고 게시 - 할인행사 정보 제공 	
	홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 천연 성분 사용 • 인공첨가물 미함유 • 활력 증진 및 영양 보충 	

사진자료: 판스꾸어지싱샤오오우시엔공쓰 홈페이지

17) 판스꾸어지싱샤오오우시엔공쓰(磐石國際行銷有限公司) 홈페이지 (www.udr.com.tw)

③ 타이완션용즈꾸어꾸편요우시안공쓰(台灣森永製菓股份有限公司)

기업 기본 정보 ¹⁸⁾	기업명	타이완션용즈꾸어꾸편요우시안공쓰(台灣森永製菓股份有限公司)		
	홈페이지	www.morinaga.com.tw		
	위치	台北市北投區中央南路二段22號, Taiwan		
	규모	자본금	354만 대만달러 (1억 4,397만 원)	
		직원수	244명 (2019년 12월 기준)	
		동일품목 수	1개	
		설립년도	1961년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸		제품명	웨이더칭량꾸어동 (威德清涼果凍)
			용량	1,080g (180g*6팩)
		가격	199대만달러 (8,093원)	
		제품 형태	젤리	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 모모샵 야후 바이 쇼피		제품명	웨이더칭량꾸어동 (威德清涼果凍)
			용량	1,080g (180g*6팩)
		가격	228대만달러 (9,273원)	
		제품 형태	젤리	
기업 홍보 채널		• 자사 홈페이지(현지)		
		– 브랜드 소개 및 홍보 – 제품 소개 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 라인) – 제품 홍보 및 제품 광고 게시		
기업 홍보 문구		• 저칼로리 포만감		
		• 피부 탄력 강화 • 신선하고 달콤한 복숭아 맛		

사진자료: 타이완션용즈꾸어꾸편요우시안공쓰 홈페이지

18) 타이완션용즈꾸어꾸편요우시안공쓰(台灣森永製菓股份有限公司) 홈페이지 (www.morinaga.com.tw)

④ 통이아오핀꾸편요우시안공쓰(統一藥品股份有限公司)

기업 기본 정보 ¹⁹⁾	기업명	통이아오핀꾸편요우시안공쓰(統一藥品股份有限公司)		
	홈페이지	www.ppc-life.com.tw		
	위치	105台北市松山區南京東路四段126號6樓, Taiwan		
	규모	동일품목 수	1개	
		설립년도	1993년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 코스메드		제품명	평양자오위안인 (蜂王膠原飲)
			용량	360ml (60ml*6병)
			가격	699대만달러 (28,428원)
	〈온라인 매장〉 모모샵 아후 바이 쇼피		제품명	평양자오위안인 (蜂王膠原飲)
			용량	2,880ml (60ml*48병)
			가격	2,999대만달러 (121,969원)
제품 형태	액상			
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지(글로벌) - 브랜드 소개 및 홍보 - 제품 소개, 홍보 및 판매 • SNS 플랫폼 (페이스북) - 제품 홍보 및 제품 광고 게시 - 할인행사 정보 제공 		
		홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 고품질 원료 사용 • 피부 탄력 향상 • 제품 안전검사 통과 	

사진자료: 통이아오핀꾸편요우시안공쓰 홈페이지, 모모샵 홈페이지

19) 통이아오핀꾸편요우시안공쓰(統一藥品股份有限公司) 홈페이지 (www.ppc-life.com.tw)

●
동일품목 종류

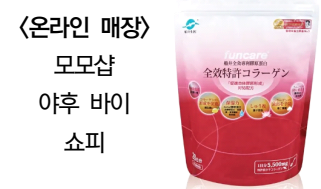
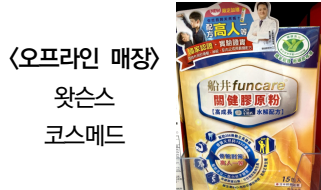
① 진룬자오위엔뽀이편 (金潤膠原蛋白粉)



자료: 추안징성이샵

⑤ 추안징성이(船井生醫)

기업 기본 정보20)	기업명	추안징성이(船井生醫)	
	홈페이지	www.funcare.com	
	위치	No.77-9, Shizheng N. 1st Rd., Xitun Dist, Taichung City 407, Taiwan	
	규모	설립년도 1992년	
기업 진출 채널	동일품목 수	3개	
	제품명	꾸안지앤자오위엔편 (關鍵膠原粉)	
		용량	100g (6.7g*15포)
		가격	899대만달러 (36,562원)
기업 홍보 채널	제품 형태	분말	
	제품명	취안샤오주안리자오위엔뽀이 (全效專利膠原蛋白)	
	용량	150g (15g*10포)	
	가격	1,880대만달러 (76,460원)	
기업 홍보 문구	제품 형태	분말	
	홍보 문구	<p>船井生醫 全效專利膠原蛋白(49g)</p> <p>快速吸收 易於消化 易於吸收</p> <p>產品特色:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 100%純動物性精華 ● 採用天然提煉技術 ● 採用科學提煉技術 ● 含有豐富維他命 ● 100%純天然全效精華 ● 純天然提煉 天然無糖 ● 純天然提煉 天然無糖 	



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 브랜드 소개 및 홍보
- 제품 소개, 홍보 및 판매
- SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 라인)
- 제품 홍보 및 제품 광고 게시

사진자료: 추안징성이 홈페이지

20) 추안징성이(船井生醫) 홈페이지 (www.funcare.com)

동일품목 종류		⑥ 산토리 베버리지앤푸드 아시아 (Suntory Beverage & Food Asia) ²¹⁾										
① 메이우안쑤자오우안뎬뻬이5000 (美原素膠原蛋白5000)		기업명	산토리 베버리지앤푸드 아시아 (Suntory Beverage & Food Asia)									
		홈페이지	suntorybeverageandfoodasia.com									
② 홍자오위안칭춘인 (紅膠原青春飲)		기업 기본 정보 ²²⁾	위치	18 Cross Street #12-01/08 Singapore 048423, Singapore								
			직원 수	약 7,300명								
		규모	동일품목 수	3개								
		설립년도	2011년									
자료: 브랜드 홈페이지		기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 왓슨스 코스메드	 <table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>홍자오위안칭춘똥 (紅膠原青春凍)</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>150g (15g*10개입)</td> </tr> <tr> <td>가격</td> <td>890대만달러 (36,196원)</td> </tr> <tr> <td>제품 형태</td> <td>젤리</td> </tr> </table>	제품명	홍자오위안칭춘똥 (紅膠原青春凍)	용량	150g (15g*10개입)	가격	890대만달러 (36,196원)	제품 형태	젤리
			제품명	홍자오위안칭춘똥 (紅膠原青春凍)								
용량	150g (15g*10개입)											
가격	890대만달러 (36,196원)											
제품 형태	젤리											
〈온라인 매장〉 모모샵 야후 바이 쇼피	 <table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>홍자오위안칭춘똥 (紅膠原青春凍)</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>150g (15g*10개입)</td> </tr> <tr> <td>가격</td> <td>820대만달러 (33,349원)</td> </tr> <tr> <td>제품 형태</td> <td>젤리</td> </tr> </table>	제품명	홍자오위안칭춘똥 (紅膠原青春凍)	용량	150g (15g*10개입)	가격	820대만달러 (33,349원)	제품 형태	젤리			
제품명	홍자오위안칭춘똥 (紅膠原青春凍)											
용량	150g (15g*10개입)											
가격	820대만달러 (33,349원)											
제품 형태	젤리											
기업 홍보 채널		기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) - 브랜드 소개 및 홍보 - 제품 소개, 홍보 및 판매 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 라인) - 제품 홍보 및 제품 광고 게시 - 할인행사 정보 제공 								
				<ul style="list-style-type: none"> 과학적으로 입증된 효능 삶의 질 향상 바쁜 현대인에게 적합한 제품 								

사진자료: 브랜드 홈페이지

21) 산토리 베버리지앤푸드 아시아(Suntory Beverage & Food Asia)의 건강기능식품 브랜드인 브랜드인 브랜드의 제품과 홍보채널을 조사하였음

22) 산토리 베버리지앤푸드 아시아(Suntory Beverage & Food Asia) 홈페이지 (suntorybeverageandfoodasia.com)

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 샤오산메이르(小三美日)

Interview ② 다중신지치예지투안(大中新記企業集團)

Interview ③ 더카이구어찌마오이스예구편요우시안공쓰(德崑國際貿易實業股份有限公司)

Interview ④ 신성요우시안공쓰(昕晟有限公司)

Interview ① 샤오산메이르(小三美日)

샤오산메이르
(小三美日)

전문가 소속

샤오산메이르
(小三美日)
수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Lin
(Sales Manager)

23)

小三美日

熱門搜尋：洗面乳 面膜 沐浴乳 抗菌 防曬 濕紙巾 口罩
Hi~想找甚麼商品嗎？

發燒活動 新品NEW 品牌館 時尚彩妆 臉部保養 美體保養 美髮造型 香潔美甲 美材護理 零食泡麵 居家用品 媒體保健 折扣專區

點我直接領取 \$800 購物金
每會員限領一次
限時5天

8月8日 8時8分 振興購物慶

<p>狂殺 74折</p> <p>SHISEIDO 資生堂 怡麗絲帶-膠原晚安面膜(15g)</p> <p>全年最低 \$149</p>	<p>狂殺 37折</p> <p>PEZRI 派翠-膠原活膚金日霜(60g)</p> <p>全年最低 \$259</p>	<p>狂殺 84折</p> <p>SENTOSA 三多-魚膠原蛋白C(3gx28包/盒)</p> <p>全年最低 \$339</p>	<p>狂殺 82折</p> <p>白蘭氏-紅膠原青茶(15gx10人)</p> <p>全年最低 \$579</p>
<p>韓國 A.H.C-B5 滋潤度 玻尿酸 / 膠原蛋白 聚糖 / VC 補水亮白 保潔面膜(單片...)</p> <p>\$99</p>	<p>狂殺 91折</p> <p>Chocola BB 尚正美BB-蜂王款(50mlx10人)+ 膠原錠120錠+ 綠衣錠60錠 組合款</p> <p>全年最低 \$2099</p>	<p>狂殺 77折</p> <p>天天1包與有美福好景色 SUNTORY 三得利- Milcolla 次世代蜜露 珂椰 膠原蛋白(30包盒裝)</p> <p>全年最低 \$1699</p>	<p>狂殺 83折</p> <p>Meiji Amino 膠原蛋白粉-42天份加量版(補充包300g)</p> <p>全年最低 \$999</p>

샤오산메이르(小三美日) Sales Manager, Ms. Lin

샤오산메이르는 2006년에 설립된 대만 수입·유통업체로, 주로 유럽, 미국에서 수입한 보건식품, 미용 제품을 취급하고 있음. 대만에 18개 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 자사 온라인 쇼핑몰뿐만 아니라 쇼피, 라쿠텐, 피씨홈투엔티포아워 등 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 유통하고 있음. 자사 온라인 쇼핑몰에 300만 명 이상의 회원을 보유하고 있으며, 1,500만 명 이상의 SNS 구독자를 보유하고 있음

23) 사진자료: 샤오산메이르(小三美日) 홈페이지 (www.s3.com.tw)



가격	12,900원
----	---------

용량	20g*10포
----	---------

포장	플라스틱 파우치
----	----------

Q1. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

대만 현지 브랜드 바이란스(白蘭氏)의 제품을 취급하고 있습니다. 제품마다 가격은 다르지만 바이란스의 프리미엄 제품은 499-800대만달러(약 20,294원-32,536원)²⁴⁾로 판매되고 있습니다. A사 제품 공급가는 123대만달러(약 5,002원)로 수입, 유통, 홍보 등의 비용을 감안하면 최종 소매가는 375대만달러(약 15,251원) 정도일 것이며, 이는 신제품으로서는 다소 비싼 편입니다.

Q2. 바이어가 선호하는 제품 용량과 포장 형태는 무엇인가요?

포장 형태의 경우 재질보다는 디자인이 더 중요합니다. 주로 빨간색이나 분홍색 계열이 많이 사용되는데, A사 제품 포장 디자인은 정교하고 보기 좋습니다. 용량은 한 포당 15-20g이 적당한데, 휴대 및 섭취가 편리하면서도 프리미엄 제품이라는 느낌을 주기에 충분한 용량이기 때문입니다.

Q3. 현지에서 판매 중인 콜라겐 제품의 유통기한은 어떻게 되나요?

대만은 기후가 덥고 습하기 때문에 유통기한이 너무 긴 제품은 소비자들 사이에서 제품의 신선도가 떨어진다고 생각되거나 방부제가 많이 첨가되었다는 인식이 존재합니다. 유통기한 1년 정도가 가장 적당하다고 생각하며, 저희가 취급 중인 웨이더 제품의 경우 제품마다 다르지만 평균적으로 유통기한은 6개월 이상입니다.

Q4. 어떤 형태의 콜라겐 제품이 가장 인기 있나요?

대만 소비자들은 젤리 형태의 콜라겐 제품을 선호합니다. 휴대하기 편리하여 시간과 장소에 구애받지 않고 섭취할 수 있으며, 식감과 맛이 좋아 꾸준히 섭취하는 것이 가능하기 때문입니다. 웨이더와 바이란스 모두 콜라겐 젤리 제품을 판매하고 있고 소비자들의 반응이 좋습니다.

Q5. 콜라겐 제품의 주 소비층과 제품 선택 기준은 어떤가요?

체내 콜라겐은 25세 이후부터 점차 유실된다고 알려져 있기 때문에 25세 이상 여성 소비자들이 주로 콜라겐 제품을 구매합니다. 콜라겐 제품을 섭취함으로써 피부의 탄력을 보충하여 미용 효과를 기대하는데, 꾸준히 섭취해야 효과가 있기 때문에 제품의 맛 또한 제품 구매 기준에 포함됩니다. 대만 소비자들은 새콤달콤한 맛을 좋아하는데 A사 제품은 석류 맛으로 현지 소비자들이 좋아할 것입니다.

24) 1대만 달러= 40.67원(2020.08.01.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 다중신지치예지투안(大中新記企業集團)

다중신지치예지투안
(大中新記企業集團)

전문가 소속

다중신지치예지투안
(大中新記企業集團)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Xu (Manager)



25)



다중신지치예지투안(大中新記企業集團)²⁶⁾ Sales Manager, Mr. Xu

다중신지치예지투안은 1985년에 설립된 대만 수입·유통업체로 해외에서 향료, 젤라틴, 건강기능식품 원료 등을 대량 수입하여 대만 현지 식품제조업체로 유통함. 약조노벨, 트로바스, 로터스 등 글로벌 기업에도 원료를 공급하고 있으며, 소비자의 요구를 충족시키기 위해 다양한 연구·개발 또한 진행 중에 있음

25) 사진자료: 다중신지치예지투안(大中新記企業集團) 홈페이지 (www.dcco.com.tw)

26) 다중신지치예지투안의 식품 부서와 인터뷰를 진행하였음



가격 12,900원

용량 20g*10포

포장 플라스틱 파우치

Q1. 콜라겐 제품의 가격과 용량은 어느 정도가 적당한가요?

A사 제품의 공급가에 따른 소매가 350대만달러(약 14,235원)는 동종 수입제품에 비해 합리적인 가격이라고 생각합니다. 용량의 경우에는 현지에서 유명한 바이란스(白蘭氏)의 콜라겐 젤리 제품이 15g이라는 것을 고려했을 때, A사 제품 용량 20g은 적당한 편입니다.

Q2. 대만 내 판매 중인 콜라겐 제품의 유통기한은 어떠한가요?

대만에서 판매되고 있는 콜라겐 제품의 유통기한은 모두 18개월 이상입니다. A사 제품의 유통기한은 12개월로, 수출과 수입, 유통, 입점 등에 소요되는 시간을 고려한다면 12개월은 다소 짧다고 생각합니다. 유통기한을 18개월로 늘릴 수 있다면 적당할 것입니다.

Q3. 소비자들이 선호하는 콜라겐 제품의 형태와 포장은 어떤가요?

현지에서 판매 중인 콜라겐 제품의 형태는 매우 다양하지만, 그 중에서도 젤리, 분말, 액상 형태의 제품에 대한 선호도가 높은 편입니다. 포장 역시 제품 형태에 따라 다양한데, 스틱 형태의 플라스틱 파우치 제품이 휴대하기에 간편하기 때문에 인기가 많습니다. 포장 디자인은 화려하고 복잡한 것보다는 깔끔하고 정교한 느낌의 디자인을 권장합니다.

Q4. 어떤 맛의 콜라겐 제품이 인기 있나요?

대만 소비자들은 새콤달콤한 맛을 좋아하며, 과일 성분이 함유된 제품을 섭취하면 콜라겐과 비타민C를 함께 섭취할 수 있기 때문에 주로 과일 맛 제품이 인기 있습니다. 체리 맛과 라즈베리 맛 제품의 인기가 좋은 편이며 A사 제품의 석류 맛도 좋은 반응을 얻을 것입니다. 맛이 좋을 뿐만 아니라 최근 한국산 석류음료가 대만에서 좋은 판매량을 보이고 있기 때문에 석류 맛 콜라겐 제품 역시 선호될 것으로 예상합니다.

Q5. 대만 바이어들이 선호하는 콜라겐 제품은 무엇인가요?

대만 바이어들은 현지에서 어느정도 인지도가 있는 브랜드의 제품을 선호합니다. 대만에서 판매되고 있지 않는 제품을 현지 소비자들에게 선보이기 위해 인지도가 없는 제품도 취급하려고 하는 편인데, 그럴 경우에는 이목을 끄는 홍보자료나 업체의 적극적인 협력이 필요할 것입니다. 그 외 수입통관에 소요되는 시간, 제품의 유통기한, 가격 등을 고려하여 제품을 취급하고 있습니다.

Interview ③ 더카이구어찌마오이스예구편요우시앤공쓰 (德愷國際貿易實業股份有限公司)

더카이구어찌마오이스예구편
요우시앤공쓰
(德愷國際貿易實業股份有限公司)

전문가 소속

더카이구어찌마오이스예구편
요우시앤공쓰
(德愷國際貿易實業股份有
限公司)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Qian (CEO)

27)



더카이구어찌마오이스예구편요우시앤공쓰 (德愷國際貿易實業股份有限公司) CEO, Mr. Qian

더카이구어찌마오이스예구편요우시앤공쓰는 2013년에 설립된 대만 건강식품, 미용 제품 전문 수입·유통업체로 대만 현지로 제품을 유통하고 있음. 관계가 구축된 오프라인 소매업체에 제품을 유통하며, 자체 온라인 쇼핑몰을 운영 중이기도 함

27) 사진자료: 더카이구어찌마오이스예구편요우시앤공쓰(德愷國際貿易實業股份有限公司) 홈페이지 (dekai.com.tw)



가격 12,900원

용량 20g*10포

포장 플라스틱 파우치

Q1. 취급 중인 제품의 가격은 어떻게 되나요?

프리미엄 콜라겐 제품의 가격대는 1,000-2,000대만달러(약 40,670-81,340원)에 형성되어 있으며, 대표적인 프리미엄 콜라겐 제품인 콜라겐 하이드롤리사트(Kollagen Hydrolysat)는 1,350대만달러(약 54,905원)입니다. 일반 콜라겐 제품의 경우 400대만달러(약 16,268원)인데, A사 제품의 공급가가 123대만 달러(약 5,002원)이라면, 대만에서 판매 시 시장성이 있을 것으로 판단됩니다.

Q2. 현지에서는 어떤 제품 형태와 포장 형태를 선호하나요?

제품 형태마다 특징이 다르지만 저희가 취급하는 제품 중에서는 분말 형태의 콜라겐 제품이 인기 있습니다. 분말 형태 제품은 다른 형태 제품에 비해 콜라겐 함량이 높기 때문입니다. 또한, 직접 섭취해도 되고, 물이나 다른 음료에 섞어 마시는 등 섭취방법이 다양해 제품 형태에 구애받지 않아 인기 있습니다. 포장 형태는 젤리와 분말 형태 제품 모두 스틱 형태의 플라스틱 파우치 포장으로, 15-20g 정도의 용량이 휴대하기 간편하여 인기가 있습니다.

Q3. 콜라겐 제품의 평균 유통기한은 어떻게 되나요?

콜라겐 제품의 유통기한은 일반적으로 약 2년 정도이며, 젤리 형태의 제품은 18개월에서 2년 사이입니다. A사 제품의 유통기한은 12개월로, 대만에서 판매 중인 콜라겐 제품에 비해 유통기한이 짧을뿐더러, 대만에 수입되어 판매된다면 수입·유통 기간이 소요될 것이기 때문에 18개월 정도로 늘릴 것을 권장합니다.

Q4. 현지 소비자들은 콜라겐 제품에 어떤 효과를 기대하나요?

대만 소비자들은 콜라겐의 건강증진 효과와 미용 효과를 기대하며 제품을 섭취합니다. 나이가 들수록 체내 콜라겐이 줄어들고 40대부터는 콜라겐 자연 합성 기능이 떨어지기 때문에 콜라겐 제품 섭취를 통해 보충하려 합니다. 또한, 콜라겐이 보충되면 머릿결 관리와 피부 미용에 도움이 되기 때문에 이를 기대하고 섭취하는 사람들도 많습니다.

Q5. 콜라겐 제품의 주 소비층은 어떠한가요?

중·노년층 소비자들이 주로 콜라겐 제품을 구매하며, 효능을 경험한 제품에 대한 충성도가 높아 꾸준히 구매하는 편입니다. 또한, 다른 연령층에 비해 구매력이 높기 때문에 프리미엄 제품의 주 타겟층이기도 합니다. A사도 콜라겐 젤리 제품 외에 중·장년층을 대상으로 한 프리미엄 제품을 판매한다면 좋을 것입니다.

Interview ④ 신성요우시엔공쓰(昕晟有限公司)

신성요우시엔공쓰
(昕晟有限公司)

전문가 소속

신성요우시엔공쓰
(昕晟有限公司)
유통업체

전문가 정보

Ms. Wu
(Sales Manager)

28)

The screenshot shows four product listings on the Rakuten website. Each listing includes a product image, name, price, and a 'SUMMER SALE' banner. The products are:

- 白蘭氏 保捷膠原錠 30錠/盒 (White Brand Collagen Tablets): Price 999 - 3,950 원, 9-39 points.
- SUNTORY三得利 Liftage麗芙錠PG-EX 10瓶/盒 (Suntory Liftage PG-EX): Price 1,180 원, 11 points.
- SUNTORY三得利 固力伸 葡萄糖膠+鯊魚軟骨 隨身包(6) (Suntory Gokushin Gummies): Price 1,430 원, 14 points.
- 白蘭氏 紅膠原青春凍 15gx10包 (White Brand Collagen Jelly): Price 399 원, 3 points.

白蘭氏 紅膠原青春凍 15gx10包 【i-優】

The detailed product page for '白蘭氏 紅膠原青春凍 15gx10包' features a large 'SUMMER SALE' banner with the product image. The price is 399 원 (discounted from 999 원). The page includes a 'SUMMER SALE' banner, product details, and a '立即購買' (Buy Now) button.

約可獲得 3 點數!! 詳細資料

999-원
399 원

10% 折扣好惠! 只到 2020/08/19 23:59 為止

運費:
宅配通(純配送) - 宅配全館消費滿799免運費 詳細資料
全家門市取貨 - 全家 超取全館消費滿\$799免運費 詳細資料
7-11門市取貨 - 7-11超取全館消費滿\$799免運費 詳細資料

★★★★☆ 4.25 (4) 查看商品評價

數量: 請下單3盒以上 \$399/盒

立即購買 **放入購物車**

신성요우시엔공쓰(昕晟有限公司) Sales Manager, Mr. Wu

신성요우시엔공쓰는 2013년 설립된 대만 건강식품, 미용제품, 생활용품 유통업체로, 주로 콜라겐 젤리와 분말 제품을 취급하고 있음. 모모샵과 야후 바이, 쇼피 등을 통해 온라인 쇼핑몰 위주로 제품을 판매하고 있으며, 오프라인으로는 약국에 제품을 유통하기도 함

28) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten) 신성요우시엔공쓰(昕晟有限公司) 판매 페이지
(https://www.rakuten.com.tw/shop/i-u/search/%E8%86%A0%E5%8E%9F/?s=5&l-id=tw_shopsearch_res_2)



가격 12,900원

용량 20g*10포

포장 플라스틱 파우치

Q1. 취급하는 제품의 가격대는 어떻게 되나요?

바이란스(白蘭氏)의 루비 콜라겐 젤리의 가격은 한 포에 15g, 10개입 제품이 430대만달러(약 17,488원)로, 대만 시장에서 중고가입니다. A사 제품의 공급가가 123대만달러(약 5,002원)라면 현지에서 판매될 때 비싼 편은 아니지만, 신규 브랜드로서 시장을 개척하는데 다소 어려움이 있을 수도 있습니다.

Q2. 대만 진출 시 제품 용량과 포장은 어떻게 하는 것이 좋나요?

A사 제품과 유사한 바이란스의 루비 콜라겐 젤리는 15g 제품 10개입 포장으로 판매되고 있습니다. A사 제품은 20g 제품 10개입으로 현지에서 인기 있는 제품과 용량이 비슷하지만 시장 진출 위험을 줄이기 위해 20g 제품 5개입과 같이 기존보다 작은 규격으로 출시하는 것이 좋다고 생각합니다. 콜라겐 젤리 제품의 포장의 경우 대부분 플라스틱 파우치 형태로 판매되고 있습니다. 대만 소비자들은 포장 재질에 민감한 편은 아니지만, 소비자들의 눈에 띄기 위해서는 보자마자 어떤 제품인지 알 수 있도록 디자인 하는 것이 좋습니다.

Q3. 대만에서 판매 중인 콜라겐 제품의 유통기한은 어떻게 되나요?

저희가 취급하는 콜라겐 제품의 유통기한은 18-24개월 사이입니다. 바이란스의 루비 콜라겐 젤리의 유통기한은 18개월이며 산토리(三得利)의 밀콜라(Milcolla) 제품의 유통기한은 24개월입니다. A사 제품의 유통기한은 12개월로, 제품 자체만 봤을 때 유통기한이 짧은 편은 아니지만, 수입 제품으로서 수입과 통관, 유통, 홍보 등에 소요되는 시간을 고려한다면 12개월은 짧습니다.

Q4. 대만에서 선호되는 콜라겐 제품의 형태는 어떠한가요?

현지 소비자들은 젤리와 분말 형태의 콜라겐 제품을 선호합니다. 젤리와 분말 형태 모두 스틱 형태의 작은 플라스틱 파우치에 포장되어 휴대하기가 편합니다. 젤리 형태 제품은 분말 형태 제품에 비해 맛이 다양하다는 장점이 있으며, 분말 형태 제품은 섭취 방법이 다양해 질리지 않고 오래 먹을 수 있다는 장점이 있습니다.

Q5. 현지 소비자들은 어떤 맛의 콜라겐 제품을 선호하나요?

콜라겐 분말 제품의 경우 현지 소비자들 커피나 두유에 넣어 마시거나 샐러드에 섞어 먹기 때문에 맛이 나지 않는 제품을 선호합니다. 콜라겐 젤리 제품의 경우 새콤달콤한 맛이 나는 제품을 선호하는데, 바이란스의 루비 콜라겐 젤리 제품에는 석류즙과 사과산이 함유되어 소비자들에게 반응이 좋습니다. A사 제품에도 석류농축액이 함유되어 있어 현지 소비자들이 좋아할 것입니다.

Q6. 소비자들은 콜라겐 제품을 섭취할 때 어떤 효과를 기대하나요?

25세 이후부터 몸속 콜라겐이 유실되고, 자체 공급이 유실 속도를 따라가지 못해 피부가 탄력을 잃고 쉽게 노화됩니다. 그렇기 때문에 소비자들은 노화방지와 피부 탄력 유지를 위해 콜라겐 제품을 구매합니다. 피부 미용에 관심이 많은 25세 이상의 여성 소비자들이 주로 콜라겐 제품을 구매하며, 승무원과 같이 고객을 상대하는 업무가 많거나 출장이 빈번한 직업을 가진 사람들도 콜라겐 제품을 많이 찾는 편입니다.

V. 경쟁력 파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1일 섭취량 당 가격

● 경쟁제품(제조사)

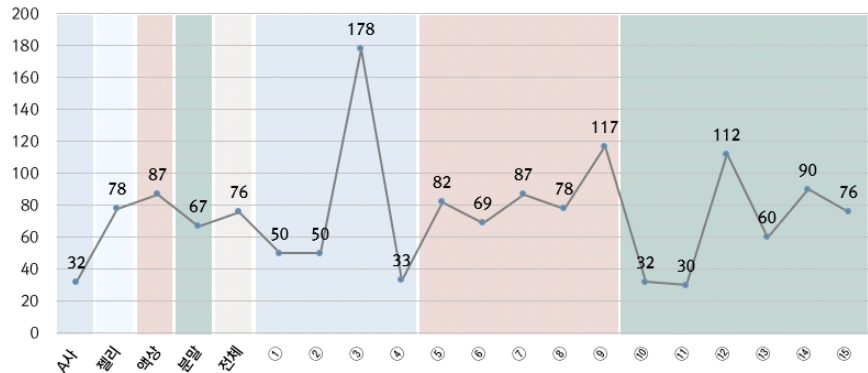
- ① 데일리 자오위엔쉐이년통 (강순성우커지꾸공쓰)
- ② 데일리 자오위엔룬탄동 (강순성우커지꾸공쓰)
- ③ 홍자오위엔칭춘동 (마라이시아상빠이판스뽀더리 꾸편요우시엔공쓰타이완편공쓰)
- ④ 웨이더칭량꾸어동 (타이완쑤우즈꾸어꾸편요우시엔공쓰)
- ⑤ 큐텐 자오위엔메이앤인 (지앤차오신위앤이아오성 지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑥ 평왕자오위엔칭춘인 (따지양성이꾸편요우시엔공쓰)
- ⑦ 밍즈자오위엔뽀인닝뽀이닝뽀꾸어웨이 (퍼켄)
- ⑧ 큐탄자오위앤인 (웨이타루지투안이위앤잉성자꾸편 요우시엔공쓰)
- ⑨ 평왕자오위앤인 (통이아오핀꾸편요우시엔공쓰)
- ⑩ 데일리 자오위엔뽀이판 (더강성우커지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑪ 슈양주안리하자오위엔뽀이판 (판스꾸어지상샤오요우시엔공쓰)
- ⑫ 이엑스프로 플러스 자앤리자오위엔 (알리먼트 핑예주스웨이서)
- ⑬ 꾸안지앤자오위앤편 (홍중성우커지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑭ 타이판편 (알리먼트 핑예주스웨이서)
- ⑮ 메이앤자오위앤편 (알리먼트 핑예주스웨이서)

▶ A사 제품 1일 섭취량 당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

A사 제품의 1일 섭취량 당 가격은 32대만달러(약 1,301원)²⁹⁾³⁰⁾로 경쟁제품 15개의 평균 1일 섭취량 당 가격 76대만달러(약 3,091원) 대비 약 58% 저렴한 편임. 제품 형태별 평균 1일 섭취량 당 가격은 음료 제품이 87대만달러(약 3,538원)로 가장 높으며 A사 제품 대비 약 2.7배 비쌌. 분말 제품의 1일 섭취량 당 가격은 67대만달러(약 2,725원)로 제품 형태 대비 가장 저렴하며, A사 제품 대비 약 2.1배 비쌌. 그 외 젤리 제품의 1일 섭취량 당 가격은 78대만달러(약 3,172원)로 A사 제품 대비 약 2.4배 비쌌

[표 3.1] 대만 콜라겐 가격 경쟁력 분석

(단위: 대만달러)



29) 1대만 달러는 40.67원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) A사 제품 대만달러 1일 섭취량 당 가격 32대만달러(A사 제품 대만달러 가격 317대만달러를 섭취할수로 나눈 후 소수점을 반올림한 값(약 1,301원))

2) 섭취일수

● 경쟁제품(제조사)

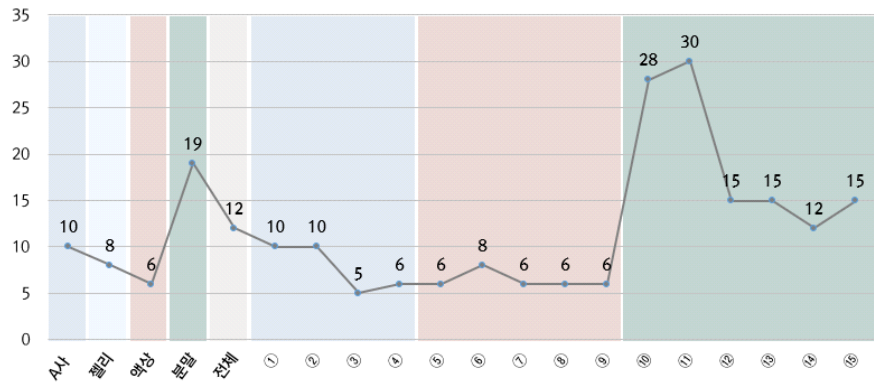
- ① 데일리 자오위엔쉐이년통 (강순성우커지꾸공쓰)
- ② 데일리 자오위엔룬탄통 (강순성우커지꾸공쓰)
- ③ 홍자오위엔칭춘통 (마라이시아상빠이란스썬더리 꾸편요우시엔공쓰타이완편공쓰)
- ④ 웨이더칭량꾸어통 (타이완썬용즈꾸어꾸편요우시엔공쓰)
- ⑤ 큐텐 자오위엔메이엔인 (지엔차오신위엔이아오성 지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑥ 평왕자오위엔칭춘인 (따지양성이꾸편요우시엔공쓰)
- ⑦ 밍즈자오위엔뎬뎬이인밍카우웨이 (퍼켄)
- ⑧ 큐탄자오위엔인 (웨이타루지투안이위엔양성자꾸편 요우시엔공쓰)
- ⑨ 평왕자오위엔인 (통이아오핀꾸편요우시엔공쓰)
- ⑩ 데일리 자오위엔뎬뎬이편 (더강성우커지꾸편요우시엔공쓰)
- ⑪ 슈양주안리하자오위엔뎬뎬이편 (판스꾸어지싱샤오요우시엔공쓰)
- ⑫ 이엑스프로 플러스 자오위엔칭춘 (알리먼트 풍예주스혜이서)
- ⑬ 꾸안지엔자오위엔편 (홍종성우커지요우시엔공쓰)
- ⑭ 타이판편 (알리먼트 풍예주스혜이서)
- ⑮ 메이엔자오위엔편 (알리먼트 풍예주스혜이서)

▶ A사 제품 섭취일수, 경쟁제품 평균 섭취일수 대비 적은 편

A사 제품의 섭취일수는 10일로 경쟁제품 15개의 평균 섭취일수 12일에 비해 2일 적은 편임. 제품 종류별 평균 섭취일수는 분말 제품이 19일로 가장 많았으며 A사 제품 대비 9일 많음. 음료 제품의 평균 섭취일수는 6일로 제품 종류 대비 섭취일수가 가장 적으며 A사 제품 대비 4일 적음. 그 외 젤리 제품의 섭취일수는 8일로 A사 제품 대비 2일 적은 것으로 확인됨

[표 3.2] 대만 콜라겐 1일 섭취 가격 경쟁력 분석

(단위: 일)

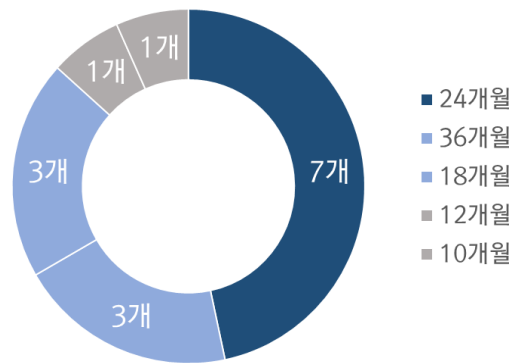


3) 유통기한

▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 유통기한 24개월

대만에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 유통기한을 조사한 결과, 7개 제품의 유통기한이 24개월인 것으로 조사됨. 그 외 유통기한이 18개월, 36개월인 제품 각 3개, 10개월, 12개월인 제품 각 1개로 확인됨

[표 3.3] 대만 콜라겐 유통기한 경쟁력 분석

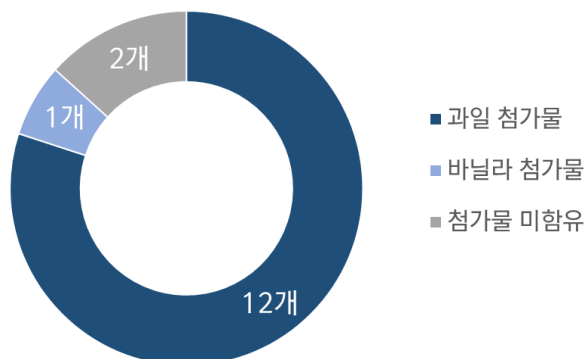


4) 주요 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 맛에 영향을 주는 첨가물 함유

대만에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 주요 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중, 13개 제품이 맛에 영향을 주는 첨가물을 함유된 것으로 조사됨. 13개 제품 중 12개 제품이 사과, 복숭아, 석류 등의 과일 첨가물이 함유되었으며, 그 외 31)바닐라 첨가물이 함유된 제품이 1개로 확인됨

[표 3.4] 대만 콜라겐 주요 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



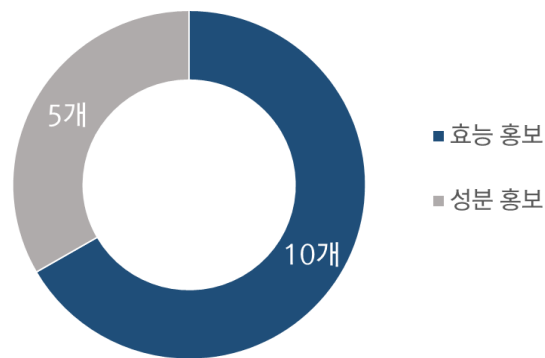
31) 떡잎식물 난초목 난초과의 덩굴식물로 열매인 바닐라빈은 초콜릿, 아이스크림, 케이크, 쿠키, 커피 등의 향신료로 사용됨

5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 제품의 효능 홍보문구 사용

대만에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 홍보문구를 조사한 결과, 10개 제품이 ‘피부 탄력’, ‘아름다움’ 등 제품의 효능을 홍보하는 홍보문구를 사용했으며, 그 외 5개 제품이 ‘5,000mg 콜라겐 함유’, ‘칼슘 함유’ 등 제품의 성분을 홍보하는 문구를 사용한 것으로 확인됨

[표 3.5] 대만 콜라겐 제품 성분 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 모모샵, 야후 바이, 쇼피

(*) 오프라인 매장 : 왓슨스, 코스메드, 까르푸, 따슈야오쥬

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 2개 이상 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



경쟁력 분석 제품
(A사 _ 리즌 석류 클라겐)

‘석류의 단맛과
대용량 파우치’

20g*10개입	공통 특징 ① 용량	15g*10개입
석류 첨가물이 함유된 젤리	공통 특징 ② 제형	석류 첨가물이 함유된 젤리
종이상자/ 플라스틱 파우치	공통 특징 ③ 포장	종이상자/ 플라스틱 파우치

12개월

벤치마킹 ▶
유통기한

18개월



현지 벤치마킹 인기 제품
(산토리 _ 홍자오위앤칭춘동)

‘타겟 고객층 설정과,
제품 다각화(맛)’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 용량

▶ 벤치마킹 제품, 한 포당 15g, 10개입

대만에서 판매되는 콜라겐 제품은 대부분 15-20g 용량이며, 벤치마킹 제품은 한 포 당 15g에 10개입인 것으로 확인됨

[표 3.6] 대만 콜라겐 인기제품, 가격 및 용량 인터뷰 분석

(인터뷰) (생략) 용량은 한 포당 15-20g이 적당한데, 휴대 및 섭취가 편리하면서도 프리미엄 제품이라는 느낌을 주기에 충분한 용량이기 때문입니다.

- Ms. Lin (샤오산메이르, 세일즈 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석
- 제형&포장

▶ 벤치마킹 제품, 젤리 형태에 플라스틱 파우치 포장

대만에서 판매되는 콜라겐 제품 중 젤리와 분말 형태의 제품이 인기 있는 것으로 확인됨. 젤리 형태 제품의 경우 대부분 플라스틱 파우치 포장 형태임

[표 3.7] 대만 콜라겐 인기제품, 맛 분석

(인터뷰) (생략) 젤리, 분말, 액상 형태의 제품에 대한 선호도가 높은 편입니다. 포장 역시 제품 형태에 따라 다양한데, 스틱 형태의 플라스틱 파우치 제품이 휴대하기에 간편하기 때문에 인기가 많습니다.

- Mr. Xu (다중신지치예지투안, 매니저) -

4) 벤치마킹 제품 분석
- 유통기한

▶ 벤치마킹 제품, 유통기한 18개월

대만에서 판매되는 콜라겐 제품의 유통기한은 대부분 18-24개월임. A사 제품의 유통기한은 12개월로 유통기한 경쟁력이 떨어지는 것으로 확인됨

[표 3.8] 대만 콜라겐 인기제품, 홍보문구 분석

(인터뷰) (생략) A사 제품의 유통기한은 12개월로, 대만에서 판매 중인 콜라겐 제품에 비해 유통기한이 짧을뿐더러, 대만에 수입되어 판매된다면 수입·유통 기간이 소요될 것이기 때문에 18개월 정도로 늘릴 것을 권장합니다.

- Mr. Qian (더카이구어찌마오이스예구편요우시앤푹쓰, CEO) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 오프라인 및 온라인 채널 진출

대만에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 왓슨스와 코스메드에 진출한 기업은 각 3개사이며, 까르푸에는 2개사가 진출한 것으로 조사됨. 온라인 채널 중 야후 바이와 쇼피에 6개사 모두 진출한 것으로 확인되었으며, 모모샵에는 5개사가 진출한 것으로 조사됨

[표 3.9] 콜라겐 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	왓슨스	코스메드	까르푸	모모샵	야후 바이	쇼피
왓슨스	○				○	○
판스꾸어징샤오 요우시앤꽁쓰		○		○	○	○
타이완썬용즈꾸어꾸편 요우시앤꽁쓰			○	○	○	○
통이야오핀꾸편 요우시앤꽁쓰			○	○	○	○
추안징성이	○	○		○	○	○
산토리 베버리지앤푸드 아시아	○	○		○	○	○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 홍보 채널에는 주로 자사 정보, 취급하는 제품 정보 등을 게시하고 있으며, 3개사는 대만 현지 홈페이지 외에도 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 경쟁기업 6개사 모두 페이스북을 홍보 채널로 이용하고 있으며, 그 외 가장 많이 이용하는 SNS 플랫폼은 인스타그램인 것으로 확인됨

[표 3.10] 대만 콜라겐 제품 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	유튜브	라인
왓슨스	○	○	○	○	
판스꾸어징샤오 요우시앤꽁쓰	○	○	○		○
타이완썬용즈꾸어꾸편 요우시앤꽁쓰	○	○	○	○	○
통이야오핀꾸편 요우시앤꽁쓰	○	○			
추안징성이	○	○	○	○	○
산토리 베버리지앤푸드 아시아	○	○	○		○

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘효능’ 및 ‘품질’을 강조하여 제품 홍보

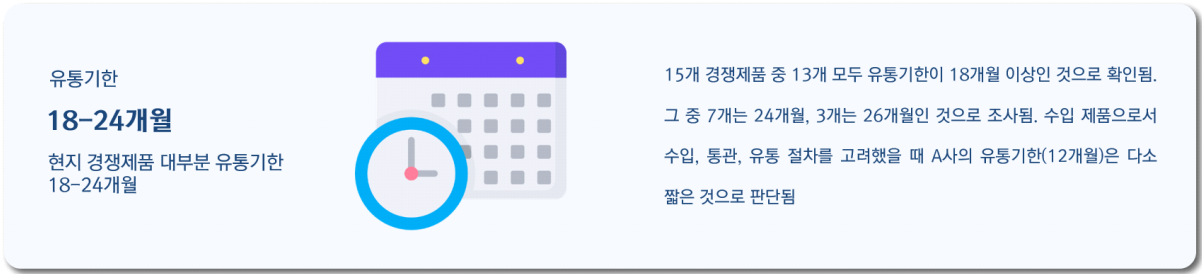
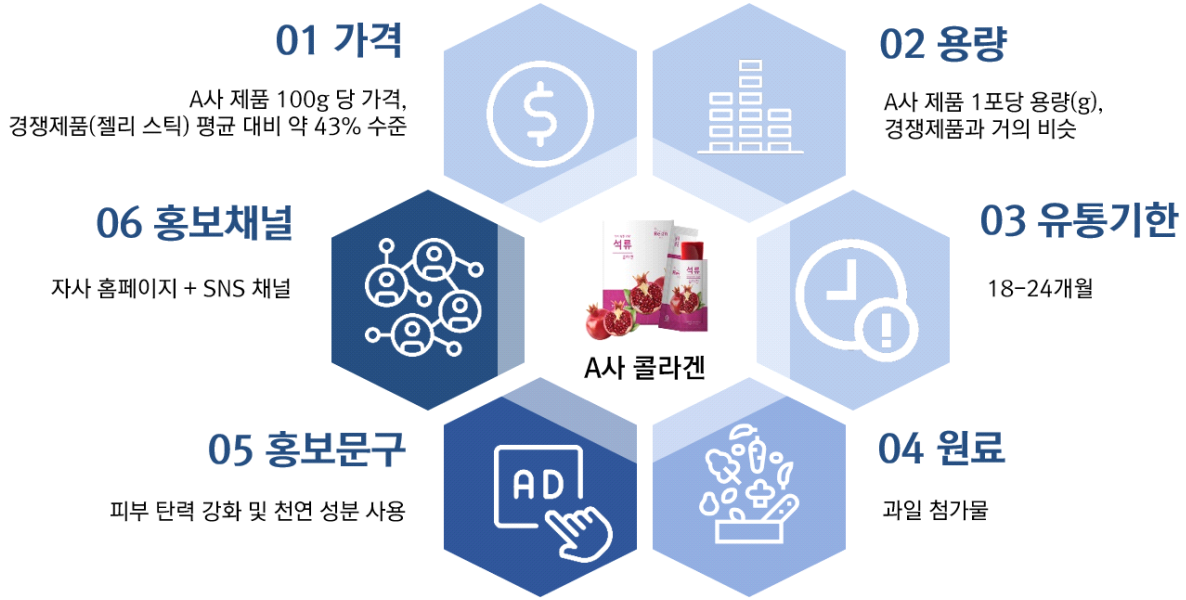
대만에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘효능’과 ‘품질’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 콜라겐 경쟁제품의 효능을 강조하는 문구는 ‘활력 증진’, ‘피부 탄력 강화’, ‘과학적으로 입증된 효능’ 등이 있으며, 제품의 품질을 강조하는 문구는 ‘최고 수준의 제품’, ‘천연 성분 사용’ ‘각종 인증 취득’ 등인 것으로 조사됨. 그 외, ‘신선하고 달콤한 복숭아 맛’, ‘저칼로리 포만감’, ‘바쁜 현대인에게 적합한 제품’ 등의 문구를 주로 사용하는 것으로 확인됨

[표 3.11] 대만 콜라겐 경쟁기업 홍보 문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights



원료 및 첨가물

과일 첨가물

경쟁제품 대다수가 과일 첨가물 사용

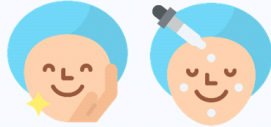


바이어 인터뷰에 따르면, 현지인들은 콜라겐 젤리의 경우 새콤달콤한 맛을 선호하는 것으로 확인됨. 따라서 경쟁기업의 경우 사과, 복숭아, 석류, 바닐라 등 다양한 과일을 첨가하여 콜라겐 제품을 출시하고 있음. A사의 석류맛 콜라겐 또한, 현지인의 소비 행태를 고려했을 때 경쟁력 있을 것으로 판단됨

마케팅

홍보문구: 피부 탄력 강화 및 천연 성분 사용

제품의 효능과 품질을 강조



홍보문구의 경우 경쟁기업은 제품의 효능과 품질을 강조하여 제품 홍보 중, 효능의 경우 '활력 증진', '피부 탄력 강화', '과학적으로 입증된 효능' 등의 문구를 기재. 또한 바이어 인터뷰에 따르면 현지인들은 피부 탄력 유지 및 노화 방지의 효과를 기대하며 콜라겐 제품을 구입하는 것으로 확인됨. 따라서 피부 미용과 관련된 홍보문구를 기재하여 제품을 출시하면 경쟁력 있을 것으로 판단됨

마케팅

홍보채널: 홈페이지 + SNS

자사 홈페이지 제작 및 4개 SNS 채널 활용하여 제품 홍보



경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 라인, 유튜브)을 홍보채널로 활용. 특히 경쟁기업 타이완선용즈꾸어꾸펀 요우시엔퐁스의 경우 가장 활발하게 SNS 플랫폼(페이스북)을 활용하여 제품 홍보 중, 2020년 8월 진행중인 이벤트로는 제품 구매 영수증 내 QR 코드를 활용하면, 상품권, 전자기기 상품 당첨 응모 등의 기회를 제공하는 것으로 확인됨



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 타이페이(Taipei) 정부 홈페이지(www.gov.taipei)
2. 일본 SPF 돼지 협회(日本 SPF 豚協會) 홈페이지 (www.j-spf.com)
3. 대만 식품의약품(衛生福利部食品藥物管理署) 홈페이지 (www.fda.gov.tw)
4. 왓슨스(Watsons) 대만지사 홈페이지 (www.watsons.com.tw)
5. 코스메드(Cosmed) 홈페이지 (www.cosmed.com.tw)
6. 까르푸 대만지사 홈페이지 (www.carrefour.com.tw)
7. 따슈야오쥬(大樹藥局) 홈페이지 (www.greattree.com.tw)
8. 판스꾸어지싱샤오우시엔퐁쓰(磐石國際行銷有限公司) 홈페이지 (www.udr.com.tw)
9. 타이완선용즈꾸어꾸원요우시엔퐁쓰(台灣森永製果股份有限公司) 홈페이지 (www.morinaga.com.tw)
10. 통이야오핀꾸원요우시엔퐁쓰(統一藥品股份有限公司) 홈페이지 (www.ppc-life.com.tw)
11. 추안징성이(船井生醫) 홈페이지 (www.funcare.com)
12. 산토리 베버리지앤푸드 아시아(Suntory Beverage & Food Asia) 홈페이지 (suntorybeverageandfoodasia.com)
13. 샤오산메이르(小三美日) 홈페이지 (www.s3.com.tw)
14. 다중신지치예지투안(大中新信記企業集團) 홈페이지 (www.dcco.com.tw)
15. 더카이구어찌마오이스예꾸원요우시엔퐁쓰(德愷國際貿易實業股份有限公司) 홈페이지 (dekai.com.tw)
16. 라쿠텐(Rakuten) 신성요우시엔퐁쓰(昕晟有限公司) 판매 페이지(https://www.rakuten.com.tw/shop/i-u/search/%E8%86%A0%E5%8E%9F/?s=5&l-id=tw_shopsearch_res_2)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.08.28

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.
Printed in Korea