

해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

2017 · 1

자체-화장품-2016-66

해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

2017 · 1

한국보건산업진흥원

KOREA HEALTH INDUSTRY DEVELOPMENT INSTITUTE

제 출 문

이 보고서를 「뷰티·화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립」 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2017. 1.

한국보건산업진흥원
원장 이 영 찬

- 주관연구기관 : 한국보건산업진흥원
- 책임 연구원 : 유 재 성 (한국보건산업진흥원)
- 참여 연구원 : 장 준 은 (한국보건산업진흥원)
이 승 희 (한국보건산업진흥원)
김 글 샘 (한국보건산업진흥원)

차 례

Part. 1 중국 화장품산업 현황 및 진출방안

제1장 세계 화장품산업 현황 / 1

- 1. 세계 화장품산업 현황 1
- 2. 주요 기업 현황 5

제2장 중국 화장품산업 현황 / 7

- 1. 중국 화장품시장 현황 7
- 2. 중국 지역별 화장품시장 20
- 3. 중국 화장품시장 트렌드 27
- 4. 중국 화장품 제도 현황 32

제3장 중국 진출 방안 / 63

- 1. 중국 진출 절차 63
- 2. 중국 진출기업 사례 97
- 3. 중국 화장품관련 바이어(참고) 102
- 4. 중국 진출 방안 110

Part. 2 K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스 개최

제1장 필요성 및 목적 115

제2장 전략국 뷰티산업 현황	116
1. 말레이시아	115
2. 홍콩	118
제3장 사업내용 및 실적	124
1. 사업추진체계	124
2. 사업추진내용	126
3. 주요사업성과	141
제4장 언론보도	148
1. 국내언론	148
2. 해외언론 및 현지 SNS	149
제5장 기대효과	154

• 참고문헌 / 155

• 부록

1. 중국 수출절차 관련 필요 서식	159
2. 컨퍼런스 참여 기업 및 제품 소개	170

표차례

표 1	지역별 세계 화장품 시장규모	2
표 2	주요국의 화장품 시장규모	2
표 3	유형별 화장품 시장규모	4
표 4	2015년 매출액 세계 100대 화장품 기업 현황	6
표 5	중국 화장품 유형별 시장 매출 규모	8
표 6	중국 화장품 유형별 시장 매출 규모 성장률	9
표 7	중국의 국가별 마스크팩 수입 현황(2011~2016)	10
표 8	중국 내 주요 온라인 쇼핑몰 마스크 팩 판매비중	11
표 9	중국 화장품 주요 수입국 현황	15
표 10	한국 화장품 주요 수출국 현황	16
표 11	한국의 對중국 수출액	17
표 12	중국 화장품 지역별 시장 매출 규모	26
표 13	중국 화장품 지역별 시장 매출 규모 성장률	26
표 14	중국 화장품 유통형태별 판매비중	30
표 15	중국 위생허가(CFDA) 신청절차	55
표 16	중국 위생허가(CFDA) 준비서류 목록	56
표 17	CFDA에서 인정한 화장품 행정허가 검사 기관	57
표 18	중국 화장품 수출 절차(사전 준비)	59
표 19	중국 상표국 등록 절차 7단계	61
표 20	중국 현지 통관 절차	62
표 21	중국 진출 제품등록 필요서류	64
표 22	수입통관 필요서류	65
표 23	2013년 말레이시아 화장품 유통채널 점유율	118
표 24	홍콩 내 한국산 천연 기능성 화장품	122
표 25	참여기업 리스트	125

그림차례

그림 1	세계 화장품 시장 국가별 순위 변화	3
그림 2	중국 화장품 시장 예상 규모	19
그림 3	중국 화장품 유통망 비중	29
그림 4	중국 소비자의 해외상품 구매루트	31

Part. 1

중국 화장품산업 현황 및 진출방안

제1장 세계 화장품산업 현황

1. 세계 화장품산업 현황

- '15년 세계 화장품산업 시장은 전년대비 4.8% 증가한 3,516억 달러 규모임. 세계적으로 아름다움에 대한 추구 경향, 여성 경제활동 인구의 증가, 남성·유아 등 소비 계층 확대에 힘입어 글로벌 경제위기에도 불구하고 화장품 시장은 계속 증가하는 추세
- 지역별로는 전년대비 4.5% 증가한 아메리카 지역이 1,197억 달러로 가장 큰 시장이며 이어서 아시아/태평양¹⁾(Asia Pacific) 1,170억 달러, 유럽(Europe) 942억 달러 순임
- 중동 및 아프리카 지역은 208억 달러로 전체 화장품시장의 5.9%라는 미미한 부분만을 차지하고 있으나 연평균 10.8%의 높은 성장률을 나타내며 향후 성장가능성이 높은 시장으로 평가되고 있음
- 국가별로 살펴보면, 미국이 658억 달러로 전 세계의 18.7%를 차지하고 있으며, 그 다음으로 중국 440억 달러, 일본 286억, 브라질 236억 달러 순임
 - 한국의 화장품산업 시장규모는 약 107억 달러로 세계 시장의 3.0%를 차지하며 세계 시장규모 8위

1) Australia, NewZealand 등 Australasia 국가가 포함되어 있음

2 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

표 1 지역별 세계 화장품 시장규모

(단위 : 백만 달러, %)

지역	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년		CAGR ('11~'15)
					시장규모	YoY	
Americas	96,723	103,102	108,766	114,513	119,690	4.5	5.5
Asia Pacific	91,991	98,096	104,481	110,781	116,971	5.6	6.2
Europe	87,298	88,653	89,733	91,431	94,156	3.0	1.9
Middle East and Africa	13,828	15,403	17,141	18,945	20,828	9.9	10.8
합계	289,840	305,254	320,121	335,670	351,645	4.8	5.0

주 : 1. Euromonitor 자료를 이용하여 우리나라 화장품 유형 위주로 자료를 분석함

2. YoY는 전년대비 증가율이며, CAGR은 연평균 증가율(Compound annual growth rate)을 의미함

자료 : 화장품산업분석보고서, 한국보건산업진흥원, 2016, Euromonitor International, 2016(Nov)

표 2 주요국의 화장품 시장규모

(단위 : 백만 달러, %)

순위	국가명	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2015년	
							점유율	YoY
1	미국	57,953	60,289	61,917	63,279	65,825	18.7	4.0
2	중국	31,756	34,931	38,202	41,212	44,024	12.5	6.8
3	일본	27,757	27,906	28,198	28,474	28,609	8.1	0.5
4	브라질	16,854	19,182	21,551	24,070	23,586	6.7	-2.0
5	영국	13,606	13,898	14,334	14,768	15,117	4.3	2.4
6	독일	12,825	13,052	13,170	13,472	13,690	3.9	1.6
7	프랑스	12,038	12,177	12,208	12,264	12,292	3.5	0.2
8	한국	8,336	8,995	9,530	10,057	10,659	3.0	6.0
9	이탈리아	8,471	8,422	8,311	8,231	8,261	2.3	0.4
10	러시아	5,756	6,010	6,153	6,369	7,392	2.1	16.1
합계(210개국)		289,840	305,254	320,121	335,670	351,645	100.0	4.8

자료 : 화장품산업분석보고서, 한국보건산업진흥원, 2016, Euromonitor International, 2016(Nov)

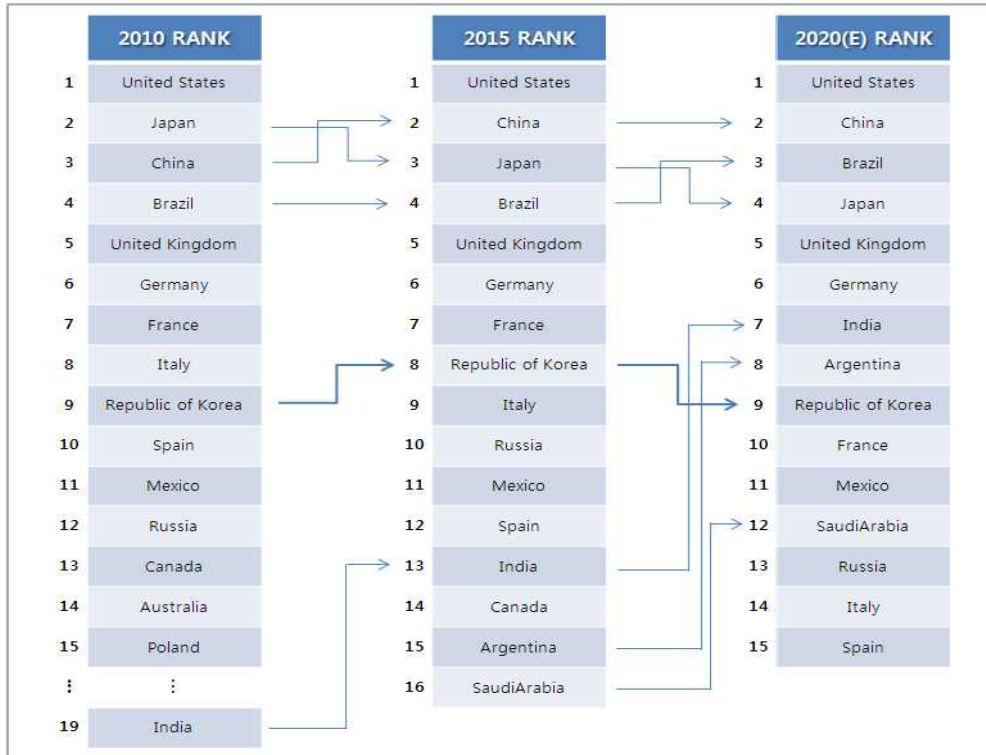


그림 1 세계 화장품 시장 국가별 순위 변화

자료 : 화장품산업분석보고서, 한국보건산업진흥원, 2016, Euromonitor International, 2016(Nov)

- 화장품유형 중 가장 많은 점유율을 차지하고 있는 분야는 Skin care로 1,105억 달러 규모로 전체시장의 31.4%를 차지하고 있으며 Hair care(19.2%), Colour Cosmetics (16.1%) 순으로 나타나고 있음
 - Skin care시장 중 특히 Facial care 시장이 가장 크며(24.1%), Female fragrances (7.8%), Shampoo(7.1%), Facial Make-Up(5.8%) 등 순으로 나타났음
 - 전년대비 증가율이 가장 큰 유형은 Lip Products로 8.5% 증가했으며, 그다음은 Skin Care Sets/Kits(7.5%), Baby and Child-Specific Products(6.9%), Premium Fragrances (6.7%) 순
 - SkinCare는 절반 이상이 아시아/태평양(52.5%) 지역에 집중되어 있으며, Hair Care와 Colour Cosmetics는 아메리카 지역과 아시아/태평양 지역 비중이 높게 나타났음

4 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

표 3 유형별 화장품 시장규모

(단위 : 백만 달러, %)

유형	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	90,981	95,939	100,716	105,650	110,503	31.4	4.6
Facial Care	69,712	73,601	77,283	81,090	84,892	24.1	4.7
Body Care	13,379	13,960	14,585	15,188	15,584	4.4	2.6
Skin Care Sets/Kits	5,745	6,090	6,411	6,793	7,304	2.1	7.5
Hand Care	2,145	2,288	2,437	2,579	2,723	0.8	5.6
Hair Care	57,015	59,949	62,679	65,513	67,347	19.2	2.8
Shampoos	20,481	21,774	22,904	24,063	24,810	7.1	3.1
Conditioners	11,512	12,527	13,552	14,704	15,324	4.4	4.2
Colourants	9,822	10,200	10,570	10,839	11,019	3.1	1.7
Styling Agents	7,918	7,987	8,029	8,138	8,272	2.4	1.6
Salon Hair Care	4,081	4,174	4,226	4,320	4,441	1.3	2.8
2-in-1 Products	2,373	2,469	2,508	2,556	2,604	0.7	1.9
Perms and Relaxants	827	819	889	893	876	0.2	-1.9
Colour Cosmetics	45,633	48,101	50,604	53,193	56,627	16.1	6.5
Facial Make-Up	16,434	17,214	18,171	19,078	20,319	5.8	6.5
Eye Make-Up	12,399	12,958	13,547	14,175	15,050	4.3	6.2
Lip Products	9,793	10,301	10,937	11,634	12,626	3.6	8.5
Nail Products	4,548	5,102	5,376	5,654	5,904	1.7	4.4
Colour Cosmetics Sets/Kits	2,461	2,526	2,573	2,652	2,728	0.8	2.9
Fragrances	37,595	39,557	41,171	43,189	45,908	13.1	6.3
Premium Fragrances	22,842	23,887	24,668	25,722	27,439	7.8	6.7
Mass Fragrances	14,753	15,671	16,504	17,467	18,469	5.3	5.7
Bath and Shower	18,028	18,819	19,560	20,373	21,352	6.1	4.8
Body Wash/Shower Gel	9,757	10,152	10,562	11,071	11,620	3.3	5.0
Liquid Soap	3,788	4,067	4,266	4,469	4,716	1.3	5.5
Bath Additives	2,916	2,977	3,026	3,034	3,132	0.9	3.2
Intimate Hygiene	1,567	1,623	1,706	1,799	1,885	0.5	4.8
Deodorants	15,646	16,618	17,892	19,159	20,061	5.7	4.7
Baby and Child-Specific Products	9,984	10,673	11,368	12,112	12,954	3.7	6.9
Sun Care	7,913	8,372	8,770	8,915	9,202	2.6	3.2
Adult Sun Care	7,270	7,710	8,114	8,247	8,512	2.4	3.2
Baby and Child-specific Sun Care	643	661	656	668	690	0.2	3.2
Others	7,043	7,226	7,361	7,563	7,691	2.2	1.7
합계	289,840	305,254	320,121	335,670	351,645	100.0	4.8

주 : others는 Men's Shaving, Women's Pre-Shave, Other Sets/Kits 등이 포함되어 있음

자료 : 화장품산업분석보고서, 한국보건산업진흥원, 2016, Euromonitor International, 2016(Nov)

1. 주요 기업 현황

- 매년 화장품 전문기업의 매출액을 기준으로 화장품기업 순위를 발표하는 미국의 뷰티·패션 전문일간지 WWD(Women's Wear Daily)에 따르면 '15년 L'OREAL의 매출액은 전년대비 12.1% 증가한 280억 달러로 여전히 세계 1위를 고수하고 있으며 UNILEVER의 매출액은 전년대비 13.2% 증가한 약 205억 달러로 2위를 유지하고 있음
- 그다음으로 전년대비 매출이 약 11% 감소했으나 P&G(176억 달러)가 3위를 지키고 있으며, THE ESTÉE LAUDER COS.(111억 달러), SHISEIDO CO.(71억 달러) 순이며, BEIERSDORF(59억 달러)가 '14년에 이어 '15년에도 6위를 유지하고 있음
- 화장품 기업의 매출은 전반적으로 증가하는 추세로 세계 100대 기업 중 34개 기업이 전년대비 10%이상의 매출 증가율을 보였음
- 세계 100대 기업에 우리나라 화장품 기업은 3개가 있으며, 그 중 국내업계 1위 아모레퍼시픽 매출액은 전년대비 22.8% 증가한 약 49억 달러로 12위(2014년 14위)로 상승하였으며, LG생활건강이 약 23억 달러로 19위(2014년 20위)로 상승하였음. 반면 에이블씨엔씨는 전년대비 약 7% 감소한 3.7억 달러로 66위(2014년 57위)로 하락한 것으로 나타났음
- 세계 100대 화장품 기업을 보유하고 있는 국가는 미국, 프랑스, 일본, 독일, 이탈리아, 영국, 중국, 브라질, 인도, 한국 등 16개이며, 이중 미국 30개 기업, 프랑스 14개 기업, 일본 12개 기업, 독일 8개 기업, 이탈리아 및 영국 각 6개 기업, 중국, 브라질 및 인도가 각 4개 기업을 보유하고 있음

6 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

표 4 2015년 매출액 세계 100대 화장품 기업 현황

(단위 : 억 달러, %)

순위	기업명	국가명	매출액	점유율	증가율
1	L'ORÉAL	프랑스	280.2	14.3	12.1
2	UNILEVER	영국, 네덜란드	204.7	10.5	13.2
3	PROCTER & GAMBLE	미국	176.0	9.0	-11.1
4	THE ESTÉE LAUDER COS.	미국	111.0	5.7	1.0
5	SHISEIDO CO.	일본	71.1	3.6	10.4
6	BEIERSDORF	독일	58.9	3.0	7.1
7	JOHNSON & JOHNSON	미국	55.7	2.8	-7.0
8	CHANEL	프랑스	52.4	2.7	1.0
9	AVON PRODUCTS	미국	52.0	2.7	-17.5
10	KAO CORP.	일본	50.4	2.6	3.0
11	LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON	프랑스	50.1	2.6	15.3
12	AMOREPACIFIC CORP.	한국	49.4	2.5	22.8
13	LIMITED BRANDS	미국	46.0	2.4	3.4
14	COTY	미국	42.8	2.2	-4.7
15	HENKEL	독일	40.4	2.1	8.0
19	LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE	한국	22.5	1.2	27.3
66	ABLE C&C	한국	3.7	0.2	-6.9
합계(100개사)			1,955.2	100.0	-

주 : 100대 화장품 기업의 향수, 메이크업, 스킨케어, 선크림, 헤어케어 및 테오도런트 제품류의 매출 실적을 바탕으로 순위를 매겼으며 비누, 면도기, 치약, 식이요법 제품, 의약품, 비타민 또는 세척제는 순위 집계에서 제외됨

자료 : Women's Wear Daily, WWD Beauty Report, 2016

제2장 중국 화장품산업 현황

1. 중국 화장품시장 현황

- 급속히 성장하고 있는 '15년 중국 화장품시장은 440억 달러 규모로 전년대비 6.8% 성장하였음
 - 많은 인구를 바탕으로 한 소비력과 소득수준 향상에 따른 구매력을 지닌 소비 세력의 확대에 따라 세계에서 중요한 시장으로 자리매김하고 있으며, 특히 한국 화장품의 수출이 많은 중요한 국가(한국 화장품 수출 1위)
 - 세계 100대 화장품 기업 중 4개를 갖고 있음
- 유형별로는 일본과 마찬가지로 Skin Care 유형이 258억 달러(58.7%)로 절반 이상을 차지했고, 그다음은 Hair Care 74억 달러(16.8%), Colour Cosmetics 40억 달러(9.2%) 순으로 나타났음
 - 세부적으로 Facial Care의 비중이 51.7%로 가장 높았고, Shampoos(12.4%), Facial Make-Up(4.5%) 순

8 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

표 5 중국 화장품 유형별 시장 매출 규모

(단위 : 백만 위안, CNY)

유형	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
Baby and Child-specific Products	7,594.5	8,876.8	10,354.2	12,118.4	14,134.7
Bath and Shower	16,311.5	17,337.3	18,455.5	19,459.2	20,295.2
Colour Cosmetics	16,625.9	18,136.0	20,533.1	22,638.0	25,101.0
Deodorants	533.4	576.7	613.8	648.0	681.1
Depilatories	314.2	339.4	368.6	402.6	437.7
Fragrances	4,235.0	4,609.9	4,936.3	5,259.8	5,616.8
Hair Care	38,836.3	42,217.9	45,033.5	46,459.2	47,642.5
Men's Grooming	7,775.1	9,208.2	10,391.9	11,281.5	12,142.8
Oral Care	22,694.1	24,887.8	27,115.8	28,591.3	30,412.0
Oral Care Excl Power Toothbrushes	22,206.2	24,358.7	26,543.1	27,970.0	29,740.5
Skin Care	114,988.7	126,917.8	139,005.2	150,681.7	160,817.9
Sun Care	3,706.4	4,056.1	4,302.2	4,661.0	5,028.0
Sets/Kits	9,084.1	10,356.0	11,662.0	13,381.0	15,570.4
Premium Beauty and Personal Care	42,587.2	47,370.6	52,502.8	56,896.0	61,621.1
Mass Beauty and Personal Care	163,290.7	178,644.8	194,125.1	208,631.1	221,507.0
Beauty and Personal Care	230,231.8	252,646.6	275,572.5	296,076.3	315,629.4

자료 : Euromonitor International, 2016

주 1 : 유아 및 아동 용품, 목욕 및 샤워, 색조 화장품, 탈취제, 향수, 헤어케어, 세트/키트, 스킨케어 및 썬 케어 내에 프리미엄 및 매스 제품판매가 추가로 포함됨

주 2 : 남성용 목욕 및 샤워, 남성용 탈취제, 남성용 헤어케어, 남성용 스킨케어, 남성용 향수, 색조 화장품 세트/키트, 스킨케어 세트/키트, 향수 세트/키트 및 유아 및 아동용 썬 케어의 이중 계산으로 인해 카테고리 합이 시장 규모보다 큰 경우도 있음

표 6 중국 화장품 유형별 시장 매출 규모 성장률

(단위 : %)

유형	2014/15	2010-15 CAGR	2010/15
Baby and Child -specific Products	16.6	16.9	118.3
Bath and Shower	4.3	6.0	33.6
Colour Cosmetics	10.9	11.2	70.1
Deodorants	5.1	7.1	40.7
Depilatories	8.7	9.1	54.4
Fragrances	6.8	8.3	48.9
Hair Care	2.5	6.1	34.3
Men's Grooming	7.6	13.6	89.4
Oral Care	6.4	8.3	49.0
Oral Care Excl Power Toothbrushes	6.3	8.3	49.0
Skin Care	6.7	9.8	59.9
Sun Care	7.9	9.5	57.2
Sets/Kits	16.4	14.8	99.0
Premium Beauty and Personal Care	8.3	11.2	70.3
Mass Beauty and Personal Care	6.2	8.6	51.3
Beauty and Personal Care	6.6	9.1	54.3

자료 : Euromonitor International, 2016

주 1 : 유아 및 아동 용품, 목욕 및 샤워, 색조 화장품, 탈취제, 향수, 헤어케어, 세트/키트, 스킨케어 및 썬 케어 내에 프리미엄 및 매스 제품판매가 추가로 포함됨

주 2 : 남성용 목욕 및 샤워, 남성용 탈취제, 남성용 헤어케어, 남성용 스킨케어, 남성용 향수, 색조 화장품 세트/키트, 스킨케어 세트/키트, 향수 세트/키트 및 유아 및 아동용 썬 케어의 이중 계산으로 인해 카테고리 합이 시장 규모보다 큰 경우도 있음

10 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

- 최근 들어 중국 마스크 팩 시장이 성장하고 있음. '15년 기준 159억 위안(약 2조6천억 원)으로 '10~'15년 연평균 16.4% 성장했으며, '20년에는 276억 위안(약 4조5천억 원) 규모의 시장을 형성할 전망(한국무역협회, 2016)
- 한류 및 드라마 등의 영향으로 중국 시장에서 한국 마스크 팩의 인기가 높으며, 최근 5년간('11~'15년) 한국은 중국의 마스크 팩 상위 10대 수입국 중 가장 높은 연평균증가율(87.5%)을 기록
 - 중국 온라인 마스크 팩 시장 상위 50위 브랜드 중 중국 현지 브랜드가 약 70%를 차지하고 있으나 한국 마스크 팩에 대한 수요는 지속 증가
 - '15년 기준 중국의 마스크 팩 수입시장에서 프랑스(28.5%)와 한국(24.5%)이 전체 수입시장의 53%를 차지

표 7 중국의 국가별 마스크팩 수입 현황(2011~2016)

(단위 : 백만 달러, %)

국가명	2011년		2012년		2013년		2014년		2015년		2016년 (1~7월)	
	규모	비중	규모	비중	규모	비중	규모	비중	규모	비중	규모	비중
프랑스	397	42.2	390	38.9	423	37.6	708	36.8	776	28.5	530	28.4
한국	54	5.7	84	8.4	125	11.1	205	10.7	667	24.5	506	27.1
일본	274	29.1	263	26.2	231	20.5	314	16.3	438	16.1	286	15.3
미국	87	9.3	87	8.7	126	11.2	289	15.0	301	11.1	185	9.9
영국	27	2.9	45	4.5	54	4.8	162	8.4	165	6.1	152	8.2
벨기에	8	0.9	12	1.2	15	1.3	46	2.4	88	3.2	22	1.2
대만	16	1.7	17	1.7	14	1.2	22	1.1	49	1.8	31	1.7
스위스	12	1.3	14	1.4	14	1.2	34	1.8	43	1.6	25	1.3
캐나다	7	0.7	10	1.0	21	1.9	29	1.5	39	1.4	27	1.4
독일	10	1.1	12	1.2	24	2.1	25	1.3	35	1.3	21	1.1
총계	940		1,002		1,125		1,923		2,722		1,885	

자료 : 한국무역협회, 2016

- 마스크 팩의 주요 유통은 백화점, 소매점, 뷰티화장품전문매장 등 오프라인 판매 비중이 높은 편이나 점차 온라인 쇼핑몰을 통한 판매가 증가하는 추세
 - 오프라인 매장에서 체험 후 온라인으로 구매하는 O2O 유통채널의 확대에 따라 화장품에서도 인터넷 유통비중이 높아지고 있음. 마스크의 경우 '10년 2.7%에서 '15년 18.9%로 증가
 - '15년 마스크 팩 온라인 주요 유통채널은 타오바오(Taobao)나 티몰(TMall) 및 징둥(JD)이며 전체 온라인 마스크 팩 판매의 87.3%를 차지하고 있음

표 8 중국 내 주요 온라인 쇼핑몰 마스크 팩 판매비중

(단위 : 만 위안, %)

온라인 쇼핑몰	판매액	판매 비중
타오바오	170,196.4	45.4
티엔몰	113,959.4	30.4
징둥상청	43,062.8	11.5
쥘메이요핀	34,600.0	9.2
이하오디엔	7,173.1	1.9

자료 : 한국무역협회, 2016

- 중국의 화장품산업은 세계 및 내수 경기 침체와 함께 다른 불리한 요인에도 불구하고 지속적으로 강력한 성장세를 보이고 있음
 - 불확실한 세계 경제 및 내수 경기 침체 속에서도 헤어케어 제품류에 대한 꾸준한 수요와 함께 색조 및 스킨케어 제품에 대한 관심 증가로 인해 화장품시장은 지속적으로 성장하고 있으며 이는 중국 소비자들의 소득증가, 개인위생 및 미용에 대한 인식증가에 따른 것으로 나타남
 - 다만, 소비자층이 증가하였음에도 불구하고 대부분 소비자들의 소득이 비교적 낮기에 럭셔리 및 프리미엄제품보다는 매스티지 또는 중저가 제품을 선호하며 이러한 소비 형태로 인해 지금보다는 앞으로 럭셔리 및 프리미엄제품의 시장가치 성장률이 매스티지 및 중저가 제품의 시장가치 성장률보다 높게 나타날 것으로 분석됨

12 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

- 또한 빠링허우(80년대 이후 출생) 및 주링허우(90년대 이후 출생)라는 구매력을 갖춘 신소비세력의 등장과 중국 여성의 경제력 및 사회지위 상승에 따라 여성이 소비를 주도하는 타쟁지(她經濟) 경제현상이 나타나면서 뷰티·화장품시장이 빠르게 성장 중임(한국무역협회 및 뉴시스, 2016)
 - 빠링허우, 주링허우 : 기성세대와는 다른 가치관과 생활방식을 갖고 있으며 중국 경제 성장을 혜택을 누려 높은 소비력을 갖고 있음. 외국 문화에 개방적이고 개성적이며 개인주의 성향이 강함. 또한, 컴퓨터와 인터넷에 능숙하며 위챗 등 소셜미디어를 잘 활용하는 신 구매 세력으로 최근 중국 및 글로벌 기업들은 이들을 대상으로 마케팅을 추진하기도 함
- 중국 소비자의 소득수준 및 문화수준 증가에 따라 미용(美)에 관한 관심이 증가하고 있으며 이는 화장품의 소비확대로 이어지고 있음
 - 중국의 인당 GDP는 8천 달러 수준으로 한국의 90년대와 같은 낮은 수준이지만 증가하는 소득 및 문화수준에 맞춰 화장품시장도 지속적으로 성장하고 있음(키움증권, 2015.12)
 - 화장품 사용 인구가 아직 전체의 10%에 불과하고 '14년 기준 1인당 연간 화장품 소비액도 35달러로 한국(220달러) 및 일본(290달러)에 비해 현저히 낮은 수준
 - 또한 중국의 낙후지역 신도시화 정책 및 주요지역 성장에 따라 전국의 중산층 비중이 점차 확대되고 있으며 과거 베이징, 상하이 등 주요도시 위주에서 주변지역 도시로 화장품소비가 확대되어 가고 있음(키움증권, 2015.12)
- 중국 화장품시장은 여전히 다국적기업이 선도하고 있지만 중국기업의 성장세도 계속되고 있음
 - '15년 중국 화장품시장은 브랜드 가치, 입증된 제품의 품질, 신제품 런칭, 효과적인 마케팅 등을 통해 여전히 다국적기업이 선도하고 있음
 - 중국 화장품시장 상위 4개 기업 : Procter & Gamble, L'Oreal, Shiseido, Mary Kay
 - 중국 스킨케어 시장 상위 4개 기업 : L'Oreal, Mary Kay, Shiseido, P&G
 - 그러나 중국기업도 2선 및 3선급 도시에서의 강력한 기반, 공격적인 마케팅활동, 더 좋은 가격대비 성능(가격과 품질 비율)을 토대로 시장 점유율을 확대해나가고 있음

- '15년 기준 중국 스킨케어 시장 점유율 상위 20개 업체에 포함된 중국기업의 '09년도 시장점유율은 6.8%였으나 '15년 21%로 크게 증가하였으며, 색조 시장의 경우도 로컬기업 점유율은 '09년 2.3%에서 '15년 9.8%로 확대되었음(교보증권 리서치센터, 2016)
- 중국 로컬화장품기업은 그들의 가장 큰 취약점인 기술력을 보완하고자 한국 ODM업체 등을 활용하고 있으며 중국 로컬기업의 점유율 확대는 코스맥스, 한국콜마 등 한국 ODM업체의 성장으로 연결되고 있음(교보증권 리서치센터, 2016)
- 글로벌기업의 강세속에서도 로컬기업의 제품개발 투자, 적극적인 마케팅 등으로 인해 상위 10개 기업 중 중국기업들의 점유율이 '11년 3%에서 '15년 4%로 증가하였음(Euromonitor, 2016)
 - 주요 중국기업의 제품은 스킨케어와 구강관리에서부터 색조 화장품에 이르기 까지 다양한 분야로 확산되고 있음
 - 이러한 중국 로컬기업들의 점유율 상승은 시장 개발이 상하이 같은 주요도시에서 2선 또는 3선급의 하급 도시로 이동함에 따라 이들 도시에서의 성공과 함께 인기 있는 리얼리티 TV쇼 출연 및 후원, 마케팅, 광고 캠페인 및 지속 노출 등을 통해 브랜드 이미지 구축이 점차 강화되어 나타나게 된 것으로 분석됨
 - 중국 로컬기업 및 브랜드는 2선급 이하 도시에서의 탄탄한 유통 네트워크를 바탕으로 지속적으로 점유율을 높일 것으로 예상됨. 또한 점차 고급화 및 다양화 등 소비자의 변화하는 니즈를 맞춰 다양한 제품 및 브랜드 출시를 통해 시장을 확대해 나갈 것으로 전망됨
- 중국 화장품수입액의 지난 6년간('10~'15년) 연평균성장률은 31.1%로 높게 증가하고 있음. 중국은 세계 화장품시장 중 가장 큰 폭으로 성장하고 있는 국가이며, 이러한 중국 화장품시장에서 수입 화장품 시장이 빠른 속도로 확대되고 있음(교보증권 리서치센터, 2016)
 - 중국 수입화장품 시장에서 한국 화장품의 비중이 점차 확대되고 있음. 중국의 對한국 화장품수입액은 지난 6년간 연평균 64.3% 증가하였으며 이는 프랑스 27.3%, 일본 18.3%, 미국 27.3%, 영국 51.3% 증가보다 큰 수치임
 - 이에 중국 수입화장품 시장에서 한국이 차지하는 비중은 '09년 5.3%에서 '15년

14 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

23.0%까지 확대되었음

- 동기간 프랑스 비중은 38.9% → 29.7, 미국 15.4% → 11.2%, 일본 25.4% → 15.9%로 축소

- 중국 수입화장품 시장에서 한국제품의 비중이 확대되면서 아모레퍼시픽 등 한국 주요 화장품기업의 점유율도 증가하고 있음(교보증권 리서치센터, 2016)

- 아모레퍼시픽의 중국 스킨케어시장 점유율은 '09년 0.7%에서 '15년 2.8%로 확대되었으며, 중국 색조화장품시장 점유율은 '09년 0.7%에서 '15년 5.3%로 확대되었음

- LG생활건강의 경우 색조화장품시장 점유율이 '15년 상위 20위안에 들었으며, '14년 0.7%에서 '15년 1.1%로 증가하였음

○ '15년 중국의 화장품 총 수입액은 약 37.4억 달러이며, 주요 수입국은 프랑스, 미국, 일본, 한국, 미국 등임(대한화장품산업연구원, 2016)

- 가장 많이 수입된 품목은 기타 미용 또는 메이크업제품류, 향수 및 화장수, 입술 화장용제품류, 샴푸 순임

- HS코드별로 보았을 때 중국 대외 화장품 수입 중 3304(미용, 메이크업, 기초 화장품 제품류)의 수입규모가 가장 컸으며 그 다음으로 3305(두발용제품류) 및 3307(면도용제품류, 인체용 탈취제)순으로 나타났음

- 기타 미용 또는 메이크업제품류의 5대 수입국은 프랑스, 한국, 일본, 미국, 영국이며, 입술화장용제품류의 5대 수입국은 프랑스, 한국, 미국, 일본, 벨기에, 샴푸의 경우 5개 수입국이 한국, 일본, 태국, 프랑스, 미국으로 나타남

표 9 중국 화장품 주요 수입국 현황

(단위 : US\$ 천, %)

HS Code	품 목	'15년 수입액	증가율	5대 수입국
3303.00.0000	향수 및 화장품	186,391	-2.42	프랑스, 이탈리아, 미국, 영국, 스페인
3304.10.0000	입술화장용 제품류	147,897	52.05	프랑스, 한국, 미국, 일본, 벨기에
3304.20.0000	눈화장용 제품류	94,610	20.72	일본, 프랑스, 미국, 한국, 이탈리아
3304.30.0000	매니큐어용 제품류와 페디큐어용 제품류	17,281	41.01	미국, 중국, 프랑스, 룩셈부르크, 영국
3304.91.0000	입축 여부를 불문한 분말	86,691	4.49	프랑스, 이탈리아, 일본, 미국, 한국
3304.99.0000	기타 미용 또는 메이크업 제품류	2,721,595	41.53	프랑스, 한국, 일본, 미국, 영국
3305.10.0000	삼푸	128,239	107.24	한국, 일본, 태국, 프랑스, 미국
3305.20.0000	퍼머넌트 웨이빙용 및 스트레이트닝용 제품류	2,975	20.95	태국, 일본, 독일, 한국, 이탈리아
3305.30.0000	헤어 래커	8,860	5.04	일본, 중국, 독일, 미국, 프랑스
3305.90.0000	기타 헤어 조제품	97,734	67.30	일본, 한국, 프랑스, 태국, 미국
3307.10.0000	면도용 제품류	11,370	10.85	영국, 미국, 호주, 프랑스, 일본
3307.20.0000	인체탈취제 및 내발 한제	3,719	-29.62	호주, 일본, 필리핀, 미국, 이탈리아
3307.30.0000	가향한 목욕욕 염 및 기타 목욕용 제품류	82,796	54.00	일본, 프랑스, 미국, 독일, 한국
3307.90.0000	기타 화장품 및 화장 품류	114,676	67.34	미국, 일본, 프랑스, 한국, 싱가포르
3401.30.0000	피부 세척용 유기계 면활성제제품과 조제품	38,507	51.31	한국, 일본, 미국, 프랑스, 영국

자료 : 대한화장품산업연구원 2016 글로벌 코스메틱 포커스_중국편, 2016

16 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

- 한편 '15년 한국 화장품의 對중국 수출액은 화장품은 약 11.7억 달러 규모로 기초 화장품제품류, 기타 미용 또는 화장품제품류가 가장 많음(대한화장품산업연구원, 2016)
- HS코드별로 보았을 때 중국으로 수출되는 한국 화장품 중 3304(미용, 메이크업, 기초 화장품제품류)의 수출액이 가장 컸으며 그 중 기초화장품제품류의 수출이 약 47.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 3305(두발용제품류), 3307(면도용제품류, 인체용 탈취제) 및 3041(비누, 유기계면 활성제품), 3303(향수와 화장수) 등 화장품 관련 품목의 수출액이 전년대비 상승한 것으로 나타남

표 10 한국 화장품 주요 수출국 현황

(단위 : 천 달러, %)

순위	국가명	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	YoY
1	중국	228,684	209,613	287,438	533,597	1,062,370	99.1
2	홍콩	92,508	188,639	266,918	452,527	641,816	41.8
3	미국	57,225	70,169	92,790	124,421	188,519	51.5
4	일본	121,676	250,084	220,199	187,658	122,377	-34.8
5	대만	62,670	58,777	84,180	106,889	119,033	11.4
6	태국	57,850	65,171	72,671	77,812	83,408	7.2
7	싱가포르	31,838	40,589	42,117	44,900	58,094	29.4
8	베트남	24,437	25,496	36,608	39,738	47,037	18.4
9	말레이시아	29,042	32,775	35,011	39,261	41,466	5.6
10	러시아	8,231	15,657	20,945	33,392	32,502	-2.7
합계(A)		714,161	956,970	1,158,877	1,640,195	2,396,621	46.1
전체 수출액(B)		804,503	1,067,002	1,289,660	1,800,072	2,587,803	43.8
비중(A/B×100)		88.8	89.7	89.9	91.1	92.6	-

주 : 2015년 수출액 규모 기준으로 순위를 부여함

자료 : 화장품산업분석보고서, 한국보건산업진흥원, 2016

표 11 한국의 對중국 수출액

(단위 : US\$, %)

HS Code	품 목	2013년	2014년	2015년	비중	증가율
3303.00.1000	향수	33,296	47,416	444,097	5.52	836.60
3303.00.2000	화장수	101,000	319,858	1,781,967	82.12	457.11
3304.10.1000	립스틱	650,240	4,532,473	6,444,433	34.77	42.18
3304.10.9000	입술화장용 기타 제품류	1,525,494	2,584,696	5,740,543	20.68	122.10
3304.20.1000	아이새도	234,788	299,818	696,189	9.64	132.20
3304.20.9000	눈화장용 기타 제품류	1,596,572	5,860,781	8,082,624	8.46	37.91
3304.30.1000	네일에나멜	410,102	415,966	242,839	2.44	-41.62
3304.30.9000	기타 매니큐어용 및 페디큐어용 제품류	724,744	391,586	190,289	2.99	-51.41
3304.91.1000	페이스파우더	1,478,502	2,909,834	4,132,403	17.71	42.02
3304.91.9000	기타 미용 제품류 (분말상의 것)	261,807	317,302	1,737,405	34.20	447.56
3304.99.1000	기초화장품 제품류	127,482,210	250,052,528	470,135,495	38.43	88.01
3304.99.2000	메이크업용 제품류	15,095,547	25,481,913	53,241,052	21.77	108.94
3304.99.3000	어린이용 제품류	266,455	433,489	496,152	36.18	14.46
3304.99.9000	기타 미용 또는 화장품 제품류	111,520,175	218,345,668	441,736,063	56.88	102.31
3305.10.0000	샴푸	18,034,378	30,451,637	59,124,938	60.66	94.16
3305.20.0000	퍼머넌트 웨이빙용 또는 스트레이트닝용 제품류	226,329	110,417	266,860	21.02	141.68

18 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

3305.30.0000	헤어 래커	7,650	3,681	4,892	0.65	32.90
3305.90.1000	헤어린스	1,737,919	1,765,839	4,705,178	48.55	166.46
3305.90.2000	헤어크림	356,592	393,828	687,550	24.40	74.58
3305.90.9000	두발용의 기타 제품류	7,170,230	9,055,098	18,785,740	29.25	107.46
3307.10.1000	에프터 셰이빙로션	596	15,247	294,224	94.67	1829.72
3307.10.9000	기타 면도용 제품류	1,406	80,953	39,699	8.62	-50.96
3307.20.0000	인체용 탈취제 및 내발한제	86,272	199,789	99,030	3.20	-50.43
3307.30.1000	가향한 목욕용 염	7,586	15,692	37,375	23.57	138.18
3307.30.2000	기타 목욕용 제품류	898,185	3,170,941	7,470,724	56.62	135.60
3307.90.2000	향낭	354	0	3,744	55.23	-
3307.90.9000	기타 조제향료, 화장품, 화장용품류	7,567,095	16,685,357	61,577,787	31.14	269.05
3401.30.0000	피부세척용 유기계면 활성제제품과 조제품	2,793,144	7,765,092	23,967,149	34.51	208.65

자료 : 대한화장품산업연구원 2016 글로벌 코스메틱 포커스_중국편, 2016

- 향후 중국의 화장품시장은 유아 및 아동관련 제품, 스킨케어 제품, 색조화장품, 향수 및 남성용 화장품으로 인해 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망됨
 - 두 자녀 정책의 도입으로 유아 및 아동 제품의 성장세가 예측되며, 남성용 제품에 대한 수요와 함께 개인 웰빙 및 미용에 관한 소비자들의 관심 증대 및 소득수준 향상에 따라 스킨케어 제품, 색조화장품 및 향수 등 다양한 분야의 화장품시장이 고르게 성장할 것으로 보임
- 또한 럭셔리 및 프리미엄 브랜드 비중 확대를 통해 '20년 전체 58조원, 럭셔리 및 프리미엄 제품 17조원의 시장으로 성장할 것이 예상됨(아모레퍼시픽, 2016)

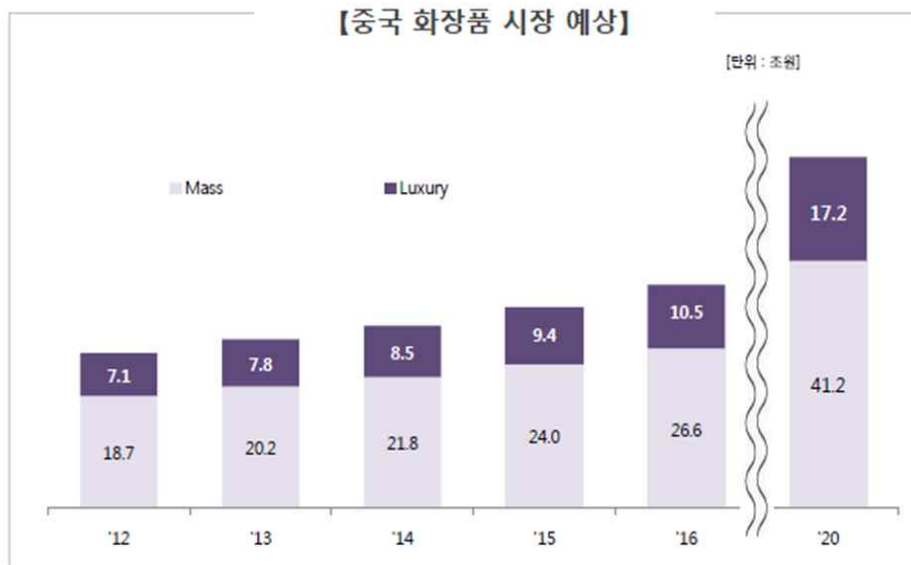


그림 2 중국 화장품 시장 예상 규모(럭셔리 및 프리미엄 브랜드 비중)

자료 : 아모레퍼시픽, 2016

2. 중국 지역별 화장품시장

1) 동부

○ 추세

- 중국 동부의 비교적 강력한 경제 성장 덕분에 이 지역의 화장품산업은 프리미엄 제품의 발전과 함께 글로벌브랜드의 진출이 두드러짐. La Mer 및 The History of Whoo와 같은 프리미엄 스킨케어 브랜드의 지속적인 판매성장세가 나타나고 있음
- '13년 상하이에 자유무역 지대가 설립됨에 따라, 글로벌기업의 중국 동부 진출이 증가함. 또한 동부지역 소비자의 소득 증가 및 해외 제품에 대한 개방성으로 인해 동부지역 소비자들은 높은 품질과 효능을 추구하면서 글로벌기업의 우수한 신제품 구매에 적극적임

○ 경쟁 환경

- 로컬기업인 Shanghai Jahwa United Co Ltd.는 중국 동부지역에서 강력한 브랜드 및 제품 인지도를 구축하고 있으며 '15년 기준 동부지역의 매출이 기업의 화장품 전체 매출의 80%이상을 차지
 - 또한 Shanghai Jahwa는 중국 동부의 경쟁적인 화장품시장에서 새로운 성장 동력 모색을 위해 0-36개월의 아기를 대상으로 하는 화장품을 도입. 소아과 및 피부과와의 협력을 통해 중국 내 육아 수요에 부응할 수 있는 유아용품을 개발함
- Liushen은 목욕 및 샤워제품을 주력제품으로 하고 있으며 동부 지역의 대표적인 가정용 화장품기업으로 부각
 - Liushen의 Herborist 브랜드는 스킨케어, 썬 케어, 색조 화장품 및 남성용 미용 제품시장에서 더욱 우수한 품질의 제품으로 포지셔닝 되고 있으며 허브재료 사용 등을 통해 브랜드 가치를 높이고 있음
- AmorePacific Cosmetics (Shanghai) Co Ltd는 '15년 상하이에 개관한 이니스프리 (Innisfree) 브랜드의 세계 최대 플래그십스토어 덕분에 중국 동부에서 큰 성장세를 기록함

- 아모레퍼시픽의 중저가 브랜드인 이니스프리와 에뛰드하우스는 이 지역 젊은 여성들 사이에서 매우 인기가 높으며 매력적인 포장이 인기의 한 요인으로 나타나고 있음

○ 전망

- 지속적인 성장세를 고려할 때, 글로벌기업을 포함 다양한 브랜드가 중국 동부 지역에 투자 및 진출할 가능성이 높음
- 대부분의 글로벌브랜드(프리미엄 포함)는 전국의 다른 도시로 진출하기 전에 먼저 중국 동부지역에 부티크, 플래그십스토어 또는 브랜드매장 운영을 통해 진출 가능성을 테스트하고 있음
- 구매력이 강한 직장여성들이 많기에 색조화장품에 대한 성장세가 가장 높을 것으로 분석됨
- 지속적인 지역 화장품시장 성장세와 별도로 지역 화장품시장의 경쟁이 심화될 가능성이 높음. 새로운 제품개발과 변화하는 소비자의 니즈를 충족시키기 위한 기업들의 노력이 필요함

2) 북부 및 동북부

○ 추세

- 중국 북부 및 동북부 지역의 최상급 도시 중 하나인 베이징은 평균보다 높은 가계 소득으로 인해 화장품의 프리미엄화가 상당히 높게 나타나고 있음
- '15년 말, 두 자녀 정책이 발표됨에 따라 유아 및 아동용제품이 큰 성장세를 보였으며, Aveeno Baby 등 관련 제품의 인기가 높아지고 있음
- 반면, 특히 중국 동북부의 경기 침체는 소비자 신뢰지수의 하락을 초래해, '14년에 비해 성장세가 둔화되었음. 그럼에도 불구하고, 유아 및 아동 용품, 색조 화장품 및 세트(키트)는 모두 가시적인 시장성장세를 보임
- 심양은 동북부지역 최대 물류도시로 대규모 화장품도매시장이 구축되어 있어 주요 바이어들과 유통업체가 우수 제품 발굴 등을 위해 많이 방문하고 있음

22 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

○ 경쟁 환경

- 비교적 높은 소득수준으로 인해 북부 및 동북부지역도 글로벌기업이 선도하고 있음
- 베이징에는 많은 글로벌브랜드가 플래그십스토어를 운영하고 있으며 기자회견, 컨퍼런스 등을 통해 새로운 브랜드와 제품을 홍보함
- Tianjin Yumeijing Group Co Ltd는 '15년 부모들의 특정 연령대(영유아)가 사용할 수 있는 제품에 대한 수요 증대 및 북부지역의 혹한 환경에서 피부보호를 위한 제품 수요 증대에 따라 스킨케어 특히 보습제품의 성장세가 높게 나타났음

○ 전망

- 남성소비자의 관심 증가 및 이에 따른 화장품 소비에 대한 수요가 증가함에 따라 북부 및 동북부 지역의 경우 지속적인 화장품시장 성장세가 유지될 것으로 전망
 - '90년대와 '00년대에 태어난 남성들 사이에서 뷰티 및 미용에 관한 인식이 높아지고 있으며 이들의 소득수준이 증가함에 따라 남성용화장품 시장은 '20년까지 지속적으로 성장할 것으로 보임
- 유아 및 아동관련 제품은 두 자녀 정책에 힘입어 북부 및 동북부 지역에서 가장 크게 성장할 것으로 예상됨

3) 중부

○ 추세

- 동부와 같은 개발된 지역에 비해 중부 지역의 경쟁은 아직 심화되지 않았으나 점차 구매력이 높아진 소비자가 증가함에 따라 고급제품에 대한 수요가 증가하고 있음
 - La Mer, Giorgio Armani 및 Givenchy와 같은 고급 브랜드가 중국 중부 지역의 Wuhan에 있는 백화점이나 고급 쇼핑몰 입점을 고려하고 있으며, Givenchy는 Wushang 플라자 쇼핑몰과 협력하여 쇼핑몰의 창립 19년 행사를 개최하여 이 지역의 소비자들에게 브랜드 이미지를 알리는 마케팅을 추진함
- 중부의 경우 특히 마스크팩의 성장세가 두드러지고 있음

○ 경쟁 환경

- 글로벌기업들은 주요 도시의 치열한 경쟁을 피하고 시장 성장가능성을 고려하여 중부지역으로의 진출을 가속화하고 있음.
- 중부지역의 경우 소득증가와 미용에 관한 많은 관심으로 인해 프리미엄 제품 및 글로벌브랜드에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음
- Proya Cosmetics Co Ltd.는 다양한 제품을 바탕으로 중부지역에서 높은 성장세를 보이고 있음. 특히, 해양 원료 성분을 함유한 이 회사의 썬 케어 제품은 끈적 거리지 않는 깨끗한 질감과 UVA 및 UVB 광선에 대한 보호 기능으로 지역 소비자들에게 인기를 얻고 있음
- 글로벌기업 및 중국 유명화장품기업들은 공격적인 마케팅 및 광고를 하고 있으며 대량판매 제품부터 프리미엄 제품까지 다양한 제품을 제공하며 소비자의 니즈를 충족시키고 있음

○ 전망

- 꾸준한 지역성장세를 포함하여 다양한 긍정적 요인으로 인해 지속적으로 성장할 것으로 전망됨
- 중부지역의 대규모 잠재소비자와 강력한 경제발전 잠재력은 물론 화장품기업들이 소비자 교육과 지역 소비자들의 뷰티 및 미용에 관한 인식 증진을 추진하면서 계속적으로 시장이 성장할 것으로 전망되고 있음
- 점차 경쟁이 심화될 시장으로 초기진입을 통한 브랜드 인지도 구축이 필요하며, 소비자들의 니즈도 다양화될 전망으로 맞춤형 제품진입 전략을 세울 필요성이 있음

4) 북서부

○ 추세

- 중국 북서부의 경우 중국 서부 개발 전략의 혜택을 받아 소득 및 생활수준 등이 크게 향상되었음. 상대적으로 작은 인구와 아직까지는 낮은 뷰티·화장품 소비 수준으로 인해 '15년도부터 점차 성장하고 있는 추세
- 뷰티·화장품 전문매장이 발전해있으며, 직원들은 소비자 맞춤형 컨설팅 제공을

24 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

통해 판매를 추진하고 있음. 정확히 본인이 원하고 본인에게 맞는 제품을 모르는 소비자가 많아 컨설팅, 제품체험 등을 통해 판매를 진행

○ 경쟁 환경

- 북서부지역 역시 글로벌기업들이 시장을 선도하고 있으며, 다수의 소비자들의 니즈를 충족시킬 수 있는 매스티지 및 중저가브랜드가 중점으로 판매되고 있음

○ 전망

- 중국의 타지역과 마찬가지로 북서부 역시 꾸준히 성장하는 지역경제와 소비자의 소득수준 및 소비수준 향상에 따라 화장품시장의 성장은 지속될 것으로 전망됨
 - 동 기간 동안 어느 정도 시장이 형성된 중저가 제품의 성장률보다는 프리미엄 제품의 성장률이 높게 나타날 것으로 보이며, 추위와 건조한 날씨 등 현지 기후를 고려한 스킨케어 제품의 성장세가 높게 나타날 것으로 보임

5) 남부

○ 추세

- 습도 및 온도가 비교적 높은 남부지역은 위생 및 미용제품에 대한 소비수요가 높아 '15년 기준 가장 매출성과가 좋은 지역임. 또한 적합한 스킨케어 제품 및 색조화장품 사용을 통한 개인별 이미지에 대한 인식이 커짐에 따라 화장품시장 또한 성장하고 있음
 - 지역 소비자의 요구 변화에 따라 '15년도 스킨케어제품시장의 경우 남부지역에서 가장 큰 성장세를 보였음. 많은 소비자들이 젊고 건강한 피부유지를 위하여 기본적인 클렌징 외에도 토너와 안티에이징 제품을 사용하기 시작하였으며, 마스크팩 등 부가가치가 높은 facial care 제품류의 성장이 높게 나타났음

○ 경쟁 환경

- 남부지역 역시 글로벌기업이 시장을 선도하고 있으나 시장포화 및 경쟁이 심화됨에 따라 일부 글로벌기업의 가격할인 판매 전략이 추진되고 있으며, 로컬기업과 글로벌기업 제품 간의 가격 격차가 줄어들고 있음
 - 정기적으로 사용하는 유사한 제품의 경우 소비자들은 가격에 따라 제품을 구매하는 경향을 보임

- 로컬브랜드인 Zici and Enear(Meiri International) 및 Accen(Ausnow International)은 바디워시 및 샤워젤 부분에서 가장 유명한 현지 브랜드임

○ 전망

- 전국 평균에 비해 높은 성장을 이룰 것으로 예상되며, 덥고 습한 날씨로 인해 목욕 및 샤워제품에 대한 확고한 소비 및 타 지역보다 높은 미용에 대한 지역 소비자의 관심 및 수요증가가 성장을 견인할 것으로 예상됨

6) 남서부

○ 추세

- 남서부 지역의 화장품시장은 청두(성도) 및 충칭(중국에서는 중부 내륙지역으로 보기도 함)과 같은 주요 도시를 중심으로 시장이 활성화되고 프리미엄화가 이루어지고 있으며, 그 외 주변 지역에서는 치약, 바디워시 및 샤워젤과 같은 기본제품을 중심으로 시장이 형성되어 있음
- 이는 이 지역의 경제발전이 고르지 않고 특정지역(청두 및 충칭, 최근 충칭으로 발전이 집중화되고 있음)에 집중화되어 있어 최상급 도시의 소득수준은 급격히 증가했으나 하급 지역의 소득수준은 상대적으로 낮으며, 이에 따른 문화 및 소비 수준의 차별화로 인한 것으로 보임
- 그러나 점차 지역 평균 소득수준이 높아지고 있어 타 지역보다 성장가능성이 높음
- 특히 충칭의 경우 이니스프리의 인기가 높으며, 네이처리퍼블릭 등 한국 브랜드의 진출 활성화와 함께 한국 화장품에 대한 인지도가 현재 형성되고 있음

○ 경쟁 환경

- 남서부 지역의 화장품시장도 글로벌기업의 브랜드가 선도하고 있으나 일부 로컬 기업들의 경우 경쟁력 있는 가격과 일정수준 이상의 품질을 갖춘 제품을 토대로 특정 분야에서 가시적인 성과를 보이고 있음
- Yunnan Baiyao Group Co Ltd는 헤어 케어와 목욕 및 샤워제품에서 피부 관리 및 구강 관리제품에 이르는 다양한 제품을 제공하고 있으며, 남서부 지역에서의 큰 성장세를 보이고 있음

26 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

○ 전망

- 청두 및 충칭 등 주요지역의 화장품시장은 지속적으로 성장할 가능성이 높으나 그 외 지역의 경우 지역 경제발전 정도에 따라 전국 평균 성장률에 비해 낮게 성장할 가능성이 높음

표 12 중국 화장품 지역별 시장 매출 규모

(단위 : 백만 위안, CNY)

지역	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
동부	65,532.9	72,195.0	79,059.6	85,119.8	90,989.2
중부	27,518.2	29,952.0	32,408.2	34,492.5	36,445.2
북부 및 북동부	56,853.7	62,659.2	68,650.6	74,138.4	79,218.7
북서부	12,545.8	13,596.4	14,621.8	15,521.2	16,344.2
남부	45,089.2	49,711.2	54,460.1	58,859.6	63,206.1
남서부	22,691.9	24,532.8	26,372.2	27,944.8	29,426.0
중국 전체	230,231.8	252,646.6	275,572.5	296,076.3	315,629.4

자료 : Euromonitor International, 2016

표 13 중국 화장품 지역별 시장 매출 규모 성장률

(단위 : %)

지역	2014/15	2010-15 CAGR	2010/15
동부	6.9	9.4	56.9
중부	5.7	8.1	47.5
북부 및 북동부	6.9	9.6	58.0
북서부	5.3	7.7	44.8
남부	7.4	9.6	58.4
남서부	5.3	7.5	43.7
중국 전체	6.6	9.1	54.3

자료 : Euromonitor International, 2016

3. 중국 화장품시장 트렌드

- 중국 화장품시장을 구성하는 주요제품군은 스킨케어, 헤어케어, 메이크업 순(대한 화장품산업연구원, 2016)
 - 스킨케어 65.7%, 헤어케어 18.5%, 메이크업 7.6%, 개인위생용품 3.9%, 자외선 차단제 2%순
- 중국 소비자들은 로컬브랜드보다 수입산 화장품을 선호하기에 글로벌 브랜드들이 중국 화장품시장을 선도하고 있음(대한화장품산업연구원, 2016)
 - 중국 소비자들의 해외 브랜드 선호도는 53%, 로컬 브랜드 선호도는 19%로 해외 브랜드를 더욱 선호함. 이는 중국 소비자들의 화장품구매에 있어 제품의 원산지 즉, 국가 이미지 및 브랜드 이미지를 고려하며 이러한 이미지가 제품의 신뢰도에 반영되기 때문인 것으로 조사됨
 - 스킨케어 및 메이크업 제품에서는 로레알이 헤어케어 및 남성 세면용품에서는 P&G가 향수에서는 LVMH의 제품들이 주요 브랜드로 자리매김하고 있음
 - 닐슨이 실시한 화장품 브랜드 선호도 조사에 따르면 설문응답자의 91%가 화장품 구입 시 가격, 기능화 함께 원산지가 중요한 고려 요인이라고 답하였으며, 화장품에 관해서는 로컬 브랜드보다 해외 브랜드 제품의 품질을 더 신뢰하는 것으로 나타났음
 - 또한 미용잡지 TATLER가 선정한 2015 중국 10대 스킨케어 수입 브랜드 순위에는 프랑스, 미국, 일본 등 화장품 강국의 로레알, 클라란스, 시세이도, 가네보 등 유명 브랜드들이 대부분을 차지하고 있었으며 한국의 이니스프리가 2위를 차지함
- 중국 소비자들의 소득수준 증가에 따라 프리미엄 제품에 대한 선호도가 증가하고 있으며, 2, 3선급 도시를 중심으로 점차 프리미엄화 되고 있음(아모레퍼시픽, 2016)
 - 최근 매스브랜드들(Garnier, Revlon, '14)은 사업부진으로 중국 사업 중단을 결정
- 한국 화장품의 인기가 증가함에 따라 중국 로컬기업들은 현지에서 유명한 한국 화장품과 유사한 제품 출시를 통해 고급 이미지 구축과 신뢰도 제고를 추진하고 있음(대한화장품산업연구원, 2016)
 - 한국 연예인을 브랜드 모델로 기용, 한국 화장품 유사 콘셉트 채용, 한글과 영문 표기, 유사 용기 디자인 사용 등을 통해 한국 브랜드를 모방

- 중국소비자 특히 시간이 쫓기는 도시인들의 경우 바쁘게 변화하는 라이프스타일로 인해 새로운 다기능성 제품에 대한 수요가 증가하고 있음
 - Giorgio Armani Crema Nuda 및 Dior Capture Totale Dreamskin Perfect Skin Creator는 컨실러 기능과 함께 주름, 확장된 모공, 생기 없는 피부 등 다양한 피부 문제를 개선하는 프리미엄 스킨케어 제품으로 시장 공략
 - SK-II는 주름방지, 미백 및 수분제공 특성 등 다양한 기능을 제공하는 세럼과 에센스를 출시함
 - 또한, 필수소비에서 여유소비로 소비형태가 선진국화 되어가는 추세로 소비자의 니즈가 다양화 되고 있음
- 새로운 마케팅 방법으로 왕홍을 활용한 버즈마케팅, 바이럴마케팅이 부각되고 있음
 - 왕뤄홍룬(왕홍)은 인터넷(왕뤄, 網絡)과 인기 있는 사람(홍룬, 紅人)을 줄여 만든 신조어로 온라인상에서의 활동하면서 영향력을 갖고 있는 파워블로거 또는 유명 개인방송인을 일컫는 말. 이들은 수십만에 이르는 팬이 지켜보는 자신의 SNS 및 커뮤니티 등을 통해 제품(화장품, 뷰티, 패션, IT 등) 및 사용기 등을 소개하며, 이러한 활동이 해당제품의 직접적인 판매로도 이어져 새로운 마케팅 전략으로 부각되고 있음
 - 최근 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 한국의 뷰티화장품 브랜드들은 뷰티클래스를 열고 중국 왕홍을 초청하여 뷰티 트렌드 및 제품을 직접 체험하게 하는 마케팅을 추진하고 있음. 왕홍은 메이크업 시연, 제품 체험 및 제품 사용법들을 생방송으로 소개하며 이를 통해 기업은 브랜드 인지도 제고, 판매량 증가, 버즈마케팅 효과 등을 얻을 수 있음
 - 2016년 기준 왕홍 산업의 규모는 약 530억 위안(9조원)으로 추산되며 빠른 성장을 지속할 것으로 전망됨. 또한 에스티로더 회장은 왕홍 마케팅이 TV 광고보다 영향력이 크다고 언급함(한국무역협회 Trade Focus 46호, 2016)
- 2000년도에 중국 화장품 유통채널은 주로 백화점과 소규모잡화점이었으나 이후 할인점이 점차 확대되었음. 그러나 최근 기존의 유통채널은 감소추세로 '14년 기준 할인점 22%, 백화점 21%, 인터넷 16%순이었으며 최근 인터넷과 전문점 위주로 판매되고 있음(키움증권, 2015.12)

- 중국 소비자들이 화장품 구입 시 주로 이용하는 유통채널은 아직까지 백화점, 대형쇼핑몰(플라자) 및 Watsons나 Sephora 등 화장품전문매장이지만 최근 SNS를 이용하는 파워블로거의 영향력 확대, 온라인 쇼핑 플랫폼 확대 등의 이유로 온라인 쇼핑이 증가하고 있음
 - 특히 인터넷의 경우 '10년 이후 폭발적으로 증가해 주요 유통망으로 자리매김 하고 있으며 중국의 인터넷 보급망 구축 및 젊은 층의 인터넷 사용으로 온라인 쇼핑시장이 더욱 확대될 것으로 전망됨
 - 오프라인에서 제품을 체험하고 제품에 대한 신뢰가 쌓이면 온라인으로 구매 하는 소비자도 증가하고 있음

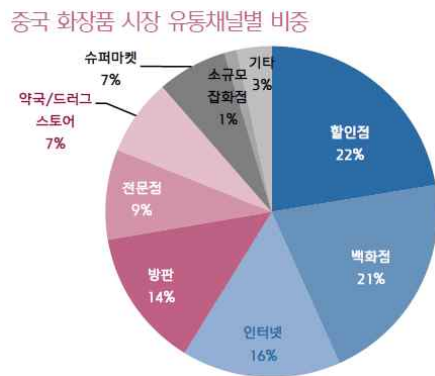
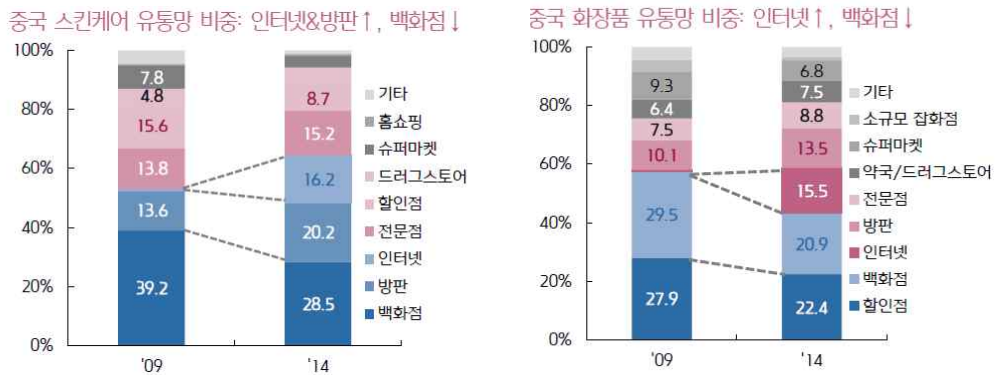


그림 3 중국 화장품 유통망 비중

자료 : 키움증권 2015.12

표 14 중국 화장품 유통형태별 판매비중

(단위 : %)

유통형태	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
○ Store-Based Retailing	81.8	77.2	74.3	71.5	69.2
- Grocery Retailers	37.2	35.9	33.2	31.1	29.4
· Modern Grocery Retailers	34.4	33.7	31.6	29.9	28.4
Convenience Stores	1.0	0.9	0.7	0.6	0.6
Hypermarkets	25.1	24.8	23.6	22.6	21.5
Supermarkets	8.3	8.0	7.3	6.7	6.2
· Traditional Grocery Retailers	2.8	2.3	1.7	1.2	1.0
Food/drink/tobacco specialists	-	-	-	-	-
Independent Small Grocers	2.8	2.3	1.6	1.2	1.0
Other Grocery Retailers	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Non-Grocery Specialists	18.3	18.9	20.0	20.3	20.6
· Health and Beauty Specialist Retailers	15.6	16.0	16.3	17.2	18.0
Beauty Specialist Retailers	8.3	8.5	8.8	9.4	9.7
Chemists/Pharmacies	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4
Drugstores/parapharmacies	6.8	7.0	7.1	7.4	7.9
· Other Non-Grocery Specialists	2.7	2.9	3.7	3.1	2.7
Other BPC Non-Grocery Specialists	2.7	2.9	3.7	3.1	2.7
- Mixed Retailers	26.4	22.4	21.1	20.1	19.2
· Department Stores	26.4	22.4	21.1	20.1	19.2
○ Non-Store Retailing	18.0	22.7	25.5	28.4	30.6
- Direct Selling	12.2	11.9	11.7	11.8	11.9
- Homeshopping	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
- Internet Retailing	5.2	10.2	13.2	15.9	18.1
- Vending	-	-	-	-	-
○ Non-retail channels	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
- Hair Salons	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : Euromonitor International, 2016

- 온라인 구매 플랫폼과 인프라 확대에 따라 화장품 제조 및 유통사는 온라인을 통한 제품판매와 고객 확보에 힘쓰고 있음
 - 제조 및 유통사는 치열한 시장에서 경쟁력을 유지하기 위해 타오바오를 비롯하여 Tmall.com 및 JD.com 등 선도적인 B2C 플랫폼에 온라인매장을 운영하는 등 온라인 유통에 점점 더 중점을 두고 있음
 - 랑콕은 '15년 1월 Tmall.com에 온라인 매장을 운영하였으며 '15년 5월 JD.com에 세포라를 오픈하는 등 온라인 매장을 보완
 - 주요 화장품기업들은 주요온라인 몰을 통해 제품을 홍보하고 판매하는 전략을 수행 중
 - 온라인 몰뿐만 아니라 모바일 SNS플랫폼(웨이신(웨이상), 웨이보 등)을 통한 판매가 증가하고 있어 향후 모바일 마켓의 규모가 증가할 것으로 예상
- 역직구(보세구 활용, 중국 온라인 유통몰에 입점) 및 해외직구를 이용하는 소비자가 증가
 - 역직구는 중국소비자가 알리바바, 타오바오, 징둥 등의 온라인 쇼핑몰을 이용하여 한국의 화장품을 구매하는 것으로 한국의 주요 브랜드들이 중국 주요 유통몰에 입점 되어 있음
 - 해외직구에 대한 관심이 증가하고 있으며 하이타오족이라고 불리는 직구족은 주로 26~35세 위주의 젊은 소비층으로 일정한 경제력을 갖춘 대졸 및 경제력을 갖춘 부모님을 두고 있는 세대로 베이징과 상하이 등 경제발달지역에 주로 거주(키움증권, 2015.12)



그림 4 중국 소비자의 해외상품 구매루트

자료 : 키움증권, 2015.12

4. 중국 화장품 제도 현황

4.1 개요

- 화장품은 중국 CFDA(중국식품의약품감독관리총국, China Food & Drug Administration)에서 총괄 관리를 하며, 중국으로 화장품 수출을 위해서는 사전에 CFDA로부터 화장품위생허가획득이 필요함(화장품행정허가 신고 및 접수규정, 2009) CFDA는 국무원 산하 종합감독관리기관으로 식품, 의료기기, 보건식품, 식·음료 및 화장품의 안전을 책임지고 관리하는 조직. 현재 모든 수입화장품에 대하여 위생허가 등록을 요구하고 있음(한국피부임상과학연구소, 2016)
- 중국 화장품 관련 규제는 아래와 같음
 - 화장품위생감독조례(1989 비준, 1990) → 화장품위생감독관리조례 제정(안)발표('15.7)
 - 화장품위생감독조례실시규칙(2005)
 - 화장품위생규범(2007) → 화장품안전기술규범('16.12)
 - 화장품위생허가관리방법(2010 개정) · 화장품위해가능성 및 위해평가지침(2010)
 - 중국국가질량감독검험총국(AQSIQ) 법령 143호-수출입화장품의 검사, 검역감독관리방법(2011)
 - 가사용화장품원료목록(ECIC: Inventory of Existing Cosmetic Ingredients in China, 현재 8,783개 성분)
자료: 대한화장품협회, 2016 및 국제환경규제기업지원센터 분석보고서 201-16-023, 2016

4.2 화장품 관련 제도

○ 중국 화장품의 정의 및 분류

- 화장품 위생감독관리조례(1989, 1990)에 따르면 화장품은 인체 표면의 모든 부위(피부, 모발, 손톱, 입술 등)에 도찰, 살포 또는 기타 유사한 방법으로 사용하는 것으로 청결, 약취제거, 피부보호, 미용 및 가꿈(단장), 화장을 목적으로 하는 일상용 화학공업제품을 의미함(대한화장품협회, 2016)
 - '15년 발표된 화장품 위생감독관리조례의 개정안에 따르면 사용 부위에 “치아 및 구강점막”(치약, 구강청결제 등) 추가 예정

개정 전	개정 후(개정 안)
세정(청결), 약취제거, 피부보호, 관리 및 미용, 화장 등을 목적으로 피부, 모발, 손톱, 입술 등 인체 표면의 모든 부위에 도찰, 살포 또는 기타 유사한 방법 등의 방식으로 사용되는 일상용 화학공업제품	세정(청결), 약취제거, 피부보호, 관리 및 미용, 화장 등을 목적으로 피부, 모발, 손톱, 입술 등의 인체 표면의 모든 부위와 <u>치아 및 구강점막(치약 등)</u> 에 도찰, 살포 또는 기타 유사한 방법 등의 방식으로 사용되는 일상용 화학공업 제품

자료 : 대한화장품협회, 2016

- 화장품 분류

- 특수용도화장품(9종) : 욱모(발모)제품, 염모(모발염색)제품, 제모제품, 약취제거용 제품, 퍼머넌트(펌)제품, 바디슬리밍(체형관리)제품, 가슴관리제품, 자외선 차단제품, 기미제거제품(미백제품포함)
- 비특수용도화장품(5종) : 특수용도화장품 제외한 두발제품, 손발톱제품, 기초 화장품, 색조화장품, 향수
- * 치약은 화장품으로 분류되었지만 아직까지 공산품으로 관리 중. 일반비누도 공산품으로 분류되나 미용비누는 화장품으로 분류

○ 중국에 수출하여 판매하고자하는 화장품은 중국 CFDA(중국식품의약품감독관리 총국, China Food & Drug Administration)로부터 화장품위생허가획득이 필요함 (화장품행정허가 신고 및 접수규정, 2009)

- CFDA는 국무원 산하 종합감독관리기관으로 식품, 의료기기, 보건식품, 식·음료 및 화장품의 안전을 책임지고 관리하는 조직. 현재 모든 수입화장품에 대하여 위생허가 등록을 요구하고 있음(한국피부임상과학연구소, 2016)

- 수입화장품의 경우 특수, 비특수화장품 모두 CFDA에서 위생허가를 받아야 하며 중국내 생산제품의 경우 특수화장품은 CFDA, 비특수화장품은 성급 FDA에서 심사

- 원산지가 중국이 아닌 해외국가의 브랜드 및 기업은 중국 수출 준비 시 중국 내 재중국신고책임회사를 통해서만 CFDA 위생허가 신청을 진행할 수 있음. 단 해당 기업의 중국 법인을 재중국신고책임회사로 활용할 수 있음

- 재중국신고책임회사 : 중국 내 합법적으로 등록되어 독립법인자격을 갖추고 있는 회사로 위생허가를 신청하는데 따른 민·형사상의 책임을 지며, 제출하는 모든 서류에 대한 책임과 상응하는 법률적인 책임을 짐. 신청자는 재중국신고책임회사에 위탁하여 대리신고 관련 업무를 책임지도록 하며 한 개의 재중국신고책임회사만 지정할 수 있음(복수지정 불가/ 차후 변경은 가능하나 변경이 어려운 경우가 대부분). 신청자와 재중국책임회사가 허위 신청자료 및 샘플을 제출할 경우 CFDA는 신청자와 재중국신고책임회사에 경고와 함께 1년 내 해당 행정허가 접수를 받지 않음(화장품행정허가신고 및 접수규정 2009, 한국피부임상과학연구소, 2016)

중국화장품위생감독조례	
	[공포일자] 1989.11.13.
	[시행일자] 1990.01.01.
	[문서번호] 위생부령 제3호
- 제1장 총 칙	
제1조	화장품의 위생감독을 강화하고, 화장품의 위생품질과 안전한 사용을 보증하고 소비자의 건강을 보장하기 위하여 본 조례를 제정한다.
제2조	본 조례에서 화장품이라 함은, 인체표면의 모든 부위(피부, 모발, 손톱, 입술 등)에 도찰, 살포 또는 기타 유사한 방법으로 사용하는 것으로, 청결, 악취제거, 피부보호, 미용 및 가꿈의 목적을 달성하는 일상용 화학공업제품을 말한다.
제3조	국가는 화장품 위생감독 제도를 실행한다. 국무원 위생행정부는 전국 화장품의 위생감독 업무를 주관하며, 현급 이상 지방의 각급 인민정부의 위생행정부는 본 관할구역 내 화장품의 위생감독 업무를 주관한다.
제4조	화장품의 생산, 경영에 종사하는 모든 기관 및 개인은 반드시 본 조례를 준수해야 한다.
- 제2장 화장품 생산의 위생감독	
제5조	화장품 생산기업의 위생감독에 대하여 위생허가증 제도를 실행한다.

《화장품 생산기업 위생허가증》은 성, 자치구, 직할시 위생행정부가 허가하여 발급한다.

《화장품 생산기업 위생허가증》의 유효기간은 4년이며, 매 2년마다 재심한다.

《화장품 생산기업 위생허가증》을 취득하지 못한 기관은 화장품 생산에 종사할 수 없다.

제6조 화장품 생산기업은 반드시 아래의 위생요구에 부합해야 한다.

- (1) 생산기업은 청결한 지역에 설립해야 하며, 유독 및 유해한 장소와 일정 간격 이상이 유지되어 위생적 요건에 적합하여야 한다.
- (2) 생산기업 공장의 건물은 견고하고 청결해야 한다. 작업장의 천장, 벽, 바닥은 밝고 깨끗한(먼지와 오물을 쉽게 제거할 수 있는) 건축자재를 사용해야 하고, 양호한 채광(또는 조명)이 있어야 하며, 또한 쥐와 기타 유해곤충과 그의 기생조건을 방지하고 제거할 수 있는 시설과 조치가 있어야 한다.
- (3) 생산기업은 제품의 종류, 수량에 적합한 화장품원료, 가공, 포장, 저장 등의 공장 또는 장소를 갖추어야 한다.
- (4) 생산 작업장은 제품 특성에 적합한 생산시설을 갖추어야 하며, 공정규칙은 반드시 위생요구에 부합해야 한다.
- (5) 생산기업은 반드시 생산한 화장품에 대해 미생물검사를 진행할 수 있는 기기 설비와 검사요원을 보유해야 한다.

제7조 화장품 직접생산에 종사하는 요원은 반드시 매년 건강검사를 받아야 하며, 건강증(보건증)을 취득한 후에야 화장품의 생산 활동에 종사할 수 있다. 손무좀, 손톱무좀, 주부습진, 손 부위의 백선, 진물성 피부병 환자와 이질, 장티푸스, 바이러스 간염, 활동성 폐결핵 등 전염병에 감염된 요원은 화장품 직접생산 활동에 종사해서는 안 된다.

제8조 화장품 생산에 필요한 원료, 부재료 및 화장품과 직접 접촉하는 용기와 포장 재료는 반드시 국가위생표준에 부합해야 한다.

제9조 화장품 신원료를 사용하여 화장품을 생산할 경우, 반드시 국무원 위생정부의 허가를 받아야 한다.

화장품 신원료란 국내 처음으로 화장품의 생산에 사용된 천연 또는 인공원료를 말한다.

제10조 특수용도 화장품을 생산할 경우, 반드시 국무원 위생정부의 허가를 받고 허가번호를 취득한 후에야 생산할 수 있다. 특수용도 화장품이란 육발, 염발, 당발, 탈모, 미유, 건미, 제취, 거반, 방취의 용도로 사용되는 화장품을 말한다.

제11조 생산기업이 화장품을 시장에 출하하기 전에, 반드시 국가 《화장품 위생표준》에 따라 제품에 대한 위생품질검사를 진행해야 하며, 품질이 합격된 제품에는 반드시 합격표시를

붙여야 한다. 검사를 받지 아니하거나 위생표준에 부합하지 못한 제품은 출하할 수 없다.

제12조 화장품 라벨에는 제품 명칭, 공장명을 표시해야 하며, 또한 생산기업의 위생허가증의 번호도 표시해야 한다. 소포장 또는 설명서에는 생산일자와 유효한 사용기한이 표시되어야 한다. 특수용도 화장품은 허가번호도 표시해야 한다. 부작용 발생 가능성이 있는 화장품에는 설명서에 사용방법과 주의사항을 표시해야 한다.

화장품 라벨, 소포장 또는 설명서에는 적응증, 치료 효과를 선전해서는 안 되며, 의약품어를 사용해서도 안 된다.

- 제3장 화장품 경영의 위생감독

제13조化妆품을 경영하는 기관 및 개인은 아래의化妆품을 판매해서는 안 된다.

- (1) 《화장품 생산기업 위생허가증》을 취득하지 못한 기업이 생산한 화장품
- (2) 품질합격 표시가 없는 화장품
- (3) 라벨, 소포장 또는 설명서가 본 조 제12조의 규정에 부합하지 않는 화장품
- (4) 허가번호를 취득하지 못한 특수용도 화장품
- (5) 사용기한을 초과한 화장품

제14조 화장품의 광고 선전에 아래의 내용이 있어서는 안 된다.

- (1) 화장품의 명칭, 제조법, 효능 또는 성능을 허위, 과대 기재한 것
- (2) 타인의 명의를 사용하여 보증하거나, 암시적인 방법으로 효능을 오해하게 만드는 것
- (3) 의료 작용을 선전한 것

제15조 국내 처음으로 수입되는 화장품에 대하여 수입하는 기관은 반드시 해당 화장품의 설명서, 품질표준, 검사방법 등 관련 자료와 샘플 및 수출국(지역)의 생산허가 증명서류를 제출하여야 하며, 국무원 위생행정부의 허가를 받아야 수입계약을 체결할 수 있다.

제16조 수입한 화장품은 반드시 국가 상검부의 검사를 받아야 한다. 검사에 합격해야 수입할 수 있다. 개인용으로 수입한 소량의 화장품은 세관의 규정에 따라 수입 절차를 밟는다.

- 제4장 화장품 위생감독 기관과 직책

제17조 각급 위생행 정부는 화장품의 위생감독 직책을 행사하고, 화장품 위생감독 검사기관을 지정하며, 해당 관할 구역 내 화장품의 감독, 검사업무를 책임진다.

제18조 국무원 위생행 정부는 연구, 의료, 생산, 위생관리 등의 관련 전문가를 초빙하여 화장품 안전성 평가조를 구성하고, 수입 화장품, 특수용도 화장품 및 화장품 신원료에 대한 안전성

평가를 진행하며, 심각한 사고를 일으킨 화장품에 대해서는 기술 감정을 진행한다.

제19조 각급 위생행정부는 화장품 위생감독직을 배치하여, 화장품에 대한 위생감독을 실시한다. 화장품 위생감독직은 성, 자치구, 직할시의 위생행정부와 국무원 위생행정부에서 조건에 부합한 위생전문인원 중에서 초빙하여 직무를 맡기며, 또한 그 배지와 증명서를 발급한다.

제20조 화장품 위생감독직은 화장품의 위생감독을 실시할 때, 반드시 배지를 달고, 증명서를 제시해야 한다.

화장품 위생감독직은 생산기업이 제공한 기술 자료에 대하여 기밀을 지켜야만 한다.

제21조 화장품 위생감독직은 국가규정에 의거하여 생산기업과 경영하는 기관으로부터 샘플을 채취하고 위생감독과 관련된 자료를 요청할 권리가 있으며, 모든 업체는 이를 거부, 기만하거나 허위자료를 제공해서는 안 된다.

제22조 각급 위생행정부와 화장품 위생감독직 및 위생감독 검사기관은 기술자문, 기술 서비스 등의 방식으로 화장품의 생산, 판매에 참여할 수 없고, 화장품의 제조를 감독할 수 없다.

제23조 화장품의 사용으로 인하여 발생한 부작용의 사례를 각 의료기관은 해당 위생행정부에 보고해야 한다.

- 제5장 벌 칙

제24조 《화장품 생산기업 위생허가증》을 취득하지 못한 기업이 화장품을 마음대로 생산할 경우, 해당기업에 생산 정지할 것을 명하며, 제품 및 위법소득을 몰수하고, 위법소득의 3~5배의 벌금을 처할 수 있다.

제25조 허가번호를 취득하지 못한 특수용도 화장품을 생산할 경우, 또는 사용을 금지한 화장품 원료와 허가를 받지 않은 화장품 신원료를 사용한 경우, 제품 및 위법소득을 몰수하며, 위법소득의 3~5배의 벌금에 처한다. 또한 해당 기업의 생산정지 또는 《화장품 생산기업 위생허가증》 취소를 명할 수 있다.

제26조 허가 또는 검사를 받지 않은 수입 화장품을 수입 또는 판매할 경우, 제품 및 위법소득을 몰수하고, 위법소득의 3~5배의 벌금에 처할 수 있다.

허가번호를 취득하여 특수용도 화장품을 생산하는 기업이 본 조례의 규정을 위반하고, 그 사안이 심각할 경우, 제품의 허가번호를 취소할 수 있다.

제27조 국가 《화장품 위생표준》에 부합하지 않는 화장품을 생산 또는 판매할 경우, 제품

및 위법소득을 몰수하고, 위법소득의 3~5배의 벌금에 처할 수 있다.

제28조 본 조례의 기타 관련 규정을 위반할 경우, 경고 처분되며 기한 내 개선 명령을 한다; 사안이 심각할 경우, 생산기업에 대해 해당 기업의 생산정지 또는 《화장품 생산기업 위생허가증》 취소를 명할 수 있다. 경영하는 기관에 대해서는 경영정지를 명할 수 있고, 위법소득을 몰수하며, 위법소득의 2~3배의 벌금에 처할 수 있다.

제29조 본 조례에서 규정한 행정처벌은 현 급 이상의 위생행정부에서 결정한다. 본 조례 제14조의 광고관리 관련 규정을 위반한 행정처벌은 공상행정관리부에서 결정한다.

《화장품 생산기업 위생허가증》 취소의 처벌은 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에서 결정한다. 특수용도 화장품의 허가번호 취소의 처벌은 국무원 위생행정부에서 결정한다.

벌금 및 몰수한 위법소득은 모두 국고에 납부된다. 몰수한 제품은 위생행정부의 감독 아래 처리한다.

제30조 당사자가 위생행정부의 행정처벌에 대해 불복할 경우, 통지서를 받은 이튿날부터 15일내에 상급 위생행정부에 재심을 신청할 수 있다. 상급 위생행 정부는 30일내에 답변을 해야 한다. 당사자가 상급 위생행정부의 재심결정에 대해 불복할 경우, 재심 통지서를 받은 이튿날부터 15일내에 인민법원에 항소할 수 있다. 그러나 위생행정부의 제품몰수 및 생산정지 명령은 반드시 즉시 집행해야 한다. 당사자가 처벌 결정을 집행하지 않고 기간이 지나도록 항소도 하지 않으면, 위생행 정부는 인민법원에 강제 집행을 것을 신청할 수 있다.

제31조 본 조례를 위반하여 인체손상 또는 중독 사고를 발생시킬 경우, 직접적인 책임이 있는 생산기업과 경영하는 기관 또는 개인은 손해 배상할 책임이 있다. 심각한 결과를 초래하고 범죄가 구성되는 사례의 경우 사법기관에서 법에 의거 형사책임을 추궁한다.

제32조 화장품 위생감독직이 직권을 남용하여, 사리 착복 및 기업이 제출한 기술 자료를 누출할 경우, 위생행정부에서 행정처분을 내린다. 심각한 결과의 초래하고 범죄가 구성되는 사례에 대해서는 사법기관에서 법에 의거 형사책임을 추궁한다.

- 제6장 부 칙

제33조 중국인민해방군의 소속기관이 생산하여 시장에 출하되는 화장품의 위생감독은 본 조례에 의해 집행된다.

제34조 본 조례는 국무원 위생행정부가 해석을 책임지며, 실시세칙은 국무원 위생행정부가 제정한다.

제35조 본 조례는 1990년 1월 1일부터 시행한다.

자료 : 대한화장품협회, 2016

* 화장품위생감독관리조례 제정(안, 2015) 관련 내용은 국제환경규제기업지원센터 분석보고서 201-16-023, 2016에 정리되어 있음

화장품 위생감독 조례 실시세칙

[공포일자] 1991.03.27.

[시행일자] 1991.03.27.

[개정일자] 2005.06.01.

[문서번호] 위생부령 제13호

- 제1장 총 칙

제1조 《화장품 위생감독 조례》(이하 《조례》라 칭함) 제34조 규정에 의해 본 실시세칙을 규정한다.

제2조 각급 지방인민정부는 화장품 위생감독 업무의 지도를 강화해야 한다. 현급 이상의 위생행정부는 화장품 위생감독의 직책을 책임감 있게 이행해야 하며, 관련 부서와의 협력을 강화하고, 화장품 위생감독 검사기관을 완비하여야 하며, 감독 검사 기술 능력을 강화하고, 화장품 위생감독 인원의 자질을 높여, 《조례》를 철저히 실시할 것을 보증해야 한다.

- 제2장 《화장품 생산기업 위생허가증》의 심사허가

제3조 《화장품 생산기업 위생허가증》의 심사허가 절차는 :

- (1) 화장품 생산기업은 해당지방 시급 이상의 위생행정부에서 《화장품 생산기업 위생허가 신청서》(첨부1)를 수령, 3부 작성하여, 성급 기업주관부서의 동의를 받은 후, 지방 시급 이상의 위생행정부에 신청서를 제출한다. 《화장품 생산기업 위생허가증》을 신청하는 구체적인 방법은 각 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에서 제정하며, 위생부에 보고하여 등록한다.
- (2) 성, 자치구, 직할시 위생행정부의 심사에 합격한 기업에게는 《화장품 생산기업 위생허가증》을 발급한다. 위생행 정부는 신청서를 받은 다음날부터 3개월 내에 허가여부

를 회신해야 하며, 허가를 부결하는 사례에 대해서는 허가를 하지 않는 이유를 설명해야 한다.

(3) 《화장품 생산기업 위생허가증》은 일련번호를 사용하며, 유효기간은 4년이다. 성, 자치구, 직할시 위생행정부는 원 신청 자료를 근거로 매 2년마다 기업에 대해 재심해야 한다.

제4조 《화장품 생산기업 위생허가증》의 유효기간 만기 3개월 전에 본 《실시세칙》 제3조에 따라 새로 신청해야 한다.

신청하여 허가를 받으면 새로운 증명서로 갱신하고, 원래의 《화장품 생산기업 위생허가증》번호는 계속 사용할 수 있다.

제5조 《화장품 생산기업 위생허가증》을 이미 취득한 기업이 새로운 종류의 화장품을 생산할 경우, 반드시 성, 자치구, 직할시 위생행정부에 보고하여 등록해야 한다.

제6조 성, 자치구, 직할시의 관할 외 지역과 연합하여 운영하는 화장품 생산기업은, 각각 소재지에 《화장품 생산기업 위생허가증》을 신청해야 한다.

화장품 생산기업이 공장 위치 이전, 별도 분공장 설립 또는 공장구역 외에 별도 작업장을 설립할 경우, 규정에 따라 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 《화장품 생산기업 위생허가증》을 신청해야 한다. 《화장품 생산기업 위생허가증》에는 분공장(작업장) 표시를 해야 한다.

제7조 《화장품 생산기업 위생허가증》을 수정, 양도할 수 없으며, 위조와 전매를 엄격히 금한다.

화장품 생산기업이 기업의 명칭을 변경할 경우, 반드시 《화장품 생산기업 위생허가증》발급 기관에 새로운 증명서로 변경을 신청해야 한다.

《화장품 생산기업 위생허가증》을 분실한 경우, 즉시 《화장품 생산기업 위생허가증》발급 기관에 분실신고를 하고, 새로운 증명서 수령을 신청해야 한다.

자진 휴업하는 화장품 생산기업은 즉시 《화장품 생산기업 위생허가증》발급 기관에 《화장품 생산기업 위생허가증》을 취소하여야 한다.

제8조 《화장품 생산기업 위생허가증》은 《조례》 제6조의 규정에 의해 발급된다. 그 중 《조례》의 제6조 제1관 제5항의 조건을 갖추지 못한 경우, 규정된 기한 내에 조건을 구비한 비화장품 위생감독 검사기관에 대신 검사할 것을 위탁할 수 있다. 구체적인 기한은 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에서 구체적인 상황에 따라 규정한다.

제9조 화장품의 생산 장소를 신축, 개조, 확장할 경우, 부지 선정, 건축설계는 화장품 위생표준과 요구에 부합해야 한다. 성, 자치구, 직할시의 위생행 정부는 부지선정과 건축설계에 대해 심사

해야 하며, 준공검수에도 참여해야 한다.

제10조 화장품의 생산 작업에 종사하는 자는(임시직 포함) 반드시 《조례》의 규정에 따라 신체검사를 실시해야 한다.

- (1) 화장품 생산기업은 종업원 신체검사의 조직 업무를 책임진다. 매년 소재지의 현급 이상 위생행정부에 신체검사를 받아야 하는 자의 명단을 제출해야 하며, 신체검사를 받아야 하는 자를 조직하여 현급 이상의 의료 위생기관에서 신체검사를 받도록 한다.
- (2) 신체검사는 통일된 요구와 통일된 표준에 따라 검사한다. 신체검사기관은 건강진단서를 작성해야 하며, 검사 후 15일 이내에 검사결과를 보고해야 한다.
- (3) 위생행 정부는 종업원의 건강상태를 진지하게 검사해야 하며, 요구에 부합한 자에게는 '건강증'을 발급한다; 요구에 부합하지 못한 자에 대해서는 해당 기업에 화장품을 직접 생산하는 작업과 격리할 것을 통지한다. 위생행 정부는 검사결과를 받은 다음날부터 15일 이내에 '건강증'을 발급하거나 격리를 통지해야 한다.
- (4) 이질, 장티푸스, 바이러스성 간염, 활동성 폐결핵 환자에 대한 관리는 국가 《전염병 예방치료법》 관련규정에 따라 집행한다. 손 무좀, 손톱무좀, 주부습진, 손부위의 백선 또는 진물이 나는 피부병이 있는 자는 반드시 치료 후 원 신체검사기관의 완치증명을 받아야 다시 업무에 복귀할 수 있다.

신체검사의 관리방법은 국무원 위생행정부의 관련규정에 따라 집행한다.

- 제3장 화장품 위생품질의 사용안전 감독

제11조 특수용도화장품이 시장에 출하되기 전에 반드시 제품의 위생안전성평가를 실시해야 한다. 제품의 위생안전성 평가기관은 국무원 위생행정부에서 인증한다.

제12조 특수용도화장품의 인체실험 또는 패치테스트실험은 제품이 초심을 통과한 후에 국무원 위생행 정부가 허가한 기관에서 진행한다.

상술한 기관이 기업의 인체실험 또는 패치테스트실험을 위탁받아 실험을 실시한 후 1개월 이내에 위생부에 종합보고서를 제출해야 하며, 위탁한 기업에도 사본을 송부한다.

제13조 특수용도화장품의 심사허가 절차는 :

- (1) 생산기업은 소재지 시급 이상의 위생행정부에서 《특수용도화장품 위생심사신청서》(첨부2)를 수령, 3부 작성하여 기업주관부서의 동의를 받은 후, 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 신청서를 제출하며, 신청 시 아래의 자료와 샘플도 같이 제공해야 한다.

1. 제품명칭
 2. 제품성분, 제한 물질의 함량
 3. 제조공정에 대한 간단한 설명 및 도안
 4. 육발, 건미, 미유 제품 주요성분의 사용근거 및 문헌자료
 5. 제품 위생안전성 평가자료
 6. 제품샘플(소포장으로 5~10개) 및 검사보고서
 7. 제품 사용설명서(또는 초안), 라벨 및 포장설계, 포장재료
- ※소포장 : 시판용 정상상품을 뜻한다

(2) 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에서 초심을 진행한다. 초심의 동의를 거친 제품은 국무원 위생행정부에 보고한다.

성, 자치구, 직할시 위생행정부는 모든 신고 자료를 받은 다음날로부터 3개월 이내에 초심을 마쳐야 하며, 또한 위생부에 2심보고 여부를 통보해야 한다.

(3) 국무원 위생행정부가 초심 자료와 인체실험, 패치테스트실험에 대한 검사보고서를 받은 후, 6개월 이내에 화장품 안전성 평가단을 구성하여 재심해야 한다. 국무원 위생 행정부는 재심 후 2개월 이내에 허가여부의 결정을 내려야 한다. 허가받은 제품에 대해서는 특수용도화장품의 허가번호와 특수용도화장품 증서를 발급하며, 허가를 받지 못한 제품은 서면 통보한다.

제14조 특수용도화장품의 허가번호는 해당제품 생산의 증거이고, 특수용도화장품의 증서는 연구개발의 증거이며, 해당 제품의 기술 양도에 이용할 수 있다.

제15조 특수용도화장품의 허가번호는 매 4년마다 재심 받아야 한다. 만기 4~6개월 전에 기업은 허가증 원본과 다음 자료를 가지고 다시 성, 자치구, 직할시 위생행정부에 신청해야 하며, 신청서(첨부3) 3부를 작성해야 한다.

1. 제품성분 변경여부에 대한 설명
2. 제조공정 변경여부에 대한 설명
3. 제품이 시장에 출하한 후 사용자의 부작용에 대한 조사보고서
4. 만약 제품의 사용설명서, 라벨, 포장, 포장재료에 변경이 있는 경우, 변경 후의 샘플 제출.

성, 자치구, 직할시 위생행정부가 동의한 후, 국무원 위생행정부의 심사허가를 받는다. 허가를 받은 제품은 원래의 허가번호를 계속 사용할 수 있다. 기한을 초과한 미신청자는 원 허가번호를 폐지시킨다.

성, 자치구, 직할시의 위생행정부는 모든 신청 자료를 접수한 다음날부터 1개월 이내에

의견을 제시해야 한다. 국무원 위생행정부는 모든 신청 자료를 접수한 다음날부터 3개월 이내에 허가여부를 결정해야 한다.

제16조 이미 허가 받은 특수용도화장품의 기술 양도를 받을 기업은 따로 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 특수용도화장품의 허가번호를 신청해야 한다. 신청 시, 해당 제품의 특수용도화장품 증서와 제품 샘플(소포장으로 5~10개) 및 검사보고서를 제출해야 한다.

성, 자치구, 직할시의 위생행정부가 동의한 후, 국무원 위생행정부에 심사허가를 받고 허가번호를 내주어야 한다.

성, 자치구, 직할시의 위생행정부는 모든 신청 자료를 접수 받은 다음날로부터 1개월 이내에 의견을 제시해야 한다. 국무원 위생행정부는 모든 자료를 접수 받은 다음날로부터 3개월 이내에 허가여부를 결정해야 한다.

제17조 기업이 이미 허가를 받은 특수용도화장품을 연합하여 운영하는 공장에서 생산할 경우, 연합하여 운영하는 공장이 소재하는 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 등록해야 하고, 제품의 허가번호는 변하지 않는다.

제18조 특수용도화장품의 허가번호는 변조, 양도할 수 없고, 위조 및 전매를 엄격히 금지한다.

제19조 기업이 비특수용도화장품을 생산할 경우 아래의 자료와 샘플을 제출해야 하고, 제품이 출하 후 2개월 이내에 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 등록해야 한다.

1. 제품명칭, 유형
2. 제품성분, 제한 물질의 함량
3. 제품의 위생품질 검사보고서
4. 제품샘플 (소포장으로 5개)
5. 제품의 사용설명서(또는 초안), 라벨 및 포장(또는 그 설계), 포장재료.

본 《실시세칙》이 공포되기 전에 이미 시장에 출하된 비특수용도화장품은 본 《실시세칙》이 공포된 후 3개월 이내에 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 등록해야 한다.

제20조 《조례》 제12조의 요구에 따라, 위생품질이 3년 내에 변화가 발생할 가능성이 있는 화장품은 유효한 사용기한(또는 사용기한)을 표시해야 한다.

제21조 《조례》 제12조에 규정된 화장품 라벨, 설명서, 소포장에 표시된 내용은 반드시 중문으로 된 표기가 있어야 한다. 그 중, 라벨에 기재한 “공장명”은 제품품질 책임자의 이름으로 대신해도 된다.

타 성에 소재한 연합하여 운영하는 기업에서 생산한 제품은 라벨에 생산기업 소재지의 《화장품 생산기업 위생허가증》의 번호를 표시해야 한다.

- 제4장 수입화장품의 심사 및 허가

제22조 수입화장품의 위생심사 허가절차는 :

(1) 우리나라에 처음으로 수입되는 화장품은 해외 제조업체 또는 그 대리상이 반드시 수입지, 시 이상의 위생행정부에서 《수입 화장품 위생허가 신청서》(첨부4)를 수령, 3부 작성하고, 직접 국무원 위생행정부에 신청해야 한다. 신청 시 아래의 자료와 샘플을 제출해야 한다.

1. 제품명칭, 유형
2. 제품성분, 제한 물질의 함량
3. 제품품질표준 및 검사방법, 또한 중문번역본(각 3부)
4. 제품 생산국(지역)의 생산 및 판매허가의 증명서(사본 3부)
5. 제품의 기타 국가(지역)에서 등록 및 판매허가의 증명서(사본 3부)
6. 제품의 생산국(지역)과 기타국가(지역)에서 통과한 생산, 등록, 판매의 허가심사 평가보고서 및 중문번역본(각 5부)
7. 제품의 위생안전성평가자료 또는 제품의 위생품질 검사보고서(5부)
8. 제품 라벨, 사용설명서 및 중문 번역본(각 3부)
9. 포장이 완전한 제품샘플(소포장으로 3개)

(2) 국무원 위생행정부는 모든 신청 자료를 접수 받은 후, 화장품 안전성평가단을 구성하여 신청된 제품에 대해 심사를 진행한다. 심사를 통과한 제품은 국무원 위생행정부의 허가를 받은 후, “수입화장품 위생허가증” 및 허가번호를 발급 받는다.

국무원 위생행정부는 모든 신청 자료를 접수 받은 후, 6개월 이내에 화장품 안정성 평가단을 구성하여 평가를 실시하고, 평가 후 2개월 이내에 허가여부를 결정해야 한다.

심사허가의 상황은 수입지역 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 동시에 통보한다.

제23조 본 《실시세칙》 제22조 제1관 제1항 중, “제품위생 안전성평가 또는 제품위생품질 검사”는 반드시 국무원 위생행정부가 인증한 기관에서 진행해야 한다.

위생안전성평가 또는 위생품질검사의 면제여부는 국무원 위생행정부에서 결정한다.

제24조 “수입화장품 위생허가증”의 유효기간은 4년이다. 만기 4~6개월 전에 국무원 위생행정부에 갱신을 신청할 수 있고, 신청 시 자료는 제출하지 않는다.

유효기간이 초과하여 신청한 자는 신규 신청과 동일하게 처리한다.

제25조 “수입화장품위생허가증”과 허가번호는 변조, 양도할 수 없으며, 위조, 전매를 엄격히 금한다.

제26조 “수입화장품위생허가증”은 허가증 상 표시된 종류, 생산국가, 제조업자에 대해서만 유효하다. 해외 제조업자 또는 그 대리상은 “수입화장품위생허가증”을 근거로 국가 관련규정에 따라 수입수속을 진행한다.

제27조 이미 허가를 받아 수입한 화장품은 세관에서 국가상품검사부가 《중화인민공화국 상품검사법》의 규정에 따라 검사를 진행한다.

- 제 5장 상시 위생감독

제28조 해당지역 시 이상의 위생행정부는 《화장품 위생기업 위생허가증》을 취득한 기업에 대해 정기검사와 비정기검사를 진행한다. 정기검사는 매년 1/4분기와 3/4분기에 각 1회한다; 《화장품 위생기업 위생허가증》을 발급한 년도와 재심한 년도에는 각각 1회씩 줄인다. 구체적인 방법은 각 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에서 제정하고 위생부에 등록한다. 정기검사와 비정기검사의 결과는 상급 위생행정부와 화장품 위생감독 검사기관에 보고되며, 기업주관부서에도 사본으로 통보된다.

제29조 화장품 생산기업에 대한 정기 및 비정기검사의 주요내용은 :

- (1) 생산 과정중의 위생 상황을 감독 검사
- (2) 사용이 금지된 성분의 사용여부 및 제한 물질의 함량초과 여부를 감독 검사
- (3) 매 Lot. 제품의 출하 전의 위생품질 검사기록
- (4) 제품 위생품질
- (5) 제품 라벨, 소포장, 설명서의 《조례》 제12조 규정에 대한 부합 여부
- (6) 생산 환경의 위생상황
- (7) 화장품 생산에 직접적으로 종사하는 인원 중 《조례》 제7조 규정의 질병을 앓고 있는 자의 격리 상황

제30조 본 《실시세칙》 제29조 제4항의 제품 위생품질 검사방법은 :

- (1) 검사 수량 (정기검사량 + 비정기검사량)
 - 연간 생산하는 제품의 품목이 1~9개일 경우, 100% 추출 검사
 - 연간 생산하는 제품의 품목이 10~100개일 경우, 2분의 1을 추출 검사, 단, 추출 검사되는 품목의 수량은 10개보다 적어선 안 된다.
 - 연간 생산하는 제품의 품목이 100개를 초과할 경우, 3분의 1을 추출 검사, 단, 추출 검사되는 품목의 수량은 50개보다 적어선 안 된다.
- (2) 검사 중점사항 ;

성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 등록되지 않은 상품, 기업이 시장에 출하한 신제품, 위생품질이 불안정한 제품, 인체에 부작용을 일으킬 가능성이 있는 제품 및 소비자가 고발한 제품 등에 대해 중점 조사한다.

(3) 검사항목

1. 성, 자치구, 직할시의 위생행정부에 등록되지 않은 제품에 대해 제품성분, 제품위생품질 검사보고서를 심사하고, 동시에 미생물, 위생화학 부분의 제품위생품질 감독검사를 진행한다.

만약 기업이 제품위생품질 검사보고서를 제출하지 못하거나 제출한 제품위생품질 검사보고서가 제품의 사용안전성을 증명하지 못할 경우, 화장품 위생감독 검사기관에서 강제 검정을 실시한다.

2. 기타제품은 미생물, 위생화학 부분의 제품위생품질 감독검사를 진행한다. 필요할 경우, 동급의 위생행정부의 허가를 받아 허가받은 제품에 대해 위생안전성 검정을 진행할 수 있다.

(4) 추출 검사한 제품은 국가 《화장품 위생표준》 및 그 표준방법에 따라 검사한다.

(5) 기업이 위생감독 검사기관에서 작성한 제품의 위생품질평가에 이의가 있을 경우, 상급 위생감독 검사기관에 재심한다.

제31조 화장품 경영의 위생감독 요구는;

(1) 화장품 경영자(도, 소매 포함)는 반드시 《조례》 제13조 규정을 준수해야 한다.

(2) 생산기업이 경영하는 기관에게化妆품을 판매 시 《화장품 생산기업 위생허가증》(사본)을 제시하여야 하며, 경영하는 기관은 해당제품의 라벨에 《화장품 생산기업 위생허가증》번호와 공장명이 소지한 《화장품 생산기업 위생허가증》(사본)과 일치한지를 확인하여야 한다.

(3) 화장품 경영자는 매입 시 매입 화장품이 아래의 표기 또는 증서를 갖췄는지 검사하여야 한다. 아래의 표기 또는 증서를 갖추지 않았을 경우 매입과 판매를 해서는 안 된다.

1. 국산화장품 라벨 또는 소포장에 반드시 《화장품 생산기업 위생허가증》번호와 기업의 제품 출하 검사합격증이 있어야 한다. 특수용도화장품은 국무원 위생행정부에서 발급한 허가번호도 갖추고 있어야 한다.

2. 수입화장품은 국무원 위생행정부의 허가서류(사본)이 있어야 한다.

(4) 소포장하여 판매하는(별크 판매) 화장품은 위생 청결, 오염방지에 주의를 기울여야 한다.

제32조 화장품 경영자에 대해 부정기 검사를 실시하되, 경영하는 기관의 《조례》 및 《실시세칙》

제31조 규정 준수여부를 중점적으로 검사한다.

매년 관할구역내의 화장품 도매상에 대해 적어도 1회는 순회 감독한다; 매 2년 관할구역내의 화장품 소매상에 대해 적어도 1회는 순회 감독한다.

검사결과는 정기적으로 상급 위생행정부 및 화장품 위생감독 검사기관에 보고하며, 경영하는 기관 부서에도 통보된다.

화장품 도매 및 소매업자에 대한 순회감독은 일반적으로 견본 추출 검사를 실시하지 않는다. 경영자가 판매하는 화장품이 인체에 부작용 혹은 기타 특수 원인이 발생 하였을 경우, 현금 이상의 위생행정부는 경영자가 판매하는 화장품의 위생품질에 대해 견본 추출 검사를 실시할 수 있다. 현금, 지방시 급의 위생정부의 견본 추출 검사는 상급 위생정부에 계획을 보고하여 허가를 받은 후 집행한다.

화장품 경영자에 대한 부정기 검사의 구체적인 분류 관리방법은 각 성, 자치구, 직할시 위생정부에서 제정하며, 위생부에 등록한다.

제33조 화장품의 광고 및 홍보는 《조례》 제14조 규정에 부합하여야 하며, 국가공상행정 관리부의 규정에 따라 관련 수속을 받아 실시한다.

- 제6장 화장품 위생감독기관과 직책

제34조 국무원 위생정부의 화장품 위생감독의 주요 직책은:

- (1) 전국 화장품 위생감독 업무의 방침, 정책을 제정하고, 전국 화장품 위생감독 업무를 검사하고 지도하며, 경험 교류를 조직한다;
- (2) 화장품 위생표준의 연구와 제정을 조직한다;
- (3) 화장품 신원료, 특수용도 화장품, 수입화장품의 위생품질 및 사용 안전을 심사하고, 화장품 신원료의 사용, 특수용도 화장품의 생산, 화장품의 최초 수입을 허가한다;
- (4) 국무원 위생정부가 인정한 화장품 위생에 대한 중대안건의 조사처리를 조직한다;
- (5) 《조례》 및 본 《실시세칙》에 따라 행정처벌을 결정한다.

성, 자치구, 직할시 위생정부의 화장품 위생감독의 주요 직책은:

- (1) 관할구역 내 화장품 위생감독 업무를 주관하고, 지방 시 급 위생정부의 화장품 위생감독업무를 검사하고 지도하는 것을 책임지며, 경험 교류를 조직한다;
- (2) 관할구역 내 화장품 생산기업에 대하여 예방성 위생감독과 《화장품 생산기업 위생허가증》 발급을 실시한다;
- (3) 특수용도화장품의 위생품질에 대한 초심을 진행하고 비특수용도화장품 등록을 책임진다;
- (4) 성, 자치구, 직할시 위생정부가 인정한 관할구역 내 비교적 중대안건의 조사처리

를 조직한다;

현 급 이상의 위생행정부는 본 《실시세칙》 제3조 제1관 제(1)항, 제10조 제2관, 제28조 제1관, 제32조 제5관 규정에 따라 관할구역 내 화장품 위생감독 업무를 주관한다.

제35조 각급 위생행정부는 현급 이상 검사조건을 갖춘 위생방역기관을 화장품 위생감독 검사기관으로 지정하여 화장품 위생감독 검사업무를 담당하게 한다.

제36조 상급 위생행정부는 하급 위생행정부 및 기타 화장품 위생감독 검사기관이 담당한 업무에 대해 감독, 검사, 지도의 책임이 있다.

상급 화장품 위생감독 검사기관은 하급 화장품 위생감독 검사기관에 대해 기술, 업무지도의 책임이 있다.

화장품 위생감독 검사시험실은 반드시 자격인증을 받아야 하고, 구체적인 방법은 국무원 위생행정부에서 제정한다.

제37조 화장품 위생감독 검사기관의 시험실이 검사능력과 조건의 미비로 자격인증을 받지 못하였을 경우, 그 검사 임무는 상급 위생행정부가 지정한 인증을 획득한 시험실에서 담당한다.

제38조 위생행정부 및 화장품 위생감독 검사기관은 생산기업이 제공한 생산기술 자료를 보관하는 전담요원을 둔다.

제39조 각 성, 자치구, 직할시 화장품 위생감독요원은 성, 자치구, 직할시 위생행정부가 각급 위생행정부 및 화장품 위생감독 검사기관 중에서 임명하며, 심사합격을 통해 “중국 위생감독” 증서와 배지를 발급한다.

국가 화장품 위생감독요원은 국무원 위생행정부에서 임명하여 증서와 배지를 발급한다.

제40조 화장품 위생감독요원의 조건은:

- (1) 정치사상 양호, 법규준수, 업무성실, 공정한 업무처리를 하여야 한다.
- (2) 전문대 이상의 전문학력 또는 의사 이상의 기술 직함을 구비하고, 화장품 위생감독의 관련법규와 화장품 생산, 경영, 사용에 대한 위생지식을 파악하고 있어야 하며, 독립적인 업무능력이 있어야 한다.
- (3) 《조례》 제7조에 규정된 질환이 없는 자.

제41조 화장품 위생감독요원의 수칙은:

- (1) 《화장품 위생감독 조례》 및 관련법규의 학습과 파악, 《화장품 위생감독표준》 및 생산, 경영과 사용의 위생지식을 파악하여, 부단히 정책수준과 업무능력을 높인다.

- (2) 법규를 근거로 업무를 수행하고, 직무에 충실하며, 예의 바른 태도로 사람을 대한다. 직권을 이용한 사리 도모, 직권남용, 허위조작, 위증, 뇌물 수수해서는 안 된다.
- (3) 임무를 수행 시 복장이 단정해야 하며, “중국위생감독”의 배지를 부착하고, 감독증 명서를 제시하여야 한다. 관련 법규에 의거 샘플과 자료를 수검할 경우, 명세서를 발급하고 사실에 입각한 기록을 성실히 이행한다.
- (4) 집행보고 제도를 엄격히 실시해야 한다.
- (5) 화장품 생산기업이 제공한 기밀을 요하는 기술 자료는 응당히 기밀보호의 책임을 진다.
- (6) 화장품 생산기업, 경영하는 기관에 검직 또는 고문을 담당해서는 아니 되며, 화장품 생산기업, 경영하는 기관과 공무 수행에 장애가 발생할 수 있는 경제 관계를 맺어서도 아니 된다.

제42조 화장품 위생감독 요원은 동급 위생행정부의 위탁을 받아 아래의 직책을 행사한다.

- (1) 화장품 생산기업의 신축, 확장, 개조의 부지선정과 위생심사 설계 및 준공검사에 참가한다.
- (2) 화장품 생산기업과 경영하는 기관에 대한 위생감독 검사를 진행함에 있어서 관련 자료를 요구하고, 화장품으로 인한 건강에 위해한 사고를 조사하여 처리한다.
- (3) 《조례》를 위반한 기관과 개인에 대한 행정처벌을 건의한다.

제43조 화장품 위생감독 관리는 “화장품 위생감독, 검측 연보표” 제도를 시행한다. 각급 위생행 정부는 상급부서에 “화장품 위생감독, 검측 연보표”를 정기보고 하여야 한다.

각급 의료기관은 화장품 부작용건이 발생한 경우, 즉시 해당 구, 현 화장품 위생감독 검사기관에 보고하여야 한다. 각급 화장품 위생감독 검사기관은 동급 위생행정부에 정기보고 하며, 동시 상급 화장품 위생감독 검사기관에도 사본을 보낸다.

- 제7장 벌 칙

제44조 본 《조례》와 본 《실시세칙》에 규정한 처벌은 합병 사용하여도 된다.

제45조 아래 행위의 하나에 해당하는 자는 경고처벌을 하고, 동시에 기한부 개선명령을 할 수 있다.

- (1) 《조례》 제6조 규정 중 한가지 항을 위반한 자.
- (2) 화장품 생산에 직접 종사하는 사람이 《조례》 제7조에 열거된 질병을 앓고 있으나 전출시키지 않은 자.

- (3) 《조례》 제13조 제1관 제2항, 제3항 규정의 하나를 위반한 자.
- (4) 《화장품 생산기업 위생허가증》을 변조한 자.
- (5) 특수용도화장품 허가문서번호를 변조한 자.
- (6) 수입화장품 위생심사증 또는 허가문서번호를 변조한 자.
- (7) 위생감독을 거부한 자.

제46조 아래 행위의 하나에 해당하는 자는 30일 이내의 생산중지 또는 영업중지 처벌에 처할 수 있으며, 경영자에게 위법소득의 몰수 및 위법소득의 2~3배의 벌금을 같이 처할 수 있다.

- (1) 경고처벌과 기한 내 개선 명령을 받고 이행하지 않은 자.
- (2) 《조례》 제6조 규정의 2개 조항 이상을 위반한 자.
- (3) 《조례》 제13조 제1관 제1항, 제4항, 제5항 규정 중 하나를 위반한 자.
- (4) 경영하는 기관이 특수용도 화장품 허가문서번호를 양도, 위조, 전매.

《조례》 제6조 규정 위반자의 생산중지 처벌은 불합격 부분에 대한 생산중지를 처할 수도 있다.

제47조 아래 행위의 하나에 해당하는 자는 《화장품 생산기업 위생허가증》의 허가취소를 처벌한다.

- (1) 생산중지 처벌을 받고도, 개선하지 않고, 화장품 생산 위생조건을 구비하지 않는 자.
- (2) 《화장품 생산기업 위생허가증》을 양도, 위조, 암거래한 자.

제48조 아래 행위의 하나에 해당하는 자는 위법소득의 몰수 및 위법소득의 2~3배의 벌금을 같이 처할 수 있다. 특수용도화장품 허가문서번호와 수입화장품 허가문서번호를 취소할 수 있다.

- (1) 생산기업이 특수용도화장품 허가문서번호를 양도, 위조, 전매한 자.
- (2) 수입화장품 생산심사증 또는 허가문서번호를 양도, 위조, 전매한 자.

제49조 《조례》에 몰수하도록 규정된 제품은 위생행정부의 감독 아래 폐기한다.

제50조 《화장품 생산기업 위생허가증》의 취소, 허가문서번호의 취소는 원 허가기관에서 허가한다.

제51조 당사자는 위생행정부의 구체적인 행정조치에 불복할 경우, 《조례》 제30조 규정에 따라 제심 신청과 소송을 제기할 수 있다.

제52조 《조례》의 위반으로 인체손상 또는 중독사고의 발생을 조성한 사항에 대해서 피해자는 《중화인민공화국 민사소송법》에 따라 인민법원에 손해배상소송을 제기할 수 있다.

제53조 화장품 위생감독 요원이 직권을 이용 사리 도모, 직권남용, 허위조작, 위증, 뇌물수수, 기업이 제공한 기술 자료의 유출 등 규율을 위반한 행위는 조사를 통해 부당 소득을 몰수하고, 위생행정부는 사안의 경중에 따라 행정처분하고 또한 화장품 위생감독 요원의 자격을 취소할 수 있다. 조성한 결과가 중대하고, 범죄로 구성되는 것은 사법기관에서 법에 의거 형사책임을 추궁한다.

- 제8장 부 칙

제54조 《화장품 위생표준》에 열거하지 않은 검사항목은 우리나라 약품, 식품 또는 관련 표준검사방법을 참조하여 진행한다.

제55조 《조례》 제7조 중 “화장품 생산에 직접 종사하는 요원”은 화장품 생산에서 원료배합, 제조, 반제품 저장, 용기세척, 충전, 소포장작업 및 제조장 출입이 빈번한 관리, 기술, 검사 요원들을 말한다.

제56조 《조례》 제10조 중 특수용도화장품의 함의는:

육발(育發)화장품; 모발의 성장, 탈모와 단모의 감소에 도움을 주는 화장품

염발(染發)화장품; 두발의 색상을 변경시키는 작용이 있는 화장품

탕발(燙發)화장품; 두발의 굴곡도를 변경시키고, 상대적으로 안정을 유지하는 화장품

탈모(脫毛)화장품; 체모를 감소, 제거하는 작용이 있는 화장품

미유(美乳)화장품; 유방의 건강미에 도움을 주는 화장품

건미(健美)화장품; 체형을 건강하고 아름답게 하는데 도움을 주는 화장품

제취(除臭)화장품; 액취 제거에 사용하는 화장품

거반(祛斑)화장품; 피부 표피 색소 침착을 경감하는 화장품

방쇄(防曬)화장품; 자외선 흡수작용, 일소로 인한 피부손상을 경감하는 기능이 있는 화장품

제57조 《조례》 제11조 중 “품질합격한 제품은 반드시 합격표기가 있어야 한다”에서 “합격표기”는 기업의 생산한 제품에 대한 검사합격증(인장)을 말한다.

제58조 《조례》 제50조 중 “처음 수입한 화장품”은 아직 국무원 위생행정부의 허가를 미취득한 수입화장품을 말한다.

제59조 본 《실시세칙》 제45조 제1관 제7항 “위생감독의 거부”는 온갖 수단과 방법을 동원하여 위생감독 기관과 위생감독 요원이 의법 수행하는 화장품 위생감독 직책을 방해 또는 지연하는 행위를 말한다.

제60조 수출화장품의 위생감독 관리는 국가 관련 법률, 법규 규정에 의해 집행한다.

제61조 화장품 위생감독, 검측검사는 국가 재정부, 물가국 관련 규정에 따라 비용을 받는다.

제62조 본 《실시세칙》은 공포일부터 실시한다. 기존 공포한 부문 규정이 《조례》와 본 《실시세칙》 규정과 대립되는 것은 《조례》와 본 《실시세칙》에 준한다.

자료 : 대한화장품협회, 2016

* 중국 화장품안전기술규범 개정 관련 주요내용은 국제환경규제기업지원센터 분석보고서 201-16-023, 2016에 정리되어 있음

화장품 위생규범대비 변화사항

자료 : KTR 중국, 2016. 8

명칭	화장품위생규범	화장품안전기술규범
전문용어 및 해석	《화장품 위생감독 조례》(위생부 령 제 3호)와 일치 <u>화장품만 정의</u>	<u>화장품, 특수화장품, 비특수 화장품, 화장품 원료, 사용금지 성분, 제한 성분, 패키지 재료, 안전성 위험물질 등 관련 용어에 대해 자세하게 정의한다.</u> 《기술 규범》중 관련된 명사와 전문 용어에 대해 해석하고 관련 개념을 명확히 함 화장품제품기술 요구관련 내용을 추가, 보편적인 검측방법 등 화장품 품질안전과 밀접한 기술 표준과 요구를 추가 《위생규범》중 원래 있는 관련 검측 방법을 유지하고, “국가 식품약품 감독부서 발행 ‘ <u>화장품 중 금지·제한 사용물질 검측 방법 60개</u> ’ 추가” 화장품 중 안전성 위험 물질 및 사용가능 물질을 나누어 관리하고, <u>사용금지, 제한사용 및 사용가능 성분</u> 에 대해 명확하게 분류 및 관리 강화
화장품 안전사용 요구	전문 용어 없음 관련 내용 : 화장품 위생요구 및 화장품 패키지 요구	일반 요구, 성분 요구, 미생물학 안내 요구, 유해물질 제한 값 요구, 패키지 재료요구, 라벨 요구, 어린이화장품 요구, 원료 요구 8부분을 포함
유해물질 제한	수은 ≤ 1mg/kg 납 ≤ 40mg/kg 비소 ≤ 10mg/kg 메틸알코올 ≤ 2000mg/kg	수은 ≤ 1mg/kg <u>납 ≤ 10mg/kg(기준 조정)</u> <u>비소 ≤ 2mg/kg(기준 조정)</u> <u>카드뮴 ≤ 5mg/kg(추가)</u> 메틸알코올 ≤ 2000mg/kg <u>다이옥신 ≤ 30mg/kg(추가)</u> <u>석면 ≤ 검출 불가(추가)</u>

금지/ 제한성분	<ol style="list-style-type: none"> 1. 금지 성분 : 1,208항목 2. 금지 동식물 성분 : 78항목 3. 제한사용 물질 : 73항목 4. 제한사용 방부제 : 56종 5. 제한사용 자외선 차단제 : 28종 6. 제한사용 착색제 : 156종 7. 당분간 사용 가능한 염색제 : 93종 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 금지성분 : 1,290항목 (메칠디브로모글루타로나이트 (CAS.35691-65-7)와 요오드산나트륨(CAS. 7681-55-2) 추가) 2. 금지 동식물 성분 : 98항목(20개 추가) 3. 화장품 제한사용 성분 : 47항목 (원 화장품 성분 중 제한 물질) - 28개 삭제 : 6-Methyl coumarin, Aluminium fluoride, Ammonium fluoride, Ammonium, Ammonium Monofluorophosphat, Benzoyl peroxide, Calcium fluoride, Calcium monofluorophosphate, Cantharides tincture, Hexadecyl ammonium fluoride, Hydroquinone, Hydroquinone methylethe, Magnesium fluoride, Magnesium fluorosilicate, Nicomethanol hydrofluoride, Octadecenyl -ammonium fluoride, 3-(N-Hexadecyl-N-2-hydroxyethylammonio)propylbis(2-hydroxyethyl)ammonium difluoride, NN'N'-Tris (polyoxyethylene)-N-hexadecylpropylenediamine dihydrofluoride, Potassium fluoride, Potassium fluorosilicate, Potassium monofluorophosphate, Sodium fluoride, Sodium fluorosilicate, Sodium monofluorophosphate, Stannous fluoride, Strontium acetate hemihydrate, Strontium chloride hexahydrate, Triclocarban (INN) - 2개 성분 추가 : Polidocanol, Strontiumchloride
사용가능 성분		<ol style="list-style-type: none"> 1. 제한사용 방부제 변경 : 51항목 - 아세트아미노펜, 헥사메틸렌테트라민, 1,2-Dibromo-2,4-dicyanobutane, 셀룰로오스-15, 요오드산나트륨 삭제 2. 제한사용 자외선차단제 변경 : 27항목 - 디카복실산 삭제(사용금지)

54 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

		<p>3. 제한사용 착색제 변경 : 157항목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 오배자(GALLA RHOIS) 추출물 추가 - 의견요청본 중 삭제하려던 CI 45425 유지 <p>4. 제한사용 염색제 변경 : 75항목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 금지 성분 변경 (7항목) : 2,4오르토 마미노페놀, 2,4오르토 마미노페놀 HCl, 4,4'디아미노디페닐아민, 4,4'지아미노디페닐아민 황산염, 히드로퀴논, N,N디메틸-p-페닐렌디아민, N,N 디메틸실-P-페닐렌디아민 황산염 - 14 항목 삭제 : 2-니트록실-p-디메틸, 2-니트록실-p-디메틸2HCl, 2-니트록실-P-페닐렌디아민 황산염, 6-아미노기-m-크레, 애시드 오렌지 3호(CI10385), 빅토리아 푸어 블루26호(CI 44045), 빅토리아 푸어 보라 14호(CI 42510), 유기용매염색 4호 [CI 61105], HC 노란6호, N,N-디에틸에테-p-페닐렌디아민, N,N'-디메틸실-p-페닐렌디아민 황산염, N,N'-디메틸 톨루엔-2,5-디아민HCl,o-아미노페놀, o-황산 암모니아, 톨루엔-3,4-디메틸 - 3항목 추가 : 5-아미노기-4-메틸 히드로클로라이드, 아미노페놀 히드로클로라이드, 기타 머리 염색제로 사용할 수 있는 착색제는 [표6 화장품 사용가능 착색제] 규정 요구를 맞춰야함
<p>이화학 검측방법</p>	<p>총 28 항목</p>	<p>총 79개 항목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 스트론튬, 불소 이화학 검측 방법 삭제 - 추가 : 국가총국 발행 금지·사용제한 물질 검측방법 60개

4.3 화장품 CFDA 위생허가 획득 절차(관련서류 및 절차)

○ CFDA 신청절차 및 필요서류는 다음과 같음

표 15 중국 위생허가(CFDA) 신청절차

1	1차 서류준비	<ul style="list-style-type: none"> - 제품처방 - 단상자 설계도(중문번역본 포함) - 수권서 및 서명수권서 - 접수수권성명서 - 제조공정도
↓		
2	CFDA 기업등록(5근무일)	<ul style="list-style-type: none"> - 수권서 - 접수수권성명서 - 재중국신고책임회사 사업자등록증 - 화장품행정허가 인터넷 신고시스템 ID 및 PW 신청표
↓		
3	화장품 행정허가검사 (비특수 : 2~3개월, 특수 : 3~10개월)	<ul style="list-style-type: none"> - 동일 LOT No. 샘플 - 화장품 행정허가 검사신청표 - 제품처방 및 제품설명서
↓		
4	2차 서류준비	<ul style="list-style-type: none"> - 제품품질규격 - 자유판매증명서(중문본) - 위탁생산계약서 - ISO/GMP원본 - 생산공정도
↓		
5	CFDA 서류접수(5근무일)	<ul style="list-style-type: none"> - 수입(비)특수용도 화장품행정허가 신청표 - 제품 중문명칭과 명명근거 - 제품처방 및 제품기술요구 - 생산 공정도 - 제품품질안전통제요구 - 제품의 원 포장 디자인

56 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립



자료 : 한국피부임상과학연구소, 2016

○ CFDA 준비서류 목록은 다음과 같음

표 16 CFDA 준비서류 목록

No	서류명	작성 주체	서류 발급 기관	비고
1	수입화장품 위생허가신청서	제조업체 (수입업체)		- 샘플 검사를 통과하면 수입화장품 위생 행정허가증이 발급됨
2	수입화장품 위생행정허가증		국가식품약품 감독관리총국	- 4년간 유효, 만료 46개월전에 갱신하여야 함 - 분쟁에 대비하여 위생허가증 원본을 보관하는 것이 좋음
3	제품명, 유형	제조업체 (수입업체)		
4	성분의 함량	제조업체 (수입업체)		- 금지성분이 포함 여부에 유의
5	제품 품질 기준 및 시험방법	제조업체 (수입업체)		- 원문과 중국어 번역본 필수
6	제조국의 생산 및 판매 증빙서류	제조업체 (수입업체)		- 각 3부
7	외국 판매 승인 제품등록 서류	제조업체 (수입업체)		- 각 3부

8	제품의 생산, 등록, 판매 기준 평가보고서		공인 연구기관	- 중국에서 생산되거나 또는 다른 나라에서 생산된 제품 상관없이 적용 - 중국어 번역본 5부 첨부
9	제품 위생안전성 평가자료 또는 품질평가 보고서		공인 연구기관	- 각 5부
10	제품 라벨	제조업체 (수입업체)		- 제품 라벨은 중국어로 번역할 것 - 제품 라벨 브로슈어 각 3부
11	제품의 샘플 전체 포장	제조업체 (수입업체)		- 3분의 소포장으로 준비
12	위임장	제조업체 (수입업체)		- 변호사 공증 필수 - 한국외교부 인증, 중국대사관 인증 필요
13	성명서	수입업체		- 중국 현지에서 공증 필요
14	제조공정도	제조업체 (수입업체)		
15	원산지증명서		관세청/ 대한상공회의소	- 관세 혜택을 받기 위해 필수
16	자유판매증명서(CFS)		대한화장품협회	- 온라인 신청 가능(약 일주일 소요)

자료 : 대한화장품산업연구원, 2016

○ CFDA 등록기관

- 중국 CFDA에서 인정한 화장품 행정허가 검사 기관은 중국 내 27개이며, '16년 5월 6곳을 추가 지정하여 현재는 33곳으로 증가

표 17 CFDA에서 인정한 화장품 행정허가 검사 기관(33곳)

번호	화장품 행정허가 검사기관 명칭	검사항목	홈페이지
1	중국질병예방통제센터	미생물/ 위생화학/ 독리학	http://www.chinacdc.cn
2	북경시질병예방통제센터		http://www.bjcdc.org
3	요녕성질병예방통제센터		http://www.lncdc.com
4	상해시질병예방통제센터		http://www.scdc.sh.cn
5	강소성질병예방통제센터		http://www.jshealth.com
6	절강성질병예방통제센터		http://www.cdc.zj.cn

7	광둥성질병예방통제센터		http://www.cdcp.org.cn
8	사천성질병예방통제센터		http://www.scdpc.gov.cn
9	호북성질병예방통제센터		http://www.hbcde.cn
10	북경시약품검험소		http://www.bidc.org.cn
11	상해시식품약품검험소		http://www.sifdc.org.cn
12	광둥성약품검험소		http://www.gdidc.org.cn
13	절강성식품약품검험소		http://www.zyjy.org.cn
14	산둥성식품약품검험소		http://www.sdifdc.org.cn
15	복선성약품검험소		http://www.fjdc.org.cn
16	광주시약품검험소		http://idc.gzfda.gov.cn
17	심천시약품검험소		http://www.szidc.org.cn
18	중국심품약품검정연구원		http://www.nicpbp.org.cn
19	요녕성식품약품검험소		http://www.lnfdc.org
20	광서장족자치구식품약품검험소		http://www.gxyjs.org.cn
21	복건성하문시약품검험소		-
22	중국인민해방군공군총병원		http://www.kj-hospital.com
23	상해시피부병병원		http://www.shskin.com
24	중산대학부속제3병원	인체안전성/ 일소방지효과/ 패치테스트	http://www.zssy.com.cn
25	사천대학화서병원		http://www.cd120.com
26	중국의과대학부속제1병원		http://www.cmu1h.com
27	중국의학과학원피부병병원		http://www.pumcskin.net
28	천진시약품검측소		http://www.tjyjs.org
29	흑룡강성식품약품약품검측소	미생물/ 위생화학/ 독리학	http://www.hljifdc.org.cn
30	강소성식품약품감독검험연구원		http://www.jsifdc.org.cn
31	사천성식품약품검사검측원		http://www.scsyjs.org
32	중앙군사위원회후방보장부위생약품기기검측소		-
33	충칭시중의원	인체안전성/ 일소방지효과/ 패치테스트	http://www.cqsy.com/index.asp

자료 : 한국피부임상과학연구소, 2016

4.4. 중국 수출절차

- 국내 화장품기업의 중국 수출을 위한 절차는 다음과 같음
 - 제품을 수출하기 전 중국정부의 화장품 등록 또는 허가 필요함
 - 상표등록(필수는 아니나 향후 브랜드 사용 및 수출을 위해 선점할 필요성 있음)과 CFDA 위생허가 획득(현지 수출 및 판매를 위해 필수)후 수출계약을 체결하고 수출절차를 진행하거나, 수출계약에 관한 사항을 먼저 논의 후 상표등록 및 위생허가 획득절차 등 준비과정을 진행할 수도 있기에 기업의 목적 및 준비상황에 맞게 사전준비 과정을 조정할 수 있음
 - 수출계약 후 2, 3번 진행 또는 2, 3번 준비과정 완료 후 수출계약 체결

표 18 중국 화장품 수출 절차(사전 준비)

1	수출계약	- 거래조건 협의 및 계약
↓		
2	상표등록	- 상표 예비심사 및 준비 (제품허가 신청과 동시 진행 가능)
↓		
3	제품허가 신청	- 첫 수입화장품은 CFDA에 허가 신청 필요 - 위생허가증 또는 등록증 취득
↓		
4	통관 서류 준비	- 송장(Invoice) - 포장명세서(Packing list) - 배송 증명서(Delivery letter) - 리플릿, 카탈로그 등의 관련서류 - 보험증명서(Insurance certificate) - 선하증권(Bill of lading) 또는 항공화물운송장(Airway bill) - 신용장(Letter of credit)
↓		

60 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

5	관세사 / 포워딩 업체선정	<ul style="list-style-type: none"> - 관세사(수출신고필증 발급) - 포워딩업체(선정스케줄 확인)
↓		
6	적재	
↓		
7	바이어 서류 전달	<ul style="list-style-type: none"> - 원산지 증명서 - 상업송장(C/I) - 포장명세서 - 제품성분표 - 제조공정도
↓		
8	수출신고	<ul style="list-style-type: none"> - 관세청(유니패스)

자료 : 대한화장품산업연구원, 2016

○ 화장품 중국 수출을 위한 절차(상표 등록)

- 중국은 우리나라와 같이 마드리드 동맹국이므로 국내에서 상표를 국제출원 한다면 중국에서도 동일한 상표권 보호를 받을 수 있음
- 등록신청 예상소요기간은 18개월이나, 실제로 2~3년이 소요됨
- 상표등록 행정비용은 건 당 1,000위안이며, 현지 대행사를 통해 진행할 경우 최대 5,000위안의 비용이 발생함

표 19 중국 상표국 등록 절차 7단계

1	상표 예비 검색	<ul style="list-style-type: none"> - 소요기간 : 2~7일 - 상표국 홈페이지 확인 가능
↓		
2	상표 신청	<ul style="list-style-type: none"> - 서류제출 및 신청 - 사업자등록증 및 증문번역본
↓		
3	상표형식 심사	<ul style="list-style-type: none"> - 소요기간 : 1~2개월 - 제출한 서류의 규정 부합 여부 심사
↓		
4	상표접수통지서 발급	<ul style="list-style-type: none"> - 형식심사 통과시 '상표접수통지서' 발급 - 형식심사 미통과시 수정 후 재 접수
↓		
5	상표실질검사	<ul style="list-style-type: none"> - 소요기간 : 12개월 - 상표법 규정 여부 심사 - 기 등록된 상표와 중복여부 심사
↓		
6	상표광고	<ul style="list-style-type: none"> - 소요기간 : 3개월 - 광고 후 3개월 이내에 이의제기가 없으면 효력 발생
↓		
7	등록증 발급	<ul style="list-style-type: none"> - 등록 결정 후 발급

자료 : 대한화장품산업연구원, 2016

○ 화장품 중국 수출을 위한 절차(현지 통관)

- 중국의 주요 물류지역은 대부분 동부연안에 집중되어 있음
 - 주요 공항 : 상해, 북경, 광주, 심천, 성도
 - 주요 항만 : 상해, 영파, 광주, 청도, 천진
- 수출하는 제품에는 중문으로 작성된 라벨을 부착하여야 하며, 출발 전에 부착하거나 보세구역, 검역감독관리창고에서 부착을 할 수 있음
 - 중문라벨표시 내용 : 제품명칭, 등록번호, 생산업체 명칭과 주소, 중개판매상의 명칭과 주소*, 원산국, 내용량, 제조번호 및 사용기한, 사용방법, 주의사항, 보관 조건, 전성분
 - * 수입화장품은 원산국의 명칭과 중국규정에 의해 등록된 대리상, 수입상 또는 중개판매상의 명칭과 주소로 표시해야하며, 생산자의 명칭과 주소는 생략 가능

표 20 중국 현지 통관 절차



자료 : 대한화장품산업연구원, 2016





제3장 중국 진출 방안

1. 중국 진출 절차

1.1 진출절차

□ 제품 위생허가 신청단계

- 공식적으로 화장품의 중국 수출을 위한 위생허가 절차는 다음과 같음

1단계	서류 준비 및 CFDA 기업등록
	• CFDA 홈페이지 내 신고 시스템 ID 및 PW 신청, 서류준비
2단계	CFDA 행정허가검사
	• 처방, 제품정보 등 신청서 작성, 샘플검사, 검사보고서 발급
3단계	서류 준비 및 CFDA 허가 접수(5근무일)
	• CFDA 행정접수 서비스센터에 서류 제출 및 허가 접수
4단계	CFDA 기술 심사평가(비특수 : 약 20근무일, 특수 : 약 100근무일)
	• 화장품 심사유형 별 소요기간이 상이함
5단계	허가증 제작(약 10근무일) 및 발급
	• 허가증 제작 후 증서 수령 가능(수권자, 대리인, 현지 법인 담당 수취)

□ 위생허가 준비 서류

- 각 단계별로 필요한 서류가 상이하며, 요청하는 기관에 맞게 필요서류를 준비하여야 함

표 21 중국 진출 제품등록 필요서류

	필요 서류	내용
1	제품처방 검사신청서 제품사용설명서 동일 LOT NO. 샘플	CFDA에서 지정한 화장품 행정허가 검사기관에 제출하는 서류
2	화장품행정허가 신청서 제품중문명칭명명근거 제품처방 제조공정의 서술 및 공정도 제품품질안전통제요구 제품포장(라벨, 설명서 포함) 검사보고서 안전성평가자료 재중신고책임기관수권서 사본 재중책임신고책임기관 사업자등록증(영업집조) 광우병 안전성 증명서 자유판매증명서(중문) 제품기술요구 미개봉 샘플 1개	CFDA 행정접수 서비스 센터 제출 서류
3	단상자 설계도(중문번역본 포함) 접수수권성명서 제품품질규격 위탁생산계약서 ISO/GMP 인증서	행정허가에 도움을 주는 기타 준비서류

자료 : 한국피부임상과학연구소, 2016

표 22 수입통관 필요서류

	분류	내용
1	C/I (Commercial Invoice)	수출업자가 계약 시 직접 작성, 물품의 내용과 특성 정확히 기입
2	계약서 또는 수출계약서 (중국 회사에서 준비)	한국회사와 중국회사 간 수출입계약서
3	P/L(Packing List : 포장명세서)	pallet 개수, box 개수, 순중량, 총중량 표기 필수
4	B/L (bill of landing)	선적 후 교부받음
5	수출신고필증	세관
6	원산지 증명서	대한상공회의소를 통해 발급 가능
7	자유판매증명서	대한화장품협회를 통해 발급 가능
8	제품검사성적서	제품별 검험보고(檢驗報告)
9	원포장스캔본(전면 번역본)	원포장 스캔 및 전면 기입된 내용 번역필요
10	중문표시라벨	중문으로 작성된 라벨을 부착
11	제품 원자재 배합 비율표	제품별 Material Safety Data Sheet

자료 : 대한화장품산업연구원, 2016

○ 수입통관

- 제품의 세금은 품목에 따라 다르며, 중국의 주요 물류지역은 대부분 동부연안에 집중되어 있음
- 기초화장품 2%, 기초화장품 제외 6.5%, 소비세 0~15%, 증치세 17%

□ 화장품 수출 프로세스

○ 중국 바이어 계약 후 진출일정(예)

추진내용	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주	10주
· 제품 등록(CFDA)	사전에 발급									
· 수출계약 체결										
· 현지 홍보계획 수립, 오픈닝 준비										
· 수출 통관(관세청), 포워딩 업체 지정										
· 한국→중국 배송(ship+rail)										
· 한국→중국 배송(air)										
· 수입 신고, 서류제출 및 세금납부										
· 디스플레이 및 준비										
· 오픈(판매) 및 홍보										

1.2 중국(심양) 주요 상권분석

1) 철서구 썩룽다도회(興隆大都會) 쇼핑몰 지역 상권분석

□ 지역개요

- 심양역에서 약 15분 거리에 위치하고 있으며 과거 중공업 단지에서 지금은 아파트와 생활 주거지로 바뀐 지역. 소득의 단위는 훈남 지역보다 높으며 주말을 이용한 가족 단위의 소비자의 이동이 비교적 많음. 또한 주변에 대규모 아파트 단지과 신설 오피스 건물 등이 입점 예정이며, 향후 밀집 상권의 형성이 기대되는 지역



▲ 철서구 썩룽다도회 쇼핑몰

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	철서구
	위치	沈陽市鐵西區建設西路
	매장위치	썩룽다도회쇼핑몰 이벤트홀 옆 1층
	매장크기	82㎡
	임차비용(월)	RMB 27,060위안(vat별도), 4,870,800원(환율180기준)

	계약기간	2016년 12월
	계약조건	m ² 당 입차료 RMB11위안(일) + (관리비 포함)
	보증금	2개월 입차료+제품보증금 RMB 5000+인테리어 RMB 5000
주변상권	시간당 유동인구	400명 이상
	주변상권(주요매장)	아파트, 마트, 호텔, 오피스텔, 영화관
	교통	쇼핑몰 바로 앞 지하철역이 위치하고 있으며, 버스 정류장 등 대중교통이 잘 구비되어 있음
	피크타임	오후 시간대 지역 아파트 거주자를 중심으로 이용객이 증가
	주말인구	시내 중심지역은 아니지만 주변의 대단위 아파트 단지가 밀집하여 주말에는 평균 10만명 정도가 유동되는 쇼핑몰이고 주말에는 메인 광장에서 이벤트를 실시하여 고객이 몰리고 있음
	기타사항	쇼핑몰 전체 면적이 33만평으로서 썬롱 브랜드 중 가장 큰 쇼핑몰로서 1~6층까지 쇼핑몰로 이루어져 있음. 1개 층의 면적은 3만평이며 좌우에 호텔과 오피스텔이 완공을 앞두고 있어 유동인구는 일평균 평일 4만명, 주말 8~10만명 수준. 또한 6층에 대형 극장이 자리하고 있어서 문화 공간으로도 고객 유입이 많이 되고 있으며, 지난 3월의 경우 중국 전체 극장 중 관객 수 1위를 기록하기도 함. 썬롱다도회 쇼핑몰의 리모델링이 완료되는 시점이 되면 자체 홍보만으로도 한국 상품에 대한 홍보가 많이 이루어질 수 있다고 판단됨. 또한 현재 주변에 FACESHOP, 마몽드 등 한국 브랜드가 들어와 있으며 로레알 등 외국계 화장품 브랜드와 왓슨 등도 입점 되어 있는 상태임. 또한 쇼핑몰에서 외국계 명품 브랜드를 유치하여 6월까지 리모델링을 계획하고 있어서 입점시 향후 쇼핑몰의 추가적인 활성화가 예상됨. 현재 입점을 예상하고 있는 공간의 중심 통로를 화장품 메인 공간으로 계획하고 있으므로 6월말 정리가 완료되면 현재 자리에 대한 프리미엄 효과를 기대할 수 있음. 또한 바로 옆에 있는 대형 이벤트 홀에서 주말마다 이벤트를 진행하고 있어서 주말에 높은 홍보 효과를 올릴 수 있음.



▲ 쇼핑몰 외관



▲ 쇼핑몰 외관 및 주변 지역



▲ 주변 매장 및 쇼핑몰 메인 무대

2) 황고구(皇姑區) 롯데 백화점 지역 상권분석

□ 지역개요

- 지역 인구수 73만 명. 요녕성 정부가 위치하고 있으며 요녕성의 행정문화중심지임. 심양의 우수한 초, 중, 고등학교들이 황고구에 많이 있으며 교육이 발달한 구역. 심양북릉과 출입국 관리소등이 위치하고 있으며 심양북역도 근처에 위치하고 있어서 향후의 발전 가능성이 높은 지역임. 심양 비행기 공장이 있는 등 경제력도 빠르게 성장하고 있음. 또한 심양북역이 근처에 있어서 타 도시 이용객들의 방문도 가능한 지역임



▲ 황고구 롯데백화점

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	황고구(皇姑區)
	위치	皇姑區 北陵大街 9-4, 9-5号
	매장위치	롯데백화점 1층 내
	매장크기	1층 사용, 60㎡
	임차비용(월)	RMB 21,600(월)(VAT별도) / 한화 3,888,000원(환율180기준)
	계약기간	계약후 1년간
	계약조건	㎡당 임차료 12RMB(일) + 관리비 2000RMB(월) + 매출이 임대료를 넘었을 때 차액의 25%(수수료)
	보증금	10,000RMB
주변상권	시간당 유동인구	100명

주변상권(주요매장)	신천지 쇼핑몰
교통	주하철역이 연계되어 있고 평상시 많이 혼잡하지않음
피크타임	주말 오후
주말인구	약 500명
기타사항	주변에 롯데월드 착공을 준비하고 있으며 향후 롯데월드와 함께 주변의 새로운 명물로 부상할 것으로 예상됨(2018년 완공 예정). 롯데부동산에서 개발한 고급 아파트 1500세대가 있고, 500M 거리에 홍콩개발상이 개발한 '심양천지'라는 쇼핑몰도 있어 어느정도 상권이 형성된 지역임. 중국내에서는 한국에 비하여 롯데 브랜드의 프리미엄이 아직까지 많지 않으나 비교적 쾌적한 분위기를 느낄 수 있는 쇼핑몰이며 지하의 마트가 있어서 마트를 찾는 고객들도 이용할 수 있는 장소임. 단, 아직 롯데백화점에 대한 홍보가 많이 이루어지지 않아서 매장 이용객의 숫자가 기존 중국 브랜드 쇼핑몰에 비하여 적기 때문에 주변 지역에 비해 다양한 홍보가 필요로 함



▲ 롯데백화점 외관 및 내부



▲ 롯데백화점 내부 전경

3) 중지에 쌍릉백화점 지역 상권분석

□ 지역개요

- 젊은 층과 유동인구가 많은 심양시의 대표적인 상업 지역으로 각종 쇼핑몰과 상가 등이 밀집한 지역. 상시 유동 인구가 많아 중지에의 중심거리로는 보행자 도로에 다양한 로드샵이 있고 지하로 상가가 지하철역까지 연결되어 있어서 항상 붐비는 지역임. 단, 젊은 층과 실소비자 보다 일반적인 방문객 및 구경만 하는 인구가 많아서 실 소비로 이어지지 않고 있으며 특히 고가 제품의 경우 실 판매율은 타동일 백화점에 비하여 떨어지고 있음



▲ 중지에 쌍릉다도회 쇼핑몰

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	선허구(沈河区)
	위치	선허구중지에(沈河区中街)
	매장위치	쌍릉백화점 지하1층에 위치하고 있음

	매장크기	35m ²
	임차비용(월)	RMB 35,000(월)(vat별도) / 한화 6,300,000원(환율 180기준)
	계약기간	1년
	계약조건	m ² 당 임차료 33위안(일)+관리비 포함
	보증금	2개월 임차료+제품보증금 RMB5000+인테리어 RMB5000
주변상권	시간당 유동인구	약 200명
	주변상권(주요매장)	중심거리에는 의류, 식당, 귀중품, 패스트 푸드점 등 다양한 상점이 몰려있음
	교통	중지에 지하철역과 버스, 택시 등 대중교통의 접근성이 용이하며, 평소 교통량도 많은 지역
	피크타임	평일 오후 시간대와 주말에 고객이 많이 몰림
	주말인구	주말에는 중심 홀에서 상시 이벤트를 진행하므로 다양한 고객들이 몰리고 있으며 이벤트 진행시 300여명 정도 유치되고 있음. 한국의 인사동 및 명동과 비슷한 지역
	기타사항	<p>심양의 대표적인 상권인 중지에 거리에 위치하고 있으며 썬롱 브랜드 중에서 가장 유동인구가 많은 지역 중의 하나임. 주변은 심양중성 신일성 등 중대형 쇼핑몰 등이 있어서 쇼핑 인구 및 유동인구가 많은 복합 상권이 구성되어 있음. 유동인구의 연령층은 다양하게 구성되어 있고 썬롱 지하에 마트가 발달되어있어 이와 연결된 쇼핑몰 쪽의 이용인구가 많은 편. 반면 백화점 화장품 매장부근은 쇼핑몰 쪽에 비해 유동인구가 적은 편임. 1층 화장품매장의 경우 유동인구는 많으나 화장품 문의나 상담 고객이 적기 때문에 입점 시 매장의 위치 선정이나 진열에 신경을 써야하며 실질적인 소비자는 적은 상태로 타 매장과 비교 시 구매율은 낮게 나타남.</p> <p>불특정다수를 대상으로 홍보만을 진행하기에는 좋은 지역. 매출 및 화장품 홍보를 위해서는 별도의 프로모션 등 각종 활동을 꾸준히 해야함</p>



▲ 건물 외관 및 주변지역

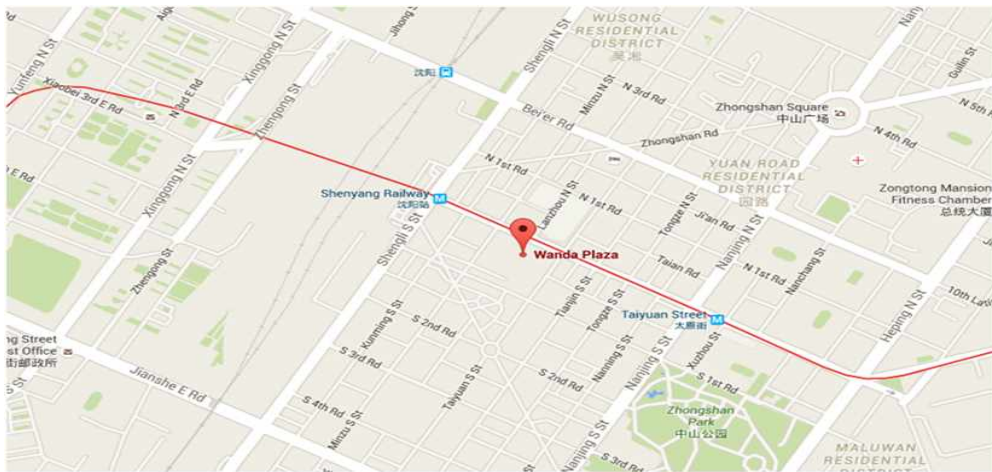


▲ 건물 내부 전경

4) 철서구 완다플라자 지역 상권분석

□ 지역개요

- 주변 지역이 아파트촌으로 구성되어 주말 이용객이 많고 실제 제품을 구매하고자 하는 거주자 위주의 내방객들이 많음. 단, 주변 아파트에 거주하는 사람들이 주로 이용하다보니 다른 매장에 비하여 유동 인구는 많지 않고 쇼핑가로 이루어져 있지 않아서 홍보를 위해서는 주변 지역에 대한 개별 마케팅 홍보 활동이 필요



▲ 철서구 완다플라자

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	철서구
	위치	鐵西區沈遼路
	매장위치	출입구 매장 들어오자마자 바로 왼쪽편
	매장크기	110m ²
	임차비용(월)	RMB 39,000(월)(vat별도) / 한화 7,020,000원(환율180기준)
	계약기간	1년
	계약조건	m ² 당 임차료 14.5(일) + 관리비포함
	보증금	2개월 임차료

주변상권	시간당 유동인구	200명 이상이나 화장품 코너 쪽은 50명 수준
	주변상권(주요매장)	전자상가가 바로 옆에 있어서 이용객을 흡수할 수 있음
	교통	대중교통이 있으며 주변에 상가들이 많아 차량 이용시 혼잡함
	피크타임	특정 시간은 없으나 보통 오후시간대가 고객이 많음
	주말인구	평일에 비하여 약3~4배 정도 많은 수치를 보임
	기타사항	철서구에 위치하고 있으며 주변에 까르푸가 있고 “마오에”라는 쇼핑몰이 주변에 위치하고 있어 소비 상권이 구성되어 있음. 한국의 목동과 유사한 지역. 주변 아파트단지가 밀집해있어 주로 아파트단지 거주자가 쇼핑몰의 주요 고객층. 중국에서 완다백화점 및 플라자는 네임벨류가 높은 쇼핑몰



▲ 건물 외관 및 중앙홀



▲ 건물 내부 전경

5) 심양북역 까르푸물 지역 상권분석

□ 지역개요

- 심양의 주요 기차역인 심양북역 바로 건너편에 위치하고 있으며 주변에 오피스텔 등 사무실이 많아서 유동인구는 많은 편



▲ 심양 북역 까르푸

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	심양시
	위치	심양북역 앞 까르푸 쇼핑물 매장 1층
	매장위치	까르푸 매장 건물 내 1층 피자헛 매장 앞 에스컬레이터 옆
	매장크기	25m ²
	임차비용(월)	RMB 17,000위안(VAT별도), 한화 3,060,000원 (환율180기준)
	계약기간	1년
	계약조건	m ² 당 임차료 680RMB(월) + 관리비 80RMB(월)
	보증금	1개월 임대료
주변상권	시간당 유동인구	300명 이상
	주변상권(주요매장)	병원, 호텔, 은행, 사무실, 정부시설이 많은 오피스 상권

교통	지하철역과 가깝고 지역 건물이 많아서 마트 이용자들에게 노출이 쉽게 됨
피크타임	주변 상가나 인근 오피스텔의 이용자들이 오후 시간대를 이용하여 찾고 있음
주말인구	일반적인 마트 이용객이 많아서 유동인구는 많은 편이고 피자헛 이용자 등 실제 매장 이용자 외에도 근처 회사나 오피스텔 등 직장인들도 많이 방문하는 상권
기타사항	중국인들에게 까르푸 브랜드는 친근한 이미지가 있어서 이용객들이 많은 쇼핑몰중의 하나임. 특히 심양에는 까르푸가 많아 주요지역마다 볼 수 있음. 전체적인 특성은 마트로 구성되어 있지만 전체 건물 중 일부는 일반 상가의 형식으로 임대료 줌으로써 semi 쇼핑몰 성격을 띠고 있음. 특성상 유동인구는 많을 수 있으나 화장품 구매 관련 고객의 예측이 힘든 장소. 따라서 주기적인 이벤트나 별도의 홍보 활동이 절대적으로 필요한 지역임



▲ 빌딩 외관

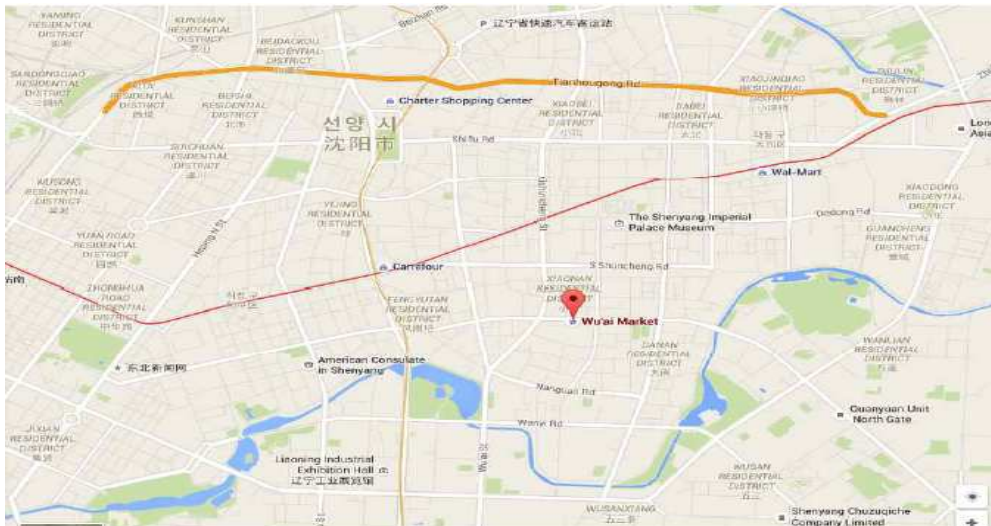


▲ 건물 내부 전경

6) 오애 도매시장 지역 상권분석

□ 지역개요

- 심양의심양시에 위치한 중국 6대 도매 시장. 동북3성(흑룡강성 및 길림성 포함. 유통인구 약 80만명) 최대의 화장품 도매시장이자 화장품 유통의 중심지임. 일반 소매판매는 하지 않으며 제품의 수입과 유통, 도매판매만을 하며 화장품을 유통하고자 하는 유통상 및 바이어들이 주로 찾음. 한편에서는 한국 화장품만 별도로 취급하는 도매상들이 있을 정도로 한국 화장품에 대한 현지 인지도는 높은 편. 국내 화장품기업이 직접 심양에 진출할 경우 고려할만한 지역은 아니나, 직접적인 진출이 아닌 에이전트 계약 또는 제품 수출만을 고려할 경우 바이어 및 유통상을 찾기에 도움이 될 수 있음



▲ 오애 도매시장

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	瀋河区 小南街
	위치	五愛市場
	매장위치	오애시장 내 화장품 시장
	매장크기	매장크기 다양

	임차비용(월)	임차비용은 높은 편이며 매장 내 샵인샵도 가능한곳 있음
	계약기간	계약 후 1년간 등 조건 다양
	계약조건	m2당 임차료 680RMB + 관리비 80RMB 계약기간 동안 해지 불가능
	보증금	1개월 임대료
주변상권	시간당 유동인구	화장품 거리 1,000명 이상, 오애시장 전체 약 8만명
	주변상권(주요매장)	헤어용품, 화장품, 패션, 잡화 등 다양
	교통	항상 혼잡
	피크타임	오전~3시 사이. 3시 이후 도매시장 영업 종료
	주말인구	주중, 주말을 구분 없이 인구 많음
	기타사항	중국의 6대 유통시장 중 하나로(한국의 남대문, 동대문 시장과 유사) 규모 및 역사가 있는 곳으로 심양뿐 아니라 다른성에서도 찾아오는 물류의 중심지. 중국 바이어의 경우 한국 화장품에 대한 가치는 알지만 우수 국내기업 및 제품에 대한 정보가 없기에 제품 및 기업에 대한 정확한 정보를 제공하고 상담을 진행한다면 현지 수출에 도움이 될 수 있음. 많은 바이어들이 제품 선정을 위해 방문하기에 국내 기업의 심양 진출 전 사전조사 및 분석을 위해 방문하면 도움이 될 지역



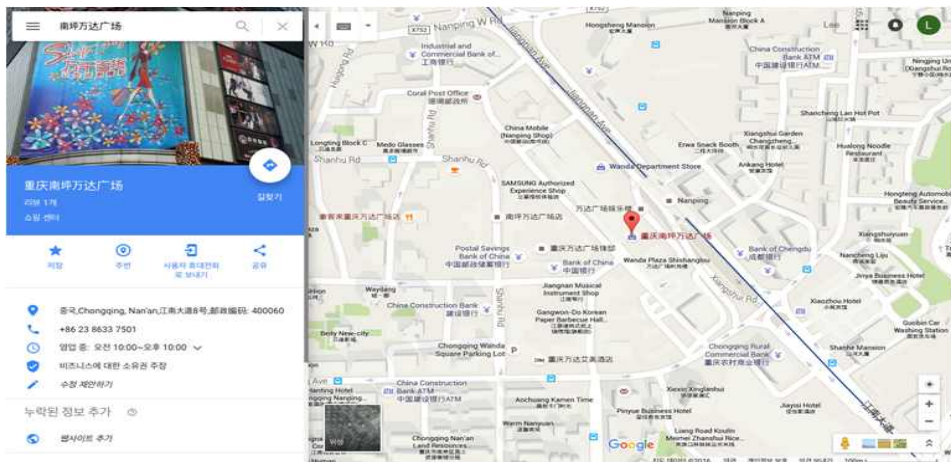
▲ 오애시장 주변 거리 및 내부 매장

1.3 중국(충칭) 주요 상권분석

1) 남안구(南岸區) 남평완다광장 지역 상권분석

□ 지역개요

- 완다그룹에서 계획 개발한 지역으로 아파트, 백화점, 호텔 및 쇼핑플라자(몰)가 한데 어우러져 있고 50m거리에 지하철역과 버스정류장이 있어서 매우 접근성이 좋은 지역



▲ 남안구 남평완다광장

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	南岸區(남안구)
	위치	江南大道8号, 南岸區, 重慶市, 中國
	매장위치	万達廣場 내 1층 매장
	매장크기	137.47m ²
	임차비용(월)	월세 54,988 RMB , 관리비 7,535 RMB
	계약기간	2년
	계약조건	m ² 당 400 RMB (3개월 치 선불), 관리비 m ² 당 55 RMB
	보증금	2개월 임차료

	시간당 유동인구	약 5,000명
	주변상권(주요매장)	아파트, 호텔, 마트, 보석, 쇼핑몰 등 다양
	교통	근처 쇼핑몰로 이어지는 지하철역이 있고, 버스정류장 있음
	피크타임	주말 아침시간부터 피크
	주말인구	13만 명 정도
주변상권	기타사항	완다프라자를 중심으로 거대한 상권이 형성되어 있고 근처에 Star light plaza 쇼핑몰이 있으며 부근에 호텔 및 백화점이 있음 원래 완다백화점이었으나 주요 쇼핑장소의 트렌드 변화(백화점 → 몰 또는 플라자 형태)로 매출이 저조해짐에 따라 백화점을 철수하고 그 자리를 완다플라자로 개조 변경하여 완다플라자와 백화점을 서로 연결시켜 대규모 쇼핑몰로 진화시키려는 계획을 가지고 있으며 현재 진행 중임. 5월 1일 국격절 전면 개장을 앞두고 입점 업체를 모집중. 주말에는 광장 주변에 자동차 전시 판매 행사 및 마케팅 행사로 사람들이 붐비고 비교적 연령대가 젊은 층의 손님들이 많은 것이 특징임. ZARA, 이니스프리, 스타벅스, H&M, IMAX 영화관, 음식점 등이 입점해 있음



▲ 건물 좌측외관, 건물 우측외관

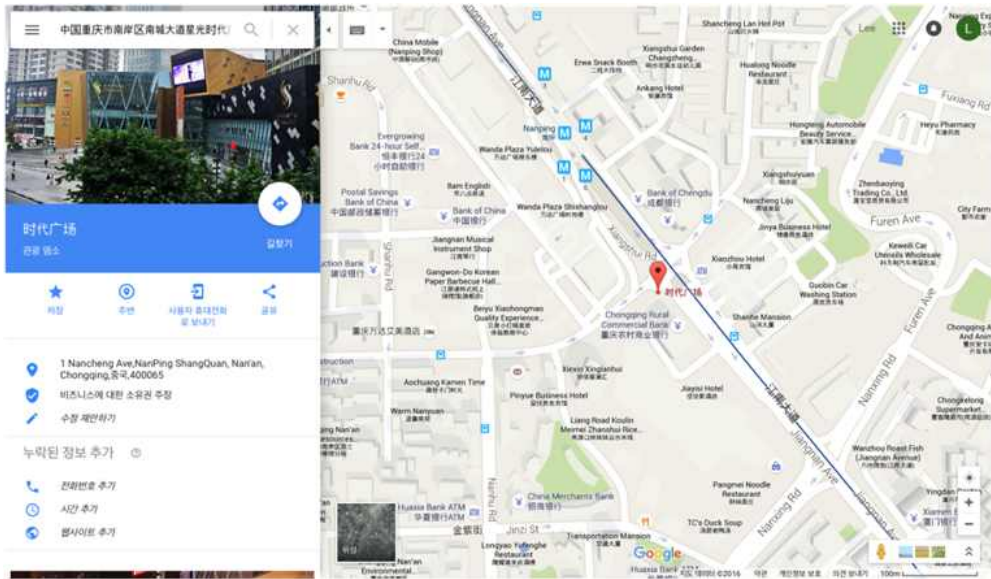


▲ 중심광장, 건물 밖 보행거리

2) 남안구(南岸區) 난핑시대광장(星光時代廣場) 지역 상권분석

□ 지역개요

- 協信(협신)그룹에서 만든 쇼핑몰로 근처에 완다프라자가 있고 지하철 환승역(3,4호선, 순환선)과 연결되어 위치하고 있어 교통적으로 편리하며 250여개의 매장이 입점되어 있는 층청 5위안에 드는 주요 대형 쇼핑몰임



▲ 남안구 난핑시대광장

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	南岸區(남안구)
	위치	江南大道28号, 南岸區, 重慶市, 中國
	매장위치	星光時代廣場 내 2층 매장
	매장크기	140㎡
	임차비용(월)	월세 56,000 RMB, 관리비 7,000 RMB, 광고선전비 1,400 RMB
	계약기간	2년
	계약조건	㎡당 400 RMB (3개월치 선불), 관리비 ㎡당 50 RMB, 광고 선전비 ㎡당 10 RMB
	보증금	2개월 임차료

주변상권	시간당 유동인구	약4,000명
	주변상권(주요매장)	IMAX영화관, 마트, 보석, 침구, SPA브랜드, 음식점 등 총 250여개 업체 입점 영업 중
	교통	근처 쇼핑몰로 이어지는 지하철역(환승역)이 있고 버스정류장도 쇼핑몰 앞에 있으며 2,400여대의 주차공간 보유. 중국 주요 몰의 경우 주차난이 심각하며 주차장의 확보가 중요
	피크타임	주말 점심시간부터 피크
	주말인구	7만 명 정도
	기타사항	완다프라자 길 건너에 있는 쇼핑몰로 근처에 완다프라자와 육교로 연결되어 있어 완다프라자의 고객 유입이 가능한 구조로 되어 있음. 2012년 개관한 이래 완다프라자와 차별화 전략을 가지고 고급 브랜드 유치에 힘을 쓰고 있으며, 깔끔한 매장 분위기와 동선을 넓게 사용하여 한국의 제2 롯데월드 분위기가 묻어남. 쇼핑몰 안에 INCOCO, 이니스프리 등 한국 화장품 업체 및 세포라 및 왓슨 등 해외화장품 판매점도 입점되어 있어 완다프라자 보다 좀 더 매출단가가 높게 나타나고 있음. 대형 LED를 통한 브랜드 홍보도 좋은 효과를 거둘 것으로 기대됨



▲ 건물 외관 및 내부

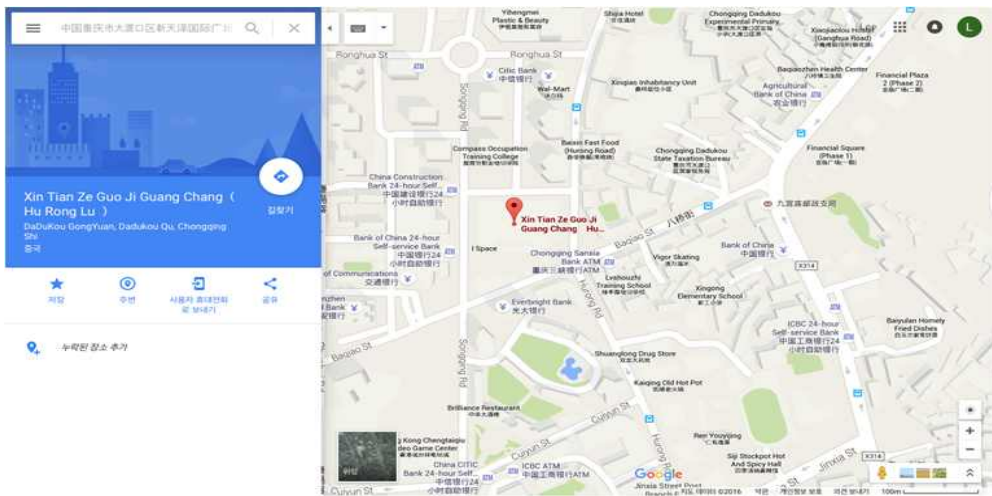


▲ 건물 내부 전경

3) 대도구(大渡口) 국제광장 지역 상권분석

□ 지역개요

- 대도구 보행거리를 중심으로 좌우측에 상권이 형성되어 있음. 보행거리 근처에 대규모 아파트단지가 있고, 근처에 모노레일역이 있어서 교통이 편리함. 평일 보행자가 7~8만 정도로 추산됨



▲ 대도구 국제광장

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	大渡口(대도구)
	위치	大渡口府商圈松青路(步行街中心)
	매장위치	新天澤國際廣場 내 1층 구 X.moko 매장
	매장크기	52m ²
	임차비용(월)	15,600 RMB (관리비 포함)
	계약기간	2년
	계약조건	m ² 당 300 RMB (3개월 치 선불)
	보증금	3개월 임차료

주변상권	시간당 유동인구	약 2,000명
	주변상권(주요매장)	2만 세대 입주 아파트, 보행거리 중심에 위치
	교통	300미터 거리에 모노레일역이 있음
	피크타임	평일은 오후 저녁, 주말은 점심시간부터 피크
	주말인구	3만 명 정도
	기타사항	대도구 지역의 가장 큰 보행거리로서 30층 높이 주상복합형 아파트가 보행거리를 둘러싸고 있는 형태로 되어 있음. 보행거리의 길이는 약500m 정도, 평일에는 아파트 주민들이 쇼핑몰의 주요 고객이며 주말에는 근처 지역 손님도 방문함. 샤오미, 피자헛, 스타벅스, H&M, IMAX 영화관 등이 입점해 있으나 매출은 높지 않은 편임



▲ 보행거리, 건물 외관

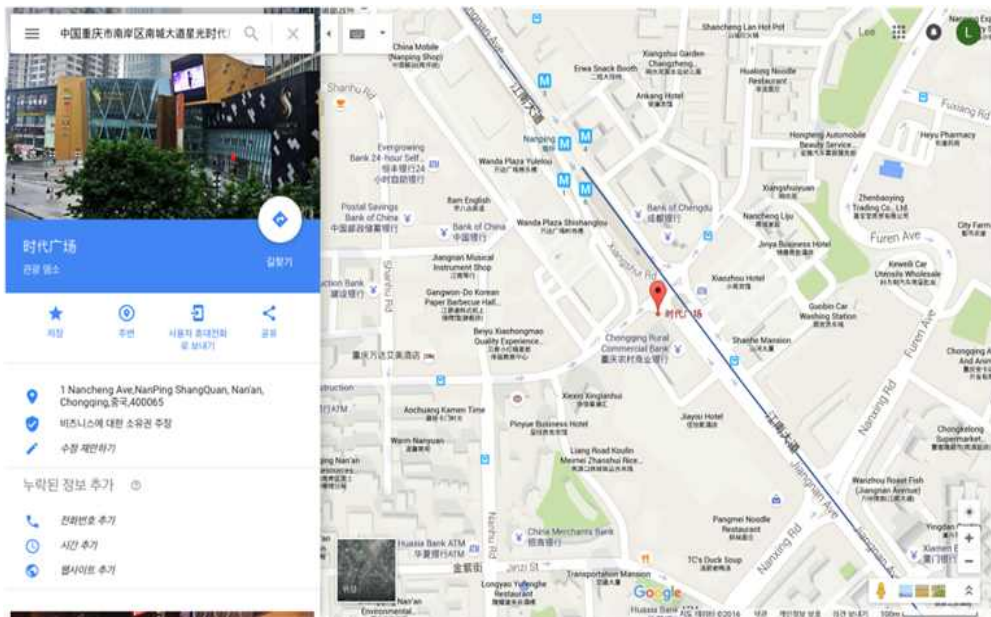


▲ 건물 내부 전경

4) 강북구(江北區) 관음교 북성천가 지역 상권분석

□ 지역개요

- 충칭에서 가장 큰 부동산 개발회사인 龍湖(용호)그룹에서 만든 쇼핑몰로 충칭시의 제1상권에 위치하고 있고 근처에 대규모 쇼핑몰 4곳 및 애플, 삼성매장이 있으며 관음교라는 역사 유적이 있어 내지인 및 관광객 등 유동인구가 가장 많은 곳으로 항상 변화하고 번잡한 곳임



▲ 강북구 북성천가(Pradise Walk)

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	江北區(강북구)
	위치	觀音橋步行街, 江北區, 重慶市
	매장위치	北城天街(Pradise Walk) 내 3층 매장
	매장크기	70m ²

	임차비용(월)	월세 105,000 RMB 혹은 매출액의 16% 수수료 중 높은 것을 월세로 책정, 관리비 3,500 RMB, 광고선전비 700 RMB
	계약기간	2년
	계약조건	m ² 당 1,500 RMB (1개월 후불), 관리비 m ² 당 50 RMB, 광고선전비 m ² 당 10 RMB
	보증금	3개월 임차료
주변상권	시간당 유동인구	약 9,000명
	주변상권(주요매장)	IMAX영화관, SPA브랜드, 스타벅스, 음식점 등 총 100여개 업체 입점 성업 중이고, 주위에 고급 명품 매장인 원동백화점과 star light 쇼핑몰, imix 쇼핑몰 등이 있으며 애플스토어, 삼성플래그쉽스토어 등도 위치해 있음
	교통	근처에 관음교 유적지로 이어지는 지하철역(환승역)이 있고 약 6천대 정도의 차량을 주차할 수 있는 주차장이 마련되어 있음
	피크타임	항상 혼잡. 주말에는 인산인해
	주말인구	약 15만명 (쇼핑몰 추산)
	기타사항	충칭시 제1상권으로 관음교를 중심으로 상권이 형성 되어 있고 주변에 명품백화점 및 쇼핑몰들이 다수 밀집되어 있음. 주변에 애플스토어, 삼성플래그쉽스토어 및 아시아에서 가장 큰 LED 전광판이 있는 백화점, 명품백화점, 면세점 등이 위치해 있어 브랜드 홍보 효과로서는 가장 큰 성과를 거둘 수 있을 것으로 기대됨. 현재 비어 있는 매장은 없으며 입점 대기시 5개월 정도 소요 예정임



▲ 건물 외관 및 주변

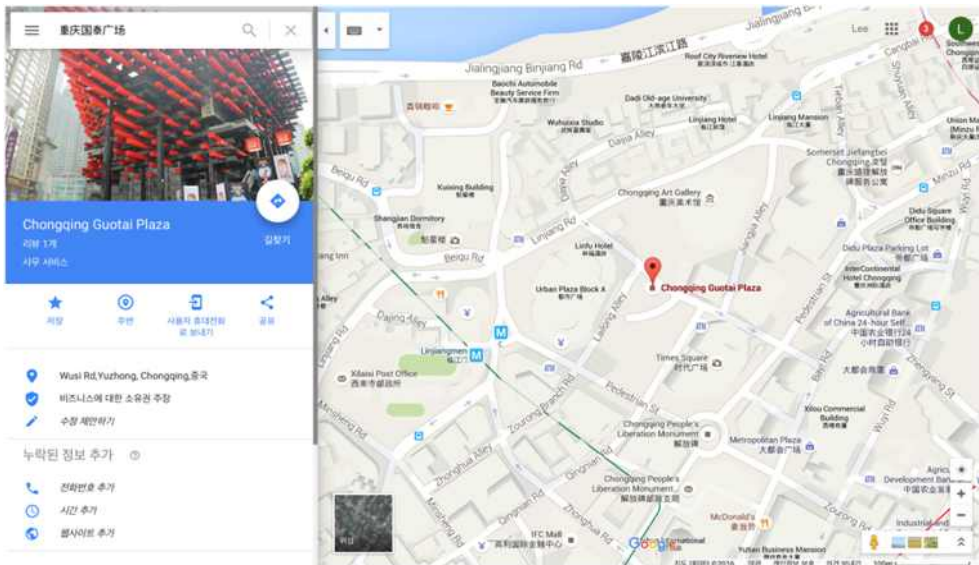


▲ 건물 외관 및 내부

5) 위중구(渝中區) 해방비 국태광장 지역 상권분석

□ 지역개요

- 鵬潤(봉운)그룹에서 만든 쇼핑몰로 충칭시의 제2상권에 위치하고 있음. 일본으로부터 해방된 기념으로 세운 해방비 광장을 중심으로 근처에 대규모 쇼핑몰 5곳이 있고 해방비를 보러 오는 외지 관광객들로 항상 유동인구가 많은 편임. 한국의 인사동 또는 명동과 같은 지역으로 주변에 다양한 길거리 음식, 음식점, 로드샵, 명품 매장, 쇼핑몰 등이 해방비를 중심으로 약 1Km안에 밀집되어 있음



▲ 위중구 국태광장(Guotai Plaza)

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	渝中區 (유중구)
	위치	해방비 지역, 臨江門五四路, 渝中區, 重慶市
	매장위치	國泰廣場(국태광장) 내 지하 1층 매장
	매장크기	85㎡
	임차비용(월)	월세 51,000 RMB, 관리비 4,250 RMB, 광고선전비 850 RMB

92 해외 화장품 정책 · 제도 분석 및 해외진출 전략 수립

	계약기간	2년
	계약조건	m ² 당 600 RMB (3개월 선불), 관리비 m ² 당 50 RMB, 광고선전비 m ² 당 10 RMB
	보증금	3개월 임차료
주변상권	시간당 유동인구	약 8,000명
	주변상권(주요매장)	애플스토어, SPA브랜드, 메트로시티 등 준 명품 브랜드, 버거킹, 스타벅스, 파파존스 음식점 등 총 70여개 업체가 성업중임. 주위에 고급 명품매장인 원동백화점과 star light 쇼핑몰, IFC몰, IMIX 쇼핑몰, 아울렛 매장 등 쇼핑몰이 많이 밀집되어 있는 지역임. 5성급 호텔도 3곳이 위치하는 등 상업적으로 발달되어 있음
	교통	근처에 유적지로 이어지는 지하철역이 있고 버스정류장은 동서남북으로 4곳과 연결되어 있어 교통 요충지임
	피크타임	항상 매우 혼잡. 주말에는 관광객으로 인산인해
	주말인구	약 5만명 (쇼핑몰 추산)
	기타사항	충청시 제2상권으로 역사 유적지인 해방비 중심으로 상권이 형성 되어 있고 주변에 명품백화점 및 쇼핑몰들이 즐비함. 외지인 관광객으로 인해 유동인구는 많으나 실제적으로 쇼핑몰에 쇼핑을 즐기려고 오는 현지인 손님들은 보통 수준임(명품매장 제외). 지하에 위치하고 있어 매장 홍보 효과는 큰 기대하기가 어렵고 주변이 쇼핑몰로 포화 상태라 새로운 고객층을 유도하기에는 큰 어려움이 있을 것으로 판단됨

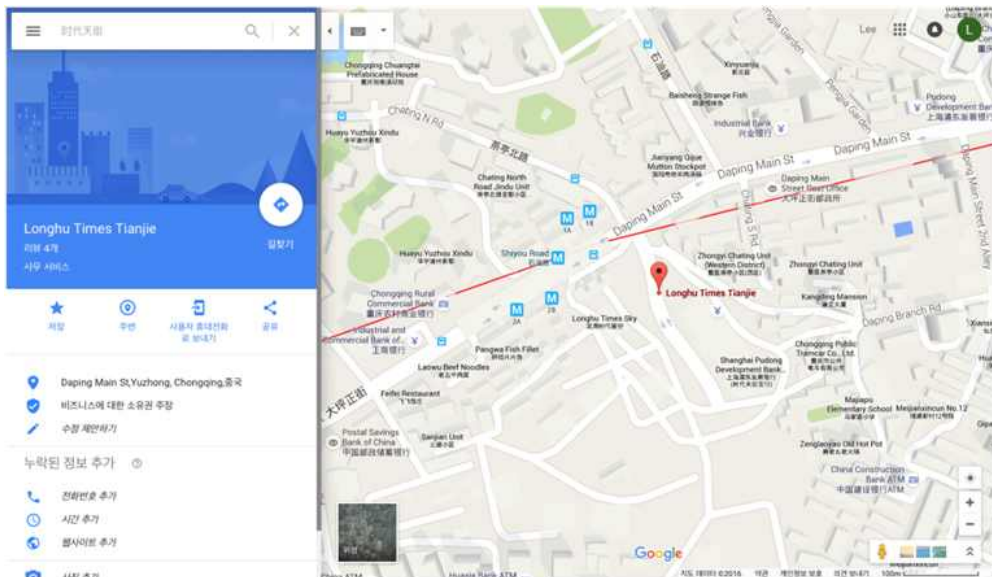


▲ 주변 상권

6) 위중구(渝中區) 다핑 지역 상권분석

□ 지역개요

- 충칭에서 가장 큰 부동산 개발회사인 龍湖(용호)그룹에서 만든 쇼핑몰로 충칭시에서 3위안에 드는 상권. 충칭시의 지리적 특성을 고려할 때 가운데에 위치하고 있어 충칭시 주요 상권에서 자동차로 30분 안에 접근 할 수 있음(단 교통상황에 따라 변동, 충칭시는 기본적으로 교통상황이 좋지 않음). 현재 A, B, C, D동 가운데 A, B동은 2012년, C동은 2015년 완공 및 영업중이며, D동은 2016년 완공을 목표로 현재 내외부 인테리어 작업 중임



▲ 위중구 時代天街(Paradise Walk)

□ 주요내용

조사항목		내용
매장입지 및 조건	지역명	渝中區 (유중구)
	위치	다핑 지역, 龍湖時代天街, 渝中區, 重慶市
	매장위치	時代天街(Paradise Walk) 내 B관 1층 매장
	매장크기	66m ²

	임차비용(월)	월세 33,000 RMB 혹은 매출액의 16% 수수료 중 높은 것을 월세로 책정, 관리비 3,300 RMB, 광고선전비 660 RMB
	계약기간	2년
	계약조건	m ² 당 500 RMB (3개월 선불), 관리비 m ² 당 50 RMB, 광고선전비 m ² 당 10 RMB
	보증금	3개월 임차료
주변상권	시간당 유동인구	약 6,000명
	주변상권(주요매장)	신세기 백화점과 붙어 있으며 A, B관에는 이랜드, SPA브랜드, 빅토리아스크릿, CK 등 패션브랜드와 왓슨, 세포라, 매닝스 등 화장품 매장, 탐앤탐스, 스타벅스, 망고식스, 카페베네, 설빙 등 식음료 및 음식점, IMAX 영화관 등 총 300여개 업체가 입점 되어 성업 중임. C관은 자라 및 SPA브랜드와 탐앤탐스, 아동용품 및 영유아 체험관, 미용실, SPA, 네일샵, 서점 등으로 구성되어 있음. D관은 20대를 겨냥한 트렌디한 패션 브랜드 및 식음료, 체험관으로 채워질 예정
	교통	지하철역이 쇼핑몰로 연결되어 있고 버스정류장 및 택시 정류장이 정문 앞에 위치하고 있음. 충칭시 가운데에 위치하여 지리적으로 편리함
	피크타임	항상 혼잡
	주말인구	약 10만 명(쇼핑몰 추산)
	기타사항	충칭시에서 3위안에 드는 상권으로 지리적으로 가운데에 위치하고 있어 충칭시 주요 상권에서 자동차로 30분안에 접근 가능. 현재 A, B, C, D관의 면적은 강북구 北城天街 쇼핑몰의 약 3배 크기로서 단일 브랜드 쇼핑몰로는 가장 큰 규모임. 유동인구는 실제적으로 쇼핑몰에 쇼핑을 즐기려고 오는 현지인 손님들이 대부분. 근처에 대학이 있어 20대 젊은 고객층도 상당하여 화장품 브랜드 마케팅에 큰 효과가 있을 거라 판단됨. 향후 D관까지 개관하게 된다면 충분히 큰 상권으로 발전할 수 있는 가능성이 높음



▲ 건물 외관 및 주변(C관)



▲ 건물 외관 및 내부사진

2. 중국 진출기업 사례

2.1 잇츠스킨

- '16년 4월 뉴월드 백화점과 중국 내 O2O 유통망 설립 계약을 맺어 크로스보더 전자 상거래몰 HOKO에 입점하였으며, HOKO의 웹사이트와 모바일앱에 잇츠스킨 플래그십 스토어 설립과 HOKO 쇼핑몰의 오프라인 매장과 중국 내 전시용 매장을 활용한 홍보를 진행하여 중국 내 브랜드 인지도 제고 향상과 QR 코드 구매 방식을 통해 간편한 구매 프로세스를 구축하여 진행.
- '16년 8월 중푸 상하이 면세점 '코리아 뷰티 존'에 입점하였으며 대표제품인 달팽이 크림을 포함한 총 36개 품목을 판매하고 있음. 주력 상품인 '프레스트지 크림 데스 까르고(달팽이크림)'의 주 원료인 뮤신에 대한 위생허가가 나지 않아 아직까지 정식 수출을 하지 못하는 상태에서 다방면으로 방법을 찾고 있음. 또한 위생허가가 늦어지는 경우 '17년 상반기 완공 예정인 한불화장품 중국 공장을 활용해 현지에서 생산할 예정



중국 '중푸 상하이 면세점' 외관 이미지

자료 : 한국경제, 잇츠스킨 유근직 대표의 중사업 청사진은? (2016.04.05)

2.2 이니스프리

- 제주 청정 원료인 녹차, 화산송이, 한란, 미역, 동백, 유채꽃 등에서 얻은 원료로 만든 제품을 합리적인 가격에 선보이면서 호응을 얻음
- 자연주의 브랜드를 활용하여 상품 기획 단계부터 고객 소비까지 환경을 생각하는 장기 프로젝트를 진행하여 긍정적인 이미지 구축
- 미세먼지나 황사에 민감한 중국 여성들이 친환경 화장품을 표현하는 이니스프리의 자연주의 이미지에 이끌리면서 매출이 급증하기 시작하였음
- 히트 상품 ‘슈퍼 화산송이 클레이 무스 마스크’는 미세먼지를 강력하게 흡착, 제거 해줘 유커에게 선풍적인 인기를 끌었으며, 중국인의 인기 여행지인 제주도의 천연 원료로 생산되는 것도 매출 상승에 영향을 미침
- ‘12년 중국 진출 시 웨이보 등 온라인 마케팅을 활용하였으며, 중국 소비자가 애용하는 내수 채널에 온라인 플래그십스토어를 열었음
- 이후 상하이, 선양 등 주요 도시에 순차적으로 오프라인 매장을 열어 고객이 브랜드를 직접 체험할 수 있도록 함. 현재 중국 내 이니스프리 매장은 307개로 지속적으로 매장 수를 확장하고 있음



중국 상하이에 위치한 ‘이니스프리 스토어’

자료 : 매일경제, ‘유커·SNS’의 힘...이니스프리 1조 클럽(2016.11.20)

2.3 네이처리퍼블릭

- '13년 온라인 쇼핑몰을 통해 중국에 처음 진출하였으며, 현재 총 30여 개 단독 매장을 운영하고 있음
- 도시의 규모와 경제력, 영향력 등을 고려해 대도시 중심으로 브랜드를 알리고 내륙 도시로 확대하는 전략을 선택함. 약 3억명 이상이 거주하는 내륙 도시는 높은 경제 성장률을 보이며 중국 내 블루오션 시장으로 떠오르고 있음. '16년 8월에는 중앙아시아와 유럽을 잇는 시안에 1호점을 오픈함
- 자연주의 콘셉트와 뛰어난 제품력을 바탕으로 '16년 상반기에만 20여 개 매장을 오픈하였으며, 하반기에는 내륙 도시에만 10개 매장을 추가 오픈하며 중국 사업을 더욱 확대할 계획
- 이와 함께 베이징과 상하이 등 대도시 핵심 상권에서도 공격적인 출점을 이어나가고 있음. 상하이 오각장 완다광장과 베이징 차오양구 대위성에 매장을 오픈함



시안에 오픈한 1호점 외관

자료 : 파이낸셜뉴스, 네이처리퍼블릭, 시안에 매장 열고 중국 내륙 시장 본격 공략에 나선다(2016.09.07)

2.4 토니모리

- '12년부터 '16년 10월까지 약 500여개의 제품에 대한 위생허가를 취득함으로써 안정적인 제품 유통 및 판매가 가능하도록 하였으며, 올 연말에는 700개 제품까지 진행할 예정
- 또한 중국 평후시에 토니모리 메가코스 공장을 건립하고 있으며, 이는 연간 5억개 물량을 생산할 수 있는 주문자상표부착생산(OEM)·제조자개발생산(ODM) 전문 공장으로 제품 기획부터 생산·유통까지 전 단계를 원스톱으로 진행할 계획
- 이는 물류비, 통관비 비용을 대폭 줄일 수 있고, 고객의 니즈를 빠르게 반영할 수 있어 더욱 효과적인 제품 생산이 가능할 것으로 전망
- 올해 3월 상하이 정다광장에 대규모 플래그십스토어를 열었으며, 현재 중국 내 토니모리의 매장 수는 소수지만, 한국과 같은 원브랜드샵 시장 형태로 진출할 목표



중국 토니모리 매장

자료 : 주간무역, 한국 화장품, 이제는 “Made in China by Korea” 시대! (2016.10.24)

2.5 에뛰드하우스

- '13년 중국 상해 난징시루 1호점 오픈을 시작으로 중국 진출을 본격화 하였음. 웨이보 등을 통해 브랜드스토리를 전파하면서 중국 소비자와 소통을 지속
- '14년 8월에는 중국 상해 난징동루에 글로벌 플래그십스토어 1호점을 오픈하였으며, 특유의 브랜드 이미지를 활용한 '공주의 생'을 모티브로 기존 매장 대비하여 더 극대화 함
- 현재 중국 내 41개 매장을 운영하고 있으며, 색조 화장품에 부과되던 소비세가 폐지 되면서 중국 사업을 확장할 계획
- 최근 기존 '프린세스 판타지'에서 현대적인 감성을 더한 '스위트 드림'으로 브랜드 철학을 변경, 변화를 꾀함. 국내 뷰티 브랜드 중 최고 수준의 SNS 팔로어를 확보 하여 디지털 커뮤니케이션에 익숙한 20대와 온라인 소통강화 등 다양한 SNS채널을 활용하여 긴밀하게 교류



상해 난진동루 글로벌 플래그십스토어 1호점

자료 : 이뉴스투데이, 에뛰드하우스, 글로벌 넘버원 영 메이크업..근간은 '글로벌·디지털·혁신'(2016.11.09)

3. 중국 화장품관련 바이어(참고)

No	Company Name / Address	Email / website	Person In charge	Contact
1	보리고진내	-	-	WECHAT ID : HAL198810170328
2	Perennial International Health and Medical Hub	-	Rui Liu	(86)15881188606
3	Thai health / 重慶市渝北區龍頭寺興盛大道99号中渝.梧桐郡	https://www.nuomi.com/detail/k00ryr142.html	-	(86)023-86721999
4	Miss.Q	-	-	-
5	Zhongqing Supplychain Management Co., Ltd.	-	陳紅	http://www.zqgf888.com

6	메이한국메이크업학원	67362626@99.com	-	(86)-186-4051-6070
7	인거마미용회관	997825081@qq.com	Bing han	136-9836-6883
8	매두사	-	Ree jong	-
9	북경화일유한공사	www.baxiannv.com	Bong eun ok	-
10	원보그룹심양총지사	518yunbao.com	Jang mun yong	-
11	심양시 오애도매상	-	자오 총경리	-

104 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

12	CHINAYUEFU	www.chinayuefu.com	강원 사장	-
13	조선백화점	-	정동매 사장	-
14	유엔미아카데미		메이원장	
15	뷰티샵 도매 유통상	-	김진화 사장	13390151349
16	한성전자(심양)유한공사	-	권정섭대표	139-0981-4473

중국 화장품관련 바이어(대한화장품산업연구원, 2016)

1.1.1. Real Me Cosmetic

西安瑞美化妝品有限公司			
담당자	Ms. Han	직위	사원
Tel	86 29 8833 9743	Fax	86 29 8833 9743
Email	info@nashakosmetika.ru		
홈페이지	www.realme9.com		
주소	North Second Ring Road, Xian Economic Development Zone, 699 East Metro. Incense domain, Building 2, Unit 1, Room 1802, China		
주요 수입 브랜드	BTRC, Ottie, Vichy 등		
주요 품목	스킨 케어, 헤어제품		
참고내용	○ 중국 현지 브랜드와 한국 브랜드를 취급하고 있으며, 쇼핑몰, 슈퍼마켓, 드럭 스토어 등으로 유통하고 있음. 수입 시 제품의 브랜드와 품질을 가장 중요시 여김		

1.1.2. Korea AISI Cosmetic Shanghai

韓國艾思化妝品(上海)公司			
담당자	Ms. Hu	직위	판매담당자
Tel	86 21 5499 7692	Fax	
Email	378424078@qq.com		
홈페이지	koreacos.cn.china.cn		
주소	Erhai Lake Road, Minhang District 99 13-502 Room, China		
주요 수입 브랜드	D'LAN, 예지후 등		
주요 품목	스킨케어		
참고내용	○ 한국 화장품과 기타 미용제품을 취급하고 있으며 천연 스킨케어 제품 수입에 집중하고 있음. 수입 시 3~5달러 가격대의 스킨케어를 선호하고 있으며 다양한 기능성 제품을 원함		

1.1.3. Weihai Meikejin Import and Export

威海美客进出口有限公司			
담당자	Mr. Lu	직위	판매담당자
Tel	86 63 1567 7221	Fax	
Email	251053189@qq.com		
홈페이지	ant1888.1688.com		
주소	Weihai City High District Shenyang Road 102-8, China		
주요 수입 브랜드	Missha, banilaco, Nury, SKIN79 등		
주요 품목	스킨케어, 메이크업, 향수 등		
참고내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2011년 설립하여 자체 브랜드를 보유하고 있는 기업임. 미주, 유럽, 아시아 각지에서化妆품을 수입하고 있으며 한국산 化妆품을 가장 많이 취급하고 있는 업체 ○ 주요 취급 제품으로는 스킨케어, 메이크업, 향수 등이며 최근에는 수분공급이나 달팽이 재생 기능이 있는 제품을 중점적으로 수입하고자 함 		

1.1.4. Shenzhen-Freeman Trading

深圳市强民丰商貿有限公司			
담당자	Ms. Zhu	직위	판매담당자
Tel	86 755 6167 9313	Fax	86 755 2349 0252
Email	754912889@qq.com		
홈페이지	http://www.unit-opt.narod.ru		
주소	Shenzhen Baoan District, Shenzhen, Ping Chau Po AGN Business Center 403, China		
주요 수입 브랜드	Skinfood, SKIN79		
주요 품목	스킨케어, 메이크업		
참고내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2011년 설립한 Shenzhen-Freeman Trading은 홍콩을 통해 한국제품을 수입하고 있음. 추가적인 한국산 化妆품을 취급할 의향이 있으며, 수입 시 프로모션 활동이 가능한 제품을 선호함 		

1.1.5. Qingdao Hanmeihui

青島韓美匯電子商務有限公司			
담당자	Ms. Zhao	직위	판매담당자
Tel	86 53 2861 23795	Fax	86 53 2858 76622
Email	1097171712@qq.com		
홈페이지	qghanmeihui.taobao.com		
주소	Shinan District, Qingdao, Fuzhou Road, Building 3, 2704 19, China		
주요 수입 브랜드	Chamos, ACACI 등		
주요 품목	스킨케어, 메이크업, 헤어케어 등		
참고내용	○ 마스크팩과 BB크림 위주로 취급하고 있으며 한국산 화장품만 수입하고 있음. 수입 시 제품의 브랜드 인지도를 중점적으로 고려하고 있으며, 최근에는 여드름완화, 탈팽이 재생 기능에 관심을 갖고 있음		

1.1.6. Shanghai Ding Li Electronic Technology

上海鼎笠電子科技有限公司			
담당자	Ms. Zhang	직위	판매담당자
Tel	86 152 2120 4040	Fax	
Email	2556994106@qq.com		
홈페이지	shop1420389614593.1688.com/page/offerlist.htm		
주소	Zhejiang Road, Huangpu District, Shanghai No. 535 No. 224 Shop, China		
주요 수입 브랜드	askinDr, milatte 등		
주요 품목	스킨케어, 생활용품		
참고내용	○ 2014년 9월 설립한 기업으로 현재 대형슈퍼마켓과 백화점을 통해 유통을 진행하고 있음. 한국 제품도 취급하고 있으며 최근에는 수분공급, 화이트닝 등 기능성 제품에도 관심을 보임. 수입 시 프로모션 활동이 가능한 제품을 선호하고 있음		

1.1.7. Zhenzhou Yihexing Trade

河南怡和興商貿有限公司			
담당자	Ms. Qin	직위	판매담당자
Tel	86 371 6733 6076	Fax	86 371 6322 6309
Email	985321625@qq.com		
홈페이지	qymz300000.b2b.hc360.com		
주소	No.320, Fl.19 Futian Taiyang 58, East Hanghai Road, Zhengzhou, Henan, China		
주요 수입 브랜드	Whoo, sulwahsoo		
주요 품목	스킨케어, 메이크업 등		
참고내용	<p>○ 2010년에 설립한 이 업체는 연간 매출이 1~2백만 위안 정도이며 한국의 유명 브랜드 제품을 수입하고 있음. 추가적인 한국산 제품을 수입하고자 하며, 수분공급, 화이트닝 등 기능성 제품에 관심을 보이고 있음. 수입 시 가격을 가장 중요시 여김</p>		

1.1.8. Geshow

个秀名妝			
담당자	-	직위	-
Tel	86 400 6868 210	Fax	
Email	938063620@qq.com		
홈페이지	www.geshow.com		
주소	-		
주요 수입 브랜드	Biotherm, Dove, Skinfood 등		
주요 품목	스킨케어, 생활용품		
참고내용	<p>○ 이 업체는 2003년 설립한 온라인 쇼핑몰로 3,000여개 이상의 제품을 취급하고 있음. 수입 시 제품의 브랜드 인지도를 중점적으로 보고있으며 다양한 제품을 수입하고자 함</p>		

1.1.9. Chengdu Huamao Furui Tech

成都華茂孚瑞科技有限公司			
담당자	Ms. Zhang	직위	-
Tel	86 138 8034 0186	Fax	-
Email	3083771984@qq.com		
홈페이지	company.ch.gongchang.com/info/1809212_ea84		
주소	Wuhou District, Chengdu, Sichuan Tianfu Avenue, China		
주요 수입 브랜드	LANEIGE 등		
주요 품목	스킨케어 등		
참고내용	<p>○ 2013년 설립된 Chengdu Huamao Furui Tech는 LANEIGE 등의 제품을 취급하며 연간 매출액 1~5백만 위안을 올리고 있음. 추가적인 한국산 화장품을 취급하고자 하며, 수분공급 기능을 보유한 화장품 브랜드를 찾고 있음</p>		

4. 중국 진출 방안

4.1 중국 진출 시 고려사항

- 중국 직구 관련 규제 강화 움직임
 - 중국의 위생허가 발급에 필요한 시간 및 비용을 줄이기 위해 국내 화장품 기업들은 직구 방식을 통한 판매 의존도가 높았음. 하지만 중국 정부에서 타이공을 통한 밀수 규제 강화 및 직구에 대한 규제 강화 움직임도 보이면서 직접 수출에 대한 필요성이 높아지고 있음
- 중국 소비자들의 구매요인
 - 제품의 효능과 사용 후기는 화장품 구매에 있어서 중국 소비자들의 주요 요인으로 여겨졌으나 최근에는 브랜드의 인지도를 중요하게 여기고 있음. 현재 많은 기업들이 브랜드 인지도 향상을 위해 노력하고 있으며, 다양한 홍보·마케팅 부분에 투자를 하고 있는 상황. 국내 중소 화장품기업의 경우 홍보·마케팅에 대한 비용 투자가 크지 않은 경우가 많음
- 시장 내 포화상태, 높은 경쟁구도
 - 중국 화장품시장 규모의 지속적인 성장과 함께 외국 브랜드 업체들의 활발한 진출 및 로컬 브랜드의 가파른 성장 등으로 중국 화장품시장은 포화상태임. 최근 2, 3선 도시에서 로컬 브랜드에 대한 수요가 늘고 있으며, 한국 브랜드 이미지의 제품 콘셉트를 모방하면서 한국 제품에 대한 특징이 모호해지고 있음
- 다양한 유통 채널을 활용한 진출 필요
 - 한국 화장품 기업은 대부분 전자상거래 채널을 중심으로 온라인 판매에 의존하고 있음. 온라인 쇼핑몰도 백화점, 대형마트, 전문숍과 같이 주요 유통채널이지만 아직까지 온라인 쇼핑몰이 전체 화장품 판매채널에서 차지하는 비중이 크지 않음. 다양한 연령대의 소비자들을 공략하기 위해서는 백화점, 화장품전문숍 등 다양한 유통 채널을 활용한 진출을 고려해야 함
- 프리미엄 제품에 대한 선호도 증가
 - 지속적인 경제 발전에 따른 가처분 소득의 증가로 중국 소비자의 소비 트렌드가 변화하고 있음. 화장품을 ‘필수 소비’에서 ‘여유 소비’ 형태의 선진국형 소비로 진화하면서 제품에 니즈도 다양화 되고 있음

강점

- 시장 성장의 가능성
- 한류 등 한국 화장품에 대한 우호적인 소비자
- 일반적인 한국산 제품에 대한 인지도 및 좋은 평판

약점

- 시장의 높은 경쟁 구도
- 기존 진출 유명 외국 업체 및 그에 대한 브랜드 충실도
- 중국 수출을 위한 위생허가 획득 및 통관의 어려움

기회

- 내륙 쪽으로 발전하는 시장에 따른 진출 지역 다변화
- 중국 소비자 소득 및 문화 수준 향상에 따른 화장품 소비 증대
- 친환경, 안전성, 프리미엄 제품에 대한 수요 증가

위협

- 경제의 불안정성
- 시장 주요 참가자 증대
- 위조제품, 불법유통, 상표권 침해 등

4.2 중국진출준비 및 방안

- 중국 국제 미용·화장품 박람회, 코스모프로프 등의 화장품박람회에 정기적으로 참가하여 바이어들에게 브랜드를 알리고 회사에 대한 신뢰도 제고
 - 최소 3~5년 이상 같은 박람회에 참가하여야 바이어와 계약 성사 가능성이 있음
- 중국 시장이 한류의 영향으로 비교적 한국 제품에 대한 긍정적인 반응을 지니고 있으나 제품의 진출 및 성공과는 별개의 문제임. 최근 정치적 문제로 인한 한·중 관계는 국내 화장품 기업의 진출에 악영향을 미치고 있음
- 단기적으로
 - 웨이보, 위챗 등 SNS를 활용한 브랜드 인지도 및 매력도 강화가 필요함. 최근에는

왕홍을 활용해 제품을 홍보하고 판매를 촉진하는 방법이 새로운 마케팅 수단으로 부상하고 있음. 특히 중소기업이 중국 온라인 시장에 진출할 때 왕홍마케팅은 효과적인 홍보수단이 될 수 있음.

- 판매원들의 교육 강화

- 중국 화장품매장에는(멀티샵) 각 브랜드에서 전담 직원을 배치하여 브랜드별로 전문직원이 소비자 상담, 제품홍보, 물건판매 등을 진행함. 현지 인력을 고용할 때 브랜드 및 제품에 대한 이해도 제고를 위한 교육과, 소비자 응대(CS) 교육 시행이 중요

- 합리적인 가격대 형성

- 동일한 시장에 대한 획일화된 마케팅 전략보다는 지역별로 세분화된 마케팅 전략 필요

○ 장기적으로

- 현지 바이어 풀 확대 및 유통 경로 다각화, 브랜드 이미지 고급화

- 소비자들에게 기업 및 제품에 대한 좋은 이미지를 심어주고, 소비자와의 커뮤니케이션을 확대

- 현지 소비자의 니즈를 파악한 제품 출시에 주력하며, 위생허가 취득 기간을 고려하여 진행하여야 함

- 세분화된 제품 출시를 통한 시장 확대

- 시장상황에 따른 채널 다변화를 통해 지속 성장기반 확보

- 국내 제품의 해외 시장의 경쟁력 확보를 위하여 제품개발에 물적, 인적자원에 대한 R&D투자

Part. 2

K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스 개최

제1장 필요성 및 목적

□ 필요성

- 최근 K-POP, K-드라마 등 한류열풍과 국내기업의 기술력 강화로 인해 한국 전문가용 화장품 및 교육컨텐츠에 대한 수요 및 수출가능성은 증가하고 있으나 성공적인 해외진출을 위한 차별화된 홍보지원은 미흡
- 전문가용 화장품의 해외진출은 차별화된 마케팅이 필요하며 향후 뷰티전문인력 및 한국형 미용교육 컨텐츠의 해외진출, 화장품·미용기기 등의 수출에도 긍정적인 영향을 줄 수 있어 파급효과가 매우 큼
- 전문가용화장품 및 미용기기는 제품 특성상 시연이 동반되어야 구매로 연결될 수 있으므로 국내 유명연예인을 담당하는 뷰티전문가를 활용하여 제품특성 및 사용방법 등 맞춤형 홍보 지원이 필요함

□ 목적

- 한류스타일 요구도가 높은 해외 유망 뷰티전문박람회에 참여하여 국제 컨퍼런스 개최를 통해 수출역량강화 및 해외 판로 개척 지원 ○ 'K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스' 개최를 통해 K-뷰티 컨텐츠의 해외 홍보 및 국제 경쟁력 강화하고 전문가용화장품 공동관 설치·운영을 통해 해외시장개척 지원

제2장 전략국 뷰티산업 현황

1. 말레이시아

□ 말레이시아 화장품 시장 동향

- 2013년 말레이시아 화장품 시장 규모는 15억 890만 달러를 기록하였으며 전년 대비 약 4.86% 증가한 것으로 예측 됨
 - 전체 화장품 시장 중 스킨케어 분야가 전체의 34.38%로 가장 많은 점유율을 기록하였으며 두번째가 헤어케어(19.42%) 분야이고 세 번째가 바디케어(16.37%) 분야임
- 성장률 순서는 스킨케어 분야가 5.32%로 가장 높은 성장률을 보였으나, 대부분 부문에서 3~5%의 성장률을 보이고 있음
- Colgate사가 5.8%로 2013년 말레이시아의 화장품 시장에서 1위 점유율을 나타냈으며 2위는 L'Oreal사의 L'Oreal Paris가 3.7%, 3위는 Johnson & Johnson사의 Johnson's가 3위를 차지함
 - 말레이시아 상위 20위의 브랜드에 말레이시아 현지 브랜드는 없음

□ 말레이시아 화장품 수입 동향

- 2013년 말레이시아의 화장품 총 수입액은 약 5억 2,138만 달러 정도이며, 주요 수입국은 프랑스, 미국, 태국, 중국, 인도네시아 등 임
- 수입액 기준으로 가장 많이 수입된 품목은 기타 미용 또는 화장품류이며, 그 뒤를 샴푸, 화장수, 얼굴 혹은 피부용 크림 및 로션이 잇고 있음
 - 향수 분야에서는 프랑스가 스킨케어와 메이크업 부분에서는 미국, 일본 등이 그리고 헤어케어 분야에서는 태국이 대표적인 주요 수입국임

□ 말레이시아의 한국산 화장품 수입 동향

- 2013년 말레이시아는 한국산 화장품 3,031만 1천여 달러를 수입하였으며, 이는 전체 화장품 수입액의 약 6%에 이룸
 - 수입액 기준으로 기타 미용 또는 화장품 제품류 분야에서 한국산 화장품이 가장 많이 수입되었으며 그 뒤를 얼굴 혹은 피부용 크림 및 로션, 눈 화장용 제품류가 뒤를 잇고 있음
- 수입국 순위 기준으로 매니큐어 제품류와 헤어 케어 분야에서 한국은 2위에 해당하는 수입국이며, 구 이외에도 매니큐어와 헤어 케어 분야에서 높은 점유율을 차지함

□ 말레이시아의 화장품 유통현황

- 2013년 말레이시아의 화장품 유통채널 중 백화점이 19.0%로 가장 높은 점유율을 차지했으며, 뒤이어 드럭스토어와 독립 소형 소매점이 각각 16.8%와 16.4%를 차지 함
 - 온라인 소매점은 0.2%의 미미한 점유율을 보이고 있음

표 23 2013년 말레이시아 화장품 유통채널 점유율

순위	유통채널	점유율(%)	주요 업체
1	백화점	19.0	Isetan, Jusco, Metrojaya, Parkson
2	드럭스토어	16.8	Watsons, SaSa
3	독립 소형 소매점	16.4	
4	슈퍼마켓	14.5	
5	화장품 전문소매점	10.1	
6	대형마트	8.1	NSK, Jusco, Giant, Aeon, Tesco
7	편의점	0.4	7-Eleven
8	온라인 소매점	0.2	
9	기타	14.5	

□ 말레이시아 자격증 현황

- 말레이시아는 피부(Esthetics)만 국가자격증이며, 나머지 헤어, 메이크업, 네일 과목들은 민간자격증임
 - 현재 말레이시아 정부는 호주, 미국, 영국의 국가 자격증 및 라이선스를 인정하고 있으며 IPSN이나 미국 주 정부 라이선스를 가지고가면, 말레이시아 피부미용 국가 자격증을 발급 받을 수 있음
 - 말레이시아는 피부미용 국가자격증 소지자가 현저히 작아 자격증 소지자의 경우 우대 취업이 가능함

2. 홍콩

□ 홍콩 화장품 시장 동향

- 홍콩의 스킨케어 화장품 시장규모는 2013년 기준 약 8억 3700만 달러로 2012년 대비 약 6.6% 성장했으며 매년 꾸준히 성장하고 있으며, 홍콩 화장품 시장은 자체 생산기반 부족으로 수입에 의존하며 2013년 기준 SK-II, Shiseido, Estee Lauder, Lancome, Laneige, Neutrogena, Fancl, Kosee, L'Occitane, Clinique 순으로 상위 10개 브랜드가 스킨케어 상품 시장의 47.1%를 차지함
 - 국산 화장품인 아모레퍼시픽의 라네즈(Laneige)는 홍콩 스킨케어 제품 시장에서 4.6%를 차지해 브랜드 점유율 5위를 기록함
- 최근 홍콩에서는 단순 기능성 화장품이 아닌, 유기농 혹은 천연성분의 기능성 화장품, 특히, 천연성분 화장품 중 스킨케어, 여드름 케어, 미백 및 주름개선 기능이 있는 화장품이 인기가 있음
- 미백 기능이 스킨케어 제품의 겨우, 2013년 기준 전체 스킨케어 제품 중 16%를 차지해 2012년 대비 약 1.3% 증가한 반면 일반 스킨케어 제품은 2013년 기준 84%로 많은 비중을 차지하나 2012년 대비 약 0.2% 감소했으며 2011년 이래로 조금씩 감소하는 추세임
 - 경기 침체에도 불구하고 화장품과 미용관리 부분이 지속적으로 증가하고 있으며 홍콩과 중국 소비자의 미용에 대한 관심 고조로 스킨케어 브랜드와 제품에 대한 투자가 늘고 있음
- 인터넷 및 뷰티 프로그램 등 뷰티 관련 미디어를 통한 정보교류로 미용에 대한 관심이 높아졌으며 2013년 현재 스킨케어 관련 시장규모가 지속적으로 상승하고 있음
- 스킨케어 제품뿐만 아니라 2013년 기준 핸드케어, 마스크 제품이 성장했으며 핸드케어 제품의 겨우 2013년 기준 약 2130만 달러로 2012년 대비 약 10% 성장했음

- 마스크 제품의 경우 2013년 기준 약 7020만 달러로 2012년 대비 약 8.2% 성장했으며 핸드케어 제품의 경우 향 뿐만 아니라 천연오일로 제조된 핸드크림이 인기가 있음
- 천연성분 화장품에 대한 관심 고조와 더불어 천연성분에 여드름 치료기능 혹은 미백, 주름개선 등의 기능성을 더한 화장품이 인기가 있으며 또한 소비자가 직접 성분을 확인하고 구매하는 경향이 늘었음
- 최근에는 피부노화방지, 항산화 효과, 알레르기 방지, 미백효과 등 특징적인 기능을 가진 기능성 화장품 및 자연성분 화장품이 인기가 있으며, 천연화장품의 경우 여성에게 인기가 많음

□ 홍콩 화장품 수입 동향

- 2014년 10월 기준 홍콩의 화장품 총수입량은 약 21억 1200만 달러로 전년대비 8.8% 성장했고 홍콩의 대한국 수입량은 약 2억 5100만 달러로 싱가포르 다음으로 두 번째 많은 수입량을 보이고 있으며 한국으로부터 수입량이 지속적으로 증가하는 추세임
- 2014년 11월 현재 한국의 대 홍콩 화장품 수출은 전년 동기 대비 36% 증가해 2억 8700만 달러를 기록했음
 - 2013년 기준 약 2억 3200만 달러로 전체 6위를 차지했으나 2014년 약 2만 8700만 달러로 프랑스, 일본, 중국, 미국을 제치고 2위를 기록함
- 한국의 대 홍콩 화장품 수출 증가세는 2012년 40.4% 성장(7위), 2013년 42.7% 성장(6위), 2014년 36% 성장(2위)으로 최근 3년간 상위 5개국 중 가장 높은 성장세를 이어오고 있음
- 대 홍콩 수출 세부 품목 중 기초화장용 제품이 약 1688만 달러로 수출 품목 중 52%를 차지하여 가장 큰 비중을 보였으며, 아이새도 등 눈 화장 제품류는 전체 수출 품목 중 20%(642만 달러)를 차지함
- 립스틱 등 입술화장 제품군은 약 389만 달러로 12%를 차지했는데 이 품목군의 경우 싱가포르 제품이 약 1858만 달러로 독보적인 시장을 점유함

- 페이스 파우더 등 파우더 제품은 약 6%를 차지(207만 달러)해 전년 동기 대비 184.6% 증가함
- 매니큐어 및 페디큐어 제품군은 5% 차지(167만 달러)해 전년 동기 대비 26% 증가했으며 이 제품군의 경우 일본제품이 독보적이며 약 506만 달러 규모의 일본제품이 홍콩에 수입되어 전년 동기 대비 수입 증가율이 154.9%에 달함

□ 홍콩 안티에이징 화장품 시장동향

- 홍콩의 스킨케어 화장품 시장규모는 2013년 기준 약 8억 3700만 달러로 2012년 대비 약 6.6% 성장했으며 매년 꾸준히 성장하고 있으며 홍콩 화장품 시장은 자체 생산기반 부족으로 수입에 의존함
- 최근 홍콩에서는 단순 기능성 화장품이 아닌, 유기농 혹은 천연성분의 기능성 화장품이 인기가 있는데 특히 천연성분 화장품 중 스킨케어, 여드름 케어, 미백 및 주름개선 기능이 있는 화장품이 인기가 많음
- 미백 기능의 스킨케어 제품의 경우, 2013년 기준 전체 스킨케어 제품 중 16%를 차지해 2012년 대비 약 1.3% 증가한 반면 일반 스킨케어 제품은 2013년 기준 84%를 차지하나 2012년 대비 약 0.2% 감소했으며 2011년 이래로 조금씩 감소하고 있는 추세임
- 경기 침체에도 불구하고 화장품과 미용관리 부분이 지속적으로 증가하고 있으며 홍콩과 중국 소비자의 미용에 대한 관심 고조로 스킨케어 브랜드와 제품에 대한 투자가 늘고 있음
 - 인터넷 및 뷰티 프로그램 등 뷰티 관련 미디어를 통한 정보 교류로 미용에 대한 관심이 높아졌으며 2013년 현재 스킨케어 관련 시장규모가 지속적으로 상승할수 있었음
- 스킨케어 제품뿐만 아니라 2013년 기준 핸드케어, 마스크 제품이 성장했으며 핸드케어 제품의 경우 2013년 기준 약 2130만 달러로 2012년 대비 약 10% 성장했음
 - 마스크 제품의 경우 2013년 기준 dr 7020aks 달러로 2012년 대비 약 8.2%

성장했으며 핸드케어 제품의 경우 향뿐만 아니라 천연오일로 제조된 핸드 크림이 인기가 있음

표 24 홍콩 내 한국산 천연 기능성 화장품

분 류	내 용
스킨케어	식물성 오일 및 추출물로 만든 스킨케어 제품이 인기 있으며 미백, 주름 개선, 여드름 치료 기능이 있는 기능성 화장품을 많이 찾음
크림	동해수로 제조한 크림 등 수분크림, 영양크림, 아이크림의 판매량이 많음
마스크팩	홍콩 내 천연 주원료에 따른 기능을 표기해 판매하는 한국 화장품업체의 마스크팩은 꾸준히 인기 있음
비누	아시아뿐만 아니라 유럽, 미주, 아프리카 바이어가 가장 많은 관심을 보 여준 제품은 천연비누 제품임
세안비누	해조, 삼백초, 아토 등 제주 청정 바다에서 채집한 원료의 추출물로 만든 세안비누가 인기 있음
바디제품 및 핸드크림	치자꽃, 유채꽃, 올리브 등의 바디제품 및 핸드크림은 매년 수요가 증가 하고 있음

□ 홍콩의 화장품 유통현황

- 화장품 유통구조는 제조사→도매업체→소매업체 순의 일반적인 유통구조를 가지며, 화장품 소매업체로서 대형마켓, 슈퍼마켓, 화장품 및 생활용품 판매점, 일반가게, 약국, 인터넷 판매점 등 다양한 형태를 가짐
 - 한국 화장품에 대한 관심이 높으며 홍콩 주요 지역에서 한국 브랜드를 접하기 용이함
- 한국 화장품 브랜드는 하이산 플레이스(Hysan Place), IFC몰, The One, 타임스퀘어, 퍼시픽플레이스 등과 같은 대형 쇼핑몰 및 SOGO, Lane Crawford와 같은 백화점, 코즈웨이베이, 침사추이 같이 관광명소에 오픈한 개별매장 혹은 LCX몰. Skincare와 같은 대형 매장 내 팝업스토어(Pop-up store) 형태로 만날 수 있음

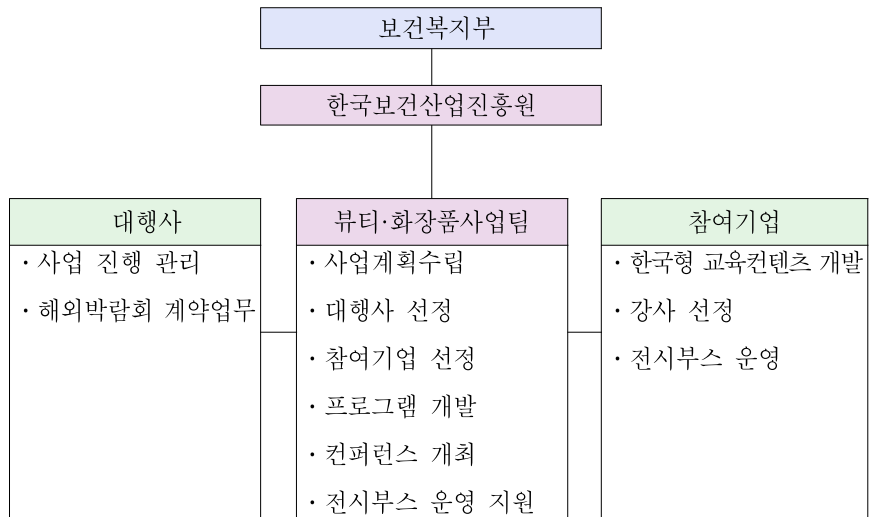
- 사사(SaSa), 봉쥬르(Bonjour), 컬러믹스(Colourmix) 및 759스토어의 화장품 전문매장인 759 Kawaiiland와 같은 화장품 유통업체에서도 한국제품을 찾아 볼 수 있으며 홍콩 내 759스토어와 비슷한 형태의 수입식품 유통업체인 Mag store에서도 홍콩에 진출한 한국 화장품 브랜드뿐만 아니라 다양한 한국 화장품을 볼 수 있음
- 기능성 화장품을 취급하는 업체는 일반소비자를 위한 유통구조에 납품하는 경우와 전문 피부관리 업소에 납품하는 경우 두 가지 유통경로가 있음

□ 홍콩 자격증 현황

- 정부 산하의 VTC에서 산업 직업 교육을 실시하고 있으며, 국가에서 정책적으로 자격증을 발급하고 있지 않음
 - 홍콩은 VTC 졸업장이 법적으로는 아니지만, 산업계에서 국가 자격증으로 통하고 있음
 - 취업과 창업은 자격증이 없어도 가능하며 직원 채용에 대한 제한도 없음
 - 2013년에 중국 정부의 광둥성-홍콩-마카오로 이어지는 트라이앵글 협력 사업(교육부분 일체 사업)을 통해 현재 홍콩 VTC 자격증이 있으면, 중국 정부(노동성)에서 발급하는 중국 미용 국가 자격증을 교환 발급 받을 수 있음

제3장 사업내용 및 실적

1. 사업추진체계



□ 참여기업

- 전문가용 화장품 제조·판매 기업인 그리에이트, 로웰도노, 엠티엠코, 나눌 4곳과 뷰티서비스 제공기업인 폼나나, 준오 아카데미, 이철 트리코드 아카데미 3곳이 참여함

표 25 참여기업 리스트

No	회사명	분야	담당자 및 직위
1	그리에이트	전문가용 염모제, 폼제 등 모발 제품 및 열펌 기구, 아이런, 드라이 등 미용기기	강진혁 이사
2	로웰도노	전문가용 샴푸 및 왁스 등 스타일링 제품	황정현 대표
3	엠티엠코	전문가용 색조제품 및 브러쉬 등 메이크업 도구	온유성 대표
4	나눌	전문가용 샴푸 등	김한순 부장
5	폼나나	뷰티서비스	설 은 대표
6	준오 아카데미	뷰티서비스 및 교육	구경희 상무
7	이철 트리코드 아카데미	뷰티서비스 및 교육	박제희 원장

2. 사업추진내용

- 국내 1회(일산), 해외 2회(말레이시아, 홍콩) 총 3개의 국제 뷰티박람회에 참여하여 ‘K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스’를 개최하였고 동시에 ‘홍보 전시부스’를 운영함

2.1 2016 헤어월드 & 인터뷰티페어 코리아

(OMC HAIRWORLD 2016 Team World Cup & Int' Beauty Fair Korea)

- 박람회 개요

	전시회명	OMC HAIRWORLD 2016 Team World Cup & Int' Beauty Fair Korea
	개최국/도시	한국/일산
	홈페이지	http://www.ibe.my
	전시기간	2016.3.27~2016.3.29
	전시분야	코스메틱, 헤어, 네일, 스킨, 에스테틱 등 화장품 용과 관련된 모든 분야
	전시장	일산 킨텍스
	주최사	OMC(Organisation Mondiale Coiffure)
	전시회개요	전세계 1000여명의 헤어디자이너와 네일, 메이크업 등 뷰티전문가들이 선수로 참가하는 세계 최고의 “OMC HAIR WORLD CUP”
	전시 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 전시회 규모: 22,580m² • 관람객 수: 10개국 3만4천여명 (대회참가선수 제외)
	참가국/업체	<ul style="list-style-type: none"> • 참가국 수: 10개국 • 참가업체: 131개사

□ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스 개최

<컨퍼런스 개요>

- ◇ [일 시] 2016. 3. 28(월)
- ◇ [장 소] 킨텍스 제2전시관 303-304호
- ◇ [목 적] 국내 전문가용화장품과 K-뷰티 콘텐츠의 동반 해외진출 및 한국 뷰티산업의 글로벌 경쟁력 강화
- ◇ [참가사] 준오 아카데미, 이철 트리코드 아카데미, 그리에이트, 엠티엠코, 로웰도노, 나눌
- ◇ [사전 등록 관람객] 중국 225명, 대만 62명, 말레이시아 40명, 홍콩 3명, 일본 2명, 싱가포르 1명, 미국 1명

① 컨퍼런스 홍보 현수막 및 배너 디자인

- 영문과 중문으로 현수막과 배너를 제작하여 행사장 매표소 및 대회장, 컨퍼런스 룸 등에 배치하여 홍보함



▲ 홍보 현수막 및 배너

2 컨퍼런스 프로그램

○ 1부 LEECHUL HAIRKERKER K BEAUTY SHOW along with NaNul

Time	Section	Person-in-charge / Lecturer
12:30	Opening Video	KERKER VIDEO
	Introduce	Introduce MC and Company
	program Introduce	Introduce rose quartz Theme in trend
~	Teacher Introduce	Park ha, You min jung, Park je hee Introduce
14:30	Work session	Detail of skill by each Teachers PPT
	Trend Introduce	2016 Trend PPT and video
	Show	Hair show
	finally	Teacher, Model, staff final greeting

○ 2부 JUNO ACADEMY along with CREATE/Mustaev/Dono presents

Time	Section	Person-in-charge / Lecturer
15:00	Opening video clip /introduction	Jun Hong
	Perm & Cut Demonstration	Na Mira, Seungjin, Tae Youngkeun
	Makeup Demonstration	Kim Miso, Ko Jinyoung
~	Hair Styling Demonstration	Song Hyungsuk, Heerin, Lim Miyoung,
17:00		Yoo Yeonjung, Lee Taekyung
	Models on Cat Walk	Models and Lecturers
	Group Photo Shooting	Models and Lecturers

○ 350석 좌석을 마련하였으나 사전 등록한 바이어 334명을 포함하여 국내 미용 관계자등 450명 이상 참석



▲ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스(한국)

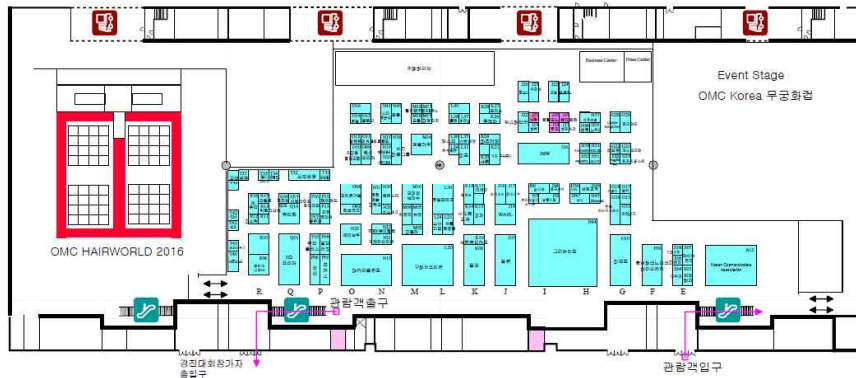
□ K-뷰티 홍보부스 설치·운영

<공동관 개요>

- ◇ [일 시] 2016. 3. 27(일)~29(화)
- ◇ [장 소] 킨텍스 제2전시관
- ◇ [목 적] 국내 전문가용화장품기업의 국외제품상담회 지원을 통한 해외 장개척지원 및 수출역량 강화
- ◇ [참가기업] 그리에이트, 엠티엠코, 로웰도노, 나눌
- ◇ [참가현황] 3*3부스 4개

① 부스 위치 및 디자인

- 참가기업은 개별 부스를 지원하여 총 4개 부스 설치



▲ 부스 위치

② OMC 홍보부스 운영 현황

- 제품업체 각각의 부스를 제공하였고 그리에이트는 회사 자체적으로 투자를 강화하여 단독부스를 운영함

130 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립



▲ 홍보부스 내 전문가 시연

③ OMC 뷰티전문가 대회 모니터링

- 매일 2회 이상 헤어, 메이크업, 네일 대회를 운영하여 시상함



▲ OMC 대회 및 시상식

2.2 말레이시아 인터네셔널 뷰티 엑스포 (2016 International Beauty Expo)

□ 박람회 개요

 <p>IBE International Beauty Expo 国际美容展 7·8·9·10 MAY 2016 KL Convention Centre, MALAYSIA 5月</p> <p>Most Acclaimed Business Platform For BEAUTY · HAIR · COSMETICS · NAIL · SPA Professionals</p> <p>Glancolic Collaboration</p> <p>FAIR PREVIEW 展会预览</p> <p>organizer Elite www.ibe.my</p>	전시회명	International Beauty Expo(IBE)
	개최국/도시	말레이시아/쿠알라룸푸르
	홈페이지	http://www.ibe.my
	전시기간	2016.5.7~2016.5.10
	전시분야	코스메틱, 헤어, 네일, 스파, 에스테틱 등 화장품 용과 관련된 모든 분야
	전시장	KL Convention Center
	주최사	Elite
	전시회개요	동남아시아에서 가장 영향력 있는 전문가용 화 장품 및 미용기기, 미용재료 전시회로써 주로 헤 어분야가 강세임
	전시 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 전시회 규모: 20,500sqm • 참관객 수: 5만여명
참가국/업체	<ul style="list-style-type: none"> • 참가국 수: 12개국 • 참가업체: 258개사 	

□ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스 개최

<컨퍼런스 개요>

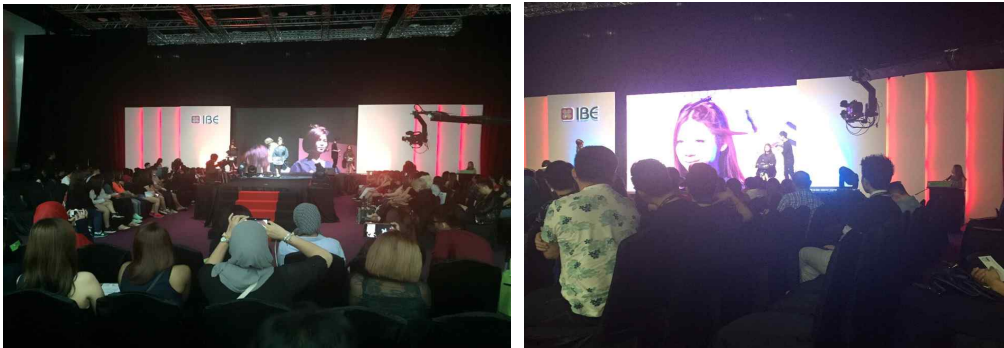
- ◇ [일 시] 2016. 5. 7(토)
- ◇ [장 소] KL Convention Center
- ◇ [목 적] 국내 전문가용화장품과 K-뷰티 콘텐츠의 동반 해외진출 및 한국 뷰티산업의 글로벌 경쟁력 강화
- ◇ [참가사] 준오 아카데미, 이철 트리코드 아카데미, 그리에이트, 엠티엠코, 로웰도노

① 컨퍼런스 운영 현황

- K-뷰티 최신 스타일링 트렌드 쇼 형식으로 진행

Time	Section	Lecturer
15:00 ~ 17:00	LEECHUL HAIRKERKER	K-pop x K-Beauty collaboration with K pop and Hair style
	JUNO ACADEMY	Inspiration / LATEST COLLECTION Suggest JUNO ACADEMY Logo and / LATEST COLLECTION displayed during introductions

- 300석 좌석을 마련하였으나 언론, 빅바이어, 협회, 뷰티산업종사자 등 350명 이상 참석



▲ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스(말레이시아)



▲ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스(말레이시아)

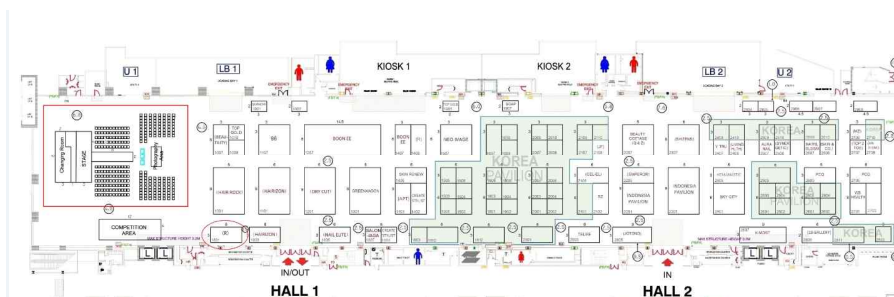
□ K-뷰티 공동관 설치·운영

<공동관 개요>

- ◇ [일 시] 2016. 5. 7(토)~10(화)
- ◇ [장 소] KL Convention Center
- ◇ [목 적] 국내 전문가용화장품기업의 국외제품상담회 지원을 통한 해외 시장개척지원 및 수출역량 강화
- ◇ [참가기업] 그리에이트, 엠티엠코, 로웰도노
- ◇ [참가현황] 3*6 부스 1개

① 공동관 부스 위치 및 디자인

- 메인 무대와 가까운 홀1 입구에 위치하여 노출 빈도가 높았음



▲ 공동관 부스 위치



▲ 부스 백월 디자인

2) 공동관 운영 현황

- 1일 5회, 총 20회의 전문가 시연을 통한 제품 설명회를 개최하여 타 전시부스에 비해 관심도가 높았으며 바이어 상담횟수도 상대적으로 증가함



▲ 홍보부스 내 전문가 시연

③ IBE 오프닝 세레머니 모니터링

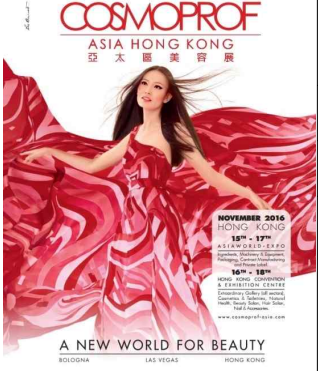
- IBE는 한국을 포함 6개국 대표들을 초청하여 오프닝 세레머니 무대를 마련하였으며 특히 한국팀은 컨퍼런스를 준비했던 이철과 준오의 탑 디자이너들이 참가하여 아시아 뷰티강국으로써 면모를 과시함



▲ 개막식 및 축하 트렌드 쇼

2.3 2016 코스모프로프 아시아 홍콩 화장품 미용 박람회 (2016 Cosmoprof Asia HongKong)

□ 박람회 개요

 <p>COSMOPROF ASIA HONG KONG 亞太區美容展</p> <p>NOVEMBER 2016 HONG KONG 15PM - 12PM ASIA W O R L D E X P O Cosmoprof Asia Hong Kong The Cosmoprof Group www.cosmoprof.com</p> <p>15PM - 12PM HONG KONG, CHINA 8, FERRARI PLACE, HONG KONG Cosmoprof Exhibitor Services Cosmoprof Exhibitor Support Cosmoprof Exhibitor Training Cosmoprof Exhibitor Travel Cosmoprof Exhibitor Transport Cosmoprof Exhibitor Accommodation Cosmoprof Exhibitor Catering Cosmoprof Exhibitor Security Cosmoprof Exhibitor Insurance Cosmoprof Exhibitor Legal Cosmoprof Exhibitor Tax Cosmoprof Exhibitor Customs Cosmoprof Exhibitor Immigration Cosmoprof Exhibitor Visa Cosmoprof Exhibitor Passport Cosmoprof Exhibitor Health Cosmoprof Exhibitor Safety Cosmoprof Exhibitor Security Cosmoprof Exhibitor Insurance Cosmoprof Exhibitor Legal Cosmoprof Exhibitor Tax Cosmoprof Exhibitor Customs Cosmoprof Exhibitor Immigration Cosmoprof Exhibitor Visa Cosmoprof Exhibitor Passport Cosmoprof Exhibitor Health Cosmoprof Exhibitor Safety</p> <p>A NEW WORLD FOR BEAUTY BIDDING LAS VEGAS HONG KONG</p> <p>Organizer - Cosmoprof Asia Ltd UBM BolognaFiere</p>	전시회명	2016 Cosmoprof Asia HongKong
	개최국/도시	중국/홍콩
	홈페이지	http://www.cosmoprof-asia.com/en-us
	전시기간	2016.11.15~2016.11.18
	전시분야	코스메틱, 헤어, 네일, 스킨, 에스테틱 등 화장품 용과 관련된 모든 분야
	전시장	HongKong Convention & Exhibition Center
	주최사	BolognaFiere
	전시회개요	1996년부터 시작하여 올해 20회를 맞이하는 세계 3대 미용화장품 박람회, 아시아태평양 지역에서 가장 큰 규모이며 아시아 뷰티시장 진입에 핵심 적인 역할을 하고 있음
	전시 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 전시회 규모: 81,500sqm • 참관객 수: 125개국 6만여명 (해외참관객 38만명)
참가국/업체	<ul style="list-style-type: none"> • 참가국 수: 42개국 • 참가업체: 2,362개사 	

□ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스 개최

<컨퍼런스 개요>

- ◇ [일 시] 2016. 11. 16(수)
- ◇ [장 소] HongKong Convention & Exhibition Center
- ◇ [목 적] 국내 전문가용화장품과 K-뷰티 콘텐츠의 동반 해외진출 및 한국 뷰티산업의 글로벌 경쟁력 강화
- ◇ [참가사] 꿈나나, 준오 아카데미, 이철 트리코드 아카데미
그리에이트, 엠티엠코, 로웰도노

① 홍보 브로셔 제작 및 초청장 발송

- 홍보 브로셔 및 초청장 제작 후 사전 입수한 빅바이어와 홍콩 및 중국 뷰티산업 종사자 200명에게 사전 배포 및 선착순 등록



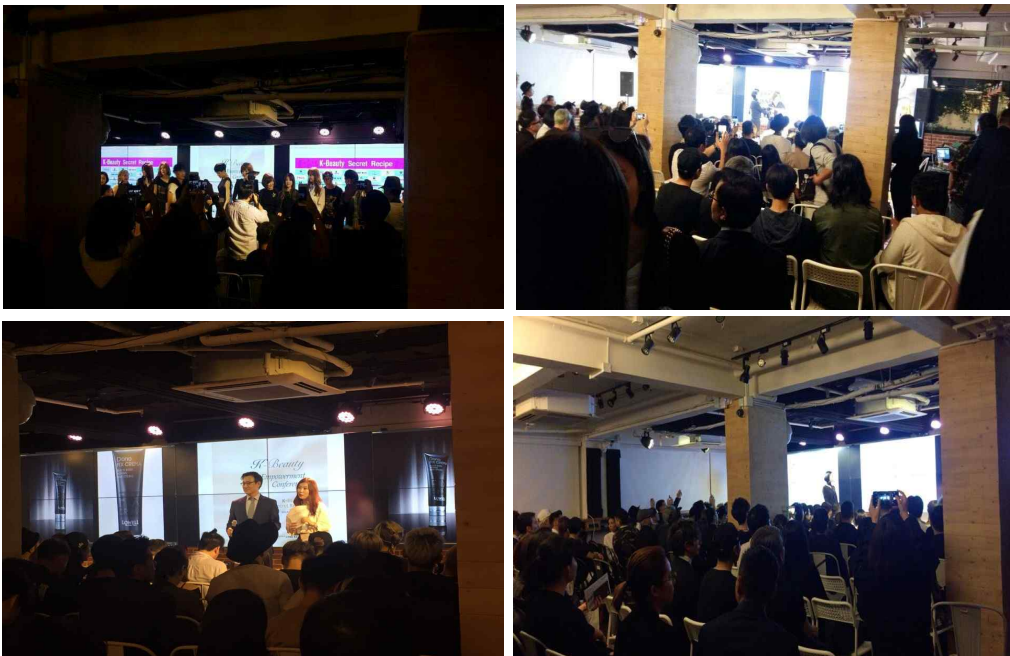
▲ 홍보 브로셔(초청장 겸용)

② 컨퍼런스 운영 현황

- 기존 아카데미 위주로 진행했던 컨퍼런스와는 달리 강사 위주로 프로그램을 개발하여 진행함

Time (PM)	Theme	Instructor
6:00~6:50	Catering & K-Make up	Seol Eun
6:50~7:00	Opening	
7:00~7:20	K-Styling	Park Jeong Eun
7:20~8:00	K-Repair Perm	Na Mi Ra
8:00~8:10	Draw with some lucky winners	
8:10~8:50	K-Root Perm	Park Je Hee, Park Ha
8:50~9:00	Closing	

- 130석 좌석을 마련하였으나 언론, 빅바이어, 협회, 왕홍(SNS스타), 뷰티산업종사자 등 150명 이상 참석



▲ K-뷰티 글로벌 역량강화 국제 컨퍼런스(홍콩)

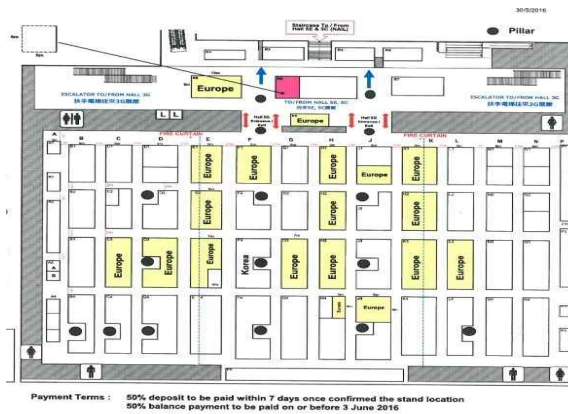
□ 공동관 설치·운영

<공동관 개요>

- ◇ [일 시] 2016. 11. 16(수)~18(금)
- ◇ [장 소] HongKong Convention & Exhibition Center
- ◇ [목 적] 국내 전문가용 화장품기업의 국제제품상담회 지원을 통한 해외 시장개척지원 및 수출역량 강화
- ◇ [참가기업] 그리에이트, 엠티엠코, 로웰도노

① 공동관 부스 위치 및 디자인

- 5층 두피·모발·염모류 등 헤어전문가용 제품 섹션 입구에 위치



▲ 공동관 부스 위치



▲ 공동관 최종 디자인

② 홍콩 코스모프로프 내 공동관 운영 현황

- 1일 3회, 총 9회의 전문가 시연을 통한 제품 설명회를 개최하여 타 전시부스에 비해 관심도가 높았으며 바이어 상담횟수도 상대적으로 증가함



▲ 홍보부스 내 전문가 시연

③ 홍콩 코스모프로프 국제관 운영 모니터링

- 전문가용 화장품 외 일반 화장품은 국가별로 단체관을 주로 운영



▲ 한국



▲ 이탈리아

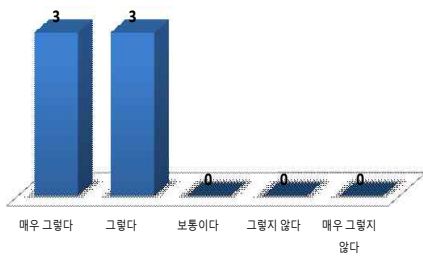
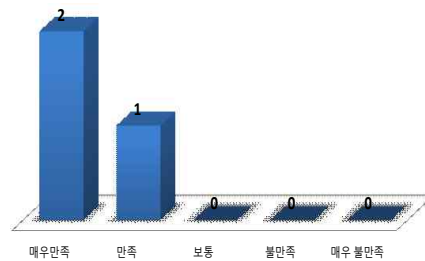
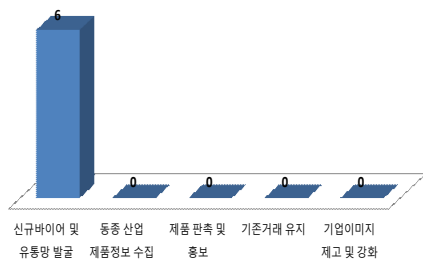


▲ 프랑스



▲ 스페인

구 분	OMC 헤어월드	말레이시아 IBE	홍콩 코스모프로프
상담건수	44	44	110
계약건수	0	2	5
수출액	0	U\$56,050	U\$150,308
MOU	0	2	1
15년 대비 제조기업 매출증가액(%)	3개 기업 평균 9.9%		
15년 대비 해외교육생 증가(%)	2개 아카데미 평균 373%		
15년 대비 해외교육생 수입액 증가(%)	2개 아카데미 평균 323%		



□ 참여기업 간담회

<참여기업 간담회>

- ◇ [일 시] '16. 12. 12(월)
- ◇ [장 소] 이철 트리코드 아카데미
- ◇ [목 적] 국제 컨퍼런스 개최 및 박람회 참가실적 등 공유
- ◇ [참석자]
 - 이철트리코드 아카데미 박제희 원장, 박하 원장, 이유지 대리
 - 준오아카데미 박시네 원장, 구경희 상무, 나미라 원장
 - 그리에이트 강진혁 이사, 박준형 과장
 - 엠티엠코 온유성 대표, 조혜연 대리
 - 로웰도노 황정현 대표, 박찬웅 대리
 - 썸나나 설은 원장, 박정은 원장
 - 진흥원 이승희 연구원

㉠ 참가 소감

- 박람회를 통해 중국시장에 진출하기 위한 과정을 체험할 수 있는 시간을 갖게 되었으며, 글로벌 빅바이어와의 상담을 통하여 시장 및 고객의 니즈를 파악할 수 있는 기회가 되었음
- 컨퍼런스 개최 후 브랜드의 인지도 및 신뢰도 향상 효과가 있었다는 바이어의 반응이 있었고, 엠티엠코는 장기계약서를 작성 중임
 - * 엠티엠코 성과 예시
 - ① 컨퍼런스를 통해 홍콩 현지 바이어의 판매가 증대될 수 있다는 기대로 행사 전부터 바이어가 선주문하여 수출성과가 있었음
 - ② 2016. 11. 09: KRW 4,374,000, 2016. 11. 15: KRW 12,000,000, 2016. 12. 01: KRW 410,400, 2016. 12. 06: KRW 1,041,000
- 진흥원 해외진출 사업을 통해 중국 시장 내 자사의 포지션을 확인하였고 수출제품 개선점과 시장과약에 도움이 되었음

- 중국시장을 타진하는 좋은 기회가 되었으며 제품의 선호도를 파악할 수 있었음
- 일반 소비자가 아닌 전문 바이어 중심의 전시회라 글로벌 시장 진출에 대한 실질적인 정보를 많이 얻을 수 있었음
- 참여하게 되어 감사하고 해외진출의 가능성을 보아서 좋은 기회였으며 한국의 유명 뷰티전문가와 함께 전문가 브랜드의 해외 홍보기획 의도가 아주 참신하다고 생각됨
- 국내 화장품 제조기업은 한국의 유명 뷰티전문가들을 섭외하기가 힘든 현실인데 정부가 이런 기회를 만들어주어 브랜드 가치가 올라감
- 보건복지부와 이런 큰 행사에 함께 참여했다는 것에 큰 의미가 있었으며 세계의 중심이 되어있는 K-뷰티를 적극적으로 알릴 수 있는 계기가 됨
- 기존 전시회와는 다른 전문가와 제품회사의 콜라보라는 새로운 시도가 신선하면서도 효과가 있었기 때문에, 지속적으로 진행이 되었으면 좋겠음
- 행사 준비에 대한 진흥원과 참여기업들의 단합과 열의가 있었기에 지금까지 본 사업이 영위될 수 있었다는 생각이 들며, 상담 및 계약건수 등의 지표를 떠나 K-뷰티를 확산 및 홍보하는 데에 함께 기여했다는 점에서 의의가 크다고 봄

② 기타 성과

- 당사의 브랜드 이미지 제고와 함께 정부가 지원하는 K-Beauty의 선두적인 미용 제품 브랜드라는 큰 홍보 효과를 얻었음
- 보건복지부 사업에 참여하여 신규 바이어와 교육계약 및 헤어분야를 대표하는 살롱으로 이미지 축적
- 진흥원과 함께 일을 하게 되어 국내 및 해외에 제품이미지 향상
- 홍콩 및 마카오 오프라인 스토어 (전문점, 백화점) 입점예정
- 말레이시아 IBE 참여로 인하여 말레이시아에 교육 콘텐츠를 수출할 수 있는 좋은 계기가 되었음
- K-뷰티를 대표하는 한국의 헤어분야 기업으로 참여하여 기업이미지 제고의 기회를 얻었으며 해외행사의 경험을 축적함

③ 기대 효과

- 아시아 바이어들의 브랜드 충성도가 증진될 것과 추후 바이럴 마케팅을 통한 신규 지역(태국, 미얀마, 인도네시아 등)의 거래선 확충이 예상됨
- 아시아 지역의 K-뷰티 교육 관련 제휴 성과가 기대됨
- 해외에 안정된 바이어 및 유통망의 확대가 예상됨
- 정부 및 청담동 유명 전문가 지원으로 자사브랜드 신뢰도 상승하여 수출 증가가 기대됨
- 아시아 지역의 기업 및 바이어들과 업무제휴로 실질적인 시너지 창출이 기대됨

④ 개선 사항

- 전시회를 통해서 꾸준한 매출 실적을 내기 위해서는 1회성이 아닌 중장기 계획을 세워 시장 상황을 파악하고 꾸준히 진행되어야 함
- 아시아 지역뿐만 아니라 미국, 유럽 등 선진국의 유명 박람회에 참여할 수 있는 기회가 주어지길 바램
- 화장품, 성형 등의 보편적 K-뷰티 산업은 화려한 조명을 받는 반면 전문가용 뷰티시장은 다소 소외되고 있으므로 정부가 적극적으로 예산을 확보하여 과감한 선제적 지원이 필요하다고 생각됨
- 정부가 전문가용 제품에 좀 더 관심을 갖고 기업과 함께 글로벌 진출기회를 만들어 가면 좋겠음
- 한국의 교육컨텐츠가 해외에 진출 할 수 있는 좋은 기회이나 정부 지원금이 적어 아카데미의 자부담이 큼

□ 바이어 상담 리스트 및 주요 내용

번호	국가	회사명	회사 개요	관심도	상담 내용	향후 진행
1	베트남	TRUONG THINH PHAT	미용 수입상	★★★★★	ATS 및 기구 관심	현지 베트남 딜러에게 인계
2	인도네시아	SENTOSA	미용 수입상	★★	아이롱 기구 관심	MR KHOR 와 관련 업체
3	대만	MISSTIC	미용 수입상	★★	펌기구, ATS 관심	대만 심사장에게 인계
4	호주	DAVID JUSTIN	미용 수입상	★★★★★	OEM 아이롱 관심	지속적인 컨택 진행
5	중국	128 살롱	살롱 업체	★★	ATS 관심	중국 주하이 대리점 연결
6	미국	Shauna Robinson	아카데미	★★	아이롱 관심	미국 지사 연결
7	인도네시아	IMA	미용 수입상	★★★★★	아이롱 관심	지속적인 컨택 진행
8	중국	광동성 두피관리 프랜차이즈	미용 수입상	★★★★	ATS 퍼스티지 관심 있음	지속적인 컨택 진행
9	필리핀	Aglobal Care, Inc	미용 수입상	★★★★★	ATS 유니피버, 3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
10	인도네시아	Lisa Budiarti	미용 수입상	★★★★★	ATS 유니피버, 3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
11	중국	Bomei Guangzhou	미용 수입상	★★★★★	ATS 프리퀀 및 맥스 관심	지속적인 컨택 진행
12	이란	STE	미용 수입상	★★	OEM 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
13	필리핀	ICURE	미용 수입상	★★★★★	ATS 총판, 3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
14	프랑스	Urban Keratin	화장품 제조	★★★★★	3X OEM 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
15	남아프리카	Hair Gostraight	미용 수입상	★★★★★	아이롱 및 3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
16	대만	Shengze	미용 수입상	★★★★	아이롱 및 기구 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색

146 해외 화장품 정책·제도 분석 및 해외진출 전략 수립

17	중국	Hanshen	미용 재료상	★★★★★	그리에이트 중국광주 총판 관심	중국 지역 총판 중점 관리
18	중국	Feng Shang	미용 재료상	★★★	ATS 관심	중국 지역 총판 중점 관리
19	프랑스	JPF Distributor	미용 수입상	★★★★★	ATS MAX 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
20	싱가폴	KC GROUP	살롱 업체	★★	ATS 및 3X 관심	싱가폴 바이어 연결
21	중국	新序登美	미용 재료상	★★★★★	ATS, 기구 하얼빈 총판 관심	중국 지역 총판 중점 관리
22	영국	LuxyLam Inc	미용 수입상	★★★	아이롱 OEM 관심	지속적인 컨택 진행
23	중국	P&LGLOBAL	미용 수입상	★★	ATS 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
24	베트남	SALONZO	미용 수입상	★★★★★	펌 기구 및 제품 OEM 관심	현지 베트남 딜러에게 인계
25	인도네시아	CV ITACOS	미용 수입상	★★★★★	ATS 및 3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
26	미국	Beauty Concept Inc	미용 수입상	★★	3X 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
27	대만	Renata	미용 수입상	★★★	ATS 맥스 및 아이롱펌 관심	대만 심사장에게 인계
28	홍콩	VINOVIN LIMITED	미용 수입상	★★	ATS 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
29	이집트	Perla Ronga	미용 수입상	★★★	ATS 맥스 및 아이롱 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
30	미얀마	OULU	미용 수입상	★★★	ATS 및 제품 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
31	한국	SKINM.D.KOREA	미용 수입상	★★★	ATS 퍼스티지 OEM 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
32	태국	CHAMP	미용 수입상	★★★	기구 및 아이롱 OEM 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
33	말레이시아	PASSION	미용 수입상	★★	기구 및 아이롱 OEM 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
34	프랑스	Brushing-coiffure	미용 수입상	★★★	아이롱, 3X 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
35	대만	고지개발유한공사	미용 수입상	★★★	아이롱 관심	대만 심사장과 협의

36	싱가폴	C'est Moi	미용 수입상	★★★★	스타일 뮤즈, 퍼스티지 관심 OEM	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
37	인도네시아	Marina Adia Indra	미용 수입상	★★★★★	아이롱 펴, 맥스 ,3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
38	독일	Beauty & More e.k	미용 수입상	★★★★	3X 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
39	싱가폴	AURORA	미용 수입상	★★★★	ATS 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
40	튀니지	La marse	미용 수입상	★★★★	3X 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
41	베트남	Goldensun Cosmetic	미용 수입상	★★★★★	ATS 관심	현지 베트남 딜러에게 인계
42	중국 광주	Guang zhouailiek	미용 수입상	★★★★	기구 및 아이롱 관심	중국 지역 총판 중점 관리
43	호주	HB Partners	미용 수입상	★★★★★	Max, 3X 관심	잠정적 신규 딜러 중점 관리
44	사우디아라비아	NASAEM BEAUTY	미용 수입상	★★★★	3X 및 아이롱 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
45	팔레스타인	To-me	미용 수입상	★★★★	ATS 맥스 및 3X 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
46	대만	통일약품주식회사	대기업	★★★★	리테일 제품 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
47	인도	Seabuck Eternal Beauty	미용 수입상	★★	아이롱 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
48	인도네시아	Levrakiya	미용 수입상	★★	아이롱 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
49	이집트	SIYAJ ALAJIAL	미용 수입상	★★★★	아이롱 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
50	필리핀	Luxliss	미용 수입상	★★★★	3X , ATS 유니피버	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
51	중국 절강	항주순미무역유한공사	미용 수입상	★★★★★	ATS 총판 관심 (중국 절강성)	중국 지역 총판 중점 관리
52	페루	Patricia Yukiko	미용 수입상	★★	3X, 아이롱 관심	잠정적 딜러, 활성화 방안 모색
53	베트남	MIANMI	미용 수입상	★★★★★	기구, 아이롱 수입 관심	현지 딜러와의 관계 방안 모색

* 주요 상담 바이어 리스트이며, 개별 살롱 등의 미팅은 제외하였음

제4장 언론보도

1. 국내언론

언론	날짜	기사 제목
시민일보	2016.03.28	2016 OMC 헤어월드 'K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스' 개최 http://www.siminilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=449396
시민일보	2016.03.29	2016 OMC 헤어월드 '준오아카데미 'Get it K-Beauty' 세미나 눈길 http://www.siminilbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=449607
의학신문	2016.09.26	K-뷰티, 해외시장에 지적재산 수출 http://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=609540
스포츠서울	2016.11.17	K-뷰티 제품·문화 전파, 한국 뷰티 산업의 가치와 시너지 효과 극대화 http://www.sportsseoul.com/news/read/457820#csidxd1370bfe0ac01ce9d6e584cfb60ea5a
충청일보	2016.11.18	'K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스' 개최 http://www.ccdailynews.com/news/articleView.html?idxno=898732
KNS 뉴스통신	2016.11.18	'K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스' 홍콩서 개최..K-뷰티 열기 '입증' http://www.kns.tv/news/articleView.html?idxno=259607
TUBTH	2016.11.18	홍콩서 'K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스' 개최 http://m.tubth.com/news_view.php?ns_idx=2016111518452356&ion_code=01
소상공인뉴스	2016.12.13	[뷰티탐방]제품 대표 "해외 시장에서의 K-뷰티 열풍, 화장품을 뒤이어 헤어 미용이 뜬다" http://www.upkorea.net/news/articleView.html?idxno=75795

2. 해외언론 및 현지 SNS

□ 말레이시아

- 말레이시아 Kingswright사는 2016년 5월 진흥원이 말레이시아에서 개최한 ‘K-뷰티 글로벌 역량강화 국제컨퍼런스’를 참관한 후 한국 준오헤어 아카데미와 파트너십을 맺고 말레이시아 정부와 공동으로 18개월간의 미용 교육과정을 개설하기로 했다는 내용을 대대적으로 보도함



李志亮：晉升先進國 培訓技術員刻不容緩

■李志亮(左2起)代表Kingswright, 与韩国Juno美容美发学院创办人姜云鳳交換備忘錄。左起为李志亮和柳現錫。

【吉隆坡19日讯】財政部副部长李志强说，马来西亚多个工种等领域正面对熟练技术员工短缺问题，若此问题没有被正视和妥善解决，我国恐无法如期达成晋升成为先进国。

他说，为培训更多熟练技术员工，政府正迫切需要建立一个更完善的技职教育制度，鼓励更多年轻人报读技职教育，为国家培训更多熟练技术员工人才。

“除了专业人士，国家也需要足够熟练技术员工推动国家经济发展，两者缺一不可。”

李志亮今日在Kingswright美容美发学院与Juno美容美发学院签署合作备忘录仪式

上致词时，这么指出。

其他出席嘉宾，包括韩国驻马大使柳现锡、Kingswright美容美发学院创办人李晋辉志福、学院总执行长李智余德胜，以及Juno美容美发学院创办人姜云凤。

需建立更完善制度

柳现锡致词时指出，韩马两国的邦交关系自1969年开始至今已逾56年的长历史，两国一直在政、经、文、教领域方面都有深厚的渊源与密切的合作关系，两国人民的友好关系更胜从前。

余德胜在备忘录签署仪式后记者会上指出，Kingswright与来自韩国的Juno美容美发学院合作开办一个为期18个月的美发课程，课程将依据教育部技职教育组拟定的课程纲要，英语为主要教学媒介语，同时韩国方面(Juno)也将派出2至3名韩国导师来马授课。

Program TVET atasi kekurangan pekerja mahir

Kuala Lumpur: Negara kini berdepan kekurangan pekerja berkemahiran dalam pelbagai bidang industri. bekalan jumlah permintaan melebihi penawaran.

Timbalan Menteri Kewangan II, Datuk Lee Chee Leong, berkata kekurangan tenaga kerja berkemahiran itu sekali gus menjadi penghalang kepada agenda negara untuk mencapai status negara maju.

"Bagi mengatasi masalah ini, kerajaan menyokong penuh program Latihan dan Pendidikan Teknikal dan Vokasional (TVET) dalam sistem pendidikan bagi menyediakan tenaga mahir bertaraf antarabangsa.

Kurang keberuntungan
"Usaha ini bukan sahaja dapat meningkatkan keberuntungan kepada pekerja asing tetapi jumlah pengaliran wang ke luar negara dapat diturangkan.

"Institusi latihan vokasional yang menyediakan kursus kemahiran bertaraf antarabangsa dalam pelbagai bidang pula secara tidak langsung dapat membangunkan aliran baru pendapatan.

"Keputusan ini sekali gus menyumbang kepada Keluasan Dalam Negara Kasar (KDNK) yang memberi kesan positif kepada ekonomi negara," katanya pada majlis menandatangani memorandum persefahaman (MoU) antara Kingswright Institute of Hair and Beauty bersama JUNO ACADEMY dari Korea Selatan.

Kingswright sebuah institut dandanan rambut akan membuat pengambilan pertama pelajarannya pada Disember ini.

Seramai 200 pelajar akan mengikuti pengaliran selama 18 bulan bagi Program Diploma Dandanan Rambut di kampusnya di Cyberjaya.

Ketua Kumpulan Pegawai Eksekutif Kingswright Institute, Datuk Yee Tuk Sing, berkata JUNO ACADEMY dipilih kerana institusi itu adalah peneraju dalam bidang dandanan rambut di Korea Selatan.

Tuck Sing (kiri) bertukar dokumen MoU dengan Ketua Pegawai Eksekutif JUNO Academy, Kang Yun Seon sambil disaksikan Duta Besar Korea Selatan ke Malaysia, Tu Hyun Seok, di Kuala Lumpur, semalam.

(FOTO MUHD/ASTRA/SAMWAL/BI)

▲ 말레이시아 재무부 장관 주재 MOU 체결

- 말레이시아 유명 뷰티전문지인 뷰티트렌드가 컨퍼런스 진행 후 K-뷰티 스타일 및 준수 아카데미와 이철 트리코드 아카데미의 교육이념과 비전 등 특별 인터뷰 내용을 비중 있게 게재 함



people
Inspiring Educator
美发教育推手

在潮商中心首尔江南, 有一所让梦想成为现实的美发学院—Juno Academy, 学院灵魂人物Chris东希希望以教育的力量, 给优秀的发型师, 带给她那美侬的幸福感, 并让Juno成为金发沙龙文化的播种者培养下一代。TREET Hair by MEOU.com@khan.com

韩 美丽的Juno美发基金会是金发沙龙界最权威最专业的美发教育基金会, 旗下拥有Juno Academy美发学院, 她作为Juno Academy的创始人, 她为Juno Academy美发学院提供源源不断的资金支持, 她为Juno Academy美发学院提供源源不断的资金支持, 她为Juno Academy美发学院提供源源不断的资金支持...

122 BeautyNews



Company Profile
Juno Academy 是亚洲唯一美发学院, 也是亚洲唯一美发学院, 也是亚洲唯一美发学院...

Q 美发教育要做的不仅是形体上的改变, 而是能让身心一同变得更好, 为顾客创造美丽的幸福感。

Q 美发教育要做的不仅是形体上的改变, 而是能让身心一同变得更好, 为顾客创造美丽的幸福感。

BeautyNews 123



people
Hair Expertise
孕育美发人才

作为Lee Chu Hair Korner教育总监, Park Jo Hee积极投身于美发教育工作, 结合品牌核心价值精神及教学方针, 为亚洲美发界培育出优秀的教育人才。

自 韩能崛起, 除了经济腾飞外, 韩国政府、品牌商家等也是重要推动因素。她作为Lee Chu Hair Korner的教育总监, 她为Lee Chu Hair Korner的教育总监, 她为Lee Chu Hair Korner的教育总监...

124 BeautyNews

Q 美发教育中如何培养学生的职业素养?

Q 美发教育中如何培养学生的职业素养?

Q 美发教育中如何培养学生的职业素养?

Company Profile
品牌创始人教育总监总监, Lee Chu Hair Korner的教育总监, 她为Lee Chu Hair Korner的教育总监, 她为Lee Chu Hair Korner的教育总监...

BeautyNews 125

▲ 준수 아카데미 원장과 이철 트리코드 아카데미 원장의 인터뷰 내용

updates

K-Beauty Style 精彩发绘

韩国作为时尚潮流的标杆，其唯美、自然、随性的韩式发型更让许多人争相效仿。由Hairizon Hub Sdn Bhd 联合韩国美发产品巨头Create Korea及韩国美发学院Juno Academy 主办的K-Beauty Seminar Show在一片赞叹声中圆满落幕。TEXT | Hui Yun



向 来洞悉市场趋势及拥有敏锐时尚触觉的Hairizon Hub Sdn Bhd特邀韩国美发学院Juno Academy及Create Korea携手打造一场精彩的K-Beauty Seminar Show。让嘉宾们一同见证韩国非凡的美发实力。此次的发型秀于Four Points酒店盛大举办，有许多沙龙发型师参与其中，现场热闹非凡。

精彩示范

发型秀由HairizonHub的技术大师Stanley 拉开序幕。现场以ATS专业护理染发产品示范永久染发，讲解产品如何在染发

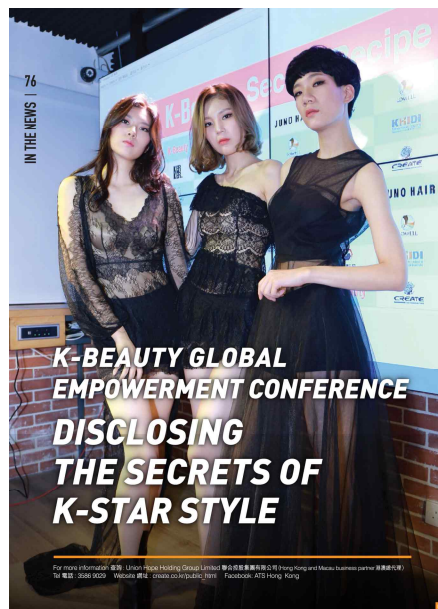
过程中保护秀发，染发后秀发依然柔顺亮丽，且卷度与弹性更佳。接下来，由Juno Academy的著名导师亲自示范韩国目前最流行的发型与整体造型，除了马来西亚的模特外，更特意安排了7位来自韩国的顶尖模特来到现场，另外也有来自E.Vogue Academy的大师级化妆师助阵，让发型秀更具看头。大师们搭配ATS护理染发 Refresh Perm为模特打造发型，卷发效果非常自然，卷度分明富有弹性，也可看出头发因护理染发而显得健康富光泽。除此之外，他们也示范了亚洲目前最为流行的色系，利用ATS专为亚洲人设计的Unifever，带出柔顺亮丽的发色。

视觉盛宴

除了精彩的现场示范外，大会也特别准备了幸运抽奖活动，奖品包括30份安慰奖，5份三等奖，5份二等奖，5份大奖及总值约5万令吉的礼品。另外也安排了现场幸运开锁游戏，奖品为25份价值RM680的离子夹，而所有出席嘉宾也获得由Create Korea公司赞助的纪念礼品。抽奖活动结束后，模特开始走秀，以展示大师们的完美成品，时尚的服装再搭配漂亮的妆发，舞台上顿时光芒四射，带给观众回味无穷的视觉盛宴。表演最后以三位韩国模特带来的走秀和精彩舞蹈划下句点。■

□ 홍콩

- 유명 뷰티전문지 디스커넥션 홍콩판에 프로그램 내용, 한국 트렌드 등 K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스 내용이 상세하게 기재됨



未來美髮精英 成長之路

CAREER 職業導向
CAREER PLANNING

入行 1年
1年 - 1年半
1年半 - 2年

專業理論結合 實踐練習
在職訓練六個月
高級程度進修及 參與設計實習
畢業後推薦入職 優質沙龙工作

承辦Salon合約式培訓初級助理
請致電HOTLINE查詢852 2558 0728

City & Guilds 360°

國際專業美髮文憑8122
LEVEL 1-2
適合新進 適合初入行 適合雙語 適合前線專業 適合兼職 適合學生人士 適合大專畢業後求職人士
The Diploma level is suitable for someone who has already learned the basic skills of hairdressing and who now wants to be able to work independently.

國際專業美髮高級文憑8122
LEVEL 3
適合進修 高級文憑適合專門技術師的培訓 更適合國際專業師訓練 適合美容 美髮業進修一級或 高級專業技術人才
The Advanced Diploma level is suitable for someone who already has hairdressing skills: who wants to develop these skills and who may supervise others.

助你成長，創造未來
NURTURING GROWTH. BUILDING A FUTURE

▲ 현지 전문지에 실린 기사 내용

□ 현지 SNS

- 한국 유명 연예인을 담당하는 뷰티전문가들이 직접 홍콩을 방문하여 개최한 행사에 참석한 것에 대해 영광이었다는 내용 및 추후 이런 한중 뷰티교류가 더 활발히 진행되기를 바란다는 내용이 다수로 올라와서 홍보효과가 증가함



▲ 컨퍼런스 개최 후 참석자들의 SNS

제5장 기대효과

- 전문가용 화장품 수출 활성화 및 K-뷰티 글로벌 역량강화
 - 한류스타일을 주도하는 국내 유명 아티스트를 활용하여 전문가화장품 육성을 통한 화장품 해외진출 증대 및 아시아시장 선점
 - K-뷰티 교육컨텐츠와 국산 전문가화장품 매칭을 통한 홍보효과 극대화 및 신 시장 개척

- 아시아 뷰티산업허브로 발돋움할 수 있는 계기를 마련
 - 전문인력의 해외진출 및 해외뷰티전문가 국내 유입 유도, 뷰티 연계 산업의 동반 성장 등 선순환 구조의 새로운 시장 창출

■ 참고문헌

- 보건산업통계사이트 KHISS, <http://www.khiss.go.kr/>
- 중국 미용시장 유망상품(마스크팩), 한국무역협회, 2016
- 화장품 위생규범대비 변화사항(중국), KTR, 2016
- 교보문고 리서치센터, 2016
- 화장품법
- 화장품행정허가 신고 및 접수규정, 2009
- 화장품 표시 관리규정
- 화장품안전기술규범
- 화장품 시장 동향 및 전망, 임팩트, 2015
- 중화인민공화국상표법, 2016
- 화장품안전기술규범시행, 한국무역협회 북경지부, 2016
- 화장품 위생감독 관리조례 제정(안)
- 화장품 위생감독 조례 실시세칙
- 중국 화장품 위생행정허가, 한국피부임상과학연구소, 2016
- Trade Focus 46호, 한국무역협회, 2016
- 중국 화장품시장, 하나증권, 2016
- 화장품산업(중국), 교보증권, 2016
- 아모레퍼시픽, 2016
- 국제환경규제기업지원센터 분석보고서, 2016
- 해외시장정보(중국), 대한화장품협회, 2016
- 화장품산업 산업분석, 키움증권, 2015
- 중국 화장품 위생행정허가 기본교육, 대한화장품협회, 2016

- 해외법령정보(중국), 대한화장품협회, 2016
- 2016년 화장품산업 분석보고서, 한국보건산업진흥원, 2016
- 2016 글로벌 코스메틱 포커스_중국편, 대한화장품산업연구원, 2016
- 2016 국가별 시장분석(영유아 및 어린이), 중국, 대한화장품산업연구원, 2016
- 2016년 해외시장정보, 중국, 대한화장품산업연구원, 2016
- 온라인 수출 가이드북, 중국, 대한화장품산업연구원 2016
- 중국 온라인 마케팅의 핫이슈, 왕홍 이렇게 활용하라!, 한국무역협회, 2016
- Euromonitor International, 2016
- WWD Beauty Report, 2016
- 주간무역, 한국 화장품, 이제는 “Made in China by Korea” 시대!
<http://weeklytrade.co.kr/news/view.html?section=1&category=136&item=&no=23745>
- 파이낸셜뉴스, 네이처리퍼블릭, 시안에 매장 열고 중국 내륙 시장 본격 공략에 나선다 <http://www.fnnews.com/news/201609071058013115>
- 매일경제, ‘유커·SNS’의 힘...이니스프리 1조 클럽’
<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=806627&year=2016>
- 한국경제, 잇츠스킨 유근직 대표의 中사업 청사진은?
<http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201604057404g>
- 이뉴스투데이, 에뛰드하우스, 글로벌 넘버원 영 메이크업..근간은 ‘글로벌·디지털·혁신’
<http://www.ewnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=637672>
- 국제환경규제기업지원센터 분석보고서 201-16-023, 2016

<부 록>

1. 중국 수출절차 관련 필요 서식
2. 컨퍼런스 참여 기업 및 제품 소개

(1) 상표등록 신청서

商标注册申请书

申请人名称(中文):
(英文):
申请人国籍/地区:
申请人地址(中文):
(英文):
邮政编码:
联系人:
电话:
代理机构名称:
外国申请人的国内接收人:
国内接收人地址:
邮政编码:
商标申请声明: 集体商标 证明商标
 以三维标志申请商标注册
 以颜色组合申请商标注册
 以声音标志申请商标注册
 两个以上申请人共同申请注册同一商标
要求优先权声明: 基于第一次申请的优先权 基于展会的优先权 优先权证明文件后补
申请/展出国家/地区:
申请/展出日期:
申请号:

申请人章戳(签字): 代理机构章戳:

代理人签字:

注: 请按说明填写

(2) 등록상표 갱신 신청서

商标续展注册申请书

申请人名称(中文):

(英文):

申请人地址(中文):

(英文):

邮政编码:

联系人:

电话:

代理机构名称:

商标注册号:

是否共有商标: 是 否

类别:

申请人章戳(签字):

代理机构章戳:

代理人签字:

注: 请按说明填写

<부록 2> 중국 수출절차 관련 필요 서식

(1) 원산지 증명서

서명등록서					
무역관계증명서 발급규정에 의거하여 본사의 무역인증 신청자 서명을 다음과 같이 등록합니다.					
1. 업체현황			(사업자등록번호 : - -)		
회 사 명			영문 회사명		
대표자 성명			영문 대표자 성명		
생산 및 취급 품목	한글		홈 페이지	http://	
	영문		대표 e-mail		
업 체 규 모	결산년도	년 월 - 년 월	대표 전화		
	자 본 금	백만원	대 표 팩 스		
	매 출 액	백만원	작업자	성 명	
	종업원수	명		전 화 ()	
	공장주소 (유·무)			e-mail	
			WEB 사용자 등록 <small>(등록대형 희망업체만 기재)</small>	sub-ID	
<p>2. 서약서</p> <p>당사는 원산지증명 및 무역관계증명서 발급을 신청함에 있어 대외무역법 및 상공회의소법 등에 의거 귀 회의소가 경한 제반 의무사항을 성실히 이행하고, 증명서류를 기재함에 있어 추후도 거짓된 내용이 없이 사실에 근거하여 작성할 것을 서약합니다.</p> <p><u>대외무역법의 원산지 표시규정을 위반하는 경우에는 대외무역법 제33조에 의거 3억원 이하의 과징금 과 동법 제54조에 의거 3년 이하의 징역 또는 3,000만원이하의 벌금을 부과 받게 되며, 또한 동법 53조에 의거 외국산물품을 국산물품으로 가장하여 수출하는 경우에는 5년 이하의 징역 또는 1억원이하의 벌금에 처하게 됨을 인지하였음을 확인합니다.</u></p> <p style="text-align: center;">년 월 일</p> <p style="text-align: center;">업 체 명 : _____</p> <p style="text-align: center;">대 표 자 : _____</p> <p>첨부서류: 1. 사업자등록증 사본 1부 2. 법인(개인)인감증명서(최근 3개월이전 발급된 것) 1부. 3. 상점등록정보(Korohambiz.net)를 등록 희망하는 업체만 작성 1부.</p> <p style="text-align: center;">※란을 넘지 않도록 도장을 날인해주시기 바랍니다.</p> <div style="float: right; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 법인의관 (개인의관) </div> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">대한. 서울상공회의소 귀중</p>					
상공회의소 기 재 란	접수번호		유효기간		관할상의

(2) 견적 송장

From : SAM YONG CO., LTD
159 SAMSUNG-DONG HANGNAM GU
SEOUL, KOREA
Tel : 02-8000-8000
Fax : 02-8000-8001
E-mail : samyong@hotmail.com

Ref. NO :
MAR. 15, 2016

To : FABRY CO., LTD.

PROFORMA INVOICE

We as Seller confirm having sold you as Buyer the following goods on the terms and conditions as stated below :

COMMODITY : POLYESTER STAPLE FIBRE OPTICAL BRIGHT RAW WHITE
QUALITY : "A" GRADE
QUANTITY : 36,000.00KGS
PACKING & MARKING : 250.00KGS/BALS 250.00KGS/BALE 250.00K
UNIT PRICE & TERMS OF DELIVERY : USD1.75.00/KG FOB BUSAN
AMOUNT : US\$63,000.00
PAYMENT : AN IRREVOCABLE LETTER OF CREDIT AT SIGHT IN OUR FAVOR
TIME OF SHIPMENT :
 MAY. 31, 2007 12,000.00KGS
 JUN. 30, 2007 12,000.00KGS
 JUL. 31, 2007 12,000.00KGS
PORT OF SHIPMENT : BUSAN, KOREA
DESTINATION : LONDON
INSURANCE : TO BE COVERD BY BUYER
INSPECTION : SELLER'S INSPECTION TO BE FINAL
SPECIAL TERMS
& CONDITIONS : L/C SHOULD BE ARRIVED HERE AT LEAST 30DAYS IN ADVANCE

SAM YONG CO., LTD.

W. K. Park
President

(3) 선하 증권

Bill of Lading

① Shipper/Exporter ABC TRADING CO. LTD. 1, PIL-DONG, JUNG-KU, SEOUL, KOREA		② B/L No. : But 1004			
② Consignee TO ORDER OF XYZ BANK					
③ Notify Party ABC IMPORT CORP. P.O.BOX 1, BOSTON, USA					
Pre-Carriage by:	⑤ Piece of Receipt BUSAN, KOREA				
④ Ocean Vessel WONIS JIN	⑦ Voyage No. 1284E	⑧ Flag			
⑤ Port of Loading ⑥ Port of Discharge ⑨ Piece of Delivery ⑩ Final Destination(For the Merchant Ref.) BUSAN, KOREA BOSTON, USA BOSTON, USA BOSTON, USA					
⑪ Container No. ⑫ Seal No. Mark & No	⑬ No. & Kind of Containers or Packages	⑭ Description of Goods	⑮ Gross Weight	Measurement	
ISCU1104	1 CNTR	LIGHT BULBS (84,000 PCS)	4,881 KGS	88,000 CBM	
Total No. of Containers or Packages(in words)					
⑯ Freight and Charges	⑰ Revenue tonn	⑱ Rate	⑲ Per	⑳ Prepaid	㉑ Collect
⑳ Freight prepaid at	㉒ Freight payable at	㉓ Place and Date of Issue May 21, 2007, Seoul Signature			
Total prepaid in	㉔ No. of original B/L				
㉕ Laden on board vessel. Date Signature May 21, 2000		㉖ ABC Shipping Co. Ltd. as agent for a carrier, rrr Liner Ltd.			

(4) 상업 송장

COMMERCIAL INVOICE

① Shipper/Seller KRGILTRAI69580 GILBING TRADING CO., LTD. 169, SAMSUNG-DONG, KANGNAM-KU, SEOUL, KOREA		⑦ Invoice No. and date 8808 BK 1007 MAY. 20. 2007			
② Consignee (or For account & risk of Messrs) MONARCH PRO CO., LTD. 6200 ANTHONY WAYNE DR. DETROIT, MICHIGAN 48208 U. S. A.		⑤ L/C No. and date 66862 APR. 26. 2007			
③ Departure date MAY. 20. 2007		⑧ Buyer(if other than consignee) MONARCH PRODUCTS CO., LTD. 6200 ANTHONY WAYNE DR. DETROIT, MICHIGAN 48208 U. S. A.			
④ Vessel/flight PHEONIC		⑨ Other references COUNTRY OF ORIGIN : REPUBLIC OF KOREA			
⑤ From BUSAN, KOREA		⑩ Terms of delivery and payment F.O.B BUSAN L/C AT SIGHT			
⑥ To DETROIT, U.S.A.					
⑪ Shipping Marks	⑫ No. & kind of packages	⑬ Goods description	⑭ Quantity	⑮ Unit price	⑯ Amount
		NYLON OXFORD	80,000M	US\$1.00/M	US\$80,000
MOONT DETROIT LOT NO C/NO.1-68 MADE IN KOREA	420 BX X 4200	MATERIAL AS PER MONARCH PRODUCTS IDENT NO. T. 868	1206.08PKGS.		
					Signed by Ⓢ

(5) 포장 명세서

PACKING LIST

① Seller Gil Dong Trading Co., Ltd.		⑤ Invoice No. and date 8905 HC 8108 Aug. 18, 2012.			
② Consignee(or For account & risk of Messrs.) Monarch Products Co., Ltd. P.O.Box 208 Bulawayo, Zimbabwe		⑦ Buyer(if other than consignee) Monarch Products Co., Ltd. P.O.Box 208 Bulawayo, Zimbabwe			
③ Notify Party Same as above.		⑧ Other references Country of Origin: Republic of Korea			
④ Departure date Aug. 20, 2012.					
⑤ Vessel/flight ⑥ From Phoenix BUSAN, KORPA					
⑦ To Bulawayo, Zimbabwe					
① Shipping Marks	② No. & kind of packages	③ Goods description	④ Quantity or net weight	⑤ Gross Weight	⑥ Measurement
MOUNT Bulawayo LOT NO C/NO.1-58 MADE IN KOREA	4200X4200 Material, As per Monarch Products Indent No T.858	Nylon Oxford	60.000M 1208.08Kgs.	1,817kgs	24.5CBM
<p>////////////////////////////////////</p>					
					Signed by ⊙

(6) 항공 화물 운송장

Shipper's Name and Address		Shipper's Account Number		Not negotiable Air Waybill Issued by: KOREAN AIR	
Complinee's Name and Address		Complinee's Account Number		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are original and have the same validity.	
Telephone :		It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (EXCEPT AS NOTED) FOR CARRIAGE (EXCEPT TO THE EXTENT OF CONTACT BY THE SHIPPER) UNDER THE (SHIPPER'S ATTENTION) (EXCEPT TO THE EXTENT) CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.			
Issuing Carrier's Agent Name and City		Accounting Information			
Agent's IATA Code		Account No.			
Airport of Departure (Addr. of Firm Carrier) and Requested Routing					
TO City	From	Routing and Destination	to	by	to
Carrier					
Airport of Destination		Flight/Class	For Carrier Use Only	Flight/Class	Amount of Insurance
					DISCREPANCY Carrier offers insurance and such insurance is requested in accordance with conditions on reverse hereof unless amount to be insured is shown in box marked 'amount of insurance'.
Handling Information					
No. of Pallets	Grm	kg	Rate Class	Chargeable Weight	Rate
1	1	1	Commodity Item No.		Charge
					Total
Nature and Quantity of Goods (incl. Dimension or Volume)					
Prepaid Charge	Weight	Collect	Other Charges		
Valuation Charge					
Tax					
Total Other Charges Due Agent			Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that unless in any part of the accompanied manifest dangerous goods, such part is properly described by name and in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulation.		
Total Other Charges Due Carrier					
Total Prepaid	Total Collect		Signature of Shipper or his Agent		
Currency Conversion Rate	CC Charges in Term. Currency		Inspected on (date) at (place) Signature of Issuing Carrier or his Agent		
For Carrier's Use Only at Destination	Charges at Destination		Total Collect Charges		

ORIGINAL 8 (FOR SHIPPER)

(7) 자유판매증명서

Korea Cosmetic Association

(Yeouido-dong, Keumsan bldg.,) #907, 750, Gukhoe-daero, Yeongdeungpo-gu, Seoul, Korea
Tel +82-2-785-7985 Fax +82-2-782-6659 <http://www.kcia.or.kr>

제조판매 증명서

증명서 No.: 2016-7544

본 협회는 아래의 화장품이 대한민국 화장품법의 규정에 따라 식품의약품안전처의

제 품 명
불 입

- 발행일: 2016년 05월 25일



본 증명서는 발행일로부터 2년 유효함.

Myung-kyu Lee
Vice President
Korea Cosmetic Association



(8) 제품검사성적서



(9) 제품 원자재 배합 비율표

MATERIAL SAFETY DATA SHEET

업체명
주소
Tel: Fax:

1. PRODUCT IDENTIFICATION

- Product Name : ..

2. APPLICATION

- ..

3. HAZARD IDENTIFICATION

4. FIRST AID MEASURES

Effect and Symptoms : ..

First Aid Measures : ..

- ..

5. FIRE FIGHTING MEASURES

- Flash point : ..
- Extinguishing Media : ..
- Special Fire-fighting Procedures : ..
- Hazardous Combustion Products : ..
- Unusual Fire and Explosion Hazards : ..

6. ACCIDENTAL RELEASE MEASURES

- Personal protection : ..
- Environmental protection : ..
- Methods for cleaning : ..

7. HANDLING AND STORAGE

- Handling : ..
- Storage : ..

8. EXPOSURE CONTROLS/PERSONAL PROTECTION

- General measures : ..
- Individual Protection Media : ..

9. PHYSICAL AND CHEMICAL PROPERTIES

- Appearance : ..
- Color : ..
- Odor : ..
- pH : ..
- Texture : ..
- Specific Gravity : ..
- Pathogen : ..
- Microorganism : ..
- Identification Test25 : ..
- Mercury : ..

MustaeV
MORE THAN MAKEUP

VOID, V BEAUTY VAIRA, THE SERI, parapam, RA BEAUTY CORE, Na Stella, Style floor, NAHIN, With, SEPTILITE, MAKEUP HOUSE, MUSEE, NEUF, RA ECOBEAUTY

637-15 Sinsa-Dong, Daemyoung B/D 2F, Gangnam-Gu, Seoul 135-896, Korea
Phone: 82-2-552-7546 / Mon. - Fri. 10:00AM - 6:00PM / contact@mtmco.co.kr
www.TheMustaeV.com

MORE THAN MAKEUP
MustaeV
MORE THAN MAKEUP

Divine Eye Makeup

From neutral shades to show-stopping color, you'll find what you're looking for with MustaeV. We offer a broad selection of eye products to meet all makeup needs for any occasion. Our products provide intense pigmentation with great adherence and a crease-free, long-lasting wear.

Editor's PICK
MustaeV Single Eye Shadow

MustaeV Eye Shadow is a must-have item. Our high quality shadows are offered in 61 shades with a variety of textures in Single Eye Shadow form or pan palette refills. The easy to blend formula provides intense pigmentation, great adherence and a crease-free, long-lasting wear. Keep it simple or create high drama with MustaeV Eye Shadow. 1.8g

SNOW	POPPY YELLOW	PASSION RED	ALGERIAN CORAL	RASBERRY ROSE	PINK BIRCH	FLUSHED	YAGLE	IRIS	DEEP CAPRI
KELLY GREEN	MATT	SHADE	FERDE	BAMBI	COCCA	SMOKE	CHACGAL	SCALES	DAZZLE PINK
HALO	VINYL	WISH ME LUCK	FOREST	MOSSY	BLOOMING PEACH	ATOMIC TANGERINE	PINK MIST	LOVABLE	JULEP
OLD GOLD	BURN	GLACIER	GUMBALL	BOWTICH	VINTAGE	SILVER MEDAL	DUST OFF	BROWN STONE	STONE
DIAMOND	MILKY WAY	AURA	SUN	NAKED WOOD	DAZZLE	ANTIQUE GOLD	GOLD MUSEUM	ESSENT PINK	LILAC
PINK DRESS	PINK CHAMPAGNE	MORNING DEW	IN THE CLUB	BARN FOREST	CHARING CROSS	NIGHTMARE	PEACOCK	ANDROMEDA	DYBUK

COLOR POWDER
MustaeV Color Powders can be used alone or mixed with various products to create a radiant glow.

Moonlight Color Powder 2.5g
This loose color powder adds a luminous look to make up. It provides high adherence, endurance, and micro-sized, crease-proof pearl particles.


Starlight Color Powder 2.5g
Loose color powder with a mysterious luster. It provides high adherence, endurance, and micro-sized, crease-proof glitter particles.

Moonlight Powder White, Champagne 2.5g
Starlight Powder Pink, Gold, Opal 2.5g

- Smudge Proof Catwalk Gel Liner 4.8g
- Single Eye Shadow (Cocoa, Smoke) 1.8g
- Pencil Sharpener
- Powdery Angle Brow Pencil
- Long Wear Eye Liner Pencil (Black, Brown)
- Brow Scissors
- Tweezers
- Eyelash Curler
- Line Force Liquid Eyeliner 6g
- Maxi Volume Mascara 6g

Perfect Face Makeup

MustaeV Water Bomb Base, Lustrous Cream Base and foundations will revitalize the skin providing a radiant glow with a lightweight, flawless coverage.



Lustrous Cream Base
The secret to radiant skin. The Lustrous Cream Base is made of tiny hologram pink pearl which creates a luster on the skin. The pearl particles melt into the water cream product and reflect light, minimizing the appearance of imperfections and pores creating smooth, lustrous skin. 40ml

Water Bomb Base
Serum-Primer 2 in 1. A lotion that has a combined emulsion and gel system that provides a hydrated, lightweight, and clean feel. By providing moisture to the skin, it boosts makeup with sebum control powder that controls excess oil so you can have fresh skin all day. 40ml


Silky Tint Foundation
Provides a sheer to medium buildable coverage with a natural finish in a lightweight form. The water protective screen keeps the moisture from evaporating and the skin hydrated all day long. 40ml

MELTING CREAM FOUNDATION
Experience high coverage with a lightweight feel. The cream foundation melts when it touches the skin hiding imperfections while creating smooth contours. It provides a full coverage with a natural finish and is suitable for all skin types.

SPOT ERASER CONCEALER PENCIL
A concealer pencil that is soft and precise. It covers imperfections one by one, creating the appearance of naturally perfect skin.

Face Architect Powder

Construct a more contoured face using a highlighter and shading powder, along with adding blush to the cheeks to create a flawless look with dimension. The Architect Powder provides excellent adherence and it applies evenly and smoothly, with its soft, tiny particles.



Light On 8.5g
Silhouette 8.5g
Floral Glow 4.5g
Odd Pink 4.5g

10 LIP/CREAM PRO PALETTE
10 various shades perfect for using individually or mixing to create your own customized shade. 1.5g x 10

GLAZING LIP GLOSS
Golden Peach and Clear 4.5ml


2 MUSTAEV

1 Silky Cotton Loose Powder
Composed of light, minute particles, and keeps the skin fresh all day long. It keeps makeup in place and creates perfectly smooth skin by highlighting its natural brightness.
1. Silky Cotton Loose Powder 15g
2. Manufactured with 100% high grade silica, this powder puff from MustaeV delivers fine powder particles to the skin with ease.

EasyGo Brush

MustaeV has created brushes that have sensuous color, design, uniqueness and incomparability. Not only that, they have a stable grip and unsurpassed portability.

Easy Go Brushes are offered in two shades, So Pink or The Chocolate.




SO PINK, THE CHOCOLATE
From left to right: 1. Powder Brush 2. Stippling Brush 3. Blush Brush 4. Hairline Contour Brush 5. Angled Contour Brush 6. Foundation Brush 7. Medium Shadow Brush 8. Point Blending Brush 9. Concealer Brush 10. Eye Liner Brush 11. Eye Brow Brush 12. Small Shadow Brush 13. Screw Brush 14. Lip Brush

Designer Makeup Bag

A lightweight, cloth makeup bag with a chic style. The designer makeup bag offers a large space with several pockets inside and out to hold all your makeup tools. Includes four clear plastic pouches that are convenient and reveal what they hold. Offered in two sizes, Medium and Large.




Soft Makeup Bog
A lightweight makeup box with a classic design. It is made of soft material; inside is divided into three sections which provide enough space for all your makeup and tools. The inner hard case is removable. It is an innovative makeup box focused not only on the elegant design but also practical use.



Brush Cleaner
Brushes can keep the best shape and softness when using a dedicated cleaner for makeup brushes. When using a good brush cleaner, its conditioning features keep the brushes lasting longer and prevent stiffening of the hairs.

BRUSH CLEANER SPRAY 200ML
A spray brush cleaner for a quick, convenient cleaning that removes makeup debris and bacteria along with protecting and conditioning the brush hairs.

BRUSH CLEANER SHAMPOO 200ML
A shampoo to deep cleanse makeup brushes. The gentle yet powerful detergent removes oily cosmetic residue and sebum elements. Conditioning ingredients protect the brush hairs and keep the bristles soft and flexible.



Brush Pouch
1. Black Pouch
2. Performance Brush Belt (offered with Pink or Grey interior flap)
3. Bloom Pouch (offered in two sizes, Small and Large)
4. Golden Roll Pouch

MUST HAVE IT

MustaeV

MORE THAN MAKEUP

MustaeV is a prestigious Korean makeup artistry cosmetic brand established in the Seoul Cheongdam area. Launched in 2009, the company is based on more than 60 years of experience in developing and supplying products to international name brand cosmetic companies.

MustaeV studies and develops products with renowned makeup artists based in Apgujeong Dong & Cheongdam Dong, considered the beauty mecca in Korea, in order to showcase high quality makeup products all professional makeup artists and consumers MUST HAVE.

Furthermore, MustaeV prides themselves on providing high quality brushes with top quality control standards and using the finest materials. Each brush goes through a 32 stage production process and is completed in the same factory from the hairdressing stage to wrapping and sterilization, so that consistent quality assurance is possible. During this process each brush is subjected to 7 stages of inspection and 7 stages of quality assurance. The final step takes the brushes through a sterilization process that is used by medical equipment manufacturers to assure the brushes are bacteria free at the time of shipping. Through this systematic control process the highest craftsmanship and quality is guaranteed.

In addition, MustaeV distinguishes themselves from other retail brands through the consistent development of new colors and high quality makeup that provides intense pigmentation, good adherence and long lasting wear.

www.TheMustaeV.com

Secret Brush

39 special makeup brushes for expert makeup artists and personal use. Each brush is made with deluxe hair, perfectly designed for each purpose, with a durable ferrule and a chip resistant, sturdy handle that is lacquered with nine layers of enamel and decorated with an elegant laser logo.

V13 Secret Round Powder Brush
Perfect for shading and applying powder products as the bristles are shaped perfectly to fit into the creases of the face.

V19 Secret Kabuki Brush
An all-over portable face brush for a flawless powder application.

V33 Secret Angled Contour Brush
Ideal for highlighting and contouring, due to its precise application.

V51 Secret Foundation Brush
Useful for the application of liquid or cream foundation.

V57 Secret Point Concealer Brush
For a precise application of concealer and covering small imperfections.

V65 Secret Small Stippling Brush
This brush is for blending/applying foundation, powder or blush. It is especially good for blending pearl like textures.

V75 Secret HD Powder Brush
Perfect for applying liquid or powder products to the skin. It buffs makeup to a flawless finish.

V15 Secret Powder Brush
Perfect for applying powder products.

V31 Secret Blush Brush
Useful for the application of subtle or vivid color on the cheekbone area.

V39 Secret Blush SQ Brush
A multi-use brush that is generally used for applying powder, blush or highlighter.

V53 Secret Small Foundation Brush
Useful for the application of concealer or foundation in small areas.

V63 Secret Stippling Brush
This brush is for blending/applying foundation, powder or blush. It is especially good for blending pearl like textures.

V67 Secret Short Stippling Brush
This brush is for blending/applying foundation, powder or blush. It is especially good for buffing products onto the skin due to the short bristles.

V91 Secret Fan Brush
The fan brush is perfect for applying and distributing a sheer coat of powder along the facial features.

E13 Secret Large Shadow Brush
This brush is perfect for applying eye shadow base color and highlighting vivid color.

E17 Secret Small Shadow Brush
For an intense color payoff with minimal blending.

E23 Secret Large Fluffy Shadow Brush
Perfect for applying and blending shadow base color due to the soft, lax quality of the bristles.

E27 Secret Small Fluffy Shadow Brush
This brush allows you to apply shadow and intensely blend colors.

E33 Secret Crease Brush
Effective at naturally blending eye shadow or creating depth.

E37 Secret Talent Brush
Precisely blends or smudges shadow and eye liner along the lash line.

E15 Secret Medium Shadow Brush
Effective at applying or blending eye shadow.

E19 Secret Mini Shadow Brush
For a precise application and blending eye liner.

E25 Secret Medium Fluffy Shadow Brush
Perfect for applying shadow and creating depth.

E31 Secret Point Blending Brush
For highlighting the edges of the eye or for smudging eye shadow and eye liner.

E35 Secret Smudge Brush
Useful for application of precise shadow or eye liner. Also useful for smudging.

E39 Secret Twinkle Eye Brush
For blending eye liner or applying color to the inner part of the eye lid.

E53 Secret Patting Shadow Brush
Effective at applying or blending eye shadow.

E57 Secret Angled Shadow Brush
Effective for precise shading in the crease of the eye.

E71 Secret Eye Liner Brush
For the application of gel or liquid eye liner.

E75 Secret Flatliner Brush
Creates a precise and elaborate eye liner. The flat shape makes the application of liner effortless.

E91 Secret Mini Fan Brush
Perfect for the application of mascara and separating lashes.

E93 Secret Eye Brow Brush
For drawing the contour of the eye brow or naturally shading.

E55 Secret Blending Brush
Effective at naturally blending eye shadow or creating depth.

E59 Secret Angled Crease Contour Brush
An angled brush that can be used to apply pops of color or create depth in the crease of the eye with ease.

E73 Secret EB Eye Liner Brush
Creates precise and elaborate eye liner. The small, flat shape makes the application of liner effortless.

E77 Secret Point Liner Brush
For the application of gel or liquid eye liner.

E92 Secret Screw Brush
Use to apply mascara or remove clumps. It is also effective at shaping the contours of the eye brows.

E95 Secret Brow Comb
Perfect for shaping the eye brows.

L11 Secret Lip Brush
Effortlessly define and shape the lips when applying lip color.

Kowonhye Brush

21 high quality brushes for creating beautiful makeup effortlessly.



"With more than 25 years of experience as a makeup artist, the hardest part was to find adequate tools, since beautiful makeup is achieved by a combination of aesthetic sense, technique, experience, and the best quality makeup tools. This was not a problem that time and effort could not solve. Here, I introduce the 'Kowonhye Brush', with the desire of supplying perfect and elaborate makeup tools."

Makeup Artist Kowonhye



Kowonhye 01 Powder Brush
Perfect for shading and applying powder products.



Kowonhye 02 Shading Brush
With good color pick up and a large brush head, it provides thorough shading.



Kowonhye 03 Cheek Brush
Flat and short, this brush blends color evenly on the skin.



Kowonhye 04 Blush Brush
Useful for the application of subtle or vivid color on the cheekbone area.



Kowonhye 05 Highlighter Brush
Perfect for highlighting areas on the face.



Kowonhye 06 Foundation Brush
For a natural and even application of liquid or cream foundation.



Kowonhye 07 Square Foundation Brush
For a natural and even application of liquid or cream foundation.



Kowonhye 08 Concealer Brush
This brush is perfect for covering imperfections.



Kowonhye Easy Go

From left to right: 1. Eye Liner Brush
2. Eye Brow Brush 3. Small Shadow Brush
4. Foundation Brush 5. Blush Brush
6. Lip Portable Brush

Kowonhye 09 Precision Concealer Brush
Its size and shape is perfect for covering small imperfections.

Kowonhye 10 Large Shadow Brush
This brush is perfect for applying eye shadow base and highlighting vivid color.

Kowonhye 11 Medium Shadow Brush
Designed to apply and blend eye shadow effortlessly.

Kowonhye 12 Small Shadow Brush
It precisely highlights distinct shadow colors and is ideal for blending eye liner.

Kowonhye 13 Mini Shadow Brush
For a precise application of eye shadow or liner.

Kowonhye 14 Point Blending Brush
For highlighting the edges of the eyes or smudging eye liner or shadow.

Kowonhye 15 Eye Liner Brush
For the application of liquid or gel eye liner.

Kowonhye 16 Angled Eye Liner Brush
A fine, oblique line shaped brush that gives a precise eye liner application.

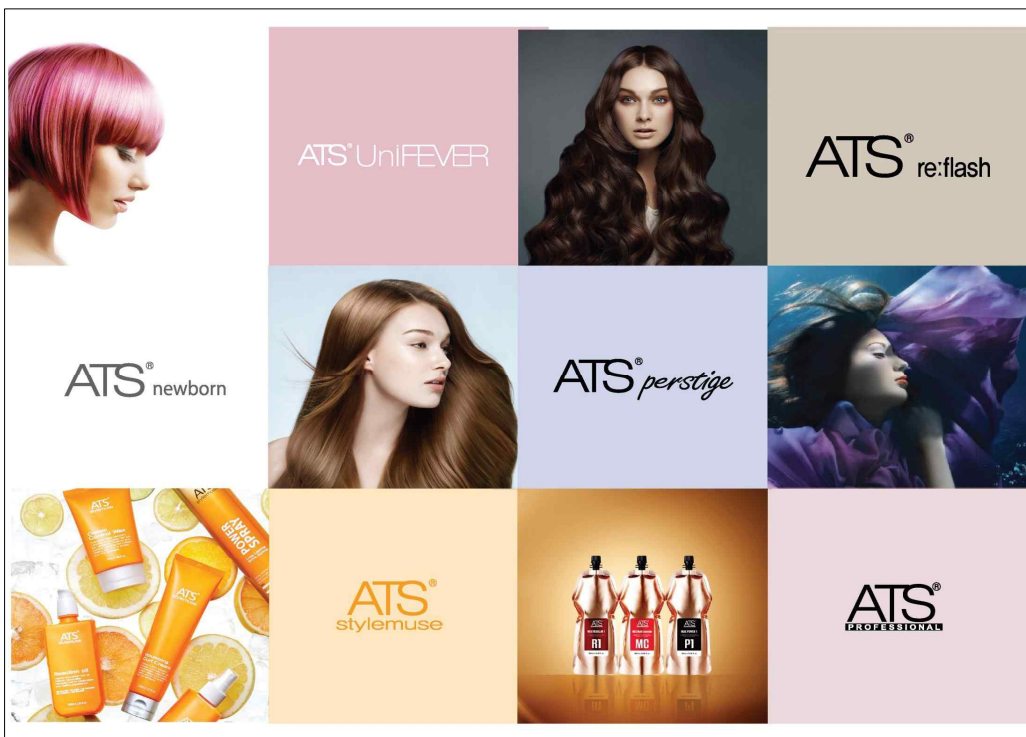
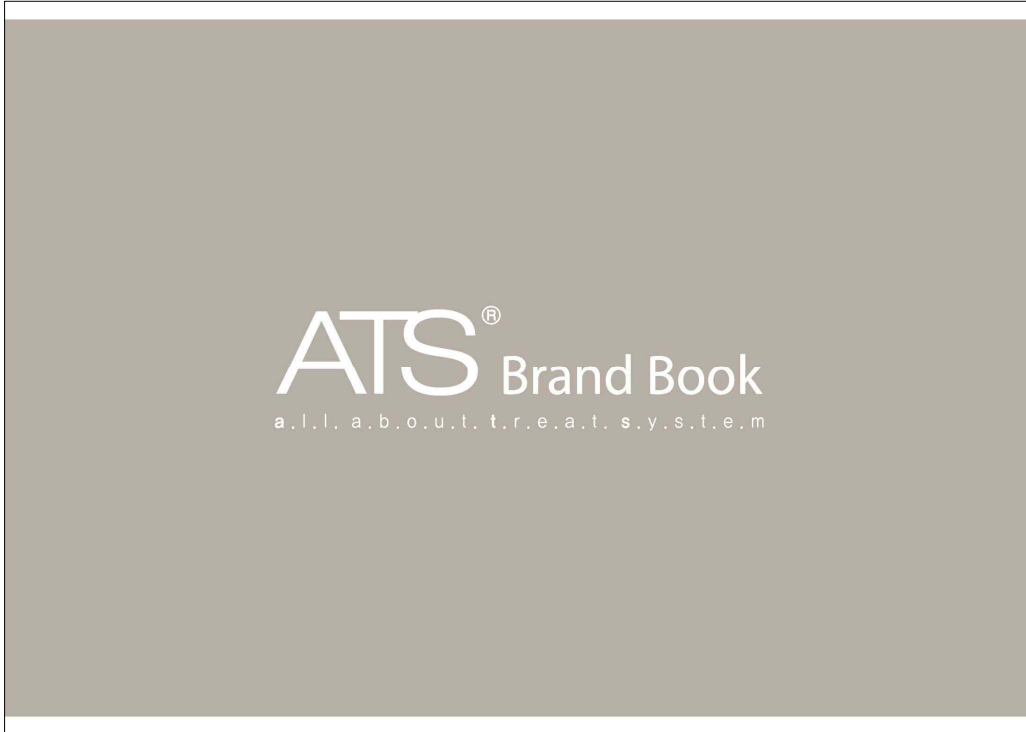
Kowonhye 17 Eye Brow Brush
For drawing the contour of the eye brow or naturally shading.

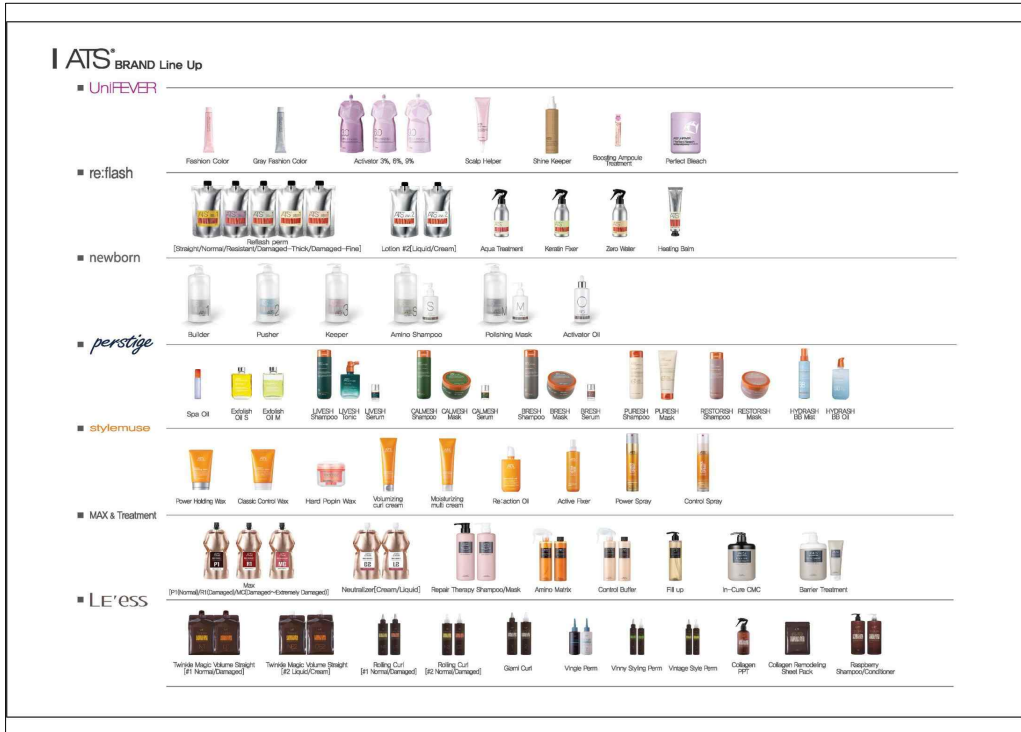
Kowonhye 18 Brow Comb
Perfect for shaping the eye brows.

Kowonhye 19 Lip Sable Brush
Effortlessly define and shape the lips when applying lip color.

Kowonhye 20 Lip Portable Brush
A portable lip brush which is perfect for touching up lipstick or lip gloss.

Kowonhye 21 Medium Shadow II Brush
Perfect for applying eye shadow as it allows you to sweep color on the lid with accuracy and ease.





COLOR

ATS UniFEVER Every strand of hair shines brilliantly and vividly like diamond – Diamond Reflection!
 每一根髮絲散發出深邃鮮明的... 寶石光澤

- The only and one Color system that completes your professional touch. ■ 完成你个人专业化唯一的发色计划
- Evolution of Color System, complete system for perfection. ■ 色彩的进化, 不放过一丝一毫的完美度
- The color system that entices the eye and enhances your beauty. ■ 实现美丽的价值, 压倒视线的色彩

Line Up.

Fashion color_80g
Express your personality and style through opulent and beautiful color system.
时尚颜色_80g
高档美丽的表现着色, 帮助顾客找到个性的时尚颜色

Gray Fashion Color_80g
Freely express color with gray coverage and enhance texturization.
灰色时尚颜色_80g
提高质感表现, 遮盖白发的同时, 自由选择颜色的灰色时尚颜色

Activator 3%, 6%, 9%_1,000ml
Hair developer to create desired color tone.
双氧水 3%,6%,9%_1,000ml
用于染发头发及白发的染色

Scalp Helper_150ml
Extracts from Acai berry, Calendula flower and licorice strengthen and moisturize hair cuticles. It also soothes and relaxes scalp.
頭皮隔離乳_150ml
阿蘇伊果, 金盞花, 甘草提取物強化頭皮鱗色, 使敏感頭皮順利穩定保溼, 使頭皮着色最小化

Shine Keeper_150ml
Extracts from grape seeds, sunflower seeds and acai berry seeds help color to last longer and moisturize hair.
閃亮維護_150ml
葡萄籽, 葵花籽, 阿蘇伊果果籽的成分強化頭髮的潤澤度, 並強化色彩維持力及持久力, 供營養和水分, 使着色更穩定

Boosting Ampoule Treatment_12ml x 24pcs
Keratin and ceramide add nutrients and moisture, regenerating CMC of hair. Extracts from Baobab tree seeds keep hair smooth and shiny.
強效果安瓶_12ml x 24pcs
角蛋白, 神經醯胺成分幫助CMC再生, 大量的維他命和營養, 水分充足的腺面包裹髮纖維, 使頭髮更柔軟

Perfect Bleach_500ml
Mineral oil prevents hair damage and keeps hair smooth and shiny. Fast and controlled lightening formula ensures to bleach or level up any shade of color. It is dust-free when used with the ATS Activator.
完美漂白粉_500ml
所含的礦物油有效防止頭髮損傷, 並維持柔軟度和光澤度, 透過快速強力的脫色作用使髮變亮, 無斑點地提升色階, 混合氧化劑時無粉塵, 使用方便

COLOR

ATS Uni FEVER Features / ATS Uni FEVER 產品特色

COLOR UP
Requires a deep and wide color through Uni Peptide that helps to enhance the penetration into hair.
Keep color in healthy resistance thanks to Vitamin C derivatives

01

GSL SYSTEM

02 **SOFT**
Named as "Double glass veil" it works to let's double care of hair by coating the cuticles with low molecular collagen, hyaluronic acid and Shea butter

03 **LONG LASTING**
Ceramide strengthens cuticle and cortex by forming a cement on between the layers.

色彩鮮明
Uni Peptide 藉由多層全向滲透(深層滲透)可實現出更顯鮮明顯色, 含有維他命C衍生物可維持健康髮形

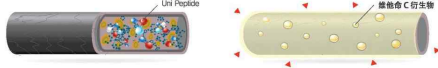
01

GSL SYSTEM

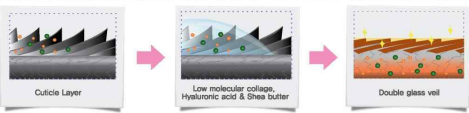
02 **柔軟**
低分子膠原蛋白, 玻尿酸, 牛油果油, 透過層層包裹髮絲的"Double glass veil"效果, 雙重護理髮絲增加潤滑亮澤度

03 **持久**
神經醯胺成分提供表層頭皮質結構修補, 或補強表層(硬化表層和法質)


1. COLOR UP | COLOR UP 色彩鮮明 : Brilliant and Uniform Color Result / 顯色更鮮明, 更均勻
 1) Uni peptide helps to deliver pigment and conditioning agents deep down to hair structure and gives vivid and vibrant color.
 2) Ceramide/Vitamin C (anti-oxidant) to protect hair from oxidation and color fade. Color results last longer and keeps hair shiny and silky.
 1) Uni Peptide 水溶性成分是有幫助把色素與護髮成分容易滲透髮體內, 所以表現更鮮明顯色
 2) 含有 維他命 C 衍生物 會幫助抗氧化效果, 不容容褪色而且提高顯色維持力和鮮明度



2. SOFT | SOFT 柔軟 : "Heat-boosting Boost" effect to create smoother and softer hair / 低分子膠原蛋白
 Low molecular Collagen, Hyaluronic acid, Shea butter help to enhance hair resistance by shielding on the cuticle surface. Once it bonds with heat, it plays a double role in increasing the gloss and reducing color fading - what is called "Double Glass Veil"
 低分子膠原蛋白, 透明質酸, 牛油果油 這3種成分覆蓋表皮層形成"Double Glass Veil" 效果, 頭髮更柔軟, 光澤, 同時減少褪色



3. Long Lasting | LONG LASTING 色彩更持久 : Long Lasting Color Result and Scalp Protection
 *Ceramide enhances bond between hair cuticle and cortex, resulting in vibrant and long lasting color result.
 神經醯胺成分提供表層頭皮質結構修補, 提高頭髮彈力顯色維持力。



Uni FEVER Color Guide / Uni FEVER 颜色指南

ATS Uni Fever Color tones

- Natural** | Natural | Basic level tone of original hair color
自然色 | 保持自然的髮色和基本色相
- Ash** | Ash | Blue tone giving cool and sophisticated looks
藍灰 | 上演清純和冰冷的灰色
- Matt** | Matt | Greenish tone that expresses natural calm brown on reddish tone
綠髮灰 | 可將紅色調內含自然綠色的綠髮色，與暖色紅調溫和的棕色光
- Yellow Gold** | Yellow gold | Clear and brilliant golden tone
金黃色 | 給予明亮顯而易見的亮麗光澤
- Orange copper** | Orange copper | Copper shade that gives vibrant and colorful orange tone
紅銅色 | 給予生動、華麗的亮麗亮麗光澤
- Red** | Red | Passionate & charming red tone
紅色 | 強勁誘人的紅色光澤
- Wine** | Wine | Violet shade with profound and gracious reddish tone
紫紅色 | 深紅亮麗的紫紅色
- Purple** | Purple | Mystic and classy purple tone
紫色 | 神秘高級的紫色光澤
- Gray Fashion** | Gray Fashion | Fashionable color for both gray coverage and fashion color
灰髮流行色 | 兼具白髮覆蓋與時尚的色調，有自信的淺灰色髮色

Reaction color

10.00	10.05	10.10	10.15	10.20	10.25	10.30	10.35	10.40	10.45	10.50	10.55	11.00	11.05	11.10	11.15	11.20	11.25	11.30	11.35	11.40	11.45	11.50	11.55	12.00	12.05	12.10	12.15	12.20	12.25	12.30	12.35	12.40	12.45	12.50
10.00	10.05	10.10	10.15	10.20	10.25	10.30	10.35	10.40	10.45	10.50	10.55	11.00	11.05	11.10	11.15	11.20	11.25	11.30	11.35	11.40	11.45	11.50	11.55	12.00	12.05	12.10	12.15	12.20	12.25	12.30	12.35	12.40	12.45	12.50

Control color

- 11.15A
- 11.15B
- 11.15C
- 11.15D
- 11.15E
- 11.15F
- 11.15G
- 11.15H
- 11.15I
- 11.15J
- 11.15K
- 11.15L
- 11.15M
- 11.15N
- 11.15O
- 11.15P
- 11.15Q
- 11.15R
- 11.15S
- 11.15T
- 11.15U
- 11.15V
- 11.15W
- 11.15X
- 11.15Y
- 11.15Z

Level

13
12
11
10
09
08
07
06
05
04
03

Highlight

12
11
10
09
08
07
06
05
04
03

Uni FEVER - Color

The color chart illustrates result on bleached and dry hair.
- Color results may vary depending on hair color and condition.
- Color results may vary with paper shade chart.

ATS re:flashperm
Thermal Perm System that rejuvenates dull hair to luminous and silky hair.
使失去光澤的頭髮再次閃耀潤澤柔和的 ATS re:flashperm 燙髮系統



re:lashperm_Perm

ATS[®] re:flash

ATS Synergy-O (Natural Oil Complex), it restores brilliant shine and gives natural-looking wavy perm. Enriched nutrition base (Pellicer30, collagen, keratin) acts mildly with least damage and prevents hair from getting overly swollen, putting the process under control.

ATS Synergy-O (天然油脂複合體) 的作用在燙髮時找回頭髮本來健康的潤澤感，展現出非常自然完美的燙髮效果，使柔順感加倍，使枯燥的頭髮變得順滑有光澤。高濃縮營養基礎 (Pellicer30, 膠原蛋白, 角蛋白) 的燙髮劑無刺激感和地作於受損髮，抑制頭髮過度的膨脹，讓軟化柔和進行。

Line Up.

Normal / 健康髮質適用



Straight (Coarse/Frizzy) _400g
 -Creates sleek straight or wavy style on virgin and coarse hair without removing protein and damaging the hair.
直髮 (用於天生自然捲) _400g
 抗拒髮 & 直髮 (自然捲適用)
 -在天生髮自然捲中，不會造成蛋白質流失而快速軟化，維持本來的健康度，展現直髮與波瀾。



Resistant (Virgin/Coarse & Fast Processing) _400g
 -Fast processing without damaging the hair.
 -Creates elastic and uniform waves without removing protein away from hair.
抗拒性髮質 (快速軟化) _400g
 -避免頭髮不會受損而快速軟化，蛋白質不會流失，縮短軟化時間，輸出彈力豐盛的波瀾。



Normal (Strength/Damage Protection) _400g
 -Tailored for damaged hair while protecting and adding further damage to hair
 -Ensures harmonic balance of fast penetration and breaking bond enables to attain brilliant shine, elastic curl with sleekness.
健康髮質 (持久捲度) _400g
 -快速軟化與 柔順度不再受損，要與髮質使用時 (粗髮/細髮)，滿足迅速滲透力和還原力的平衡，同時展現潤澤、彈力、柔軟度的髮質。

Damaged / 受損髮 or 極度受損髮 適用



Damaged-Thin (Elastic Curl) _400g
 -Designed to quickly absorbed into thick cuticle layer and promote processing.
 -Helps to penetrate and bond with inner keratin to create elastic and uniform curl.
受損髮 / 彈力 (彈力) _400g
 -在粗的受損髮或成厚層的頭髮，讓不容易軟化的頭髮快速滲透頭劑
 -使用與頭髮內部蛋白質和力果的成分，讓受損髮展現彈力波瀾。



Damaged-Thick (Smooth and Silky) _400g
 -Lowers pH level on damaged thick hair with thin layer cuticle layer and creates curl with softness and shine.
 -Specially designed to increase shine and softness during processing on damaged thick hair.
受損髮 / 粗髮 (柔軟) _400g
 -在粗的受損髮或極度受損髮，表皮層薄的頭髮上降低鹼性，提高潤澤效果，使粗且蓬鬆的髮質展現軟順的波瀾
 -伴與潤澤劑和柔軟劑為突出的美髮劑，用於極度受損髮快速軟化。



Liquid / Cream Neutralizer _400g
液狀 2劑 (捲髮用) / 乳狀 2劑 (直髮用) _400g



Aqua Treatment (前處理劑-水分) _200ml / 400ml
 -Glacier Water sourced from Hokkaido-Japan which is known for exceptional hydration, delivers ample amount of moisture into innermost parts of hair.
 -Contains pellicer that serves not only as a nutritional provider but also as a "helper" enabling other nutritional elements like keratin, collagen, and ceramide to penetrate.
 -通過雙層親水性物質Pellicer的作用，膠原蛋白，角蛋白，神經醯胺等多種性質的營養成分強力滲透並修護頭髮結構
 -提供大量的水分傳導於頭髮內部，補充潤澤的水分感。滋養性質的營養成分強力滲透並修護頭髮結構

Before and During (燙前 / 燙髮中) -ATS Aqua Treatment can be used before or during the perm and hair color process. -燙前，中間處理補充需要的水分，隨時可以使用 -在使用營養供給產品前，做到預效滲透促進的作用 -Maximizes the effect of nutritional penetration.

ATS Keratin Fixer (角蛋白固定劑) _200ml / 400ml
 -Designed to use before winding hair with heating rods. It helps to hold the fix of curl and create bouncy waves.
 -ATS Keratin penetrates deep into damaged hair to repair during heat-treatment.
 -作為上捲前用於燙髮的保養劑，根據角蛋白作用，穩固固定性髮捲，幫助彈力波瀾的完成
 -加熱處理時，補充角蛋白於受損的頭髮，完成最優有力度的髮捲

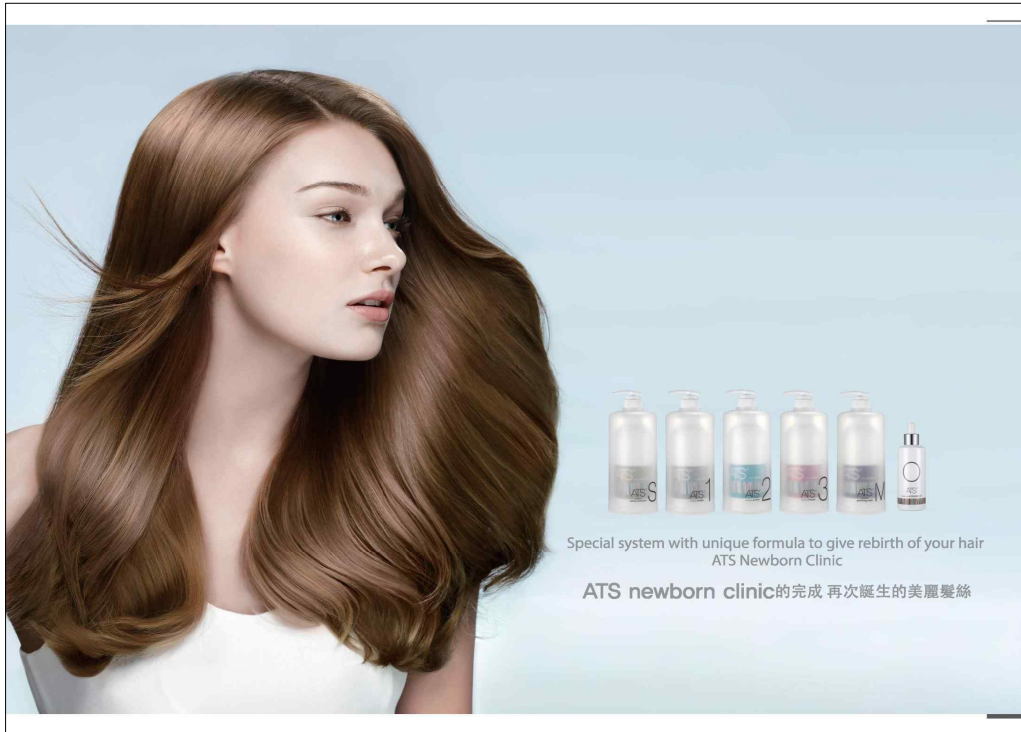
Before and During (燙前 / 燙髮中) -Thoroughly distribute on damaged hair for pre-treatment. -徹底塗抹，離燙髮，手轉燙等造型之前，均勻噴灑之後再上捲
 -Apply thoroughly before winding the rods for curling, setting, iron wave perm.

ATS Zero Water (pH值平衡劑) _200ml / 400ml
 -Formulated to arrange cuticles, soothe swollen hair fissures, and removes alkali residues from scalp. It also de-toxifies and eliminates perm product odor from hair.
 -ATS Zero Water contains collagen and lanolin derivative that work together to form a protective layer on hair.
 -使打開的表皮層收斂，讓頭髮的角質層和毛鱗層上的1解殘留物質中和清除的作用的中間處理劑

During and After (燙中 / 燙髮後) -Apply before using neutralizer or after rinsing out perm lotion. -軟化洗淨後，或塗抹2劑後繼續滲透並洗淨 -溫度軟化時，塗抹於捲上使用
 -Can be applied directly on hair with perm lotion.

Re:flash Heating Balm (抗熱保養劑) _50g
 -Shields hair with coating layer on hair, offering brilliant shine and skinness as well as protection from thermal damage.
 -Contains extract from Shea Butter to prevent heat damage and to be fozy-free. It also works as moisturizer to hinder dryness from heat, and contains natural hair detangler to keep hair smooth and soft.
 -Quality moisturizer to block dryness from excessive heat.
 -Creates a protective layer on hair, offering luminous shine and smoothness.
 -Shea Butter, known for natural conditioner for hair, provides extraordinary moisturizing and protection from excessive heat treatment.
 -Natural detangler softens hair with smoothness.
 -含有大量的高級防止受熱於水分流失的保護劑，預防頭髮乾燥
 -用滋潤髮保養劑，給予充足度的潤澤和柔軟度
 -牛油樹脂出色的保濕能力防止熱損傷
 -Detangler成分賦予頭髮柔軟度

Heat Protecting (抗熱劑) -Apply thoroughly on hair before or after heat treatment to prevent thermal damage from all types of hot perm such as setting, perm, digital perm, iron perm and volume magic. -用抗熱保護劑，離燙髮，電棒燙，燙髮劑子燙等所有燙髮軟化後，操作 (L上, 拉上, 拉上) 前，均勻塗抹於頭髮上，預防熱損傷。



Special system with unique formula to give rebirth of your hair
ATS Newborn Clinic

ATS newborn clinic의 完成 再次誕生的美麗髮絲

ATS[®] newborn

ATS Newborn Clinic contains molecules of amino acids that bind strongly to the hair in order to maintain a high level of hydration, Cell Membrane Complex (CMC) of the hair cuticles are restructured to become more hydrophobic in order to allow longer retention of hair color and perms. ATS Newborn Clinic contains 18 Methyl Eicosanoic Acid (18-MEA) to restore damaged natural lipid layer on hair.

ATS newborn repair care 系統讓必要的營養成分與頭髮結合，展現最好保護力的專業護髮素。氨基酸強力吸附於頭髮上，維持高效的保溼力，糖稀與表皮層結合形成CMC的脂質成分，使親水性頭髮恢復為疏水性頭髮，提高色彩與燙髮持久力，富含18MEA誘導體。

Line Up.



Builder_630g

- Delivers ample amount of protein for hair
- Amino acids and mizume interact effectively to penetrate and lock in moisture and protein.
- Reconstructs and delivers moisture.
- 集中供給蛋白質階段
- 氨基酸和糖稀之間的相互作用讓蛋白質滲透每一根頭髮
- 修護&保溼潤髮



Pusher 2_640ml

- Delivers and "ushes" ample amount of protein derived from Builder.
- Reconditions the internal parts of hair by repairing the phospholipid layers of hair cuticle.
- Derivatives of 18-MEA and ceramides provide a lipid film on cuticles.
- 在提供蛋白質、氨基酸階段
- 在1劑Builder修復的頭髮由糖脂質成分
- 18MEA誘導體和甘油三酯類形成表層保護膜



Keeper 3_630g

- Enhances softness and shine by forming a lipid film on the cuticle.
- The lipid film ensures that the reconditioned hair lasts for a longer period of time.
- The combined formulation of betaine and mizume work together to deliver moisture and radiance.
- 在表層上形成保護膜，強化柔軟度和光澤，更加維持滲透成分的階段
- 形成了能修護的頭髮與糖脂質保持完美狀態的保護膜
- 配合為了保溼、保持光澤的三甲胺乙內酯betaine(角蛋白鹽)，(像糖稀一樣受熱變硬的成分)等



Amino Shampoo (氨基酸洗髮露) 250ml/640ml

- The most basic and essential step that provide amino acids and gently cleanses the damaged hair.
- Immediately enhances softness and reduces frizz.
- Contains Betaine to provide thorough cleansing.
- Sulfite free and Paraben free to prevent hair damage.
- 柔軟清潔的同時供給氨基酸，恢復受損
- 去髮油成份使頭髮軟化並降低毛躁
- 甜菜鹼系列能刺激清潔成分
- 不含亞硫酸鹽(Sulfite)，化學防腐劑(Paraben)



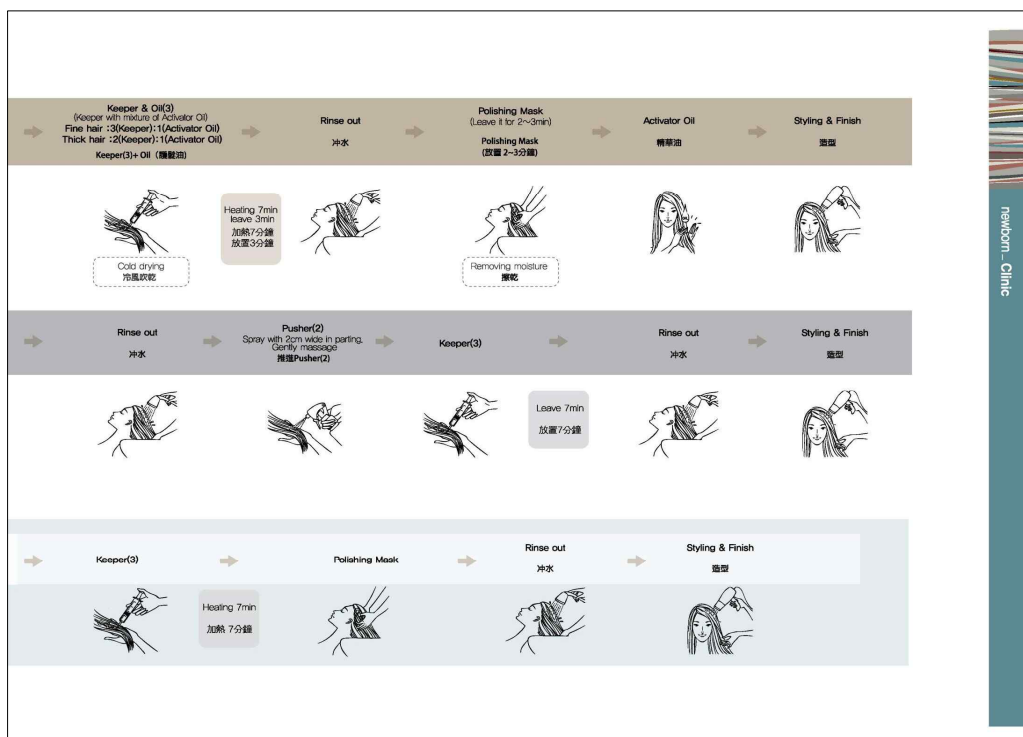
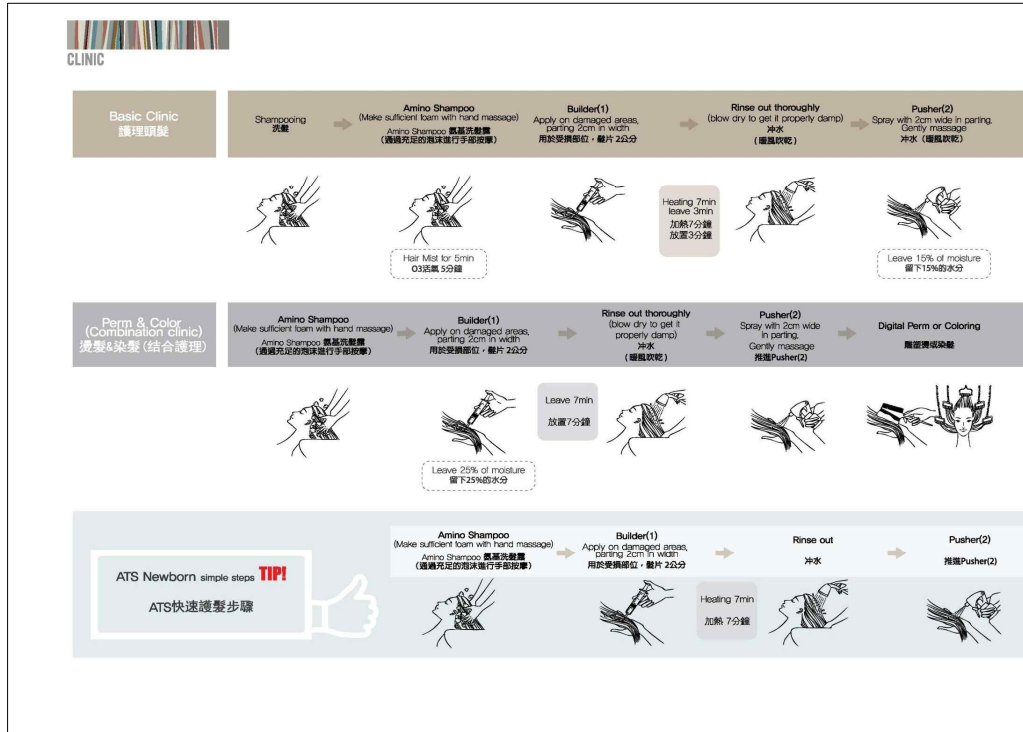
Polishing Mask 250g/630g

- Delivers similar effects of a Builder and Keeper, forming a shield on the cuticles to protect them.
- Forms a shield to protect the hair cuticle from damage.
- Sulfite free and Paraben free to prevent hair damage.
- 填充和維持的作用，即營養供給和保護膜形成階段
- 形成脂質保護膜，維持頭髮內部必要的成分
- 不含亞硫酸鹽(Sulfite)，對苯基甲酸酯類(Paraben)



Activator Oil 100ml

- Alcohol free, parabens free, paraffin free, para-aminobenzoic acid (PABA) free and gluten free.
- Delivers nutrients to damaged hair and helps add extra weight.
- It can be conveniently used at home to provide thorough cleansing of hair and enhances softness and shine to over-processed hair.
- 操作時一定使用，給予穩定受損髮效的養分及質感
- 持續使用居家護理時，豐富的油分複合體給予頭髮迅速的治療效果，使受損髮柔軟 潤澤有彈力





ATS[®] *perstige*

"PENTA MARINE Technique" is a patented formula that contains extracts from Plankton and Algae to enhance healthy scalp.

 Root Strengthening LIVESH LINE	 Sensitive CALMESH LINE	 Oily BRESH LINE	 Repair RESTORESH LINE	 Protection PURESH LINE
--	--	---	--	--



CARE

Line Up.

Relaxing Line **SPA OIL** [RELAXING] / 放鬆系列 SPA油

Helps to recover relaxing condition by controlling unbalanced body condition through Aroma massage oil. Hygiene stick-type. 緩解肌肉緊繃，有助於鎮定身心的精油按摩，調節不平衡的身心狀態，使人恢復舒適



SPA OIL / SPA油_10ml
Helps to recover relaxing condition by controlling unbalanced body condition through Aroma massage oil. Hygiene stick-type. 舒緩因緊張和壓力引起的肌肉緊繃，保持舒適狀態

【使用/使用方法】
Apply behind of ears to shoulders and massage thoroughly. 從耳後的肌肉指壓點開始塗抹，進行按摩

Soothing (Peeling) Line **EXFOLISH** [EXFOLIATE+ FRESH] / 清潔系列 EXFOLISH

Restores health of scalp by gently and effectively scrubbing away sebum, dirt and flaky buildup to restore health of scalp. EXFOLISH可誘導頭皮放鬆並去除角質，有助於在第一階段恢復頭皮健康



EXFOLISH Oil S (Strong) : All types of scalp_60ml
EXFOLISH油 S : 深層潤膚 60ml
Essential oil relieves stress and stimulates the growth of new cells. It also gets rid of buildup of wastes to enhance the environment on scalp. 精油成分有助於緩和壓力，促進新細胞生長，去除廢物和不純物質，帶給頭皮清潔

【使用/使用方法】
Apply on dry scalp before using shampoo and leave it for 5-10 minutes. Rinse thoroughly with shampoo that suits the type of scalp. 洗髮前於頭皮上均勻塗抹，放置5-10分鐘後沖洗，並使用適合頭皮類型的洗髮露。



EXFOLISH Oil M (Mild) : Sensitive scalp_60ml
EXFOLISH油 M : 敏感潤膚 60ml
Essential oil and Penta marine work to remove buildup of waste, thus soothing scalp and regenerating cells. 精油和五海洋成分有效去除廢物並鎮定頭皮，有助於細胞再生

【使用/使用方法】
Shake Well before. Apply on dry scalp before using shampoo and leave it for 5-10 minutes. Rinse thoroughly with shampoo that suits the type of scalp. [Pregnant woman is advised to refrain from using. (Essential oil contains various mix of substances)] 洗髮前於頭皮上均勻塗抹，放置5-10分鐘後沖洗，並使用適合頭皮類型的洗髮露。

Hair Root Strengthening Line **LIVESH** [LIVE+ FRESH] / 養髮強化系列 LIVESH

Provide nutrients to weakened scalp to give elastic and smooth hair, Regular usage will fortify roots and reduce hair loss. LIVESH給脆弱頭皮供給營養帶來清涼感，並調節平衡。使頭皮恢復生機，有助於持續生長出健康頭髮。



LIVESH Shampoo / LIVESH 洗髮露_250ml / 1,000ml
Extracts from marine life such as PENTA MARINE and copper tripeptide makes root and pore healthy by providing key nutrients. 海洋頭皮排廢廢物，舒緩壓力，五海洋成分有助於新細胞生長，形成健康頭皮環境

【使用/使用方法】
Apply shampoo on damp hair and massage to rich lather. Leave it for 1-3 minutes and rinse out. 將洗髮露塗抹於頭皮溫水起泡沫後，輕輕按摩，放置1-3分鐘後沖洗



LIVESH Tonic [KFDA medically proven] / LIVESH 活泉液 [醫藥外品]_60ml
Creates elastic and smooth hair by adding nutrients on weakened roots of hair. Adds strength and restores volume to dull hair. 強化髮根提供養髮效果，有助於血液循環，使頭皮具有活躍的再生能力，防止掉髮，滋養頭髮

【使用/使用方法】
-Spray thoroughly on scalp and gently massage for better penetration. -均勻噴灑在頭皮上，按摩使頭皮充分吸收，不沖水



LIVESH Serum / LIVESH 高濃縮活泉_3ml x 3ea
Makes scalp and pore healthy. Fortifies roots by providing nutrients. 促進頭皮毛孔彈力，供給營養使頭皮健康

【使用/使用方法】
Dispense a small amount of serum and apply thoroughly on scalp and gently massage for better penetration. Do not rinse out. 均勻塗抹於頭皮上，充分吸收，不沖水

Sensitive Line **CALMESH** [CALM+ FRESH] / 敏感乾性系列 CALMESH

Protects sensitive and itching scalp from external aggression and soothes inflammation. CALMESH可鎮定乾燥敏感的頭皮，保護頭皮遠離有害物質，使頭皮恢復健康舒適



CALMESH Shampoo / CALMESH 洗髮露_250ml / 1,000ml
Extract from organic Aloe Vera and Panthenol soothes and refreshes sensitive dry scalp let alone perfectly cleanses it. Serum is properly out in control. 鎮定乾燥敏感的頭皮，去除多餘角質廢物，維持油水平衡

【使用/使用方法】
Apply shampoo on damp hair and massage to rich lather. Leave it for 1-3 minutes and rinse out. 將洗髮露塗抹於頭皮上，用溫水起泡沫後，1-3分鐘後沖洗



CALMESH Mask / CALMESH 髮膜_250ml
Vitamin E substance enhances blood circulation and moisturizes dried and damaged scalp. Natural Moisture Factor (NMF) helps to retain moisture on sensitive scalp. 天然保濕因子 (NMF) 有助於乾燥敏感頭皮表面的保溼，防止水分蒸發，鎮定後列菌的頭皮

【使用/使用方法】
Apply to clean, damp scalp and work it from root to tip of hair. Perform a gentle massage to rich lather and leave it for 5-10 minutes and rinse out thoroughly. 塗抹於頭髮和頭皮上，在頭皮上輕輕按摩，放置5-10分鐘後洗



CALMESH Serum / CALMESH 乳液_3ml x 3ea
Extract from eucalyptus and spearmint oil sooth and protect sensitive scalp from external aggression and irritation. It normalizes sebum secretion and relieves irritation. 鎮定頭皮油水平衡，給予強效保溼，緩解頭皮炎症，有效幫助頭皮鎮定並恢復健康

【使用/使用方法】
Dispense a small amount of serum and apply thoroughly on scalp and gently massage for better penetration. Do not rinse out. 均勻塗抹與頭皮上，待吸收後沖洗

Pestige Care



Oily Line **BRESH** [BRACING+FRESH] / 油屑系列 BRESH

Treats oily scalp and restore to healthy and refreshed state. Rejuvenates oily scalp by mitigating excessive sebum secretion. BRESH護理因油脂過度分泌而產生的頭皮油膩，使頭皮爽快健康。並調節油脂分泌，改善油性頭皮健康

BRESH Shampoo / LIVESH 油性洗髮露_250ml /1,000ml

Protects and prevents scalp from becoming oily and itchy by absorbing excessive sebum and wastes clean. Moistures scalp to refreshed feel. 吸收頭皮的不淨質及廢物，去除過多的油脂和酸性角質，有助於保濕，讓頭皮恢復彈力與潔。

Usage/使用方法
Apply shampoo on damp hair and massage to rich lather. Leave it for 1-3 minutes and rinse out. 將洗髮露均勻塗抹與頭皮上，用溫水起泡並輕按摩，放置1-3分鐘後洗淨

BRESH Mask / BRESH 油性屑髮膜_250ml

"Clay-like" mask cleanses scalp and lotoba grains (black ones) penetrate into scalp to give moisture and strength to scalp. It relieves trouble on scalp and is conducive to cell renewal. 鎮定頭皮毛囊安定頭皮毛囊炎，調節過量的油脂，誘導胞再生

Usage/使用方法
Apply to clean, damp scalp and work in from root to tip of hair. Perform a gentle massage to rich lather and leave it for 5-10 minutes and rinse out thoroughly. 洗髮後塗抹於頭皮和頭髮上，輕按摩頭皮

BRESH Serum / BRESH 油性精華液_6ml X 6ea

Creates refreshed feel and keeps healthy by balancing the sebum secretion and contracting pores. 調整油脂平衡，供給營養，有助於毛孔收縮，強化頭皮彈性

Usage/使用方法
Disperse a small amount of serum and apply thoroughly on scalp and gently massage for better penetration. Do not rinse out. 均勻塗抹於整個頭皮，吸收後洗淨

Repair Line **RESTORESH** [RESTORE+FRESH] / RESTORESH 再生營養洗髮露

Restores damage hair from hair coloring, chemical and heat treatment to healthy and smooth hair thanks to sufficient keratin and collagen contained. RESTORESH 給因化學操作及外部刺激受損的脆弱頭皮供給膠原蛋白，角蛋白等營養物質，恢復頭髮損傷

RESTORESH Shampoo / RESTORESH 再生營養洗髮露_250ml /1,000ml

Restores hair to healthy state by providing nutrients such as Keratin and Collagen to damaged hair from frequent chemical treatment and external aggression. It can also be used as a body wash. 給受損脆弱的頭皮及頭髮供給膠原蛋白，角蛋白等營養成分，有助於頭皮及頭髮恢復

Usage/使用方法
Apply shampoo on damp hair and massage to rich lather. Leave it for 1-3 minutes and rinse out. 均勻塗抹於頭髮頭皮上，起泡後輕按摩並用溫水洗淨

RESTORESH Mask / RESTORESH 再生營養髮膜_250ml

Non-silicon mask penetrates deep into the hair structure and fills the damaged hair with nutrients. Unlike other heavy oily mask products, it leaves light and strong feel to hair. 內含成分填充頭皮及頭髮內部，強化受損頭皮及頭髮，使之恢復健康，並不增添頭皮及頭髮重量感和粘分感，清爽的同時維持頭髮的健康與堅固

Usage/使用方法
Apply to clean, damp hair and work in from root to tip of hair. Perform a gentle massage to rich lather and leave it for 5-7 minutes and rinse out thoroughly. 均勻塗抹於全部頭髮，等待5-7分鐘後用溫水洗淨



Protection Line **PURESH** [PURE+FRESH] / 保護維持系列 PURES

Maintains health of scalp and hair 5 Free and organic formula for sensitive type. Weak scalp with vulnerable to stimulation including all types of scalp and hair with 5 clean additive-free recipes and organic ingredients for scalp. 適用於不耐刺激免疫力降低的所有頭皮，含有5種無添加的配方和清潔的有機成分，維持頭皮健康生氣

LIVESH Shampoo / LIVESH 洗髮露_250ml /1,000ml

Low pH shampoo akin to skin creates less irritation to scalp. Certified organic ingredients and TRVIA MARINE extracts protect the vulnerable scalp from external aggression. It can also be used as a body wash. 與皮膚相近PH值的洗髮露，具有潤滑柔軟的使用感，不僅可以清潔頭皮，還可以用作沐浴露。含有有機酸類和清潔海洋萃取成分，強化頭皮不足的水分保護，保護脆弱頭皮免受外部有害環境傷害，讓皮膚成分有助於頭皮健康

Usage/使用方法
Apply shampoo on damp hair and massage to rich lather. Leave it for 1-3 minutes and rinse out. 溫水沖濕頭皮後，塗抹適當得洗髮露並輕按摩頭皮後沖水

LIVESH Mask / PURES 髮膜_250ml

Anti-oxidant and anti-bacteria ingredients fight against harmful external elements. Maintain the balance of the scalp and hair with marine collagen and Shea butter ingredients to increase the nutrition and regeneration. 維他命抗重成分、抗氧化功能保護受損頭皮頭髮免受危險元素侵害，保溼並賦予頭髮潤滑柔軟。海洋膠原蛋白和牛油樹脂成分維持頭皮和頭皮平衡，促進營養供給與再生，提供頭髮營養

Usage/使用方法
Apply to clean, damp hair and work in from root to tip of hair. Perform a gentle massage to rich lather and leave it for 5-7 minutes and rinse out thoroughly. 洗髮後，在含水狀態下塗抹於頭皮和頭髮上，輕按摩後沖水

Moisture Line **HYDRASH BB** [HYDRATION+BLEMISH BALM] / 水分營養系列 HYDRASH BB

Enhances hair shine and smoothness by providing moisture and nutrients to dehydrated hair. Prevents hair from further damage and keeps hair looking healthy. HYDRASH BB 乾燥蓬鬆頭髮水分和營養，使受損髮潤滑健康恢復生氣

HYDRASH BB Mist / HYDRASH BB 噴霧_150ml

Vitamin E rejuvenates damaged dried hair to healthy soft hair by adding key nutrients on hair plus increasing radiance. 賦予頭髮潤滑，含有豐富維他命E，供給受損營養，使頭髮潤滑柔軟

Usage/使用方法
Shake well. Spray on damp or dry hair, then style as desired. 洗髮後均勻噴灑在濕潤或乾燥狀態下的頭髮上，隨時可以使用

HYDRASH BB Oil / HYDRASH BB 油_100ml

Absorbs naturally into hair and gives the best possible smoothness and shine. It creates a protective layer to prevent dehydration especially on frequently chemical-treated hair. 供給營養及水分補回環境或操作等原因受損的頭髮，使毛髮蓬鬆的頭髮恢復健康彈力

Usage/使用方法
Apply small amount on damp/dry hair and style as desired. 塗抹少量產品於手掌，均勻按摩塗抹於頭髮上，最後噴出完美造型



ATS stylemuse

Be Inspired to Create Your Unique Style with Stylemuse.

“專屬於您的造型品”為髮型創造注入靈感與技巧 ATS STYLEMUSE 作為多效系列專注於造型的同時，更加注重秀髮的健康護理



Line Up.

WAX

Power Holding Wax / 強力造型髮蠟 _100g

☑ **Power Holding Process / 強力造型髮蠟功效**
Candella wax and Microcrystalline wax give strong pliable hold, 強力造型髮蠟提供強力卻柔軟的造型力量，賦予髮型3D立體輪廓

☑ **Soft Cream formulation with Matte Finish / 塗抹手感輕柔的光澤感**
Soft cream wax with matte finish provides great style, 柔軟的膏狀，已去餘油分或淡澤光澤感的造型

Direction / 使用方法

— Take desired amount and rub between hands until becomes translucent. Apply on dry hair and style as desired.
— 取適量本品均勻塗抹於掌心，塗抹於頭髮上，以手指為髮梢部位輕柔造型，然後讓頭髮狀態維持時間及用法



Classic Control Wax / 經典造型髮蠟 _100g

☑ **Natural Holding Process / 經典造型髮蠟技巧**
Bee's wax and carnauba wax provide lightweight hold with natural glossy finish, 蜜蠟與荷葉蠟同時為頭髮有效的定型，演繹自然造型之髮型

☑ **Creamy Texture and Smooth Feel / 乳脂狀質地提供絲滑感**
Shea butter give smooth feel after application and doesn't leave sticky feel, 荷葉油成分為產品提供乳脂般的質感，於秀髮使用時，塗抹容易，無黏膩感的殘留，清新怡人

Direction / 使用方法

— Take desired amount and rub between hands until becomes translucent. Apply on dry hair and style as desired.
— 取適量本品均勻塗抹於掌心，塗抹於頭髮上，以手指為髮梢部位輕柔造型，然後讓頭髮狀態維持時間及用法



Hard Popin Wax / Hard Popin 髮蠟 _100g

☑ **Hard Popin Wax Process / Hard Popin 髮蠟程序**
Microcrystalline wax and bee's wax give strong pliable hold with matte finish, MICROCRYSTALLINE 蠟和 BEES 蠟具有光澤效果和柔軟的定型感，可做出流動性的造型

☑ **Soft Cream Type with Easy Styling / 柔軟的使用感和簡便的塗抹**
Soft cream wax with matte finish provides great style, 柔軟的膏狀質地可快速做出造型

Direction / 使用方法

— Take desired amount and rub between hands until becomes translucent. Apply on dry hair and style as desired.
— 取適量本品均勻塗抹於掌心，塗抹於頭髮上，用手指抓住髮根重點部位做造型，可讓頭髮狀態維持時間及用法



STYLEMUSE Styling



CREAM



Volumizing Curl Cream/髮盈捲髮造型霜 _150ml

Volumizing Curl Cream Process / 髮盈捲髮造型霜技巧
Soft volume unit process gives hair curl and elastic volume to create style.
Soft Volume Unit成分給予捲髮定型力, 為捲髮提供持久度和彈力感。

Easy-to-ApPLY / 清爽不黏膩的使用感
Easy to apply on hair without sticky residue, 容易塗抹, 使用感輕盈無負擔感, 秀髮清新怡人。

Direction / 使用方法

- On towel-dried damp hair, apply evenly on hair to create elastic curl and texture, 潤髮狀態: 取適量本品塗抹於頭髮上, 造型後吹乾捲髮, 提高捲髮的持久度, 潤澤乾潤的捲髮造型。
- On blow dried hair, apply evenly on hair to impart vibrancy to hair and control flyaway, 乾髮狀態: 取適量本品塗抹於乾髮上, 賦予捲髮活力, 防止頭髮毛躁感。



Moisturizing Curl Cream/滋潤多重造型霜 _150ml

Moisturizing Curl Cream Process / 滋潤多重造型霜技巧
Aqua unit moisturizes straight or wavy hair to create natural and smooth looking style.
水凝分子成分令直髮與捲髮造型更有活力, 可演繹柔軟自然的造型。

Water-based Product / 清爽不黏膩的使用感
Provides light-weight and natural looking style with refreshing orange fragrances, 水分之基礎成分實現無負擔, 清新自然的秀髮, 清新純淨的香味打造如少女般甜甜清涼的感覺, 演繹輕柔自然的造型。

Direction / 使用方法

- On towel-dried damp hair, apply evenly on hair to create elastic curl and texture, 潤髮狀態: 取適量本品塗抹於頭髮上, 造型後吹乾捲髮, 提高捲髮的持久度, 潤澤乾潤的捲髮造型。
- On blow dried hair, apply evenly on hair to impart vibrancy to hair and control flyaway, 乾髮狀態: 取適量本品塗抹於乾髮上, 賦予捲髮活力, 防止頭髮毛躁感。

OIL



Re:action Oil/修護精華液 _100ml

Re:action Oil Process / 修護精華液技巧
Carnella and Avocado oil provides ample amount of moisture and softness to hair, add Nutrients and Shine, 山茶油和酪梨油成分乾燥的頭髮提供強力的保護效果, 令秀髮柔軟, 加強潤澤。

Easy-to-ApPLY / 演繹潤澤髮質效果
Vitamin E locks the moisture within hair and protects it from Ultraviolet, 他命E成分形成天然的水分保護膜, 同時防止紫外線對頭髮造成的損傷。

Direction / 使用方法

- Styling: Apply oil after shampoo and hair has been towel dried, Oil protect hair from high heat during dry and fat iron, 乾髮狀態: 取適量本品塗抹於乾髮頭髮上, 整理髮毛編髮質。
- Application during hair processing: Mix small amount of oil during hair color process to protect from chemical treatment, 潤髮狀態: 取少量本品塗抹於中心以稀釋染髮力中均塗抹於頭髮上使用。



SPRAY



Power Spray / 強力噴霧 _300ml

Smooth Spray System / 超強的定型力
Fine mist sprays evenly to leave styles glued in place, 粒子微小可均勻噴出, 髮型維持效果持久的定型噴霧。

Mandarin and Floral Scent
Ultra-dry, humidity resistant, flexible hold, never sticky or stiff, 沒有潮軟, 迅速快乾, 清新優美的橙花香。

Direction / 使用方法

- Style hair as desired, Shake well end spray over hair with 6-12 inches (20cm) away liberally, 使用前搖勻, 距離頭髮20cm處, 噴於所需造型的部位, 用於固定髮型。



Control Spray / 光澤噴霧 _300ml

Smooth Spray System / 凝結的輕盈粒子
Fine mist sprays evenly to leave styles glued in place, 粒子微小, 可均勻噴出, 無凝結, 可自由演繹造型的定型噴霧。

Mandarin Scent / 橙花香
Ultra-dry, humidity resistant, never sticky or stiff, 沒有潮軟, 迅速快乾, 清新優美的橙花香。

Direction / 使用方法

- Style hair as desired, Shake well and spray over hair with 6-12 inches (20cm) away liberally, 使用前搖勻, 距離頭髮20cm處, 噴於所需造型的部位, 用於固定髮型。



Active Fixer / 活力定型液 _250ml

Non-Aerosol Hairspray lightweight Hairspray / 輕盈的使用感, 強力的定型力
Delivers the fastest drying, longest lasting, and most intense hold, 強力的定型力, 髮型效果持久力強, 髮型持久顯而不黏。

Natural Merish Feel with Full Volume / 丰盈的飽滿感, 自然的光澤效果
Unique Triple Mandarin Complex ingredients that activate with heat of a blow-dryer to provide shine, control and condition from the inside out, Triple Mandarin Complex 成分為頭髮提供營養和水分, 維持頭髮表皮層的健康, 幫助避免頭髮受損。

Direction / 使用方法

- Style hair as desired, Shake well end spray over hair with 6-12 inches (20cm) away liberally, 使用前搖勻, 距離頭髮20cm處, 噴於所需造型的部位, 用於固定髮型。

STYLING_ATS stylemuse



ATS[®] MAX

With ATS Max, hair professionals now can customize perm recipe for any type of hair from damaged to healthy. ATS MAX is a brand that empowers hair professionals and enables them to transform damaged hair to healthier and stronger hair with bouncier waves.

ATS MAX可用于所有燙髮操作，根據顧客的頭髮和髮質狀態，設計師可通過個人對應調整給予受損髮質最好的修復。

Line Up.

Step 1.



P1 : Normal hair [Cream type] / 健康髮適用[乳狀] _ 500ml
 - Contains Diammonium dithioglycolate (DADTG) to prevent over-processing of chemical treatment and hair damage. Creates uniform and elastic curl.
 DADTG成分防止頭髮過度軟化造成的傷害，可均勻提升頭髮推度彈力
 - Reducing agent with unique formula quickly absorbs into hair and shortens processing time
 使用適當還原劑配合，提高頭髮吸收力，增加軟化利，縮短操作時間



R1 : Damaged hair [Gel type] / 受損髮適用[乳狀] _ 500ml
 - Contains DADTG to prevent over-processing of chemical treatment and hair damage. Creates uniform and elastic curls.
 DADTG成分防止頭髮過度軟化造成的傷害，可均勻提升頭髮推度彈力
 - Silk peptide made up of 18 kinds of amino acid acts to restore lipids and fortifies keratin structure.
 18種氨基酸構成的絲狀成分以脂質恢復頭髮，強化角蛋白結構



MC : Damaged / Extremely damaged hair [Lotion type] / 受損髮~極度受損髮[乳狀] _ 500ml
 - Multi Control (MC) perm lotion has special formula to prevent further hair damage even after multiple attempts.
 無限反覆操作也不會損壞頭髮的複合控制劑
 - Uniquely formulated with mild acid base which is PH balanced (PH 4.5~5). No Alkali.
 獨特性添加 pH4.5~5弱酸性燙髮劑

Step 2.



C2 [Cream type] / 中和劑[乳狀] _ 600ml
 - Positive ion and hydrogen bonds in neutralizer are easily absorbed into hair and balances moisture level.
 弱中和劑的陽離子水分結合分子改善頭髮結合力，調節頭髮水分平衡
 - Contains grapeseed oil, argan oil and coconut oil to keep hair soft, smooth and lustrous.
 含有葡萄籽油，摩洛哥堅果油，椰子油，強化頭髮的柔軟順滑潤澤感



L2 [Liquid type] / 中和劑[水狀] _ 600ml
 - Positive ion and hydrogen bonds are easily absorbed into hair and balances moisture level.
 弱中和劑的陽離子水分結合分子改善頭髮結合力，調節頭髮水分平衡
 - Contains coconut oil with collagen and lauric acid to protect hair from thermal treatment and keeps hair elastic and smooth.
 含有豐富椰油蛋白，月桂酸的椰子油等天然保護成分，在操作加熱時保護頭髮，強化彈力質感和潤澤感



ATS MAX Multi Controller >>

Multi Controller to customize perm recipe by hair type
對應多種髮質配方的複合控制劑 .500ml



- > **Solution for extremely damaged hair, / 極度受損髮質解決方案實例**
PMC technology enables to create elastic curls even on extremely damaged hair, 通過PMC technology可完成有彈性地燙髮
- > **Customized Perm Recipe by Hair Type. / 對應多種髮質的配方**
High concentration of Cysteine makes S-S bond stronger and firmer, allowing you to freely control pH level and intensity of perm lotion. 含有高純度半胱氨酸，提高S-S結合，根據髮質來調整度可精準調整，PH值及強度
- > **Acid based Perm lotion with pH level at 4.5~5 / PH4.5~5的酸性燙髮劑**
Free-alkali and cysteine based formulation ensures to break S-S bonds completely followed by the use of #1 lotion that breaks them firsthand. 透過以酸性燙髮劑為基礎的無鹼性產品，1劑的S-S結合結束後，通過後保養使用，更加有效安全的結束胱氨酸結合

MC Mechanism



Once applied on hair, it chiefly spreads through damaged cuticles of hair.




“Max Activator” penetrates and breaks bonds without overly swelling cuticles. 不會造成頭髮表皮層膨脹作用，混合活化劑滲透到頭髮內部，暹原作用

Minimizes hair cuticle damages before or during perming to create elastic and uniform curl 操作前/後使表皮層損傷最小化，提高平均度及捲度彈力


ATS MAX Manual >>

Customized Perm Recipe by Hair Type / 適用於多種髮質對應的配方


Single Perm If you prefer premium hot perm service, choose perm recipe by hair type / 需要額外加熱時，根據髮質類型選擇燙髮劑進行操作



Normal / 健康頭髮
Hair rebonding straight, Setting & Iron perm
[Leave it for 10~15min]
離子燙&陶瓷燙，電棒燙 [放置 10~15分鐘]






Damaged / 受損頭髮
Hair rebonding straight, Setting & Iron perm
[Leave it for 10~15min]
離子燙&陶瓷燙，電棒燙 [放置 10~15分鐘]



Damaged-Extremely damaged / 極度受損髮
Hair rebonding straight, Setting & Iron perm
[Leave it for 10~15min]
離子燙&陶瓷燙，電棒燙 [放置 10~15分鐘]

Double Perm In case hair belongs to hard-to-Perm type or very damaged, MC works to ensure the precise development by “re-touching” the extra amount technique on such hair. / 難以看出軟化的頭髮，受損髮的情況，按MC使用標準的步驟進行操作



or


To create elastic curl on damaged hair with minimal chemical damage. Completes perm result on damaged hair by minimizing damage. For damaged hair / 減少受損髮的傷害，提高燙髮完成度

*After applying MC, leave it for 5-7min. (no rinse out) / 塗抹MC後放置5~7分鐘後，再P1或R1放置5分鐘


*Re-apply P1&R1, leave it for another 5min

Plus Perm It offers perfect perm recipe tailored for any hair types by damage and by texture. / 根據頭髮受損和髮質提供配方，做出健康完美的髮型

Decrease / 減少	Lo#on #1 / 1劑	MC
30%	4	1
50%	3	1
70%	2	1


Select perm recipe by the extent of damage. / 根據頭髮受損程度
混合的髮劑強度變化

Resistant	Normal	Mild damaged	Damaged	Extremely damaged
P1 (Power)	P1MC (4:1)	P1MC (3:1)	R1MC (2:1)	R1MC (2:1)
	R1 (Regular)	R1MC (4:1)	R1MC (3:1)	R1MC (2:1)



ATS MAX Manual >>


Repair Color treatment / 修復顏色



Amino Matrix → Fill up → In-cure CMC → UniFeer Color+Boosting ampoule → Control Buffer → Barrier Treatment → Repair Therapy Shampoo+Mask

"Clinic Color" adds extra luminous shine to damaged hair
 使受損髮光澤度提高的醫學級護理


Premium Acid Based Perm / 酸性高級燙髮



Repair Therapy Shampoo → Amino Matrix → Fill up → In-cure CMC → ATS Max Perm → Control Buffer → Repair Therapy Mask

Acid based perm to create the precisely desired curls without compromising hair damage
 想要無損精確燙髮的酸性燙髮

Multi-Repeatable Rebonding straight & Setting perm system / 離子燙及陶瓷燙無限系統



Repair Therapy Shampoo → Amino Matrix → Fill up → In-cure CMC → PPTSMAC Perm (PPTSMAC 離子燙) → Control Buffer → Barrier Treatment

"Clinic Perm System", quick and perfect result for extremely damaged hair
 為極度受損髮設計的快速完美醫學級燙髮系統

ATS MAX Salon Special Manual >>

▶ Step 1



Rinse out / 清洗

▶ Step 2



▶ Step 3



▶ Step 4



▶ Step 5



Rinse out / 清洗

step 01

Repair Therapy Shampoo / 再修護治療洗髮精
 Use Repair Therapy Shampoo to balance pH level on hair that turns alkalized after perming or coloring.
 操作前透過酸性洗髮精調整因燙髮或染髮鹼性化的PH值

step 02

Amino Matrix / 氨基酸基質
 Remove moisture after shampoo and evenly apply Amino Matrix and blow dry.
 洗髮後去掉水分，均勻噴灑氨基酸基質並用吹風機吹乾

step 03

Fill up
 Apply onto damaged-ends and leave it for 5 minutes.
 以受損多的頭髮為主塗抹並放置5分鐘

step 04

CMC In-Cure CMC
 After sectioning hair, apply In-cure CMC thoroughly. [5 Min with thermal device / 5 Min at natural setting]
 區分頭髮顏色均勻塗抹 In-cure CMC [加熱5分鐘/自然放置5分鐘]

step 05

Barrier Treatment
 Rinse out and apply barrier treatment with gentle massage. Leave it for 5 minutes and rinse out. Blow dry and style.
 [5 Min with thermal device / 5 Min at natural setting]
 洗淨In-Cure CMC後塗抹於全部頭髮並按摩 放置並清洗頭髮後吹乾 [加熱5分鐘/自然放置5分鐘]

ATS MAX Perm



ATS Salon Special Line contains silk amino acid and pellicler. They are quickly absorbed into hair to restore weakened hair cuticles and supplement much needed collagen.

ATS沙龙專用產品包括SILK AMINO ACID和PELLICER，可以強化因頭髮受損造成表皮層受損部位，可防止因表皮層受損而引起的過度水分吸收，快速滲透頭髮內部，輕鬆整理毛躁的頭髮

Line Up.



Repair Therapy Shampoo & Mask 600ml/1000ml

- Strengthens Inner Hair, Smoothen Surface, 堅固頭髮內部，滑順頭髮表面
- Cleans remaining alkalis after the treatment, 殘存鹼性物質
- Long Life Expense after the Acid Treatment, 弱酸性使操作更持久



Amino Matrix 310ml

- Bonds with moisture in hair to strengthen hair cuticles, 給予受損頭髮活力的角蛋白基礎
- Effective and Long-lasting, 發揮長久持續力
- Treats hair with high concentration of keratin, collagen and silk amino acid, 高濃度角蛋白、膠原蛋白、絲蛋白氨基酸，內部護理



Control buffer / 控制PH值 310ml

- Acid base and brings down pH level of hair, 給予受損頭髮活力的角蛋白基礎
- Color result is more vivid and vibrant, 化學操作後，促進潤度及顯色光澤
- Prevents over-processing and reduces alkali level of hair, 防止及減少鹼化鹼性效果



Fill up 310ml

- Easily absorbed and restores inner matrix of hair, 快速滲透作用強化頭髮內部
- Keratin based and creates silky texture, 蛋白質成分結合頭髮內部營養
- KELMCOOL makes hair elastic and healthy, Kelwood 成分帶來滋養彈力



In-cure CMC 600ml

- Restores inner matrix of hair, 修復頭髮內部的結構
- Softens and smoothens hair, 想要撫摸的柔軟頭髮
- Vegetable based oil gives luminous and brilliant shine, 植物性油形成潤澤光亮的頭髮



Barrier Treatment 250ml/500ml

- Instantly cures and strengthens hair cuticle, 修護一般來恢復力頭髮保護系統
- Creates protective film on hair and locks the nutrients within the cuticle, 阻止營養流失的頭髮保護系統
- Gives shiny, silky and nourished hair, 高亮柔順的髮絲

ATS^{MAX}

With ATS Max, hair professionals now can customize perm recipe for any type of hair from damaged to healthy. ATS MAX is a brand that empowers hair professionals and enables them to transform damaged hair to healthier and stronger hair with bouncier waves.

ATS MAX可用于所有燙髮操作，根據顧客的頭髮和髮質狀態，設計師可通過個人對燙髮調整給予受損髮質最好的修復。

ATS MAX Mechanism



Repeatable / 還原系統

Contains Diammonium dithioglycolate (DADTG) to prevent over-processing of chemical treatment and hair damage even after multiple attempts.

DADTG成分防止頭髮過度氧化造成的傷害，可均勻還原作用



Elastic Curl / 彈力捲髮

Reducing agent with unique formula minimizes hair damage and creates elastic and uniform curl.

使頭髮損傷最小化，提升捲髮捲度彈力



Smooth / 展現柔軟頭髮

Silk peptide made up of 18 kinds of amino acid acids to restore lipids and fortifies keratin structure.

18種氨基酸構成的絲肽成分以原液恢復頭髮，強化角蛋白構造。

ATS^{PROFESSIONAL}

ATS is easy to use with shorter time for cleansing, personal care brand **Personal care SP program**

ATS Salon Special Line contains silk amino acid and pellicle. They are quickly absorbed into hair to restore weaken hair cuticles and supplement much needed collagen.

為了快速簡單操作的洗淨清潔，養髮品牌，護理SP項目

ATS沙龍專用產品包括SILK AMINO ACID和PELLICER，可以強化因燙髮受損造成表皮層受損部位，可防止因表皮層受損而引起的過量水分散失，快速淨透頭髮內部，輕整整理毛頭的頭髮

01 Strength & Thickness
改善頭髮厚度

Elasticity
彈力

02 Restores Inner Matrix
結構重整

04 Smooth & Silky
光澤光滑

03

LE'ess

The healthiness of hair is essential to stylist's artistic creation, LE'ess stands by most innovative formulation and technology to reveal that unique beauty. Highest-quality ingredients are used in all of LE'ess products to enables all the stylist to perform at the highest level and create unique styles. Create and discover your own artisanal excellence through LE'ess.

LE'ess 使頭髮具有的內在本質美麗得到發揮，執著於最具革新性的護理流程與技術。嚴格挑選最新原料，使大量產品可用於所有顧客，有助於您成為最好的藝術家創造出無限可能。使用LE'ess 來展現你自己的美髮藝術吧。

Care



Collagen PPT / 膠原蛋白 250ml

- Unique multi PPT product having the benefits of both collagen and keratin.
- 綜合膠原蛋白角蛋白優勢的複合PPT
- Fast absorbing due to its small molecular structure, and reinforces body and structure of hair. 小分子易快速滲透頭髮，強化頭髮結構和強度的高濃縮產品
- Enhances curl bounciness and elasticity.
- 膠原蛋白和角蛋白作用增加頭髮彈力和捲度
- Hydrate hair with natural plant protein from rice, oat, soy and wheat. 植物性(大米、燕麥)蛋白與植物蛋白共同保溼，在使用後賦予潤澤感



Raspberry Shampoo and Conditioner / 覆盆子洗髮精&護髮素 1,500ml

- Smooth and luxurious foam to enhance cleansing.
- 柔軟豐富的泡沫和強效的清潔力
- Contains extracts from raspberry, oceanic proteins, amino acids and Vitamin A to prevent hair from falling and drying out.
- 含有覆盆子萃取物，海洋蛋白質與必需氨基酸，維他命A，預防頭髮脫落，防止靜電現象
- Hydrates hair and enhances smoothness and shine.
- 低刺激介面活性劑和天然保溼成分維持手部溼潤柔軟

Collagen Remodeling Sheet Pack / 膠原蛋白燙髮專用膜紙 40ml

- Patented-design, unique sheet pack for hot wave perm (S. Korea Patent No. 2009-0069119)
- 專有特許燙髮專用膜紙(特許出品號碼: 第2009-0069119號)
- Shields from excessive heat, and maintains optimal moisture level.
- 從熱源提供保護，通過排出水分蒸氣的集中導流水分
- Nutrients from each sheet is delivered to every part of hair to give moisturized and elastic curl.
- 滋潤髮絲所含營養成分可進入受損頭髮各處，使髮有效吸收滋潤其中，展現高彈力的捲度

Perm



Twinkle Magic Volume Straight (Normal/Damaged) 內亮魔力豐盈直髮 (燙髮髮N/受損髮D) 500ml

- Collagen is added to hydrate and nutrients to hair as it straightens to give sleekness and brilliant shine.
- 含有的膠原蛋白供給頭髮內部水分和營養，使頭髮捲縮的直髮效果最大化
- Contains highly concentrated nutrients such as Prokute K-3, oatmeal protein, and glycerin to increase elasticity of hair.
- 含有高濃縮護髮成分 Prokute K-3, 大麥蛋白質, 甘油提高頭髮彈性



Glami Curl / 絲尼捲髮 300ml

- Softens hair and create natural wavy style.
- 快速潤髮和自然捲度
- Precise processing time / 正確軟化時間
- Added its extract to strengthen hair and enhance gloss finish.
- 水果香去靜電作用的殘留味
- Eliminates strong chemical odor with fruit fragrance.
- 高濃萃取物與潤髮彈力的凝漢



Rolling Curl (Normal/Damaged) / Rolling 捲髮 (燙髮髮N/受損髮D) 300ml

- Softens hair and creates natural wavy style.
- 水糖醇(天然糖分)受熱凝固，加強捲度，展現完美的波浪
- Added hydropol silicon to give uniform wavy style and glossy finish
- 使用膠水性質實現均勻的波浪



Vintage Style Perm / 復古風格燙髮 120ml

- Softens hair and create natural wavy style.
- 系統潤髮的燙髮劑可與髮力運轉的營養品



Viny Style Perm / 絲尼可柔風格燙髮 120ml

- Added Oatmeal protein to protect hair and maintain harmonic moisture balance.
- 燕麥蛋白質維持頭髮水分，防止受損

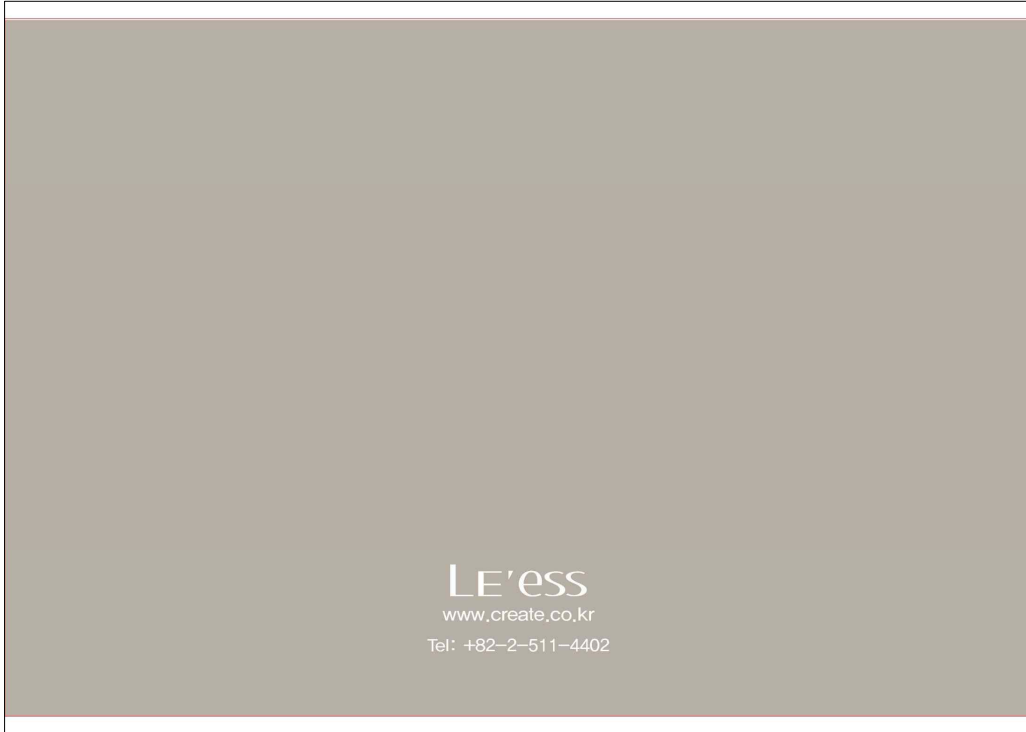


Vingle 150ml

- Has ability to use for cold and hot perm by adding Multi reduction-oxidation.
- 符合燙髮劑配方可用於冷燙和熱燙
- Added Keratin protein and oatmeal protein to minimize the damage.
- 膠原蛋白和燕麥蛋白幫助使受損程度最小化
- Added tangerine peel extract to reduce residual during process.
- 橘皮萃取物去除燙髮殘留味，展現鮮明波浪

LE'ess

2. 컨퍼런스 참여 기업 및 제품 소개 191





Company introduction

LAUNCHING STORY

With natural ingredients collected from the nature as base,
LOWELL makes the product that directly reflects the needs of customers.
LOWELL means "be-loved" in France.
LOWELL aims to approach with heart full of love for customers and Hair.

자연에서 직접 채취한 내추럴한 주성분을 베이스로 하여 고객
의 요구를 직접적으로 반영한 제품만을 만들고 있는 로웰.
'LOWELL'은 프랑스어로 '사랑받는..'이라는 의미로
헤어를 사랑하고 고객을 사랑하는 마인드로 다가가려합니다.

Product ingredient

Argan oil
아르간오일

Olive oil
올리브오일

Sea buckthorn oil
해박나무오일

Carrotella oil
카로텔라오일

Blackberry
블랙베리

Wheat germ oil
밀겨드랑이오일

Rice bran oil
쌀겨오일

Macadamia oil
마카다미아오일

DONO
도노제품 주요성분

Lowell International

Product ingredient

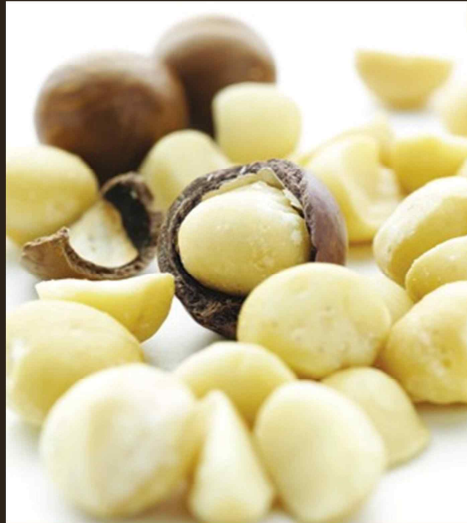
Argan oil
아르간오일

Lowell International product ingredient

보습력이 뛰어나서 피부를 촉촉하게 유지해주는 영양이 풍부한 오일입니다. 모로코 일부 사막지역에서만 나는 아르가니아 나무 열매에서 추출한 오일로, 올리브 오일보다 2배가 넘는 비타민E를 함유하고 있어 피부의 수분 증발을 억제합니다.

Lowell International

Product ingredient



Macadamia oil
마카다미아오일

남태평양섬에서 자라는 열매에서 추출한 오일입니다. 사라지는 오일'이라는 별명이 있을 정도로 **피지 구조와 매우 유사하여 피부에 잘 흡수되며, 유연하게 합니다.** 피부보습에 효과적인 오일 성분한 함유한 천연 유래성분 로션이 안감에 처리되어 피부를 건강하게 지켜줍니다.

Lowell International

Lowell International product ingredient

Product ingredient



Olive oil
올리브오일

올리브 열매에서 추출한오일로 **보습 효과가 뛰어납니다. 비타민 E 를 다량 함유하고 있어 피부를 부드럽고 탄력있게 해주며, 민감성 피부에도 좋습니다.**

Lowell International

About product

DONO OIL 도노 오일

함유된 아르간 트리커널 오일이 모발에 영양분을 공급하며 얇은 코팅막을 형성시켜 외부 자극으로부터 모발을 보호합니다. 또한 코코넛 오일이 모발의 흡수성을 증가시켜 슈퍼 밀 레이 오일이 천연비타민을 모발 깊숙이 공급하여 모발을 윤기있고 매끄럽게 가꾸어 줍니다.



DONO REPAIR SHAMPOO 도노 리페어 샴푸

풍성한 거품과 부드러운 컨디셔닝으로 두피와 모발을 세정해 줍니다. 동백오일(꽃수)의 함유로 모발 건조 후에도 푸석거리지 않는 차분한 모발을 연출시켜 유기농인삼발은 알로에 추출물이 함유되어 있어 모발의 수분을 유지시켜 줍니다. 또한 산자나무 오일을 사용하여 자연스럽고 자극적이지 않은 천연 컬러를 나타 내었고 다양한 식물성 오일의 함유로 두피와 모발의 손상을 줄여 주고 보호해 줍니다.

DONO CURL CREMA 도노 컬 크레마

컬링 헤어의 탄력적으로 컬을 잡아주며 촉촉한 수분감 그리고 자연스런 컬링으로 마무리감을 선사하는 컬크림입니다. 함유되어 있는 하이드 록시에칠우레아 성분은 모발의 보습을 유지하며 하며 끈적거리지 않은 부드러움을 선사합니다.



DONO FIX CREMA 도노 픽스 크레마

강력한 셋팅력으로 나만의 스타일을 연출하며 모발에 윤기와 탄력을 줍니다. 끈적임 없이 산뜻한 사용감으로 스타일링을 오랜 시간 동안 지속시켜 줍니다. 또한 블랙베리 추출물이 모발에 영양을 공급하고 부드럽게 가꾸어 줍니다.



Lowell International

Magazine issue



WOMAN chosun 여성조선



Celebrity 이민정

Lowell International

Magazine issue



Queen 퀸

Wannabe Beauty Star

최근로 불리며 연예계에서 화제가 되고 있는 연예계 스타들이 대중에게 다가오는 방법과 연예계 스타들이 사용하는 화장품 브랜드와 제품을 소개하는 기사입니다.

연예계 스타들의 화장실

연예계 스타들의 화장실에는 어떤 화장품이 놓여 있을까요? 연예계 스타들이 사용하는 화장품 브랜드와 제품을 소개합니다.

연예계 스타들의 화장실

연예계 스타들의 화장실에는 어떤 화장품이 놓여 있을까요? 연예계 스타들이 사용하는 화장품 브랜드와 제품을 소개합니다.

Celebrity 이만정

Magazine issue



In Style 인스타일

Long Bob

최근 인기 있는 헤어스타일인 롱 보브의 특징과 유지 방법에 대해 소개합니다.

Layered Bob

최근 인기 있는 헤어스타일인 레이어드 보브의 특징과 유지 방법에 대해 소개합니다.

Classic Bob

최근 인기 있는 헤어스타일인 클래식 보브의 특징과 유지 방법에 대해 소개합니다.

A Line Bob

최근 인기 있는 헤어스타일인 A 라인 보브의 특징과 유지 방법에 대해 소개합니다.

Classic Bob

최근 인기 있는 헤어스타일인 클래식 보브의 특징과 유지 방법에 대해 소개합니다.

Celebrity 정수민

Magazine issue



Celebrity 이민정



Celebrity 박정아

Lowell International

Magazine issue



Celebrity 이다희

Style Spy 드라마스타일



Lowell International

Magazine issue



1. MOROCCAN 모르칸
2. KIEHL'S 키엘
3. FRESH 프레쉬
4. OGANIX 오가닉스
5. LOWELL 로웰
6. AVEDA 아베다



Magazine issue



News



이민정-정소민-이다희의 '반짝반짝' 머릿결 비법?

한국경제TV | 2015.06.25. | 네이비뉴스 | [▶](#)

로렐인테리어세널의 헤어 오일 '도노오일'이 다양한 매거진에서 여배우 이민정의 머릿결 비법으로 소개되며 많은 관심을 끌고 있다. 이전 명칭 '코코오일'로 헤어숍을 통해 유통되며 국산 아르간 트리커널



준오헤어 '롤 섀머 이벤트'로 여름 스타일링 완성

헤럴드POP | 2015.07.01. | 네이비뉴스 | [▶](#)

'로렐 도노스타일링 오일'과 '컬크레마' 등의 스타일링 제품으로 이뤄진 세트 메뉴다. 여기에 롤 섀머 이벤트가 시작되는 7월 한 달 동안 준오헤어를 방문하는 고객에게 롯데제과의 프리미엄 초콜릿, 리얼...



<마을-아치마라의 비밀> 문근영 & 장희진 매력포인트 여성조선 | 2015.11.13. | [▶](#)

그리고 오일 타입의 에센스를 바르면 컬의 부스스함을 잡아준다. 1 컬링 헤어의 컬을 탄력적으로 잡아주며 촉촉한 수분감과 자연스러운 컬링 마무리감을 선사하는 컬 크림은 로렐 도노 컬 크레마, 70ml 1만5천원, 200...



준오헤어, 롤 섀머 이벤트 기간 중 '에스프레소 초콜릿 핸디캐레' 증정

데이터뉴스 | 2015.07.01. | [▶](#)

로렐 도노스타일링 오일과 컬크레마 등의 스타일링 제품'이 포함돼 있다. '롤 섀머 이벤트'가 시작되는 7월 한 달 동안, 준오헤어를 방문하는 고객에게는 롯데제과의 프리미엄 초콜릿 리얼 에스프레소 초콜릿...

Loweil International

News



이민정-정소민-이다희의 '반짝반짝' 머릿결 비법?

로렐인테리어세널의 헤어 오일 '도노오일'이 다양한 매거진에서 여배우 이민정의 머릿결 비법으로 소개되며 많은 관심을 끌고 있다.

이전 명칭 '코코오일'로 헤어숍을 통해 유통되며 국산 아르간 트리커널 오일로 입소문을 이끈 도노오일은 전 제품 라인의 명칭을 '도노'로 바꾸고 셀러브리티와 패션 피플들의 사랑을 받는 제품으로 최근 몇 년 사이 더욱 성장했다.

대표적인 제품인 도노오일은 포근한 사용감과 빠른 흡수, 실키한 촉감으로 유명한 헤어 오일로, 모발에 얇은 코팅 막을 형성시켜 외부 자극으로부터 보호한다. 또한 코코넛 오일은 모발의 흡수성을 높이고 밀 베아 오일은 천연 비타민을 공급한다. 도노오일 외에도 웨이브 헤어를 위한 '도노 컬 크레마', '도노 리페어 샴푸', '도노 픽스 크레마' 등을 내놓고 있다.

로렐인테리어세널 관계자는 "다양한 매거진에 이민정, 정소민, 이다희 등 셀러브리티의 헤어 아이템으로 소개돼 입소문을 탈 수 있었다"며 "시중에서 구하기는 어렵고, 헤어숍을 통해 유통되는 고유성을 지켜 나가며 앞으로도 제품력을 가지고 승부할 생각"이라고 포부를 밝혔다.

한국경제TV 이에 기자
yeeuney@blueneews.co.kr

Loweil International

News



<마을-아치아라의 비밀> 문근영 & 장희진 매력포인트

드라마 속 여배우 헤어 스타일 따라잡기 2

SBS <마을-아치아라의 비밀> 문근영
by 스타일플러스어임진옥 워장

Cut 안쪽에 레이어를 많이 넣어 좀 더 가벼운 느낌을 주는 모발로 컷트했다.

Styling 결감이 나타나는 웨이브를 자연스럽게 주어 극의 역할이 잘 묻어나게끔 하면서도 여성스러움을 살려 스타일링했다.

Color 참착하고 차분한 역할이므로 톱 부분은 에시브라운 컬러로 차가운 느낌을 주었다. 다소 심심해 보일 수 있어서 모발 끝부분에만 핑크 펄과 에시브라운을 섞어 약간 미스터리한 느낌을 주었다.

Tip 자연스러운 웨이브를 오래도록 지속하기 위해 컬 크림을 말라수면 웨이브의 컬감과 지속력을 높일 수 있다. 그리고 오일 타입의 에센스를 바른면 컬의 부스스함을 잡아준다.



1. 컬링 헤어의 컬을 탄력적으로 잡아주며 촉촉한 수분감과 자연스러운 컬링 마무리감을 선사하는 컬 크림은 로웰 도노 컬 크림이다.
70ml 1만5천원, 200ml 3만8천원.

Lowell International

Hot issue



향기좋은 에센스 추천 도노오일 5일 전 | [🔗](#)
안녕하세요~~~ 지효예요 오늘은 향기 좋은 에센스를 소개해드릴려고요 바로 도노 오일 인~~~ 마르간 에센스 향기 좋은 에센스를 찾으신다면 도노오일을 추천해드려요... 머리하는 지효의 뷰... blog.naver.com/sj31372/220605314097 | 블로그 내 검색



로웰 도노 오일 2015.10.14. | [🔗](#)
지난 8월 여성동아에 게재된 로웰 도노오일 입니다. 8월 여성동아 표지입니다. 이제는 여성 지에 나오는게 자연(?) 스타일네요..^^ 로웰 도노 제품 많이... 로웰 도노 blog.naver.com/lowell5100/220508579506 | 블로그 내 검색



에센스 추천 "로웰 도노 오일 & 컬크레마" 2014.10.07. | [🔗](#)
【로웰 도노오일 & 컬 크림】안녕하세요~~박준뷰티랩 서울역점입니다^^ 오늘의 뷰티 잇 아이템은~~!! **점점 건조해지고 푸석푸석해지는 머릿결을 보호해주는 에센스~!! 현재...** 박준뷰티랩 서울역점 blog.naver.com/soojaeng/220143855566 | 블로그 내 검색



도노오일 로웰 마르간 헤어에센스추천... 2015.10.30. | [🔗](#)
도노오일 로웰 마르간 헤어에센스추천 대전둔산동미용실 안녕하세요. 둔산동미용실 자자인 주말전 금요일 10월의 마지막 금요일에 주말을 앞두고 도노오일이라고 하는... ZAZAHAIR 자자헤어 blog.naver.com/ykaris... | 블로그 내 검색 | [📄](#) 약도 >



에센스추천/천연오일/Do-no oil/도노오일... 2014.09.29. | [🔗](#)
정자역미용실/정자동미용실/분당미용실추천 **도노오일**을 알기전에는 MA 오일이 제일 좋은 줄 알았는데 도노오일을 알게된후에는 **도노오일의 매력에 푸~!~~~ 육...** [정자동 헤어샵 헤어... blog.naver.com/en6885/220136168507 | 블로그 내 검색

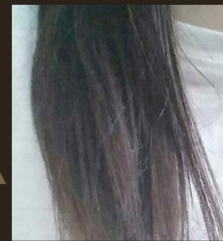
Lowell International

Hot issue



꼬꼬마 머리처럼 윤기가 차르르~ ㅋㅋㅋ
직장애가도 요즘 머릿결 너무 좋아졌다고 하네요!
헤어팩 오일이 더 좋다는걸 도노오일 덕분에 느끼게 되네요~^^

제 머리는 곱슬이 심해서 정기적으로 매직을 해주는데
갈수록 상해가고 있어서 항상 에센스랑 오일을 섞어
바릅니다ㅠㅠ 근데!! 도노오일은 오일만 발라도 다
스며들어서 하나도 기름지지도 않고 촉촉해요!!




향이 진짜 좋아요~~ 머리감고 발랐더니 숨어있던 내 곱이 살아나네요!
식물성이라 그런가~ 모발이 좀 두꺼워진듯한 코팅력!! 너무 좋네요~

Lowell International

Customer

주요 거래처

JUNO HAIR

 박승현 헤어스튜디오

KIMCHUNGKYUNG
HAIR-FACE

A. by BOM

BEAUTY SALON
JUN & ANTI

JENNY
HOUSE
Notice

Lowell International

Customer

주요 거래처

JACQUELINE

SHIN
BEAUTY SALON

Oblige

With

Choi

Lowell 주요 거래처

Juno hair, 박승철 헤어스튜디오, 박준 뷰티랩, 준앤안티, 제니하우스, 에스휴,
김청경 헤어페이스, A by Bom, 워드뷰티살롱, 라끌로에, 오블리쥬, 제클린 등

해외 화장품 정책·제도
분석 및 해외진출 전략 수립

발행처 / 한국보건산업진흥원
발행인 / 이 영 찬
발행일 / 2017년 1월
인쇄처 /

KOREA HEALTH INDUSTRY
DEVELOPMENT INSTITUTE
<http://www.khidi.or.kr>