



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202008-22

품목 | 갱년기 영양제(Menopause Supplement)

국가 | 중국(China)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 선정	10
2. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 선정	30
2. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 현황	31
3. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 세부정보	33
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 쉰위핑민따야오팡(濼玉平民大药房)	39
Interview ② 선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰(深圳市正诚进口贸易有限公司)	41
Interview ③ 선전위예양러구오마오이유오시안공쓰(深圳越洋乐购贸易有限公司)	44
Interview ④ 후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡(湖南九芝堂连锁大药房)	46
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	49
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55
VI. 시장진출제언(Export Insights)	57
*참고문헌	60

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)

온라인 조사(수치는 유통 점유율)			
온라인	티몰(天貓)&타오바오(淘宝网)	40.2%	· 건강기능식품 온라인 쇼핑몰 점유율 1위 · 팔지 않는 품목이 없을 정도로 다양한 제품 판매 · 중국 내뿐만 아니라 해외배송 서비스도 제공
	징둥(京東)	28.7%	· 건강기능식품 온라인 쇼핑몰 점유율 2위 · 자체 물류망을 통해 중국 전역에 배송 서비스 제공
	쑤닝(蘇寧)	3.2%	· 전자제품 온라인 판매 점유율 1위 · 최근 높은 점유율을 바탕으로 다양한 소비재 판매 시작

조사 지역(중국)

중국의 대표 온라인 쇼핑몰 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京東), 쑤닝(蘇寧)에서 판매되는 갱년기 영양제 경쟁제품 상위 15개를 각각 조사함. 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网)는 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰로 2019년 기준 건강기능식품 판매 중국 온라인 쇼핑몰 점유율 1위이자, 거의 모든 생활소비재, 식료품을 판매하는 종합 전자상거래 플랫폼임. 징둥은 중국 내 알리바바 그룹에 이어 두 번째로 큰 전자상거래 업체로, 자체 물류망을 구축하여 중국 어디에나 자체 배송 서비스를 제공하는 것이 특징임. 쑤닝은 주로 전자제품을 판매하는 온라인 쇼핑몰이지만, 기존의 높은 점유율을 바탕으로 최근 신선식품, 가공식품 등을 취급하기 시작함



경쟁제품	경쟁기업																		
<ul style="list-style-type: none"> 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 15개 조사 <div style="text-align: center;">  <p>보건식품 인증 취득한 제품이 미취득 제품보다 저렴 (1일 섭취량당 기준) 보건식품 취득 제품 7.8위안(약 1,344원), 보건식품 미취득 제품 11.0위안(약 1,892원)</p> <p>중국 외 국가 제품이 중국산 제품보다 약 1.7배 비싸 (1일 섭취량당 기준) 중국 외 국가 제품 12.4위안(약 2,127원), 중국산 제품 7.3위안(약 1,248원)</p> </div>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>경쟁기업</th> <th>국적</th> <th>대표제품</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>탕천페이제이엔구펀 여우쎬공쓰</td> <td>중국</td> <td>탕천페이제이엔 텡하우칭첸조낭</td> </tr> <tr> <td>웨이하이바이허쎬우찌 쑤구펀여우쎬공쓰</td> <td>중국</td> <td>바이허캉푸타오즈다더우티취우 웨이성수E루안조낭</td> </tr> <tr> <td>우한밍쓰쎬우이아우커 지여우쎬저런공쓰</td> <td>중국</td> <td>양앤파이텐원조낭</td> </tr> <tr> <td>에스몬드네추럴네츄럴</td> <td>미국</td> <td>아이스멍파이다더우푸허</td> </tr> <tr> <td>스위스웰니스</td> <td>호주</td> <td>강넉치평형영양쑤</td> </tr> </tbody> </table>	경쟁기업	국적	대표제품	탕천페이제이엔구펀 여우쎬공쓰	중국	탕천페이제이엔 텡하우칭첸조낭	웨이하이바이허쎬우찌 쑤구펀여우쎬공쓰	중국	바이허캉푸타오즈다더우티취우 웨이성수E루안조낭	우한밍쓰쎬우이아우커 지여우쎬저런공쓰	중국	양앤파이텐원조낭	에스몬드네추럴네츄럴	미국	아이스멍파이다더우푸허	스위스웰니스	호주	강넉치평형영양쑤
경쟁기업	국적	대표제품																	
탕천페이제이엔구펀 여우쎬공쓰	중국	탕천페이제이엔 텡하우칭첸조낭																	
웨이하이바이허쎬우찌 쑤구펀여우쎬공쓰	중국	바이허캉푸타오즈다더우티취우 웨이성수E루안조낭																	
우한밍쓰쎬우이아우커 지여우쎬저런공쓰	중국	양앤파이텐원조낭																	
에스몬드네추럴네츄럴	미국	아이스멍파이다더우푸허																	
스위스웰니스	호주	강넉치평형영양쑤																	

경쟁력 파악			진출 제언			
기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품	기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품	
가격(1일 섭취량 당) (25.3위안)	○	액상 12.5위안 정제 9.7위안 캡슐 9.0위안	성분 (홍삼, 석류)	●	대두 13개 인삼 2개 중약 4개 복분자 4개	
용량(섭취일수) (30일)	○	액상 40일 정제 43일 캡슐 46일	홍보문구 (웃고, 사랑하고, 즐겨라)	●	효능 생리 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제	성분 대두이황동, 고품질 대두
인증 (無)	○	현지 중국 보건식품 인증 글로벌 GMP	홍보채널 (無)	○	자사 홈페이지 有(6개)	SNS 위챗, 웨이보

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) ASA 제품 가격, 현지 경쟁제품에 비해 비싼 편
- 2) 현지인, 갱년기 영양제 성분에 있어 대두(이소플라본), 중약 등을 선호하는 편

Point. 02

- 1) 인기제품의 경우 제품 효능 및 고품질 성분 사용을 강조하여 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사의 경우 위챗, 웨이보 활용하여 제품 설명 및 이벤트 홍보

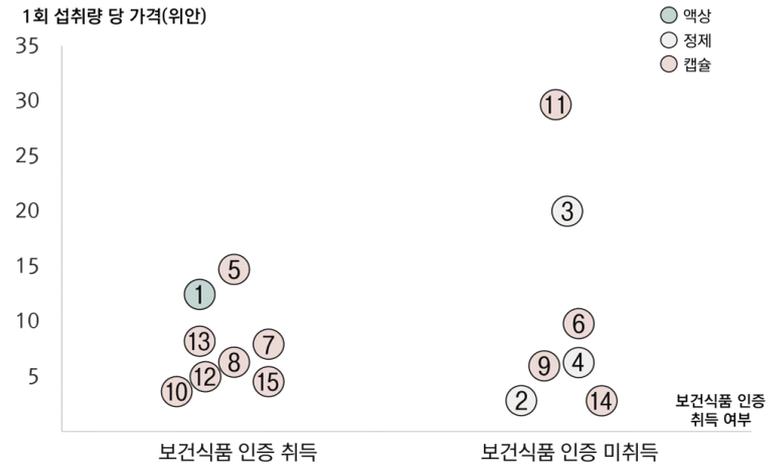
Competitive Product

(경쟁제품)

중국(China)
갱년기 영양제 경쟁제품
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
 · 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준
 · X축: 보건식품 인증 취득 여부
 · Y축: 1일 섭취량 당 가격(위안)



중국 (China) 갱년기 영양제 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	1일 섭취량 당 가격	용량 /섭취일수 ²⁾	포장 형태 ³⁾	원산지	인증	주원료
액상	① 쟁신쑤미엔코우푸이애 (선전타이타이아오이에어우쑤저런공쓰)	498위안 (85,307원)	12.5위안 (2,133원)	1,200.0ml /40일	플라스틱 앰플**	중국	보건식품 인증	대두
	② 샤오린즈야오밍즈무홍핑 (샤오린즈야오)	197위안 (33,746원)	2.8위안 (482원)	354.0g /70일	플라스틱병**	중국 외 (일본)	(-)	인삼
정제	③ 자오리제엔차오인파이거건다더우만웨이메이 (뉴트리션 라이프)	600위안 (102,780원)	20.0위안 (3,426원)	40.8g /30일	플라스틱병	중국 외 (미국)	GMP	대두
	④ 강년차핑형양양쑤 (스위스웰니스)	188위안 (32,204원)	6.3위안 (1,073원)	129.0g /30일	플라스틱병	중국 외 (호주)	(-)	대두
	⑤ 베이샤오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통궈지이쑤어엔지우웬)	368위안 (63,038원)	14.7위안 (2,522원)	25.0g /25일	플라스틱병	중국	보건식품 인증	대두
	⑥ 자오리제엔차오인파이거건다더우이황통루안조낭 (뉴트리션 라이프)	588위안 (100,724원)	9.8위안 (1,679원)	36.0g /60일	플라스틱병	중국 외 (미국)	GMP	대두
캡슐	⑦ 탕첸페이제엔팅하우칭첸조낭 (탕첸페이제엔팅하우칭첸조낭)	238위안 (40,769원)	7.9위안 (1,359원)	12.0g /30일	플라스틱병	중국	보건식품 인증	대두
	⑧ 바이허강푸타오즈다더우이황통루안조낭 (웨이하이바이허강푸타오즈다더우이황통루안조낭)	126위안 (21,584원)	6.3위안 (1,079원)	40.0g /20일	플라스틱병	중국	보건식품 인증	대두
	⑨ 아이쓰멍파이다더우이황통루안조낭 (에스몬드네츄럴)	358위안 (61,325원)	6.0위안 (1,022원)	36.0g /60일	플라스틱병	중국 외 (미국)	GMP	대두
	⑩ 씨우정다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우궁청어우쑤공쓰)	109위안 (18,672원)	3.6위안 (622원)	30.0g /30일	플라스틱병	중국	보건식품 인증	대두
	⑪ 아이쓰멍바오원파이단핑무단화런선 (에스몬드네츄럴)	890위안 (152,457원)	29.7위안 (5,082원)	106.5g /30일	플라스틱병	중국 외 (미국)	GMP	인삼
	⑫ 이판강다더우이황통루안조낭 (광저우이쑤쑤우커지어우쑤공쓰)	299위안 (51,219원)	5.0위안 (854원)	30.0g /60일	플라스틱병	중국	보건식품 인증	대두
	⑬ 양첸파이텐원조낭 (우한밍쑤쑤우이아우커지어우쑤저런공쓰)	328위안 (56,186원)	8.2위안 (1,405원)	14.4g /40일	블리스타**	중국	보건식품 인증	대두
	⑭ 차오베이양첸파이텐원조낭 (우한밍쑤쑤우이아우커지어우쑤저런공쓰)	336위안 (57,557원)	2.8위안 (480원)	43.2g /120일	블리스타**	중국	(-)	대두
	⑮ 베이첸하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통궈지이쑤어엔지우웬)	136위안 (23,297원)	4.5위안 (777원)	30.0g /30일	플라스틱병	중국	보건식품 인증	대두

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

1) 1위안 = 171.3원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 2) 제품에 기재된 최소 1일 섭취량으로 섭취 시 가능한 최대 섭취일수
 3) (**): 기재된 포장재 외 종이상자로 별도 외부포장된 제품, 그 외 제품들은 표기된 포장재로만 포장된 것

Competitor

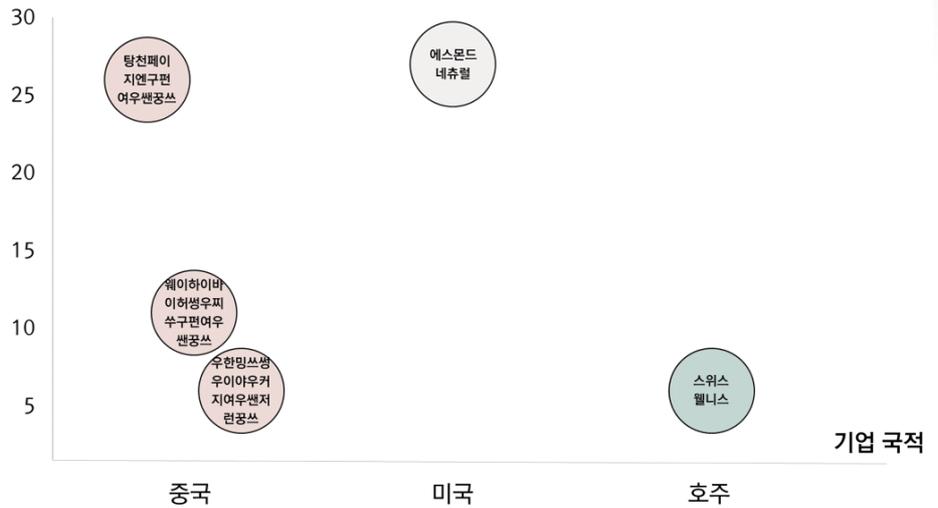
(경쟁기업)

중국(China) 갱년기 영양제 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝
· X축: 기업(제조사) 국적
· Y축: 동일품목 수

동일품목 수



중국 (China) 갱년기 영양제 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
탕첸페이 지연구편 여우쌌공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)	중국	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 이소플라본의 효과로 여성호르몬을 안정화 · 인티에이징의 효과 · 생리 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제를 개선하는	26개
웨이하이바이이허쑹우찌쑤 구편여우쌌공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)	중국	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 비타민C: 피부 불순물 대사 가속화 · 비타민E: 항산화, 피부 탄력효과 · 콜라겐, 콜라겐 보충, 피부 수분 문제 개선	11개
우한밍쓰쑹우이아우커지 여우쌌저런공쓰 (武汉名实生物医药科技有限责任公司)	중국	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지	· 노화와 갱년기를 늦춤 · 생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제 해결	6개
에스몬드네츄럴 (EsmondNatural)	미국	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 조기 폐경 걱정 X, 여성성을 지키자 · 천연 식물성유소를 함유하여 난소 건강 · 미국에서 수입한 천연 대두이황동, 고품질 대두 사용	27개
스위스웰니스 (SwisseWellness)	호주	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지	· 100% 비유전자 조작, 천연 대두 추출 · 갱년기 여성을 케어하는 · 갱년기 증상 완화에 도움	6개

(*) 현지 갱년기 영양제 경쟁기업 5개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

중국(China)

갱년기 영양제 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 건강기능식품 유통업체 ○
· 갱년기 영양제 취급 경험 ○

	쑤위핑민따야오팡 (漱玉平民大药房)	선전스정청진쿠오마오 이유오시안공쓰 (深圳市正诚进口贸易 有限公司)	선전위예양러구오마오 이유오시안공쓰 (深圳越洋乐购贸易有 限公司)	후난쥬스탕렌쑤어따야오팡 (湖南九芝堂连锁大药房)
업체 ▶	유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
갱년기 영양제 ▶ 취급				
	갱년기 영양제	갱년기 영양제	갱년기 영양제	갱년기 영양제
사진자료:	쑤위핑민따야오팡, 선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰, 선전위예양러구오마오이유오시안공쓰, 후난쥬스탕렌쑤어따야오팡 제품 판매 페이지			

중국(China)

갱년기 영양제 바이어 인터뷰

아사	쑤위핑민따야오팡 (漱玉平民大药房)	선전스정청진쿠오마오 이유오시안공쓰 (深圳市正诚进口贸易 有限公司)	선전위예양러구오마오이유 오시안공쓰 (深圳越洋乐购贸易有限公司)	후난쥬스탕렌쑤어따야오팡 (湖南九芝堂连锁大药房)
	수입업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
약 758위안 (130,000원) 제품 가격	갱년기 영양제 경쟁제품 대비 매우 비싼 편	최대 지불 가능 예산을 넘는 비싼 제품	한 병에 200~300위안 수준, A사 제품은 비싼 편	현지 경쟁제품 대비 3~4배 이상 비싼 편
홍삼, 석류 원료 및 첨가물	식물성 에스트로겐이 풍부한 대두(이소플라본) 가 주원료임	대두(이소플라본) 가 들어간 제품이 인기가 많음 홍삼이나 석류가 들어간 제품은 많지 않음	대두(이소플라본) 을 주로 사용, 어자오(阿胶) 가 들어간 제품도 있음	대두(이소플라본) 과 어자오(阿胶) , 당귀 , 복분자 등을 사용
액상, 30일분 제품 제형, 섭취일수	현지에서 판매되는 영양제 제품은 대부분 캡슐 또는 정제 형태	캡슐 또는 액상 형태, 한 병이나 한 상자에 한 달(30일) 섭취가능량을 담아 판매	캡슐 이나 정제 형태 선호, A사 제품의 용량은 액상 중에서도 큰 편	액상, 캡슐, 정제 모두 유통됨 보통 30일 동안 섭취 가능한 용량으로 판매함
갱년기 영양제 구매 시 우선 고려사항	증상, 제품 효과와 후기, 전문가의 처방 등을 종합적으로 고려	제조사나 브랜드의 인지도 , 온라인상의 후기 , 제품의 효과 , 가격 등을 모두 고려	(-)	(-)

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

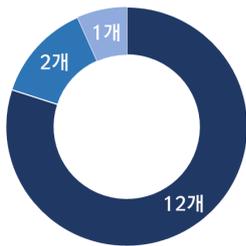
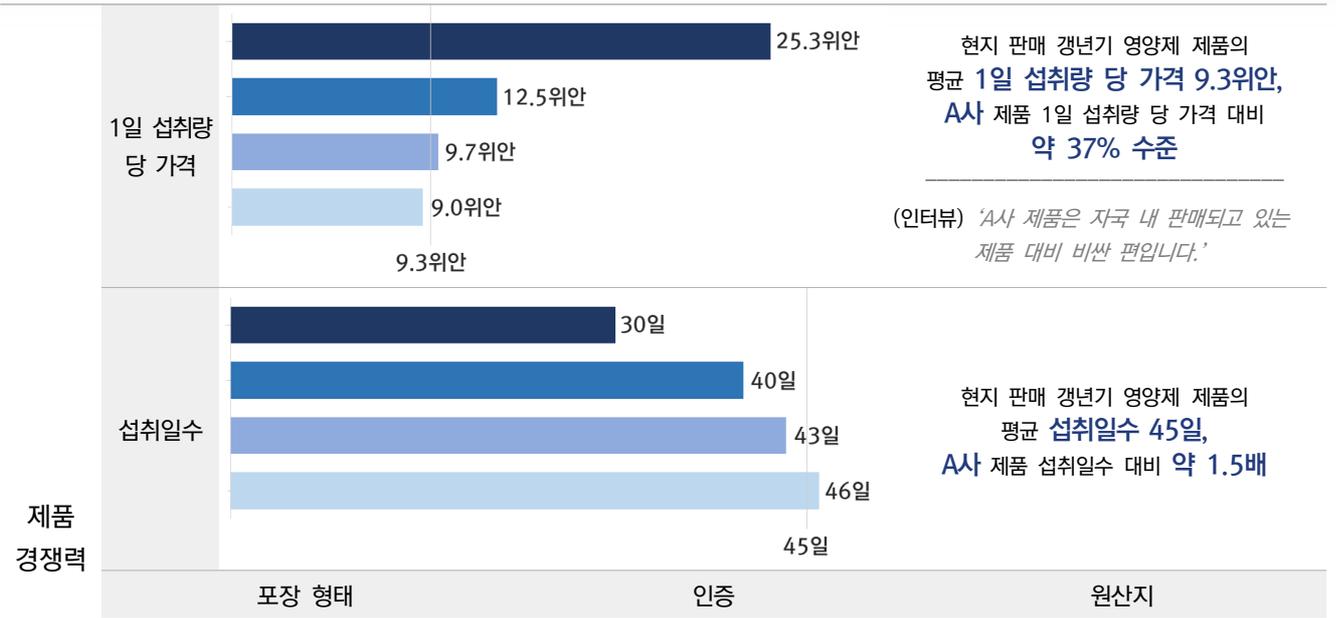
Competitiveness

(경쟁력 파악)

중국 (China) - 제품 경쟁력 검증

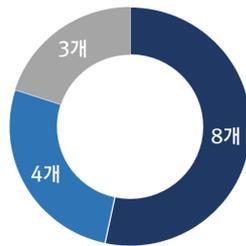
■ A사 제품 ■ 액상 ■ 정제 ■ 캡슐 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



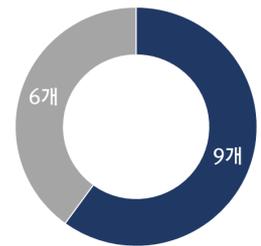
■ 플라스틱 병 ■ 블리스터 ■ 플라스틱 앰플

경쟁제품 15개 중 12개 제품, **플라스틱 병**으로 포장
*15개 제품 중 4개 제품은 종이상자로 별도 외부포장됨



■ 보건식품 인증 ■ GMP ■ 인증 미취득

경쟁제품 15개 중 8개 제품, **중국 보건식품 인증** 취득



■ 중국 ■ 중국 외 국가

경쟁제품 15개 중 9개 제품, **중국 현지 제조**



마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 5개사 모두 중국 온라인 매장 진출	경쟁기업 5개사 모두 홍보 채널로 자사 홈페이지 와 현지 SNS 플랫폼 활용	경쟁기업 5개사는 주로 '효능', '성분' 을 강조한 홍보 문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 선정
2. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 포지셔닝
4. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품⁴⁾ 특징



제품명	미정(제품 개발 중)
제품 종류	갱년기 영양제(액상)
용량	2,100ml(70ml*30포)
포장 형태	종이상자, 플라스틱 파우치

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 미정(제품 개발 중)
 - 제품 종류 : 갱년기 영양제(액상)
 - 중량 : 2,100ml(70ml*30포)
 - 포장 형태 : 종이상자, 플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



- ① 현지 주요 온라인 쇼핑물(Top 3) 확인
 1. 티몰(天猫)&타오바오(淘宝网) : 42.4%
 2. 징둥(京东) : 28.7%
 3. 쑤닝(苏宁) : 3.2%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물 모두에서 확인 : 4개 제품

Step 03. 현지 온라인 쇼핑물 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 온라인 쇼핑물 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 약국, 온라인 쇼핑물
- ② 온라인 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
 - (온라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

4) A사 제품이 제품 개발 단계에 있어 A사가 개발하고자 하는 제품과 유사한 제품을 기재함

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

중국 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	판매 식품종류
Tmall 天猫 티몰	건강기능식품, 가공식품, 신선식품 등
淘宝网 타오바오	신선식품, 건강기능식품, 냉동식품 등
京东 징동	건강기능식품, 가공식품, 수입식품 등

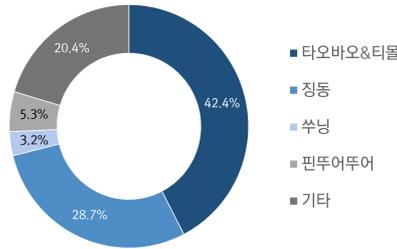
중국 주요 온라인 쇼핑몰의
판매량 상위 15개 인기제품

제품명	제조사
베이스하오파이 다더우이황통루안 조낭	화샤시에통 꺾지이쉬어 엔지우웬
탕천페이제엔팅 하우칭쥬조낭	탕천페이제 엔구편여우 썬공쓰
씨우정다더우이 황통루안조낭	산둥젠강위 안성우궁청 여우썬공쓰
이핀캉다더우이 황통루안조낭	광저우아뱌 썬우커지여 우썬공쓰

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 티몰&타오바오, 징동, 쑤닝

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 중국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 티몰(天猫)&타오바오(淘宝网),⁵⁾ 징동(京东), 쑤닝(苏宁)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 76.3%임⁶⁾

[표 1.1] 중국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 4개

중국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 4개의 제품이 주요 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품은 5개로 확인됨

[표 1.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	티몰&타오바오	징동	쑤닝
1	베이스하오파이 다더우이황통루안조낭 (화샤시에통꺾지이쉬어엔지우웬)	소이 이소플라본 밸런스 에스트로겐 레벨 (라이트 라이프)	강넌치평형잉양쑤 (스위스웰니스)
2	자오리제엔차오안파이 거건다더우안웨이메이 (뉴트리션 라이프)	탕천페이제엔팅하우칭쥬조낭 (탕천페이제엔구편여우썬공쓰)	씨우정다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우궁청여우썬공쓰)
3	탕천페이제엔팅하우칭쥬조낭 (탕천페이제엔구편여우썬공쓰)	이핀캉다더우이황통루안조낭 (광저우아뱌썬우커지여우썬공쓰)	탕천페이제엔팅하우칭쥬조낭 (탕천페이제엔구편여우썬공쓰)
4	바이허강푸타오즈 다더우이취우웨이성수루안조낭 (웨이하이바이허썬우짜쑤구편여우썬공쓰)	베이스하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통꺾지이쉬어엔지우웬)	소이 이소플라본 컨센트레이트 (지엔씨)
5	아이쓰멍파이다더우푸허 (에스몬드네츄럴)	강넌치평형잉양쑤 (스위스웰니스)	소이 이소플라본 밸런스 에스트로겐 레벨 (라이트 라이프)
6	씨우정다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우궁청여우썬공쓰)	소이 이소플라본 컨센트레이트 (지엔씨)	베이스하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통꺾지이쉬어엔지우웬)
7	아이쓰멍바오원파이단평무단화런선 (에스몬드네츄럴)	아이쓰멍파이다더우푸허 (에스몬드네츄럴)	바이허강푸타오즈 다더우이취우웨이성수루안조낭 (웨이하이바이허썬우짜쑤구편여우썬공쓰)
8	샤오린즈야오 밉즈무홍핑 (샤오린즈야오)	짱쑤쥬미엔코우푸이애 (선전타이타이아오이애여우썬자런공쓰)	짱쑤쥬미엔코우푸이애 (선전타이타이아오이애여우썬자런공쓰)
9	자오리제엔다더우이황통루안조낭 (뉴트리션 라이프)	씨우정다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우궁청여우썬공쓰)	이팅지안다더우이황통루안조낭 (지안썬타이디공쓰)
10	이핀캉다더우이황통루안조낭 (광저우아뱌썬우커지여우썬공쓰)	차오베이양앤파이텐원조낭 (우한밍썬썬우이아우커지여우썬자런공쓰)	이핀캉다더우이황통루안조낭 (광저우아뱌썬우커지여우썬공쓰)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 □ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 티몰(天猫) 홈페이지, 타오바오(淘宝网) 홈페이지, 징동(京东) 홈페이지, 쑤닝(苏宁) 홈페이지

5) 티몰과 타오바오는 같은 알리바바 계열사, 티몰에 입점한 제품은 동일하게 타오바오에도 입점하기에 두 플랫폼을 같은 쇼핑몰로 상정함

6) 중국 온라인 쇼핑몰 점유율 3위 핀두어뚜어(拼多多)는 앱(App) 기반 온라인 공동구매 방식의 플랫폼으로 타 쇼핑몰과 동일한 기준 하에 비교가 불가능하기 때문에 조사 대상에서 제외함

3) 조사 국가 및 현지 조사
매장 선정

● 중국 정보(2019)⁷⁾

인구	약 14억 4,121만명
인구 밀도	약 148.3명/ km ²
면적	9,598,068km ²
1인당 GDP	약 9,689.1달러

● A사 진출 선호 유통채널

약국
온라인 쇼핑물
방문판매
드럭스토어
하이퍼마켓

▶ 중국, 방문지역으로 선정

1978년 경제 개방 이후 중국 경제는 매년 약 10%의 성장세⁸⁾를 보였으며, 현재 전 세계에서 경제 규모가 2위에 이르는 경제 대국으로 성장하였음. 농업과 제조업 기반으로 시작하였으나, 텐센트 홀딩스(Tencent Holdings), 알리바바(Alibaba) 그룹 등 세계를 주도하는 IT 기업이 있는 기술 기반 국가로 변화하고 있음

▶ 현지 조사 매장 선정, 온라인 쇼핑물

2019년 중국의 온라인 건강기능식품(Consumer Health) 시장 규모는 전년 대비 약 25% 성장한 634억 270만 위안(약 10조 8,608억원⁹⁾)으로, 건강기능식품의 온라인 유통량이 크게 늘어난 것을 확인할 수 있음. 이는 2019년 중국 건강기능식품(Consumer Health)¹⁰⁾의 유통채널 별 점유율에서도 확인할 수 있는데, 약국이 36.5%로 가장 높지만 2018년의 40.4%보다 감소하였고, 온라인 쇼핑물의 점유율은 2018년 27.1%에서 34.0%로 약 6.9% 증가하였음. 이 외 방문판매 19.7%, 드럭스토어 3.5%, 하이퍼마켓 1.5%로 조사되었음

갱년기 영양제 경쟁제품을 조사하고자 중국 상하이에 위치한 약국 5개 매장을 방문하였으나, '갱년기'라는 키워드를 사용하는 건강기능식품은 확인되지 않아, 두 번째로 점유율이 높은 유통채널이자 고객의 진출 선호 유통채널 중 하나인 온라인 쇼핑물을 중심으로 조사함

[표 1.3] 중국 건강기능식품 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
약국	36.5%	귀대(国大药房), 엘비엑스(LBX), 이신탕(一心堂)
온라인 쇼핑물	34.0%	티몰(天猫)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁), 핀두어투어(拼多多)
방문판매	19.7%	(-)
드럭스토어	3.5%	왓슨스(Watsons), 매닝스(Mannings), 퉁런탕(同仁堂)
하이퍼마켓	1.5%	알티마트(RT Mart), 용후이(永辉), 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

7) 스탯ISTA 중국 국가 보고서(Statista China Country Report), 2020.09

8) 스탯ISTA 중국 국가 보고서(Statista China Country Report), 2020.09

9) 1위안 = 171.3원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) '갱년기 영양제의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 건강기능식품(Consumer Health)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 온라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁)

▶ 온라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 액상: 갱년기 증상 완화를 돕는 성분을 주원료로 하는 액상 형태의 제품

- 정제: 갱년기 증상 완화를 돕는 유효성분을 일정한 형상으로 압축하여 제조한 제품

- 캡슐: 갱년기 증상 완화를 돕는 유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 제품

2. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

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

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 형태에 따른 용량
 - ※ 제형에 따라 제품별 용량 표기가 g 혹은 ml로 다를 수 있음
- 제품의 섭취일수

▶ 조사 지표 ③ 섭취 방법

- 제품의 권장 섭취 방법

▶ 조사 지표 ④ 제품 종류

- 액상: 갱년기 증상 완화를 돕는 성분을 주원료로 하는 액상 형태의 제품
- 정제: 갱년기 증상 완화를 돕는 유효성분을 일정한 형상으로 압축하여 제조한 제품
- 캡슐: 갱년기 증상 완화를 돕는 유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 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 앰플: 입구를 밀봉한 플라스틱 용기로, 음용 전 입구를 절단해야 함
 - 블리스터: 플라스틱을 가열 성형하여 공간을 만든 후, 종이 또는 플라스틱 필름 등으로 덮고 접착한 포장공법
 - 플라스틱병: 플라스틱 소재의 병 용기에 내용물을 포장한 것

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

●
보유 인증 마크



보건식품 인증¹¹⁾



GMP

▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑪ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.4] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
보건식품 인증	국가약품감독관리국(国家药品监督管理局)에서 부여하는 인증으로, 질병을 치료하는 약품적인 특성을 보유하고 있는 식품을 제외한 특정 기능 개선에 사용할 수 있는 식품을 증명하는 인증
GMP (우수 의약품 제조 및 품질관리 기준)	식품, 의약품, 화장품 및 의료기기 등의 제조·판매를 위해 인허가 기관에서 요구하는 품질관리 기준으로서, 해당 제조업자들이 사용목적에 맞게 제품을 제조함에 있어서 일관성있는 품질수준을 유지하고 있음을 증명하는 인증

11) 국가약품감독관리국(国家药品监督管理局) 홈페이지 (www.nmpa.gov.cn)

[표 1.5] 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품 가격
	1일 섭취량 당 가격		제품의 1일 섭취량 당 가격
용량	g, ml		제품별로 용량 표기가 g 혹은 ml로 다를 수 있음
	섭취일수		제품의 총 섭취일수
섭취 방법			제품의 권장 섭취 방법
제품 종류	액상		갱년기 증상 완화를 돕는 성분을 주원료로 하는 액상 형태의 제품
	정제		갱년기 증상 완화를 돕는 유효성분을 일정한 형상으로 압축하여 제조한 제품
	캡슐		갱년기 증상 완화를 돕는 유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 제품
포장 형태	외부포장	종이상자	종이 소재의 상자 용기
	내부포장	플라스틱 앰플	입구를 밀봉한 플라스틱 용기로, 음용 전 입구를 절단해야 함
		블리스터	플라스틱을 가열 성형하여 공간을 만든 후, 종이 또는 플라스틱 필름 등으로 덮고 접착한 포장공법
		플라스틱병	플라스틱 소재의 병 용기에 내용물을 포장한 것
유통기한			제품의 유통기한
원산지			제품의 원산지
홍보문구			제품의 홍보문구
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	보건식품 인증		질병을 치료하는 약품적인 특성을 보유하고 있는 식품을 제외한 특정 기능 개선에 사용할 수 있는 식품을 증명하는 인증
	GMP (우수 의약품 제조 및 품질관리 기준)		식품, 의약품, 화장품 및 의료기기 등의 제조·판매를 위해 인허가 기관에서 요구하는 품질관리 기준

4. 중국 갱년기 영양제 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 중국의 온라인 쇼핑몰 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁) 조사

중국의 대표 온라인 쇼핑몰 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁)에서 판매되는 갱년기 영양제 경쟁제품 상위 15개를 각각 조사함. 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网)는 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰로 2019년 기준 건강기능식품 판매 중국 온라인 쇼핑몰 점유율 1위이자, 거의 모든 생활소비재, 식료품을 판매하는 종합 전자상거래 플랫폼임. 징둥은 중국 내 알리바바 그룹에 이어 두 번째로 큰 전자상거래 업체로, 자체 물류망을 구축하여 중국 어디에나 자체배송 서비스를 제공하는 것이 특징임. 쑤닝은 주로 전자제품을 판매하는 온라인 쇼핑몰이지만, 기존의 높은 점유율을 바탕으로 최근 신선식품, 가공식품 등을 취급하기 시작함

[표 1.7] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
티몰(天貓)&타오바오(淘宝网)	온라인 쇼핑몰	15	<ul style="list-style-type: none"> · 건강기능식품 온라인 쇼핑몰 점유율 1위 · 팔지 않는 품목이 없을 정도로 다양한 제품 판매 · 중국 내뿐만 아니라 해외배송 서비스도 제공
징둥(京东)	온라인 쇼핑몰	-	<ul style="list-style-type: none"> · 건강기능식품 온라인 쇼핑몰 점유율 2위 · 자체 물류망을 통해 중국 전역에 배송 서비스 제공
쑤닝(苏宁)	온라인 쇼핑몰	-	<ul style="list-style-type: none"> · 전자제품 온라인 판매 점유율 1위 · 최근 높은 점유율을 바탕으로 다양한 소비재 판매 시작

▶ 경쟁제품 판매 현황, 15개 중 6개 제품은 3개 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매

티몰(天猫)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁)에서 인기제품을 조사한 결과, 경년치핑형잉양쑤, 베이스하오파이다더우이황통루안조낭, 자오리지엔다더우이황통푸허피엔, 탕천페이젠팅하우칭첸조낭, 바이허강푸타오즈다더우티취우웨이성수루안조낭, 씨우정다더우이황통루안조낭 총 6개 제품이 3개 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매되는 것으로 확인됨. 경쟁제품 15개가 모두 티몰&타오바오에서 확인되어 경쟁제품 정보의 소비자가격은 티몰&타오바오에서 판매되는 제품을 기준으로 함

[표 1.8] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			제품 종류		
	티몰&타오바오	징둥	쑤닝	액상	정제	캡슐
① 쩡신쭈미엔코우푸이애 (선전타이타이아오이에여우싼저런공쓰)	○	○		○		
② 샤오린즈야오밍즈무홍핑 (샤오린즈야오)	○	○			○	
③ 자오리지엔차오안파이거건다더우만웨이메이 (뉴트리션 라이프)	○	○			○	
④ 경년치핑형잉양쑤 (스위스웰니스)	○	○	○		○	
⑤ 베이스하오파이다더우이황통루안조낭 (화사시에통퀴지이쉬어엔지우웬)	○	○	○			○
⑥ 자오리지엔다더우이황통푸허피엔 (뉴트리션 라이프)	○	○	○			○
⑦ 탕천페이젠팅하우칭첸조낭 (탕천페이젠구편여우싼공쓰)	○	○	○			○
⑧ 바이허강푸타오즈다더우티취우웨이성수루안조낭 (웨이하이바이허성우찌쑤구편여우싼공쓰)	○	○	○			○
⑨ 아이쓰멍파이다더우푸허 (에스몬드네츄럴)	○	○				○
⑩ 씨우정다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우궁청여우싼공쓰)	○	○	○			○
⑪ 아이쓰멍바오원파이단핑무단화런선 (에스몬드네츄럴)	○					○
⑫ 이핀강다더우이황통루안조낭 (광저우아뵈쑤우커지여우싼공쓰)	○		○			○
⑬ 양앤파이텐원조낭 (우한밍쓰쑤우이아우커지여우싼저런공쓰)	○	○				○
⑭ 차오베이양앤파이텐원조낭 (우한밍쓰쑤우이아우커지여우싼저런공쓰)	○					○
⑮ 베이쟡하오파이다더우이황통루안조낭 (화사시에통퀴지이쉬어엔지우웬)	○					○

자료: 현지 조사원 자료

Shop 티몰(天猫)&타오바오(淘宝网)

매장 정보

- 유형: 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징:
판매하지 않는 제품이 없을 정도로 다양한 식료품, 생활용품, 도서, 전자기기 등을 저렴한 가격에 판매함
- 주요 고객층:
현지 주민, 해외 직구 소비자

<p>브랜드 기본 정보¹²⁾</p>	 <p>티몰(天猫)&타오바오(淘宝网)는 중국 내 온라인 쇼핑몰 점유율 1위인 전자상거래 플랫폼임. 알리바바 그룹의 오픈 마켓으로, '판매하지 않는 물건이 없다'고 할 정도로 다양한 제품들을 저렴하게 판매함. 중국 내뿐만 아니라 해외배송 서비스를 제공하여 해외에서도 편하게 주문할 수 있는 것이 특징임</p>															
<p>쇼핑몰 정보</p>	 <p>위치¹³⁾ 969 West Wen Yi Road, Yuhang District, Hangzhou, Zhejiang, China</p>															
<p>갱년기 영양제 판매 정보</p>	<p>판매 갱년기 영양제 제품 정보(15개)</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="676 869 927 1084">  <p>정신쭈미엔코우푸이애</p> </td> <td data-bbox="927 869 1177 1084">  <p>샤오린즈야오 밉즈무홍핑</p> </td> <td data-bbox="1177 869 1426 1084">  <p>자오리제엔차오안파이 거건다더우만웨이메이</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="676 1084 927 1317">  <p>갱년치평형영양쑤</p> </td> <td data-bbox="927 1084 1177 1317">  <p>베이스하오파이 다더우이황통루안조낭</p> </td> <td data-bbox="1177 1084 1426 1317">  <p>자오리지엔 다더우이황통루허피엔</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="676 1317 927 1541">  <p>탕천페이제엔팅하우칭침조낭</p> </td> <td data-bbox="927 1317 1177 1541">  <p>푸타오즈 다더우티취우웨이성수터루안조낭</p> </td> <td data-bbox="1177 1317 1426 1541">  <p>아이쓰멍파이다더우푸허</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="676 1541 927 1765">  <p>씨우정다더우이황통루안조낭</p> </td> <td data-bbox="927 1541 1177 1765">  <p>아이쓰멍바오원 파이단평무단화런션</p> </td> <td data-bbox="1177 1541 1426 1765">  <p>이판강다더우이황통루안조낭</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="676 1765 927 1980">  <p>양앤파이텐원조낭</p> </td> <td data-bbox="927 1765 1177 1980">  <p>차오베이양앤파이텐원조낭</p> </td> <td data-bbox="1177 1765 1426 1980">  <p>베이쥙하오파이 다더우이황통루안조낭</p> </td> </tr> </table>	 <p>정신쭈미엔코우푸이애</p>	 <p>샤오린즈야오 밉즈무홍핑</p>	 <p>자오리제엔차오안파이 거건다더우만웨이메이</p>	 <p>갱년치평형영양쑤</p>	 <p>베이스하오파이 다더우이황통루안조낭</p>	 <p>자오리지엔 다더우이황통루허피엔</p>	 <p>탕천페이제엔팅하우칭침조낭</p>	 <p>푸타오즈 다더우티취우웨이성수터루안조낭</p>	 <p>아이쓰멍파이다더우푸허</p>	 <p>씨우정다더우이황통루안조낭</p>	 <p>아이쓰멍바오원 파이단평무단화런션</p>	 <p>이판강다더우이황통루안조낭</p>	 <p>양앤파이텐원조낭</p>	 <p>차오베이양앤파이텐원조낭</p>	 <p>베이쥙하오파이 다더우이황통루안조낭</p>
 <p>정신쭈미엔코우푸이애</p>	 <p>샤오린즈야오 밉즈무홍핑</p>	 <p>자오리제엔차오안파이 거건다더우만웨이메이</p>														
 <p>갱년치평형영양쑤</p>	 <p>베이스하오파이 다더우이황통루안조낭</p>	 <p>자오리지엔 다더우이황통루허피엔</p>														
 <p>탕천페이제엔팅하우칭침조낭</p>	 <p>푸타오즈 다더우티취우웨이성수터루안조낭</p>	 <p>아이쓰멍파이다더우푸허</p>														
 <p>씨우정다더우이황통루안조낭</p>	 <p>아이쓰멍바오원 파이단평무단화런션</p>	 <p>이판강다더우이황통루안조낭</p>														
 <p>양앤파이텐원조낭</p>	 <p>차오베이양앤파이텐원조낭</p>	 <p>베이쥙하오파이 다더우이황통루안조낭</p>														

사진자료: 현지 조사원 자료

12) 티몰(天猫) 홈페이지 (www.tmall.com) & 타오바오(淘宝网) 홈페이지 (world.taobao.com)

13) 티몰과 타오바오의 모기업인 알리바바(Alibaba) 그룹의 본사 주소를 기입함



主要成分	水 炒枣仁 地黄 牡蛎 白芍 枸杞子 当归 百合 五味子 莲子心 蜂蜜
适宜人群	40岁以上, 睡眠不佳的女性
不适宜人群	少年儿童
保健功能	改善睡眠, 增加骨密度
规格	15ml*80支
保质期	24个月
贮存方法	密封, 置于干燥处保存
注意事项	本品不能代替药物

제품명 (원어)	정신주미엔코우푸이애 (静心助眠口服液)	제조사 (원어)	선전타이타이아오이여유쎌판공쓰 (深圳太太药业有限公司)
소비자가격	498위안 (85,307원)	1일 섭취량 당 가격	12.5위안 (2,133원)
용량	1,200.0ml (15ml*80병)	1회 섭취량 ¹⁴⁾ (섭취일수)	2병 (40일)
섭취방법	하루 2번, 1병씩	제품 종류	액상
원산지	중국	포장 형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 앰플
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
홍보문구	불면증, 다한증 개선에 도움/간, 신장 건강 유지에 도움/골밀도 증가		

원료 및 첨가물

대두(이소플라본), 볶은 대추씨, 구기자, 꿀



品 牌:	小林制药
名 称:	命之母
规 格:	840粒 (70日量)
产 地:	日本
功 效:	改善更年期异常
储存方式:	常温、避光、阴凉干燥处
成 分:	大黄、吉草根、桂皮、川芎、苍术、芍药、茯苓、当归、香附子、吴茱萸、半夏、人参、红花、复合维生素等

제품명 (원어)	샤오린즈야오밍즈무홍핑 (小林制药命之母红瓶)	제조사 (원어)	샤오린즈야오 (小林制药)
소비자가격	197위안 (33,746원)	1일 섭취량 당 가격	2.8위안 (482원)
용량	354.0g (421mg*840정)	1회 섭취량 (섭취일수)	12정 (70일)
섭취방법	하루 3번, 4정씩	제품 종류	정제
원산지	중국 외 (일본)	포장 형태	외부 종이상자 내부 플라스틱병
유통기한	36개월	홍보문구	불면증, 무기력증, 생리통, 허리통증, 오한 완화

원료 및 첨가물

대황, 길초근, 천궁, 당귀, 계피, 작약 뿌리, 안젤리카 추출물, 인삼 추출물

14) 섭취방법이 1-2회 또는 1-2정 등 구간으로 기재된 경우 최소 섭취량을 1회 섭취량으로, 최소 섭취량 기준 가능한 최대 섭취일수를 섭취일수로 기재



제품명 (원어)	자오리제엔차오안파이 거건다더우만웨이메이 (兆丽健巢安牌葛根大豆蔓越莓)	제조사 (원어)	뉴트리션 라이프 (Nutrition Life Co.)
소비자가격	600위안 (102,780원)	1일 섭취량 당 가격	20.0위안 (3,426원)
용량	40.8g (680mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (30일)
섭취방법	하루 1번, 2정씩	제품 종류	정제
원산지	중국 외 (미국)	포장 형태	플라스틱병
유통기한	48개월	인증	GMP
홍보문구	생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 해결 / 폐경기 신체 변화 개선에 도움		
원료 및 첨가물	말티톨, 대두(이소플라본), 크랜베리 분말, 복분자 분말, 블루베리 분말, 토마토 분말, 아세로라 추출물, 허니씨클 추출물, 민들레 추출물, 어성초 추출물		



제품명 (원어)	갱년치평형영양쑤 (更年期平衡营养素/ Menopause Balance)	제조사 (원어)	스위스웰니스 (Swisse Wellness)
소비자가격	188위안 (32,204원)	1일 섭취량 당 가격	6.3위안 (1,073원)
용량	129.0g (2,150mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (30일)
섭취방법	하루 1번, 2정씩	제품 종류	정제
원산지	중국 외 (호주)	포장 형태	플라스틱병
유통기한	36개월	기타 표기사항	락토 프리, 무 인공감미료
홍보문구	피부결 개선에 도움/비타민 D, 칼슘 성분이 잇몸 건강에 도움을 줌/ 건조한 피부에 수분과 탄력 부여/갱년기 증상 완화에 도움		
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 흑승마, 세이지		



제품명 (원어)	베이스하오파이 다더우이황통루안조낭 (倍仕好牌大豆异黄酮软胶囊)	제조사 (원어)	화샤시에통궈지이쉬어엔지우엔 (华夏协同国际医学研究院)
소비자가격	368위안 (63,038원)	1일 섭취량 당 가격	14.7위안 (2,522원)
용량	25.0g (500mg*50정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (25일)
섭취방법	하루 1번, 2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	플라스틱병
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
기타 표기사항	건강기능식품은 약물을 대신하여 질병을 치료할 수 없음	홍보문구	여성호르몬 조절/ 지궁 내 활력 증가/ 면역력 증가, 난소영양 공급
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 콩기름		



제품명 (원어)	자오리자인다더우이황통푸하피엔 (兆丽健大豆异黄酮复合片)	제조사 (원어)	뉴트리션 라이프 (Nutrition Life Co.)
소비자가격	588위안 (100,724원)	1일 섭취량 당 가격	9.8위안 (1,679원)
용량	36.0g (600mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	1정 (60일)
섭취방법	하루 1번, 1-3정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국 외 (미국)	포장 형태	플라스틱병
유통기한	48개월	인증	GMP
홍보문구	젊음을 되찾을 수 있습니다/난소 문제, 생리 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 개선		
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 토마토 분말, 감귤 분말		



产品信息

产品名称	婷好®青春胶囊
产品规格	0.2g/粒
保质期	24个月
保健功能	延缓衰老
功效成分及含量	大豆异黄酮 11.5g、原花青素 4.7g
适宜人群	成年女性
不适宜人群	孕妇、少年儿童
食用方法及食用量	每日1次，每次2粒，睡前食用
贮藏方法	置阴凉干燥处
注意事项	本品不能代替药物
批准文号	卫食健字（2003）第0256号
执行标准	Q/BJ 0006S



제품명 (원어)	당천페이제엔탕하우칭청조낭 (汤臣倍健婷好青春胶囊)	제조사 (원어)	당천페이제엔구편여우싼공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)
소비자가격	238위안 (40,769원)	1일 섭취량 당 가격	7.9위안 (1,359원)
용량	12.0g (200mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (30일)
섭취방법	하루 1번, 2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	플라스틱 병
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
기타 표기사항	건강기능식품은 약물을 대신하여 질병을 치료할 수 없음	홍보문구	생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 개선
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 포도씨 추출물		



제품명 (원어)	바이허강 푸타오즈다더우티취우웨이 성수E루안조낭 (百合康牌 葡萄籽大豆提取物维生素E软胶囊)	제조사 (원어)	웨이하이 바이허생우찌수구편여우싼공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)
소비자가격	126위안 (21,584원)	1일 섭취량 당 가격	6.3위안 (1,079원)
용량	40.0g (500mg*80정)	1회 섭취량 (섭취일수)	4정 (20일)
섭취방법	하루 2번, 2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	플라스틱병
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
기타 표기사항	건강기능식품은 약물을 대신하여 질병을 치료할 수 없음	홍보문구	색소침착, 황갈반, 주근깨, 피부 칙칙함 등 문제 해결
원료 및 첨가물	포도씨 추출물, 대두(이소플라본), 콩기름		



【产品名称】爱司盟牌大豆复合
【配料】大豆粉、番茄粉、柑橘分粉、胶囊壳
【规格】0.6g*60粒
【保质期】48个月
【适宜人群】成人
【生产日期】见瓶身喷码
【服用方法】每日1-2粒
【不宜人群】孕妇、哺乳期妇女和婴幼儿不宜服用



제품명 (원어)	아이쓰멍파이다더우푸허 (爱司盟牌大豆复合)	제조사 (원어)	에스몬드네추럴 (Esmond Natural)
소비자가격	358위안 (61,325원)	1일 섭취량 당 가격	6.0위안 (1,022원)
용량	36.0g (600mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	1정 (60일)
섭취방법	하루 1번, 1-2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국 외 (미국)	포장 형태	플라스틱병
유통기한	48개월	인증	GMP
홍보문구	폐경을 늦추는 영양제/천연 식이섬유 함유/건강한 난소 유지기능/천연 재료 사용		
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 토마토 분말, 시트러스 분말		



【主要原料】大豆异黄酮、蜂蜡、大豆油、明胶、甘油、纯化水、焦糖色
【标志性成分含量】每100g含：大豆异黄酮 3.00g 大豆苷 L 90g 大豆苷元 0.40g 染料木素 0.20g 染料木苷 0.60g
【保健功能】本品经动物实验评价，具有增强免疫力的保健功能
【适宜人群】免疫力低下的成年女性
【食用方法及食用量】每日1次，每次2粒，口服
【产品规格】0.5g/粒×60粒
【贮藏方法】密封，置阴凉干燥处
【批准文号】国食健字G20150958

제품명 (원어)	씨우정다더우이황통루안조낭 (修正大豆异黄酮软胶囊)	제조사 (원어)	산둥젠강위안성우공청여우셴공쓰 (山东健康源生物工程有公司)
소비자가격	109위안 (18,672원)	1일 섭취량 당 가격	3.6위안 (622원)
용량	30.0g (500mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (30일)
섭취방법	하루 1번, 2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	플라스틱병
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
홍보문구	면역력 증진/생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 개선		
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 다이즈제인, 제니스테인, 게니스틴		



제품명 (원어)	아이쓰명바오윈 파이단평무단화련선 (爱司盟葆韵牌丹凤牡丹花人参)	제조사 (원어)	에스몬드네추럴 (Esmond Natural)
소비자가격	890위안 (152,457원)	1일 섭취량 당 가격	29.7위안 (5,082원)
용량	106.5g (1,775mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (30일)
섭취방법	하루 1번, 2-4정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국 외 (미국)	포장 형태	플라스틱병
유통기한	48개월	인증	GMP
홍보문구	생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 해결/ 피부결 개선, 피부 미백에 도움		
원료 및 첨가물	소르비톨, 단평 작약, 인삼 추출물, 복분자 추출물, 장미 추출물, 파파야 추출물, 해바라기 꽃가루, 검은깨		



【名称】一品康大豆异黄酮软胶囊

【规格】500mg/粒

【保健功能】增强免疫力

【食用方法】每日一次 每次2粒 口服

【保质期】24个月

【不适宜人群】少年儿童、孕妇乳母、妇科肿瘤患者
及有妇科肿瘤病史家族者

功效成分及含量/每片含:	
大豆异黄酮	天然维生素E
g/100g	g/100g
5.5g	5.4g

제품명 (원어)	이핀강다더우이황통루안조낭 (一品康大豆异黄酮软胶囊)	제조사 (원어)	광저우야뷔쌍우커지여우싼공쓰 (广州市雅博生物科技有限公司)
소비자가격	299위안 (51,219원)	1일 섭취량 당 가격	5.0위안 (854원)
용량	30.0g (500mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	1정 (60일)
섭취방법	하루 1번, 1정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	플라스틱병
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
홍보문구	생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 해결/ 비타민 E 성분이 피부결 정돈에 도움		
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 콩기름		



产品名称 养延天韵胶囊
主要原料 覆盆子、葛根、银杏叶、大豆异黄酮、生物碱酸钙、乙二胺四乙酸铁钠、葡萄籽提取物
食用方法 每日1-2次，每次1-2粒，吞食
产品规格 0.36g/粒
适用人群 中老年妇女
不适用人群 少年儿童
贮藏方法 密封、置阴凉干燥处
保质期 24个月
生产企业 武汉名实生物医药科技有限责任公司
生产地址 武汉市东湖新技术开发区神墩五号89号
注意事项 本品不能代替药物



제품명 (원어)	양옌파이텐원조낭 (养延牌天韵胶囊)	제조사 (원어)	우한명실생물이약기술유한공사 (武汉名实生物医药科技有限责任公司)
소비자가격	328위안 (56,186원)	1일 섭취량 당 가격	8.2위안 (1,405원)
용량	14.4g (360mg*40정)	1회 섭취량 (섭취일수)	1정 (40일)
섭취방법	하루 1-2번, 1-2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	외부 종이상자 내부 블리스터
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
홍보문구	노화와 갱년기를 늦춤/ 생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 해결		
원료 및 첨가물	복분자 추출물, 은행나무잎 추출물, 대두(이소플라본), EDTA, 포도씨 추출물		



제품명 (원어)	차오베이양옌파이텐원조낭 (巢倍滋养延牌天韵胶囊)	제조사 (원어)	우한명실생물이약기술유한공사 (武汉名实生物医药科技有限责任公司)
소비자가격	336위안 (57,557원)	1일 섭취량 당 가격	2.8위안 (480원)
용량	43.2g (360mg*120정)	1회 섭취량 (섭취일수)	1정 (120일)
섭취방법	하루 1-2번, 1-2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	외부 종이상자 내부 블리스터
유통기한	24개월	홍보문구	생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제 등 해결
원료 및 첨가물	복분자 추출물, 은행나무잎 추출물, 대두(이소플라본), EDTA, 포도씨 추출물		



盛唐本草 大豆异黄酮软胶囊	
产品规格	0.5g/粒X60粒
营养成分	每100g含: 大豆异黄酮4.4g、大豆苷2.86g、大豆苷元0.142g、染料木苷1.25g、染料木素0.152g
食用方法	每日1次, 每次2粒
保健功能	增强免疫力
适宜人群	免疫力低下的成年女性
贮藏方法	避光、置阴凉干燥处
注意事项	本品不能代替药物

제품명 (원어)	베이징하오파이 다더우이황통루안조낭 (倍仕好牌大豆异黄酮软胶囊)	제조사 (원어)	화샤토티에통끼자이쉬어엔자우원 (华夏协同国际医学研究院)
소비자가격	136위안 (23,297원)	1일 섭취량 당 가격	4.5위안 (777원)
용량	30.0g (500mg*60정)	1회 섭취량 (섭취일수)	2정 (30일)
섭취방법	하루 1번, 2정씩	제품 종류	캡슐
원산지	중국	포장 형태	플라스틱병
유통기한	24개월	인증	보건식품 인증
홍보문구	면역력 증진에 도움		
원료 및 첨가물	대두(이소플라본), 콩기름		

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 선정
2. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 현황
3. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 세부정보

1. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해외 기업 6개사 선정

중국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 규모를 기준으로 호주기업 스위스웰니스(Swisse Wellness)와 미국기업 에스몬드네추럴(EsmondNatural)을 선정함. 이 외에 갱년기 영양제를 판매하는 기업 중 중국 국적을 기준으로 탕천페이제안구편여우싼공쓰3(汤臣倍健股份有限公司), 웨이하이바이허썬우찌쑤구편여우싼공쓰(威海百合生物技术股份有限公司), 우한밍쓰썬우이아우커지여우싼저런공쓰(武汉名实生物医药科技有限责任公司) 3개사를 추가 선정함

▶ 경쟁기업 5개사, 평균 27년 업력 보유 보유

선정된 경쟁기업 5개사의 평균 업력은 약 27년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 스위스웰니스는 1969년 설립되어 약 52년의 업력을 보유하고 있으며, 미국 국적의 에스몬드네추럴은 18년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨. 중국 기업의 경우 탕천페이제안구편여우싼공쓰는 26년, 우한밍쓰썬우이아우커지여우싼저런공쓰는 21년, 웨이하이바이허썬우찌쑤구편여우싼공쓰는 16년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 5개사, 갱년기 영양제 유사품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하고 있는 갱년기 영양제의 유사품목 수를 조사한 결과 에스몬드네추럴이 27개로 경쟁기업 5개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.1] 갱년기 영양제 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	유사품목 수
탕천페이제안구편여우싼공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)	중국	26년	26개
웨이하이바이허썬우찌쑤구편여우싼공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)	중국	16년	11개
에스몬드네추럴 (EsmondNatural)	미국	18년	27개
우한밍쓰썬우이아우커지여우싼저런공쓰 (武汉名实生物医药科技有限责任公司)	중국	21년	6개
스위스웰니스 (SwisseWellness)	호주	52년	6개

자료: 중국 진출 갱년기 영양제 제조기업 5개사 분석

2. 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 5개사 모두 중국 온라인 매장 진출

경쟁기업 5개사 모두 중국 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업 5개사 중 탕천페이제연구편여우썬꾸쓰, 웨이하이바이허썬우찌꾸꾸편여우썬꾸쓰, 스위스웰니스 3개사는 티몰&타오바오, 징둥, 쑤닝 3개 온라인 매장에 진출한 것으로 조사됨. 이 외에 에스몬드네츄럴, 우한밍쓰썬우이아우키지여우썬저런꾸쓰는 티몰&타오바오, 징둥 2개 매장에만 자사 제품을 유통 중인 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용

필리핀 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 판매하는 제품 정보를 제공하고 있으며, 우한밍쓰썬우이아우키지여우썬저런꾸쓰를 제외한 4개사는 영어를 이용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 5개사 중 4개사는 SNS 플랫폼을 통해 기업과 제품 정보를 제공하는 서비스를 운영 중이며, 위챗과 웨이보를 활용하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 맛과 성분을 강조하여 홍보

중국 갱년기 영양제 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 효능과 성분을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 효능을 강조한 문구로는 ‘생리문제, 갱년기 문제를 해결하는’, ‘피부 수준 문제 개선’, ‘갱년기 증상 완화에 도움’ 등이 있으며, 제품의 성분을 강조하는 문구로 ‘천연 두대이황동’, ‘고품질 대두’ ‘비타민C, 비타민E, 콜라겐’ 등의 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘다른 갱년기 제품을 복용하다가 자사의 제품을 복용하는 경우가 다수’와 같이 제품의 차별성을 강조하거나 ‘안티에이징’과 같이 갱년기 증상 완화와는 관련 없는 제품의 효능을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 2.2] 중국 갱년기 영양제 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
탕천페이제연구편여우쎄공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 티몰&타오바오 - 징둥 - 쉰닝 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지, 글로벌) SNS 플랫폼 - 위챗 - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> - 이소플라본의 효과로 여성호르몬을 안정화 - 안티에이징의 효과 - 생리 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제를 개선하는 - 다른 갱년기 제품을 복용하다가 자사의 제품을 복용하는 경우가 다수
웨이하이바이허쎄우찌쑤구편여우쎄공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 티몰&타오바오 - 징둥 - 쉰닝 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지, 글로벌) SNS 플랫폼 - 위챗 - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> - 비타민C: 피부 불순물 대사 가속화 - 비타민E: 항산화, 피부 탄력효과 - 콜라겐, 콜라겐 보충, 피부 수분 문제 개선
에스몬드네추럴 (EsmondNatural)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 티몰&타오바오 - 징둥 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지, 글로벌) SNS 플랫폼 - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> - 조기 폐경 걱정 X, 여성성을 지키자 - 천연 식물성염소를 함유하여 난소 건강 - 미국에서 수입한 천연 대두이황동, 고품질 대두 사용
우한밍쓰쎄우이아우커지여우쎄저런공쓰 (武汉名实生物医药科技有限责任公司)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 티몰&타오바오 - 징둥 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) 	<ul style="list-style-type: none"> - 노화와 갱년기를 늦춤 - 생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제 해결
스위스웰니스 (SwisseWellness)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 티몰&타오바오 - 징둥 - 쉰닝 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (홍콩, 글로벌) SNS 플랫폼 - 위챗 - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> - 100% 비유전자 조작 천연 대두 추출 - 갱년기 여성을 케어하는 - 갱년기 증상 완화에 도움

자료: 중국 진출 갱년기 영양제 경쟁기업 5개사 분석

3. 중국 여성갱년기 영양제 경쟁기업 세부정보

① 탕첸페이제안구편여우셴공쓰(汤臣倍健股份有限公司)

유사품목 종류

- ① 두어웨이뉴스파이두어중 웨이성수쿠앙우즈피엔 (多维女士牌多种维生素矿物质片)



- ② 탕첸페이제안구편여우셴 웨이성수쿠앙우즈피엔 (汤臣倍健®多种维生素矿物质片)



- ③ 탕첸페이제안구편여우셴 티에피엔 (汤臣倍健叶酸铁片)



- ④ 탕첸페이제안구편여우셴 티에피엔 (汤臣倍健铁叶酸片)



- ⑤ 탕첸페이제안구편여우셴 까이메이피엔 (汤臣倍健®钙镁片)



자료: 탕첸페이제안구편여우셴공쓰 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	탕첸페이제안구편여우셴공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)
	홈페이지	www.by-health.com
	위치	No. 3 Kehui Third Road, No. 99 Kexue Avenue Middle, Science City, Huangpu District, Guangzhou, China
규모	유사품목 수 ¹⁵⁾	26개
	설립년도	1995년

기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오		제품명	탕첸페이제안구편여우셴 탕하우칭청초낭 (汤臣倍健 婷好青春胶囊)
	징동 쑤닝		용량 /섭취일수	12.0g /30일
			가격	238위안 (40,769원)
			제품 형태	캡슐

기업 홍보 채널

- 자사 홈페이지(현지, 글로벌)
- 기업 소개 및 홍보
- 브랜드 및 제품 소개
- 개인 맞춤 건강관리 서비스 제공

기업 홍보 채널

- SNS플랫폼(위챗, 웨이보)
- 기업 소개 및 홍보
- 브랜드 및 제품 소개
- 이벤트 홍보(경품, 할인 정보)

홍보 문구

- 이소플라본의 효과로 여성호르몬을 안정화
- 안티에이징의 효과
- 생리 문제, 갱년기 문제, 내분비 문제를 개선하는
- 다른 갱년기 제품을 복용하다가 자사의 제품을 복용하는 경우가 다수

사진자료: 탕첸페이제안구편여우셴공쓰 홈페이지, 티몰&타오바오 홈페이지, 웨이보 홈페이지

15) 여성을 대상으로 개발된 영양제를 유사품목으로 상정함

유사품목 종류

- ① 양티아판망웨이판친(천,선)전주편
웨이성쑤어루안자오낭
(羊胎盘当归参珍珠粉维生素
E软胶囊)



- ② 빠이허캉파이푸타오쯔따뚝우티
취우웨이성쑤어루안자오낭
(百合康牌葡萄籽大豆提取物维生素
E软胶囊)



- ③ 메이궈이후아푸타오쯔판궈이
홍후아추안시옹웨이성쑤처피엔
(玫瑰花葡萄籽当归红花川芎维生素
CE片)



- ④ 무자이(쯔)파이푸타오탕
쑤안야티에쑤안루안자오낭
(福仔牌葡萄糖酸亚铁叶酸软胶囊)



- ⑤ 빠이허캉파이티엔란웨이성
쑤어루안자오낭
(百合康牌天然维生素E软胶囊)



자료: 웨이하이바이허성우씨쑤구편여우쑤공쓰
여우쑤공쓰 홈페이지

② 웨이하이바이허성우씨쑤구편여우쑤공쓰(威海百合生物技术股份有限公司)

기업 기본 정보	기업명	웨이하이바이허성우씨쑤구편여우쑤공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)	
	홈페이지	www.baiheshengwu.com	
	위치	Fucheng Guoji A18, Shanghai Road, Huancui District, Weihai City, Shandong, China	
기업 진출 채널	규모	유사품목 수	11개
	설립년도	2005년	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오 징둥 쑤닝	제품명	바이허캉푸타오쯔다더우티 취우웨이성쑤어루안자오낭 (百合康牌葡萄籽大豆提取物 维生素E软胶囊)
		용량	40.0g /20일
		가격	126위안 (21,584원)
		제품 형태	캡슐



- 자사 홈페이지(현지, 글로벌)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 및 브랜드 소개
- OEM, ODM 서비스 제공



- SNS플랫폼(위챗, 웨이보)
- 기업 소개 및 홍보
- 브랜드 및 제품 소개
- 이벤트 홍보(경품, 할인 정보)

기업
홍보 채널

홍보 문구



- 비타민C: 피부 불순물 대사 가속화
- 비타민E: 항산화, 피부 탄력효과
- 콜라겐, 콜라겐 보충, 피부 수분 문제 개선

사진자료: 웨이하이바이허성우씨쑤구편여우쑤공쓰 홈페이지, 티몰&타오바오 홈페이지, 웨이보 홈페이지

유사품목 종류

① 에스몬드네추럴 칼슘 마그네슘 징크
(Esmond Natural Calcium Magnesium Zinc)



② 에스몬드네추럴 킬레이트 아이런
컴플렉스
(Esmond Natural Chelate Iron Complex)



③ 에스몬드네추럴 콜라겐 1000
(Esmond Natural Collagen 1000)



④ 에스몬드네추럴 이브닝
프림로즈 오일 소프트젤
(Esmond Natural Evening Primrose Oil Softgels)



⑤ 알팔파 셀러리 앤 블랙 체리
(Alfalfa - Celery and Black Cherry)



자료: 에스몬드네추럴 홈페이지

③ 에스몬드네추럴(EsmondNatural)

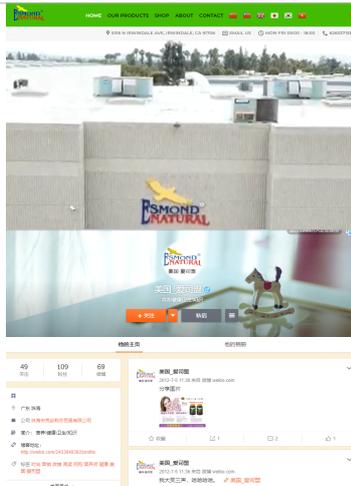
기업 기본 정보	기업명	에스몬드네추럴 (EsmondNatural)	
	홈페이지	esmondnatural.com	
기업 진출 채널	위치	5316 N Irwindale Ave, Irwindale, CA 91706, U.S.A	
	규모	유사품목 수	27개
		설립년도	2003년
	제품명	아이쓰멍파이다더우푸허 (爱司盟牌大豆复合)	
	용량	106.5g /30일	
	가격	358위안 (61,325원)	
	제품 형태	캡슐	



기업
진출 채널

<온라인 매장>
티몰&타오바오
징둥

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(현지, 글로벌)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보

- 16) SNS플랫폼(웨이보)
- 기업 소개 및 홍보
- 브랜드 및 제품 소개

홍보 문구



- 조기 폐경 걱정 X, 여성성을 지키자
- 천연 식물성유소를 함유하여 난소 건강
- 미국에서 수입한 천연 대두이황등, 고품질 대두 사용

사진자료: 에스몬드네추럴 홈페이지, 티몰&타오바오 홈페이지, 웨이보 홈페이지

16) 에스몬드네추럴의 경우 위챗과 웨이보 계정을 보유하고 있지만, 2012년 이후로 계정 비활성화 상태임

동일품목 종류

① 차오베이쯔양앤파이티엔
원자오낭앤후안샤이라오
(巢倍滋养延牌天韵胶囊延缓衰老)



② 양앤파이텐원조낭
(巢倍滋养延牌天韵胶囊)



③ 밍스파이딴찬(천,선)
후후아자오낭취후양허반
(名实牌丹参红花胶囊祛黄褐斑)



④ 꾸안산앤웨이허자오낭
쥙지아꾸미뚜
(萸安仙瑞禾胶囊增加骨密度)



⑤ 밍스파이뵘이띠자오낭웨이후아쉬
에싱간쑤상요우푸주뵘오후공녕
(名实牌倍迪胶囊对化学性肝损伤有
辅助保护功能)



자료: 우한밍쓰썩우이아우커지여우썩저런공쓰 홈페이지

④ 우한밍쓰썩우이아우커지여우썩저런공쓰(武汉名实生物医药科技有限责任公司)

기업 기본 정보	기업명	우한밍쓰썩우이아우커지여우썩저런공쓰 (武汉名实生物医药科技有限责任公司)	
	홈페이지	www.medtek.com.cn	
	위치	武汉市东湖新技术开发区光谷医药园神墩五路89号, China	
	규모	유사품목 수	6개
설립년도		2000년	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오 징둥	제품명	양앤파이텐원조낭 (巢倍滋养延牌天韵胶囊)
		용량	14.4g /40일
		가격	328위안 (56,186원)
		제품 종류	캡슐
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 	
		홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 노화와 갱년기를 늦춤 생리 문제, 난소 문제, 갱년기 문제 해결

사진자료: 우한밍쓰썩우이아우커지여우썩저런공쓰 홈페이지

●
동일품목 종류

① 스위스 울트라부스트
위에지앤차오요우
(SWISSE ULTIBOOST月見草油)



② 스위스 울트라부스트
농수어만위메이
(SWISSE ULTIBOOST
濃縮蔓越莓)



③ 스위스 50
웨이상뉴싱 뚜어위엔웨이하임
(SWISSE 50
歲以上女性多元維他命)



④ 스위스 뉴싱뚜어위엔웨이하임
(SWISSE 女性多元維他命)



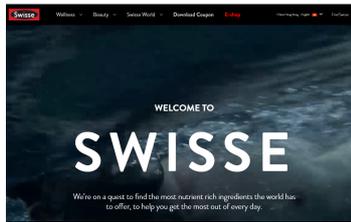
⑤ 스위스 울트라부스트
만위메이징후아인
(SWISSE ULTIBOOST
蔓越莓精華飲)



자료: 스위스웰니스 홈페이지

⑤ 스위스웰니스(SwisseWellness)

기업명	스위스웰니스 (SwisseWellness)		
홈페이지	www.swisse.hk		
기업 기본 정보	위치	Suites 4007-09, 40th Floor, One Island East, Taikoo Place, 18 Westlands Road, Quarry Bay, Hong Kong	
	동일품목 수	6개	
규모	설립년도	1969년	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오	제품명	갱년치평형잉양쑤 (更年期平衡营养素/ Menopause Balance)
		용량	129.0g/ 30일
	징동 쑤닝	가격	188위안 (32,204원)
	제품 형태	정제	



- 자사 홈페이지(홍콩, 글로벌)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보
- 자체 E-Commerce 보유

기업
홍보 채널



- SNS플랫폼(위챗, 웨이보)
- 기업 소개 및 홍보
- 현지 아이돌과 제휴하여 제품 및 이벤트 홍보

홍보 문구



- 100% 비유전자 조작, 천연 대두 추출
- 갱년기 여성을 케어하는
- 갱년기 증상 완화에 도움

사진자료: 스위스웰니스 홈페이지, 티몰&타오바오 홈페이지, 웨이보 홈페이지

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 쉰위핑민따야오팡(漱玉平民大药房)

Interview ② 선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰(深圳市正诚进口贸易有限公司)

Interview ③ 선전위예양러구오마오이유오시안공쓰(深圳越洋乐购贸易有限公司)

Interview ④ 후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡(湖南九芝堂连锁大药房)

Interview ① 쑤위핑민따야오팡 (漱玉平民大药房)

17)

쑤위핑민따야오팡
(漱玉平民大药房)

전문가 소속

쑤위핑민따야오팡
(漱玉平民大药房)
건강기능식품 및 의약품 전문
유통업체

전문가 정보

Ms. Zhang
(Sales Manager)

双11预售 所有商品 瘦身美容 OTC药品 医疗器械 保健食品 计生用品 资质证明

双11抢先购 预售更划算

付定金立减

预售时间: 10月21日-10月31日

<p>买送实发120片 十强连锁 正品保障</p> <p>延缓衰老 年轻的秘密</p> <p>抢购价 ¥178</p> <p>原价 ¥189.00</p>	<p>买送实发120片 十强连锁 正品保障</p> <p>延缓衰老 青春秘籍</p> <p>抢购价 ¥178</p> <p>原价 ¥189.00</p>	<p>买送实发120片 十强连锁 正品保障</p> <p>延缓衰老 青春秘籍</p> <p>抢购价 ¥178</p> <p>原价 ¥189.00</p>	<p>买送实发120片 十强连锁 正品保障</p> <p>延缓衰老 年轻的秘密</p> <p>抢购价 ¥169</p> <p>原价 ¥178.00</p>
---	--	--	---

顺丰 J 汤臣信健大豆异黄酮婷好青春软胶囊 0.2g/粒*60粒延缓衰老

汤臣信健婷好青春胶囊大豆异黄酮 60粒女性延缓衰老

大豆异黄酮汤臣信健婷好青春软胶囊 0.2g/粒*60粒延缓衰老

汤臣信健大豆异黄酮婷好青春软胶囊 0.2g/粒*60粒

쑤위핑민따야오팡(漱玉平民大药房) Sales Manager, Ms. Zhang

쑤위핑민따야오팡은 1999년 설립된 중국의 건강기능식품, 의약품 전문 유통업체로, 본사는 산둥성 자넨(济南)시에 위치함. 갱년기 영양제와 같은 건강기능식품과 일반의약품(OTC), 중약(한방) 제품뿐만 아니라 기타 생활용품도 판매함. 중국 현지에 약 1,700개 이상의 오프라인 직영점이 있으며, 자넨(济南), 타이안(泰安), 연타이(烟台) 등 15개 도시에 지사를 두고 있음. 이 외에도 티몰&타오바오, 징둥, 쑤닝 등 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있음

17) 사진자료: 티몰(天猫) 쑤위핑민따야오팡(漱玉平民大药房) 판매 페이지 (sypondyf.tmall.com)



가격 약 758위안
(130,000원)

용량 2,100ml
(70ml*30포)

포장 종이상자,
플라스틱 파우치

Q1. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제 브랜드는 무엇인가요?

사실 감기나 복통과 달리 갱년기 증상은 여러 가지로 나타나고 개인마다 증상의 정도도 다릅니다. 아직 중국 시장에 갱년기 증상 완화를 위한 특정 영양제가 많이 유통되지 않는 만큼 각 증상을 진정시키는 의약품이 많이 판매됩니다. 간이나 신장 기능 향상에는 류위디황완(六味地黃丸)을, 심장에는 구이피완(歸脾丸)을 주로 섭취합니다. 또 정서 불안이나 감정 기복이 심할 때는 샤오요완(逍遙丸)을, 불면증, 건망증에는 바이러맨자오닝(百樂眠膠囊)을 구매합니다. 이 제품들은 A사 제품과 같은 건강기능식품이 아닌 일반의약품으로 모두 약국에서 쉽게 구매할 수 있습니다.

Q2. 취급하는 갱년기 영양제 제품의 평균 가격과 용량은 어느 정도인가요?

중국 시장에 유통되는 갱년기 영양제는 대부분 캡슐 제형입니다. 저희 매장의 인기 제품인 탕하우칭춘조닝(婷好青春膠囊)은 1병에 12g으로 200mg 캡슐이 60정 들어있는 제품입니다. 저희 매장에서는 1병에 238위안(약 40,769원)에 판매하고 있지만, 온라인 쇼핑몰에서는 190위안(약 32,547원) 정도로 할인하여 판매합니다. A사 제품이 1개월 섭취 기준 약 758위안(130,000원)으로 들었는데, 이는 매우 비싼 편입니다.

Q3. 현지 인기 갱년기 영양제의 주원료는 무엇인가요?

현지에서 판매되는 갱년기 영양제들은 대부분 대두(이소플라본)가 들어있습니다. 대두에서 추출된 식물성 에스트로겐 성분이 체내 호르몬 분비, 신진대사, 단백질 합성 등을 촉진하여 갱년기 증상 완화에 도움을 주기 때문입니다. 이외 신경 안정에 도움을 주는 오리지놀(Oryzanol) 성분이 들어있는 제품도 있지만 대두 성분 제품이 더 인기 있습니다.

Q4. 갱년기 증상 완화에 홍삼 및 석류가 도움이 되는 것을 알고 계신가요?

홍삼과 석류가 갱년기 증상 완화에 도움이 되는 것을 알고 있는 소비자는 많지 않습니다. 여성 갱년기 증상 완화에 도움을 주는 현지 영양제 중 홍삼 성분이 들어있는 것이 있지만 특별히 선호하는 원료는 아닙니다. 하지만 이와 별개로 중국 현지 소비자들이 한국산 홍삼 제품을 매우 좋아하므로 A사 제품에 홍삼이나 석류 성분이 들어간다면 판매량은 많을 것 같습니다.

Q5. 소비자들이 갱년기 영양제 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

갱년기 증상은 개인마다 다르게 나타나기 때문에 각자의 증상에 맞는 영양제나 약을 선택합니다. 약국에서 구매하는 경우 전문가인 약사의 처방 혹은 추천을, 온라인 쇼핑몰을 이용할 때는 제품의 후기나 입소문, 기재된 효과를 중점적으로 고려하여 구매를 결정합니다.

Interview ② 선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰 (深圳市正诚进口贸易有限公司)

18)

선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰
(深圳市正诚进口贸易有限公司)

전문가 소속

선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰
(深圳市正诚进口贸易有限公司)
건강기능식품 및 의약품 전문
수입 · 유통업체

전문가 정보

Ms. Huang
(Sales Manager)

The screenshot displays eight product listings for 'Swisse Menopause Balance' on JD.com. The products are categorized into 'Menopause Balance' and 'Menopause Balance + Soybean Isoflavone'. Prices range from ¥196.00 to ¥310.00. Each listing includes a 'Compare' button and a 'Follow' button.

선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰 (深圳市正诚进口贸易有限公司) Sales Manager, Ms. Huang

선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰는 2016년 설립된 건강기능식품, 의약품 전문 수입 유통업체로 본사는 광둥성의 선전시(深圳)에 위치함. 주로 호주, 미국, 독일, 일본 등에서 제품을 수입하며 타몰&타오바오, 징둥, 쑤닝 등 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있음

18) 사진자료: 징둥(京东) 선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰(深圳市正诚进口贸易有限公司) 판매 페이지 (item.jd.com/2108820.html)



가격 약 758위안
(130,000원)

용량 2,100ml
(70ml*30포)

포장 종이상자,
플라스틱 파우치

Q1. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제 브랜드는 무엇인가요?

저희 매장에서는 호주 제조사인 스위스웰니스(Swisse Wellness)의 갱년기평형영양제(更年期平衡营养素/Menopause Balance)를 판매하고 있습니다. 이 제품은 에스트로겐이 풍부한 대두(이소플라본)를 사용하고 브랜드의 인지도가 높아서 인기가 많습니다. 오프라인 매장뿐만 아니라 티몰, 타오바오, 징둥 등 주요 온라인 쇼핑몰에도 다수 입점하여 구매가 쉽습니다.

Q2. 취급하는 갱년기 영양제 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

현지 소비자들이 갱년기 영양제를 구매하기 위해 한달에 쓰고자 하는 예산은 약 150-200위안(약 25,695-51,390원)으로 많지 않습니다. 따라서 30일분의 소비자가격이 200위안(약 34,260원)이 넘는 제품은 중국 시장에서 살아남기 어렵습니다. 스위스웰니스의 영양제는 한 병에 90정으로 한 달 동안 섭취가 가능하며 190위안(약 32,547원)에 판매됩니다. 또 가장 많이 알려진 갱년기 영양제인 탕신배건청춘자오낭(汤臣倍健青春胶囊)은 한 달 섭취량인 60정 한 병에 180위안(약 30,834원)입니다. A사 제품은 현지 소비자들의 예산을 훨씬 뛰어넘는 고가의 제품입니다. 아무리 홍삼을 사용하고 품질이 우수하다 해도 가격이 비싸기 때문에 시장성은 떨어질 것으로 보입니다.

Q3. 현지 인기 갱년기 영양제의 주원료는 무엇인가요?

대두(이소플라본)가 들어간 제품이 많이 판매됩니다. 콩은 에스트로겐이 풍부하기로 유명하고, 시장에 유통되는 대부분의 갱년기 영양제에 대두가 들어있어 구매나 섭취가 쉽습니다. A사 제품처럼 홍삼이나 인삼이 들어있는 제품도 있지만 비싸고 흔하지 않습니다. 또 홍삼 스틱 등의 형태로 홍삼을 섭취하는 경우는 있어도 홍삼이 갱년기 증상 완화에 도움이 된다는 사실은 많이 알려져 있지 않습니다.

Q4. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제의 제형과 용량은 무엇인가요?

현지 시장에 유통되는 인기 갱년기 영양제는 캡슐이나 액상 형태가 많습니다. 액상 형태의 경우 플라스틱 앰플 용기에 1회 섭취량인 25-30ml를 넣어 10개 단위로 포장한 제품이 대표적입니다. 주원료 함유량에 따라 다르겠지만 일반적으로 권장 1회 섭취량이 30ml가 넘어가면 한 번에 먹기 힘들고 무엇보다 단가가 올라서 선호하지 않습니다. 영양제 제형 중 가장 선호하는 형태는 의약품과 비슷한 캡슐 형태로, 한 병당 한 달 정도 먹을 수 있는 60-90정의 양이 들어있습니다. A사가 개발 중인 제품이 액상 형태의 70ml라면 현지 소비자들이 가장 선호하는 형태도 아닐뿐더러 용량이 크니 줄일 것을 추천합니다.

Q5. 소비자들이 갱년기 영양제 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

보통 브랜드나 제조사의 인지도나 온라인상의 후기를 바탕으로 구매를 결정합니다. 특히 건강기능식품인 만큼 현지 소비자들은 제품의 효과를 가장 중요시합니다. 또 앞서 이야기했듯이 가격도 구매 결정에 큰 영향을 줍니다. 가격이 비싸면 구매 장벽이 높고, 가격이 지나치게 싸도 제품의 효과에 의문을 갖기 때문에 적당한 가격 수준을 유지하는 것이 중요합니다.

Q6. 갱년기 영양제 판매에 적합한 현지 유통채널은 무엇인가요?

제품 판매는 온·오프라인 채널 모두 가능하며 오프라인의 경우 중국 내 백화점에 입점할 것을 추천합니다. A사가 출시하고자 하는 갱년기 영양제 제품은 고급 상품에 속하고 구매력을 갖춘 소비자들이 백화점에서 선물을 자주 구매하는 것을 고려하면 백화점에 입점하는 것도 좋은 방법입니다. 만약 온라인 판매를 고려한다면 가격 조정이 필요할 것으로 보입니다. 소비자들은 오프라인에서 판매되는 제품을 온라인 판매 제품보다 더 고급 제품으로 인식하기 때문에 온라인 쇼핑물의 가격이 지나치게 비싸다면 구매를 꺼릴 것 같습니다.

Interview ③ 선전위에양러구오마오이유오시안꽁쓰 (深圳越洋乐购贸易有限公司)

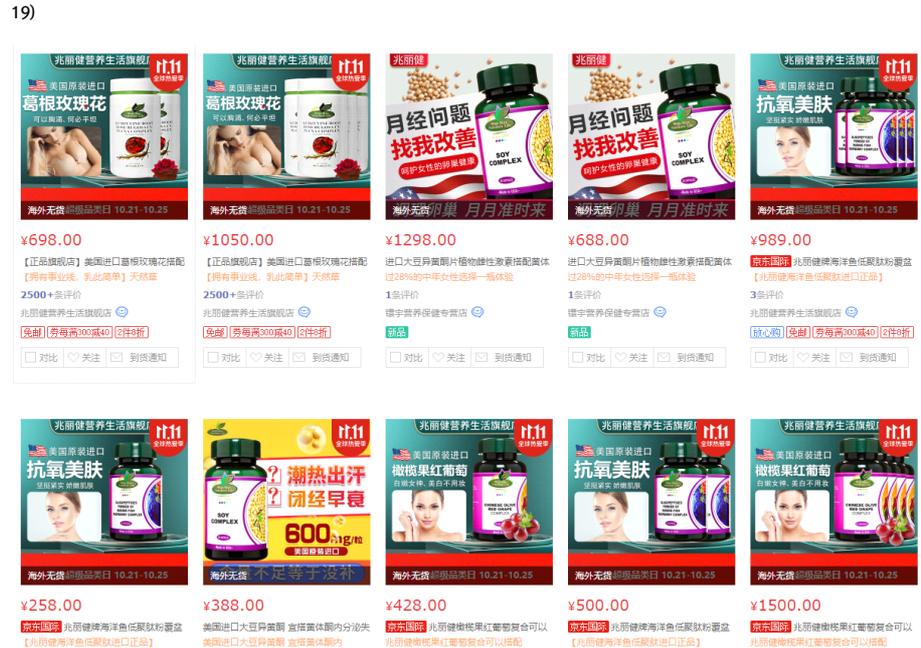
선전위에양러구오마오이유오시안꽁쓰
(深圳越洋乐购贸易有限公司)

전문가 소속

선전위에양러구오마오이유오시안꽁쓰
(深圳越洋乐购贸易有限公司)
건강기능식품 및 의약품 전문
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Zhou
(Sales Manager)



선전위에양러구오마오이유오시안꽁쓰 (深圳越洋乐购贸易有限公司) Sales Manager, Mr. Zhou

선전위에양러구오마오이유오시안꽁쓰는 2014년 설립된 건강기능식품, 의약품 전문 수입 유통업체로 본사는 광둥성의 선전시(深圳)에 위치함. 건강기능식품, 의약품, 화장품 등 다양한 품목을 취급하며 건강기능식품은 주로 호주, 미국, 독일, 일본의 제품을, 화장품은 한국산 화장품을 대표적으로 판매함

19) 사진자료: 징둥(京东) 선전위에양러구오마오이유오시안꽁쓰(深圳越洋乐购贸易有限公司) 판매 페이지 (item.jd.com/62683861818.html)



가격 약 758위안
(130,000원)

용량 2,100ml
(70ml*30포)

포장 종이상자,
플라스틱 파우치

Q1. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제 브랜드는 무엇인가요?

저희 매장에서는 뉴트리션 라이프(Nutrition Life Co.)의 매가 맥스 뉴트리션 라이프 (Mega Max Nutrition Life) 브랜드 제품을 판매하고 있습니다. 미국산 제품으로 브랜드가 오래되고 인지도가 높아 선호하는 소비자들이 많습니다. 저희가 판매하지는 않지만 중국산 건강기능식품으로는 탕신배건(汤臣倍健), 강은배(康恩贝)이 유명하고, 호주산 제품인 블랙모어스(Blackmores)나 스위스웰나스(Swisse Wellness)도 많이 유통됩니다.

Q2. 취급하는 갱년기 영양제 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

판매하고 있는 갱년기 영양제의 종류가 다양하지 않아 정확하진 않지만, 중국에 유통되는 관련 영양제 제품은 한 병에 200-300위안(약 34,260-51,390원) 수준입니다. 매가 맥스 뉴트리션 라이프의 제품은 한 병에 390위안(약 66,807원)으로 평균 가격보단 비싸지만 소비자들이 선호하는 브랜드이기에 판매량은 안정적입니다.

Q3. 현지 인기 갱년기 영양제의 주원료는 무엇인가요?

갱년기 영양제에는 보통 대두 추출물을 많이 사용하며 특히 대두 이소플라본이 대표적입니다. 해당 성분은 불면증, 기초 체온 증가, 우울함 등의 갱년기 증상 완화에 효과적이고 식물성 성분이니 비교적 안정적인 형태입니다. 또 어자오(阿胶)는 전통적으로 영양보충에 도움을 준다고 유명한 성분이기 갱년기 영양제에 활용되는 경우도 많습니다.

Q4. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제의 제형과 용량은 무엇인가요?

특히 인기 있는 갱년기 영양제의 제형이 있다기보단, 일반적으로 건강기능식품은 캡슐이나 정제 형태의 제품을 선호합니다. 의약품과 유사한 효능을 가졌다고 홍보하는 건강기능식품은 당연히 캡슐 등 약품과 비슷한 형태로 만든 제품이 인기가 많을 수밖에 없습니다. 또 액상 형태보다 보관이 쉽고 약재의 쓴맛을 가릴 수 있으므로 더욱 선호하는 것 같습니다. 액상 형태의 갱년기 영양제도 시장에 유통되긴 하지만 개수가 많지 않고, 있더라도 용량이 25-30ml 선입니다. 따라서 액상 형태의 제품을 개발 중이라면 용량을 30ml 이하로 줄이고 가격도 낮추는 것이 좋을 것 같습니다.

Q5. 갱년기 증상 완화에 홍삼 및 석류가 도움이 되는 것을 알고 계신가요?

홍삼스틱, 홍삼석류혼합음료 등의 한국산 홍삼가공식품은 중국에서 꽤 인기가 많습니다. 홍삼은 원기, 에너지 보충, 면역력 개선에, 석류는 예로부터 뛰어난 미용 효과로 유명하지만 두 원료가 여성 갱년기 영양제에 도움이 된다는 것은 잘 모릅니다.

Interview ④ 후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡 (湖南九芝堂连锁大药房)

20)

후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡
(湖南九芝堂连锁大药房)

전문가 소속

후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡
(湖南九芝堂连锁大药房)
건강기능식품 및 의약품 전문
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Yin
(Purchasing Manager)

후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡 (湖南九芝堂连锁大药房) Purchasing Manager, Mr. Yin

후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡은 1999년에 설립된 건강기능식품, 의약품 전문 유통업체로 1999년 설립하여 본사는 후난성의 창사시(长沙市)에 위치함. 보건식품류, 일반의약품 (OTC), 중약(한방) 제품 외에도 생활용품도 다양하게 취급함. 중국 내에 11개 지사를 운영 중이며, 주로 티몰&타오바오, 징둥 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매함

20) 사진자료: 징둥(京东) 후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡(湖南九芝堂连锁大药房) 판매 페이지 (mall.jd.com/index-216826)



가격 약 758위안
(130,000원)

용량 2,100ml
(70ml*30포)

포장 중이상자,
플라스틱 파우치

Q1. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제 브랜드는 무엇인가요?

중국 현지 시장에서는 허옌쿤타이아오낭(和颜坤泰胶囊), 탕첸베이젠(汤臣倍健)이라는 제품이 인기가 많습니다. 다른 제품들에 비해 갱년기 증상 완화 효과가 좋고, 중국 내에 경쟁력 있는 갱년기 영양제가 별로 많지 않기 때문입니다. 또한 인지도가 높을 만큼 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰(티몰&타오바오, 징둥 등)에서 모두 쉽게 구매할 수 있습니다.

Q2. 취급하는 갱년기 영양제 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

허옌쿤타이아오낭(和颜坤泰胶囊)의 경우 3명이 들어있는 한 상자에 600-700위안(약 102,780-119,910원)에 판매합니다. 1개월에 1병씩 먹는 셈이니 한 병은 150-200위안(약 25,695-34,260원)정도입니다. A사 제품을 758위안(130,000원)으로 판매할 경우 중국 현지 평균 가격보다 3-4배 정도 비싸서 판매량이 많지 않을 것 같습니다. 따라서 제품 가격을 평균 가격과 비슷하거나 5-10%만 비싼 정도로 낮추는 것이 좋을 것 같습니다.

Q3. 현지 인기 갱년기 영양제의 주원료는 무엇인가요?

갱년기 영양제의 주원료는 대부분 대두입니다. 대두에서 추출된 이소플라본은 여성 갱년기 영양제를 대표하는 원료로 온라인 쇼핑몰에서 갱년기 영양제를 찾을 때 "이소플라본(大豆异黄酮)"이라는 검색어를 자주 활용할 정도입니다. 이외에도 다른 콩이나 어자오(阿胶), 당귀, 복분자 등이 많이 사용됩니다.

Q4. 현지에서 인기 있는 갱년기 영양제의 제형과 용량은 무엇인가요?

저희 매장에서 판매하는 갱년기 영양제는 캡슐과 정제 형태가 많고 액상 앰플 제품도 소량 있습니다. 액상 같은 경우 플라스틱이나 유리 앰플에 15-20ml정도 담겨있는 제품이 일반적입니다. 캡슐이나 정제 제품은 한 병에 한 달 먹을 수 있는 양인 60-90정 혹은 100-120정이 담겨서 판매됩니다. 하지만 개별 포장 용량 보다는 한 병 또는 한 상자의 섭취일수가 더 중요하게 작용합니다.

Q5. 갱년기 증상 완화에 홍삼 및 석류가 도움이 되는 것을 알고 계신가요?

중국 내에서는 한국산 홍삼의 대명사라 볼 수 있을 정도로 B사가 아주 유명합니다. 그래서 홍삼 자체는 많이 알려져있지만, 홍삼이 갱년기 증상 완화에 도움이 된다는 것은 모르는 소비자들이 더 많을 것입니다. 석류는 항산화 성분이 많아서 노화 예방에 도움이 된다고 알고 있습니다. 하지만 홍삼과 마찬가지로 갱년기에 좋은지는 몰랐습니다. 현지 소비자들은 홍삼과 석류보다는 기존의 대두(이소플라본)와 중약(한방) 재료가 들어있는 영양제를 더 선호할 것으로 보입니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1일 섭취량 당 가격

● 경쟁제품(제조사)

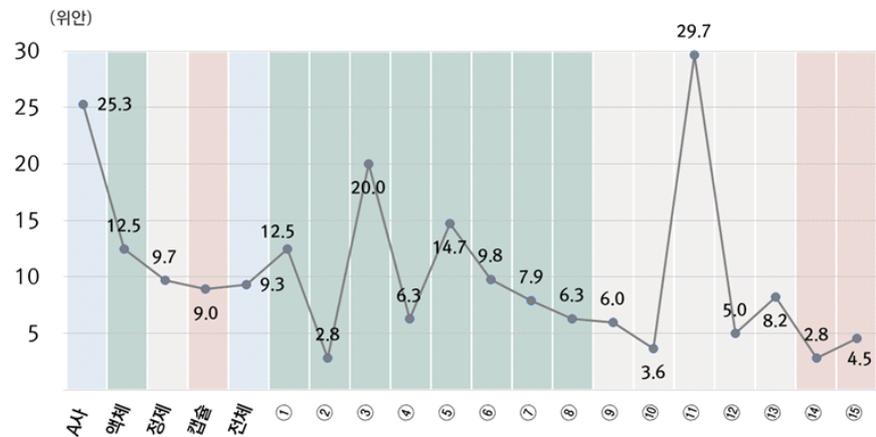
- ① 핑산쯔미엔코우푸이에 (선전타이타이아오이에어우쎌저런공쓰)
- ② 사오린즈야오 밉즈무홍핑 (사오린즈야오)
- ③ 자오리제엔차오안파이 거건다더우만웨이메이 (뉴트리션 라이프)
- ④ 경년차핑형잉양쑤 (스위스웰니스)
- ⑤ 베이샤하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통궈지이쉬어엔지우웬)
- ⑥ 자오리제엔다더우이황통푸허피엔 (뉴트리션 라이프)
- ⑦ 탕천페이제엔팅하우칭쑤조낭 (탕천페이제엔구편어우쎌공쓰)
- ⑧ 바이허쑤푸타오즈다더우티취우웨이상쑤 루안조낭 (웨이하이바이허쑤우짜쑤구편어우쎌공쓰)
- ⑨ 아이쓰멍파이다더우푸허 (에스몬드네츄럴)
- ⑩ 씨우정다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우공칭어우쎌공쓰)
- ⑪ 아이쓰멍바오원파이단뺑무단화런선 (에스몬드네츄럴)
- ⑫ 이핀강다더우이황통루안조낭 (광저우이쑤쑤우커지어우쎌공쓰)
- ⑬ 양원파이텐원조낭 (우한밍쑤쑤우이아우커지어우쎌저런공쓰)
- ⑭ 차오베이양원파이텐원조낭 (우한밍쑤쑤우이아우커지어우쎌저런공쓰)
- ⑮ 베이쑤하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통궈지이쉬어엔지우웬)

▶ A사 제품 1일 섭취량 당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

A사 제품의 1일 섭취량 당 가격은 25.3위안(약 4,333원²¹⁾로 경쟁제품 15개의 평균 1일 섭취량 당 가격 9.3위안(약 1,600원) 대비 약 2.71배 비쌌다. A사 제품과 유사한 형태인 액상 제품의 평균 1일 섭취량 당 가격은 12.5위안(약 2,133원)으로 경쟁제품 종류 중에선 가장 비싸지만 A사 제품과 비교하면 약 49% 수준으로 저렴함. 그 외 제품 종류별 평균 1일 섭취량 당 가격은 정제 제품이 9.7위안(약 1,661원), 캡슐 제품이 9.0위안(약 1,534원)으로 각각 A사 제품 대비 약 38%, 35% 수준에 불과함. 따라서 A사 제품은 중국 온라인 쇼핑몰에서 확인된 경쟁제품 15개의 제품 종류에 관계없이 비싼 것으로 확인됨

[표 3.1] 중국 경쟁제품 영양제 1일 섭취량 당 가격 경쟁력 분석

(단위: 위안)



21) 1위안 = 171.3원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 섭취일수

● 경쟁제품(제조사)

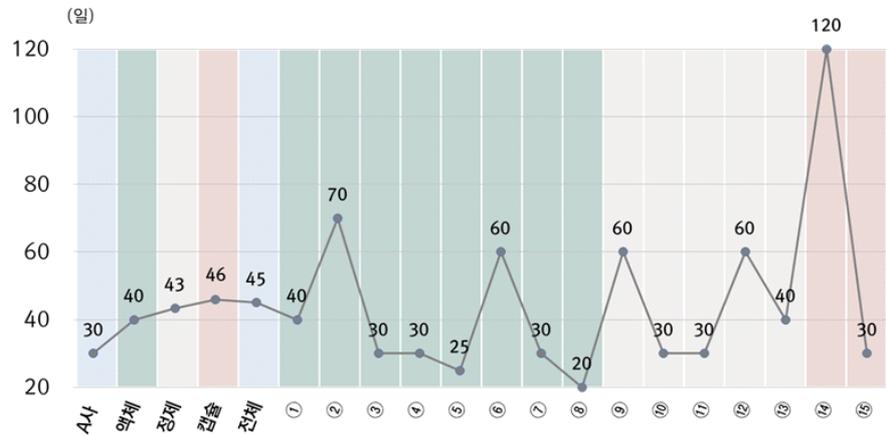
- ① 핑산쯔미엔코우푸이애 (선전타이타이아오이에어우쎌저런공쓰)
- ② 사오린즈야오밍즈무홍핑 (사오린즈야오)
- ③ 자오리제엔차오인파이 거건다더우만웨이메이 (뉴트리션 라이프)
- ④ 경년차핑헝잉양쑤 (스위스웰니스)
- ⑤ 베이싱하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통궈지이쉬어엔지우웬)
- ⑥ 자오리제엔다더우이황통푸허피엔 (뉴트리션 라이프)
- ⑦ 탕첸페이제엔팅하우칭첸조낭 (탕첸페이제엔구편어우쎌저런공쓰)
- ⑧ 바이허쑹푸타오즈 다더우타츄우웨이성수루안조낭 (웨이하이바이허쑹우짜쑤구편어우쎌저런공쓰)
- ⑨ 아이쓰멍파이다더우푸허 (에스몬드네츄렐)
- ⑩ 씨우징다더우이황통루안조낭 (산둥젠강위안성우공칭어우쎌저런공쓰)
- ⑪ 아이쓰멍바오원파이단핑무단화런선 (에스몬드네츄렐)
- ⑫ 이핀강다더우이황통루안조낭 (광저우아뉘쑹우커지어우쎌저런공쓰)
- ⑬ 양원파이텐원조낭 (우한밍쑤쑹우이아우커지어우쎌저런공쓰)
- ⑭ 차오베이양원파이텐원조낭 (우한밍쑤쑹우이아우커지어우쎌저런공쓰)
- ⑮ 베이쑹하오파이다더우이황통루안조낭 (화샤시에통궈지이쉬어엔지우웬)

▶ A사 제품 섭취일수, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

A사 제품의 섭취일수는 30일로 경쟁제품 15개의 평균 섭취일수 약 45일에 비해 약 10일이 적어 약 67% 수준인 것으로 조사됨. 제품 종류별 평균 섭취일수는 캡슐 제품이 약 46일로 가장 많았으며 액상 제품이 약 40일로 가장 적고 정제 제품은 약 43일로 캡슐 제품과 액상 제품의 중간 수준으로 확인됨. 제품 종류에 관계없이 중국 온라인 쇼핑몰에서 확인된 경쟁기 영양제 15개 제품의 평균 섭취일수는 모두 A사 제품에 비해 약 1.33-1.53배 가량 긴 편임

[표 3.2] 중국 경쟁기 영양제 섭취일수 경쟁력 분석

(단위: 일)

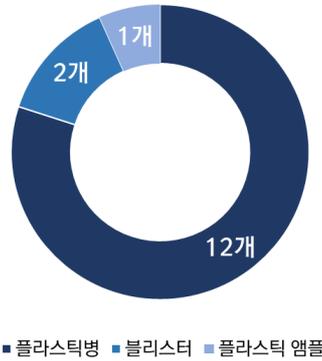


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 11개, 플라스틱 병 포장 사용

중국에서 판매되고 있는 갱년기 영양제 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 4개 제품만이 외부포장과 내부포장을 모두 사용하는 것으로 조사됨. 4개 제품의 내부포장 형태는 플라스틱 앰플 1개, 플라스틱병 1개, 블리스터 2개로, 상기 내부포장 외 별도 종이상자로 외부포장함. 별도로 외부포장되지 않은 제품 11개는 모두 플라스틱병으로만 포장하여 판매되는 것으로 조사됨. 따라서 경쟁제품 15개의 종이상자를 제외한 포장 형태로는 플라스틱병이 12개로 가장 많고, 블리스터 2개, 플라스틱 앰플 1개가 확인됨

[표 3.3] 중국 갱년기 영양제 제품 포장 형태 경쟁력 분석

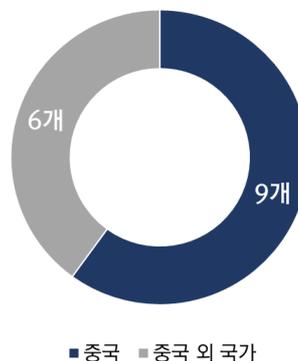


4) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 중국산 제품

중국에서 판매되고 있는 갱년기 영양제 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 9개 제품이 중국에서 제조된 제품으로 조사됨. 나머지 6개 제품은 모두 중국 외 국가에서 제조된 것으로 각각 미국산 4개, 호주산 1개, 일본산 1개로 확인됨

[표 3.4] 중국 갱년기 영양제 제품 원산지 경쟁력 분석

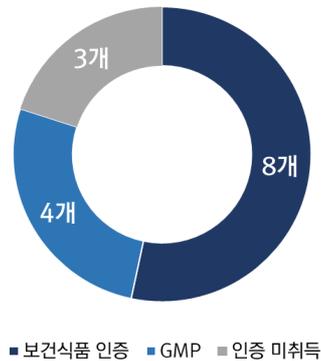


5) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 보건식품 인증 취득

중국에서 판매되고 있는 갱년기 영양제 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 8개 제품이 보건식품 인증을 취득한 것으로 확인됨. 그 외 4개 제품은 GMP를 취득하였으며 3개 제품은 별도로 인증을 취득하지 않음

[표 3.5] 중국 갱년기 영양제 제품 인증 경쟁력 분석



6) 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 대두(이소플라본) 사용

중국에서 판매되고 있는 갱년기 영양제 경쟁제품 15개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 13개 제품이 대두(이소플라본)를 주원료로 사용함. 그 외 2개 제품은 대두(이소플라본) 대신 인삼을 주원료로 사용하는 것으로 확인됨. 경쟁제품들은 주원료인 대두(이소플라본)와 인삼과 함께 중약(한방) 원료와 복분자를 추가로 사용하였음. 중약(한방) 원료를 사용한 제품은 4개로, 구기자, 당귀, 흑승마, 어성초 등을 넣어 제품을 제조함. 복분자를 사용한 제품은 4개로 확인됨

[표 3.6] 중국 갱년기 영양제 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인 쇼핑몰 3개 모두에서 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

- 온라인 쇼핑몰에서의 인기 제품
(* 온라인 쇼핑몰 : 티몰&타오바오, 징둥, 쑤닝
- 다수의 온라인 쇼핑몰에서 판매
(* 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 모두에서 판매되는 제품
- 바이어 인터뷰에서 언급되는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

경쟁력 분석 제품 (A사 _ 미정)	경년기 영양제	공통 특징 제품 품목	경년기 영양제	현지 벤치마킹 인기 제품 (탕천페이제엔구편여우썸공쓰 - 탕천페이제엔탕하우청원쥬낭)
	25.3위안 (약 4,333원)	벤치마킹 ▶ 1일 섭취량 당 가격	7.9위안 (약 1,359원)	
‘홍삼과 석류를 주원료로 70ml씩 포장된 액상 경년기 영양제’	액상, 70ml 1포	벤치마킹 ▶ 제품 형태, 1회 섭취량	캡슐, 200mg 2정	‘대두(이소플라본)을 주원료로 하는 정제/캡슐 경년기 영양제’
	홍삼, 석류	벤치마킹 ▶ 주원료	대두(이소플라본)	

2) 벤치마킹 제품 분석 - 가격

▶ 벤치마킹 제품, 1개월 분량 당 가격 238위안, 1일 섭취량 당 가격 7.9위안

별도로 갱년기 극복을 위해 영양제를 복용하는 중국 소비자는 아직 많지 않음. 그만큼 소비자들이 가용하고자 하는 최대 예산 또한 적은 편임. 벤치마킹 제품은 1개월 분량 당 238위안(약 40,769원), 1일 섭취량 당 가격은 7.9위안(약 1,359원)으로 1일 섭취량 당 가격이 25.3위안(약 4,333원)인 A사 제품에 비해 약 30% 수준으로 저렴함

[표 3.7] 중국 갱년기 영양제 인기제품, 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) *팅하우칭춘조낭(婷好青春胶囊)은 1병에 12g으로 0.2g 캡슐이 60정 들어있는 제품입니다. 저희 매장에서는 1병에 238위안(약 40,769원)에 판매하고 있습니다. (중략) A사 제품이 1개월 먹을 수 있는 한 상자에 약 758위안(130,000원)이니 1개월 섭취 기준 매우 비싼 편입니다.*

- Ms. Zhang (쑤위핑민따야오팡, 세일즈 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석 - 제품 형태, 용량

▶ 벤치마킹 제품, 하루에 200mg 캡슐을 2정씩 섭취하는 갱년기 영양제

보관이나 휴대가 용이하고 의약품과 유사하여 소비자들이 선호하는 정제 또는 캡슐 형태가 많이 유통됨. 또한 벤치마킹 제품 외 현지에서 조사한 경쟁제품 중 액상 형태의 제품도 확인되었으나, 상대적으로 섭취 시 부담스럽지 않은 용량인 25-30ml(1회 섭취량) 제품을 저렴한 가격으로 판매하고 있음. A사 제품은 1회 섭취량이 70ml인 액상 형태로 액상 형태 제품 중에서도 용량이 큰 편이기 때문에 소용량 제품을 저렴하게 판매할 것을 추천함

[표 3.8] 중국 갱년기 영양제 인기제품, 제품 형태, 용량 인터뷰 분석

(인터뷰) *일반적으로 건강기능식품은 캡슐이나 정제 형태의 제품을 선호합니다. (중략) 액상 형태의 갱년기 영양제도 시장에 유통되긴 하지만 개수가 많지 않고 있더라도 용량이 25-30ml 선입니다. 따라서 액상 형태의 제품을 개발 중이라면 용량을 30ml 이하로 줄이고 가격도 낮추는 것이 좋을 것 같습니다*

- Mr. Zhou (선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰, 세일즈 매니저) -

4) 벤치마킹 제품 분석 - 원료 및 첨가물

▶ 벤치마킹 제품, 주원료로 식물성 에스트로겐이 풍부한 대두(이소플라본) 사용

중국 내 갱년기 영양제 시장이 크지 않아 제품 종류가 다양하진 않지만 대다수가 대두(이소플라본)를 주원료로 사용함. 구기자, 당귀, 어성초, 흑승마 등 중약(한방) 재료나 복분자를 사용한 제품도 있으나, 단독으로 사용하기보다 대두(이소플라본)와 함께 사용되는 경우가 많음. A사 제품은 홍삼과 석류를 주원료로 하는데 현지 소비자들에게 홍삼, 석류가 갱년기 증상 완화에 도움이 된다는 사실은 많이 알려지지 않음

[표 3.9] 중국 갱년기 영양제 인기제품, 원료 및 첨가물 인터뷰 분석

(인터뷰) *대두(이소플라본)에 에스트로겐이 많이 들어있다고 알려져 있고, 시장에 유통되는 대부분의 갱년기 영양제에 대두가 들어있어 구매나 섭취가 쉽습니다. A사 제품처럼 홍삼이나 인삼이 들어있는 제품도 있지만 비싸고 흔하지 않습니다.*

- Ms. Huang (선전스정청진쿠오마오이유오시안공쓰, 세일즈 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

- ▶ 경쟁기업 5개사 모두 중국 온라인 매장 진출, 5개사 중 3개사 현지 온라인 채널 3개 전부 진출

중국에 진출한 경쟁기업 5개사는 모두 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 5개사 중 3개사는 티몰&타오바오, 징둥, 쑤닝에 모두 진출한 것으로 조사되었으며 나머지 2개사는 티몰&타오바오, 징둥 2개 채널에 진출한 것으로 확인됨

[표 3.10] 중국 갱년기 영양제 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	온라인		
	티몰&타오바오	징둥	쑤닝
탕천페이제안구편여우싼공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)	○	○	○
웨이하이바이허쑹우찌쑤구편 여우싼공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)	○	○	○
에스몬드네츄럴 (EsmondNatural)	○	○	
우한밍쓰쑹우이아우커지여우 싼저런공쓰 (武汉名实生物医药科技有限 责任公司)	○	○	
스위스웰니스 (SwisseWellness)	○	○	○

2) 홍보 채널

- ▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지와 현지 SNS 플랫폼 홍보 채널 활용

중국 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 또한 우한밍쓰쑹우이아우커지여우싼저런공쓰를 제외한 4개사 모두 영어로 표기된 글로벌 홈페이지를 운영하는 것으로 조사됨. SNS 플랫폼의 경우 경쟁업체 모두 사용하여 브랜드와 제품을 홍보하고 있으며, 경쟁기업이 가장 활발하게 사용하는 채널은 웨이보로 확인됨

[표 3.11] 중국 갱년기 영양제 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼	
		웨이보	위챗
탕천페이제안구편여우싼공쓰 (汤臣倍健股份有限公司)	○	○	○
웨이하이바이허쑹우찌쑤구편여 우싼공쓰 (威海百合生物技术股份有限公司)	○	○	○
에스몬드네츄럴 (EsmondNatural)	○		○
우한밍쓰쑹우이아우커지여우 저런공쓰 (武汉名实生物医药科技有限 责任公司)	○	○	○
스위스웰니스 (SwisseWellness)	○	○	○

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘효능’, ‘성분’ 강조하여 경쟁제품 홍보

중국에 진출한 경쟁기업 5개사는 주로 경쟁제품의 ‘효능’과 ‘성분’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 갱년기 영양제 경쟁제품의 효능을 강조하는 문구로는 대부분 생리, 갱년기, 피부에 있어 문제가 발생할 경우 도움이 된다는 문구를 사용하여 제품의 가능성을 홍보함. 이 밖에, ‘고품질 대두’, ‘비타민’ 등의 문구를 사용하여 제품의 성분을 강조하거나 ‘다른 갱년기 제품을 복용하다가 자사의 제품을 복용하는 경우가 다수’와 같은 제품의 차별성을 강조하는 문구를 사용하는 것으로 확인됨

[표 3.12] 중국 갱년기 영양제 경쟁기업 홍보 문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights



인증
중국 보건식품 인증

경쟁제품 15개 중 8개,
중국 보건식품 인증 획득



경쟁제품 15개 중 12개는 인증을 취득하였고, 그 중 8개는 중국 보건식품 인증을 취득한 것으로 조사됨. 중국 내에서 식품은 일반식품과 보건식품으로 나뉘며, 일반식품의 경우 특정 기능을 강조할 수 없고 일반적으로 정해진 섭취량/일시 없음. 반면 보건식품의 경우, 특정한 보건 기능을 강조하는 문구를 제품 표면에 기재할 수 있고 정해진 섭취량/일시 존재한다는 점이 일반식품과 다른 점이라 할 수 있음. 보건식품 인증 취득을 통해 현지 소비자로부터 안전한 기능식품이라는 인식을 얻을 수 있지만, 인증 취득 소요시간이 12~24개월까지 걸릴 수 있다는 점에서 현지 진출 리스크가 크다는 것이 단점임

원료 및 첨가물
대두(이소플라본)

경쟁제품 15개 중 13개,
핵심원료로 대두(이소플라본) 사용



현지 제품 조사 결과 경쟁제품 15개 제품 중 13개 제품이 대두(이소플라본)를 핵심원료로 사용한 것으로 확인됨. 그 외 2개 제품은 대두 대신 A사 핵심원료인 홍삼과 유사한 인삼을 핵심원료로 사용한 것으로 조사됨. 또한 경쟁제품 대부분 대두뿐만 아니라 복분자, 중약 등의 재료를 추가적으로 첨가한 것으로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면, 현지 인들에게 갱년기 증상 완화에 가장 유명한 원료는 대두(이소플라본)이라고 함. 반면, 홍삼은 면역력에, 석류는 피부에 좋다는 인식을 가지고 있지만 갱년기 증상 완화에 도움이 된다는 사실을 알고 있는 소비자는 적은 편으로 확인됨

마케팅
홍보문구: 효능과 성분

경쟁기업, 제품의 효능과 성분을
강조하여 홍보문구를 기재함



경쟁기업은 제품의 효능과 성분을 강조하여 제품 홍보 중, 효능의 경우, '생리 문제, 갱년기 문제를 해결하는', '갱년기 증상 완화' 등의 문구를 사용하여 제품의 기능성을 강조함. 성분의 경우, '대두이황동', '고품질 대두' 등의 문구를 사용하여 자사 제품이 고품질이라는 것으로 강조함

한가지 특이점은 갱년기 영양제임에도 불구하고, 갱년기 효능을 강조한 문구뿐만 아니라 '피부 수분 문제 개선', '안티에이징', '콜라겐 함유' 등의 피부 미용에 효과있다는 점을 강조하는 문구가 경쟁제품 모두에 걸쳐 사용된다는 것이 발견됨

마케팅
홍보채널: 웨이보

경쟁기업, 자사 홈페이지 및
SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(위챗, 웨이보)을 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 특히 경쟁기업 스위스웰니스의 경우 가장 활발하게 웨이보(구독자 수: 약 150만 명)를 활용하여 제품 홍보 중임. 주로 제품 설명에 대한 동영상 및 게시물을 제작하여 주당 약 7회씩 업로드함

2020년 10월부터는 현지 인기 아이돌인 류위신(Liu Yuxin)과의 제휴를 통해 제품에 대한 설명과 함께 다양한 이벤트 게시물을 업로드한 것으로 조사됨. 10월 21일에는 스위스웰니스 채널을 친구에게 공유하면, 3명을 추천하여 류위신의 친필 사인과 상품 샘플을 증정하는 이벤트를 진행한 것으로 확인됨. 또한 매월 자사 제품에 대한 할인 쿠폰을 제공하여 지속적으로 현지인으로 하여금 채널 유입을 유도하는 것으로 조사됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타 중국 국가 보고서(Statista China Country Report), 2020.09

■ 참고 사이트

1. 국가약품감독관리국(国家药品监督管理局) 홈페이지 (www.nmpa.gov.cn)
2. 티몰(天猫) 홈페이지 (www.tmall.com)
3. 타오바오(淘宝网) 홈페이지 (world.taobao.com)
4. 티몰(天猫) 쑤위핑민따야오팡(漱玉平民大药房) 판매 페이지 (sypmdyf.tmall.com)
5. 징둥(京东) 선전스정청진쿠오마오이유오시안푹쓰(深圳市正诚进口贸易有限公司) 판매 페이지 (item.jd.com/2108820.html)
6. 징둥(京东) 선전위예양러구오마오이유오시안푹쓰(深圳越洋乐购贸易有限公司) 판매 페이지 (item.jd.com/62683861818.html)
7. 징둥(京东) 후난쥬즈탕렌쑤어따야오팡(湖南九芝堂连锁大药房) 판매 페이지 (mall.jd.com/index-216826)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.26

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 Rights Reserved.
Printed in Korea