

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2016년 10월 둘째주
주 소 서울특별시 영등포구 국회대로
750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
문 의 Tel : 02-785-7985
Fax : 02-782-6659
E-mail : jacklbs@kcia.or.kr



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association

CONTENTS

화장품 정보 03

동물실험 대체 피부 감작성 검사 OECD 채택
K-뷰티 산업 선도하는 오송화장품뷰티산업엑스포 개막
복지부, 화장품의 수출산업화에 시동걸다

법령 정보 20

협회 업무추진현황 22

회원사 뉴스 38

화장품 정보

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

○ 국내 화장품 산업계 동향

동물실험 대체 피부 감작성 검사 OECD 채택('16.9.12)

- 일본 시세이도와 가오(花王)가 공동개발한 피부 감작성 검사법을 지칭하는 '사람 세포주 활성화 시험' (h-CLAT: human Cell Line Activation Test)가 경제협력개발기구 (OECD)에 의해 채택됐음
- OECD에 의해 공식 검사법으로 채택됨에 따라 h-CLAT를 다른 대체방법들과 결합시켜 단계별 알레르기 반응을 검사할 수 있게 되었을 뿐 아니라 여러 가지 화학물질들의 피부 감작성을 동물실험으로 검사할 때와 최소한 동등하거나 보다 정밀한 결과를 도출할 수 있게 될 것으로 기대된다고 양사는 전망했음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com//news/view/73785/cat/10>

중국 '유전자원 이익공유' 강화, 해외기업 재추진('16.9.23)

- 중국이 지식재산권과 연계해 유전자원의 이익 공유에 대한 정책과 법제를 강력하게 추진할 것으로 전망됐음
- 중국은 유전자원 이익공유 문제를 지식재산권과 연계해 2016년 '국가지식재산권 전략 실시 추진 계획'을 발표한 상황임

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com//news/view/73888/cat/10>

중국 화장품 30% 소비세 1일부터 완전 폐지('16.10.1)

- 사치품목으로 분류되어 30%의 높은 소비세율이 붙은 화장품은 10월1일부터 중국에서는 생활필수품으로 여겨지면서 소비세가 완전 폐지되어 중국 여성들의 화장품 구입가격이 저렴해지게 됐음
- 조세행정을 통합하는 중국 재정부수는 9월 30일 세금체제 개정을 확정, 이번에 특히 화장품 소비세를 완전 폐지하는 결단을 내렸음

- 관련링크:

<http://www.newstown.co.kr/news/articleView.html?idxno=264844>

면세점 '구매제한'...엇갈리는 화장품업계 표정('16.9.30)

- 국세청이 중국 불법 소무역상(일명 '보따리상')의 사재기 및 되팔기를 단속하기 위해 인당 구매개수 제한에 나서면서 국내 화장품 업체도 엇갈린 반응을 보이고 있음
- 30일 업계에 따르면 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 대규모 브랜드 업체들은 상대적으로 여파가 적을 것으로 보이는 반면 중소규모 업체들의 경우 일부 타격이 예상되는 것으로 나타났다음

- 관련링크:

<http://www.newspim.com/news/view/20160930000285>

면세점 매출 절반 이상, 중국인 차지...화장품이 1위('16.10.5)

- 국내 면세점 매출에서 중국인 비중이 62%를 차지한 것으로 나타났으며, 구매 품목으로는 화장품이 압도적으로 1위를 차지했음
- 5일 국회 정무위원회 소속 제윤경 더불어민주당 의원실이 공정거래위원회로부터 제출받은 '국내 면세점별 중국인 매출 비중 및 카테고리별 소비행태' 자료에 따르면, 호텔롯데 · 호텔신라 · SK위쿼힐면세점 · 동화면세점 등 국내 4대 면세점의 지난해 매출(8조589억원)에서 중국인 관광객의 매출은 5조353억원으로, 62%를 차지했음

- 관련링크:

<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20161005000211>

K-뷰티 산업 선도하는 오송화장품뷰티산업엑스포 개막('16.10.5)

- 4일 열린 개막식에는 정진엽 보건복지부장관과 손문기 식품의약품안전처장, 이시종 충북지사, 김양희 충북도의회의장, 이춘희 세종시장, 이승훈 청주시장, 도내 대학총장, 주요 기관사회단체장, 언론사·종교·문화·경제·여성 대표, 화장품·뷰티 관련 국내외 기업 대표 및 바이어 등 각계 계층 인사 500여 명이 참석했음
- 이번 엑스포에는 200여 개 국내외 유명 화장품·뷰티기업과 1000여 명의 바이어가 참여해 약 2200여회 이상의 1대1 수출상담회가 열리게 되며, 이를 통해 기업과 국내외 바이어, 전문가가 참여해 수출계약을 성사시키는 등 실질적인 비즈니스 성과를 거둘 것으로 예상됨

- 관련링크:

http://www.daejonilbo.com/news/newsitem.asp?pk_no=1233114

미국내 한국 화장품 수입 '경풍('16.10.4)

- K뷰티가 중국을 넘어 미국에서도 인기몰이를 하고 있으며, 한국 여성들의 자연스러운 화장법과 한국산 유기농 스킨케어 제품에 대한 미국인들의 관심이 증가하면서 한국이 미국의 5대 화장품 수입국에 들어섰음
- 4일 대한무역투자진흥공사(코트라) 등에 따르면 올 들어 7월까지 미국 내 한국 화장품 수입액은 전년동기대비 48% 증가했으며, 한국은 프랑스와 중국, 캐나다, 이탈리아에 이어서 미국의 다섯번째 화장품 수입국이 됐음

- 관련링크:

<http://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=694763>

8월 온라인쇼핑 전년대비 27.3% ↑ ...화장품 등 모든 품목 거래액 늘어('16.10.4)

- 8월 온라인쇼핑 거래액이 화장품과 음·식료품 등 모든 품목에서 1년 전보다 크게 늘어난 것으로 조사됐음
- 모바일쇼핑 거래액도 같은 기간 두 배 가까이 늘어난 소프트웨어, 화장품 등을 중심으로 큰 폭의 증가세를 이어갔음

- 관련링크:

<http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20161004010001019>

복지부, 화장품의 수출산업화에 시동걸다 (‘16.9.27)

- 보건복지부(장관 정진엽)는 10월 4일 KTX오송역에서 화장품기업 대표 및 수출관련 기관 관계자들과 현장간담회 자리를 가졌음
- 이날 정진엽 장관은 간담회에 참석한 대한화장품협회, (주)LG생활건강, 한국콜마(주), 에코힐링 등 화장품 기업 관계자와 한국보건산업진흥원, 대한무역투자진흥공사, 대한화장품산업연구원 등 화장품 수출 관련기관 담당자 등에게, 한진해운 사태와 경주 지진과 관련한 기업 피해사례와 중국시장여건 변화 등 최근의 이슈들과 관련하여 업계에 애로사항이 있는지를 점검하고, 그 밖의 여러 애로사항과 건의사항을 폭넓게 청취하면서, 문제 발생 시 신속한 해결을 위해서 현장과 더욱 긴밀하게 소통하기로 하였음

- 관련링크:

<http://www.korea.kr/policy/pressReleaseView.do?newsId=156158448>

CMIT/MIT 함유 화장품 시중에 버젓이 유통(‘16.10.5)

- 가습기 살균제 원료물질로 파장이 확산되고 있는 CMIT/MIT 성분이 함유된 화장품이 시중에 버젓이 판매되고 있는 것으로 밝혀졌음
- 국회 보건복지위원회 기동민 의원(더불어민주당; 서울 성북을)이 식약처에서 제출받은 ‘식약처 위해화장품 판매차단시스템 시범사업’ 자료에 따르면 올 6월 28일부터 시행된 시범사업에 따라 회수명령 조치를 받은 화장품은 모두 59품목(수입 42품목, 제조 17품목)인 것으로 확인됐음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/74038/cat/10/page/1>

남성 화장품 시장 1조원 대...피부 고민 해결하는 똑똑한 남자 화장품 인기(‘16.10.5)

- 시장조사전문기관인유로모니터에 따르면 남성화장품 시장은 지난 2014년 1조2000억 원대에 접어들었으며, 한국 남성의 1인당 월간 화장품 구매 비용 역시 세계 1위임
- 최근에는 그루밍족을 넘어 ‘그루답터(Groom-dopter)족’이 떠오르고 있는데, 보습이나 베이스 메이크업 제품을 주로 사용하던 그루밍족에서 한발 더 나아가 모공과 피지관리 등 피부 고민에 맞춰 피부 관리 제품을 선택하고 색조 메이크업이나 제모까지 관심을 보이는 이들이 늘고 있는 것임

- 관련링크:

<http://www.speconomy.com/news/articleView.html?idxno=73469>

중국 현지 진출기업 ‘호재’ 면세점업계 ‘악재’(‘16.10.6)

- 최근 중국 정부가 화장품과 관련된 조치를 잇따라 내놓고 있는 가운데, 이번에는 화장품의 소비세를 전격 폐지·인하했음
- 중국 재정부는 9월 30일 내수 진작을 위해 기존에 30%였던 일반 화장품의 소비세를 없애고 고급 화장품은 15%로 인하한다고 밝혔으며, 시행일은 국경일이 시작된 10월 1일부터임

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/74042/cat/10>

대륙에 부는 스마트 열풍... 뷰티산업에도 침투('16.10.5)

- 스마트 기기의 보급과 모바일 앱 기술의 발달이 가속화되면서 뷰티업계에 적용되는 AR 기술은, 광고 속 모델이 사용한 제품을 실시간으로 제공하거나 동일한 메이크업을 가상으로 시도해 볼 수 있는 서비스까지 다양하게 활용되고 있음
- 지난달 중국 광저우에서 열린 '제45회 광저우 국제뷰티박람회(추계)'에서는 모바일 E-커머스, 화장품, 네일, 미용기기 등 다양한 섹션을 통해 한국과 중국 현지 등 여러 국가의 업체들이 부스를 개설하고 스마트폰 등과 연동하는 신개념의 뷰티 아이템을 선보였음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/74041/cat/10>

◦ 국내외 정보

◆ 중국 시장 내 수입화장품 순위

〈 중국 시장 내 수입화장품 순위(단위 : 백만불) 〉

순위	국가	2016.8(누계)	2015	2014	2013	2012	2011	2010
	총계	2,864(100%)	3,740(100%)	2,683	1,639	1,474	1,346	1,018
1	프랑스	830(29.0%)	1,087(29.1%)	1,008	570	524	515	363
2	한국	690(24.1%)	775(20.7%)	234	149	100	66	55
3	일본	465(16.2%)	607(16.2%)	418	300	352	356	265
4	미국	302(10.5%)	474(12.7%)	390	196	150	140	126
5	영국	181(6.3%)	186(5.0%)	176	67	55	36	30

◆ 유형별 화장품 생산실적

〈 목욕용 제품류 생산실적(‘11~‘15년)〉

(단위: 백만원, %)

세부 유형	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년			’10~’14년 연평균 성장률
	생산 실적	생산 실적	생산 실적	생산 실적	생산 실적	점유율	전년대 비 증감률	
버블배스	1,190	15,540	1,986	1,355	960	20.1	-29.2	-5.2
목욕용오일·정제·캡슐	2,330	1,317	1,193	1,094	1,280	26.8	17.0	-13.9
그밖의 목욕용 제품류	938	718	874	1,062	1,526	32.0	43.7	12.9
목욕용 소금류	1,089	1,675	756	1,060	1,002	21.0	-5.5	-2.1
소계	5,547	19,249	4,810	4,572	4,768	100.0	4.3	-3.7

※ 자료 : 화장품 생산실적(대한화장품협회)

○ 해외화장품 시장 동향

아세안 최대 뷰티마켓, 태국 화장품시장을 공략하라

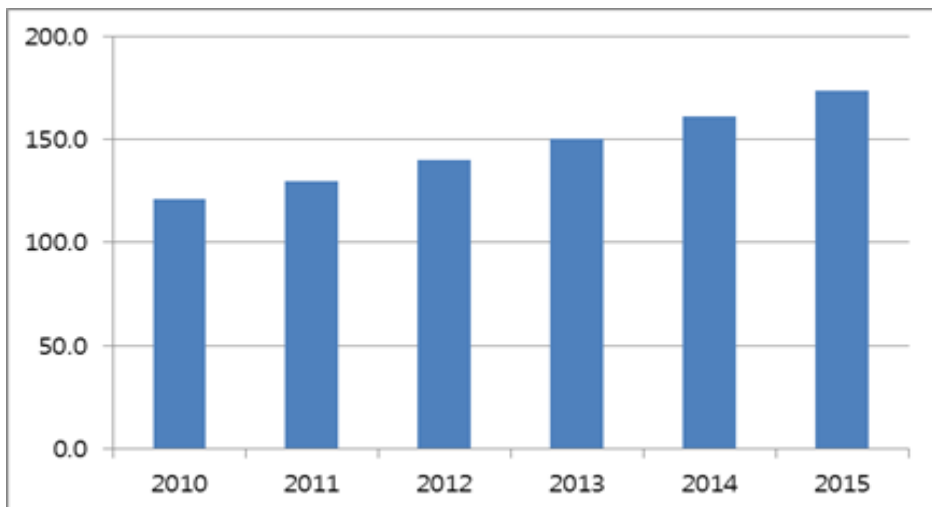
- 2017년부터 한국산 화장품류 무관세로 가격경쟁력 향상-
- 태국 내 한류 열풍을 활용하고, 유통채널별 다른 전략으로 접근해야-

□ 태국 화장품 시장 개관

- 경기가 크게 반등하지 못하는 상황에서도 태국인들의 뷰티 및 개인용품에 대한 수요는 꾸준해 태국 화장품 시장 매출액은 1737억 бат(50억7000만 달러)을 기록함.
- 제품군별로는 전체 화장품시장에서 스킨케어 제품류가 차지하는 비중이 37.8%로 가장 높으며, 헤어케어 제품(15.6%) 및 색조화장품(11.5%) 시장이 뒤를 이음.

태국 화장품 시장 규모 추이(2010~2015년)

(단위: 십억 бат)



주: 뷰티 및 개인용품 시장 매출액을 모두 포함한 수치임.

자료원: Euromonitor

- 외국인 관광객 증가 및 태국 정부의 다양한 내수진작 정책 실시는 시장에 긍정적 요소로 작용
 - 6600만 명에 달하는 태국 인구 이외에 연간 3000만 명의 관광객 방문으로 인해 화장품 수요가 확대되고 있으며, 연간 9억 달러에 달하는 스파 및 마사지 산업 활성화도 화장품 시장 성장에 긍정적
 - 태국 정부는 2015년 및 2016년 초 내국인 소비 확대를 위해 1만5000밧(460달러) 한도의 구매물품에 대한 세금환급 정책을 시행
 - 그러나, 2015년 태국 GDP 성장률은 2.8%로 아세안 국가대비 저조하며, GDP의 80%를 상회하는 가계부채율은 화장품 시장 확대에 부정적 영향을 미침.

태국 화장품 시장 대표 품목군별 주요 지표(2015년 기준)

	스킨케어	색조화장	선크어	향수	Bath&샤워	헤어케어
시장규모 (억 밧)	656	200	26	74	184	271
성장률 (%)	9	8	10	8	7	7
2016-20 CAGR(%)	3	4	5	4	4	4
마켓리더 (%)	Beiersdorf 14%, L'oreal 2%, Unilever 12%	Betterway 12%, L'oreal 11%, Elca 8%	Beiersdorf 43%	Betterway 14%, Bio Consumer 13%	Unilever 22%, Colgate- Pamolive 19%, Lion Group 8%	Unilever 34%, Procter & Gamble 22%, L'oreal 9%

자료원: Euromonitor사 자료를 바탕으로 KOTRA 방콕 무역관 재구성

□ 태국 화장품 시장의 주요 품목군별 특징 및 최신 동향

- (스킨케어) 화이트닝 제품 선호 경향이 강하며, 중저가 시장 및 프리미엄 시장 모두 브랜드 다양
 - 점차 외국 브랜드에 대한 노출이 증대되는 추세이며, 외국인 관광객 유입 증대로 프리미엄 브랜드의 판매 신장세

□ 태국 화장품 시장의 주요 품목군별 특징 및 최신 동향

- (스킨케어) 화이트닝 제품 선호 경향이 강하며, 중저가 시장 및 프리미엄 시장 모두 브랜드 다양
 - 점차 외국 브랜드에 대한 노출이 증대되는 추세이며, 외국인 관광객 유입 증대로 프리미엄 브랜드의 판매 신장세
 - 수요 증가 스킨케어 제품군은 마스크, 클렌저, 노화방지 용품 및 수분 보충 제품군 등임.
 - 태국인들의 하얗고 뽀얀 피부에 대한 동경으로 화이트닝 제품에 대한 선호도가 높음.
 - 최근, 의약기능성 화장품 및 피부과 테스트를 완료한 화장품 제품에 대한 인지도가 상승하는 추세이며, 자연주의 제품 및 유기농 화장품도 점차 주목받고 있음.
- (색조화장) 매스 마켓의 분산 심화, 한국식 화장법 유행으로 BB/CC크림·쿠션 등 대인기
 - 색조화장품의 경우 생략이 가능하며, 비교적 장기적 소비가 가능해 경기에 민감한 품목임.
 - 색조화장품의 경우 매스 마켓의 분산이 심화돼 있으며, 매스 제품일수록 소비자 충동구매 자극을 위해 단품 판매비중이 높음. 니치마켓인 프리미엄 제품은 태국 상류층, 태국주재 외국인, 외국인 관광객을 타깃으로 함.
 - 색조화장품 중 매출이 가장 높은 품목은 피부화장품(색조화장품 시장의 54% 차지)임. 하얗고 맑은 피부톤을 이상적으로 생각하는 태국인들에게 한국식 화장법이 유행하면서 BB/CC크림 또는 BB/CC 쿠션 등이 선풍적인 인기를 끌고 있음.
- (선풍케어) 자외선차단지수(SPF)가 높을수록 피부보호 효과가 크다고 인식하며, 로션타입이 가장 일반적
 - 자외선 차단 제품 사용이 점차 외출 시 필수로 인식되고 있으나, 최근 파운데이션, 컨실러, 파우더, BB/CC 크림에 자외선차단 기능이 함유돼 있는 경우가 많아 사용 생략도 흔함.
 - SPF가 높을수록 피부보호 효과가 크다는 인식 탓에 SPF 지수가 높은 제품을 선호하며, 자외선 차단 이외에 화이트닝, 쿨링 등의 기능이 첨가된 제품도 인기임.
 - 시판 중인 제품 유형은 액체, 크림, 무스, 스프레이 타입 등으로 다양하나, 더운 나라 특성상 가벼운 느낌을 선호하며 로션타입의 자외선 차단 제품이 가장 대중적임.
 - 매스 제품의 선호도가 월등히 높고(Nivea 제품이 가장 대중적), 부드럽고 덜 자극적인 유아용 제품이 성인들 사이에서도 두루 사용됨.

- (향수시장) 향수 취급 오프라인 유통망을 확대 중이나, 인터넷 판매 증대로 병행수입 증가세도 뚜렷
 - 태국인들에게 있어 향수의 사용은 개인의 자신감 향상 및 사회적 신분과 시수단으로 인식되나, 일상적으로 향수를 소비하는 비중은 낮은 편임.
 - The Mall 그룹의 화장품 코너인 Beauty Hall에서는 200여 종의 향수를 구비하고 있으며, 외국계 전문매장의 태국 입점으로 더 많은 종류의 향수제품이 시장에 침투하고 있음. 반면, 향수류는 병행수입이 흔한 품목이어서 인터넷 판매 증대에 따라 병행수입 현상 또한 증가할 전망이다.
- (헤어케어) 컨디셔너의 성장 가능성이 큰 편이며, 유기농 및 천연 제품의 경우 태국 브랜드의 인지도가 높음.
 - 소비자 수요패턴이 더욱 정교화되면서, 염색 및 환경 오염 등으로 손상된 모발을 가꾸는데 더욱 관심을 가지는 추세임. 이에 따라 기존에 필수로 여겨지지 않았던 컨디셔너의 성장 가능성이 커짐.
 - 다국적 기업제품이 오래 전부터 침투한 품목으로 태국 브랜드보다는 국제 브랜드 제품이 전통적으로 강세이나, 유기농 및 천연 제품의 경우 태국 브랜드(예: Wan Thai, Kha Kho Talaybu)의 인지도가 높음.
 - 태국에서는 세련되고 피부가 밝아 보이는 효과를 주기 위해 염색이 대중적이며, 대부분이 가정에서 셀프 염색을 함.
- (목욕용품) 비누, 보디워시, 샤워젤, 탈컴 파우더가 주요 소비품목임.
 - 태국에서는 우리나라와는 달리 유아부터 성인까지 얼굴에서부터 전신에 탈컴 파우더를 흔히 사용하며, 목욕용품 시장에서 탈컴 파우더가 차지하는 비중이 29.4%에 이룸.
 - 보디워시 및 샤워젤 등은 가족용품으로 대용량 구매빈도가 높고, 업체들이 공격적인 프로모션을 진행하는 품목임.
 - 도시화 진행 및 건강·위생에 관심도가 증대하며 여성용 세정제, 펌프타입의 물비누 등의 사용이 증대되고 있음.

□ 수출입 동향

- 2015년 기준, 태국의 화장품 수입은 전년대비 15.2% 증가해 9억 달러를 달성. 이에 반해, 수출은 7.5% 감소한 16억4000만 달러에 그침.
- 그러나 태국은 2015년 말 발효한 아세안경제공동체(AEC)로 역내국 수출이 확대될 것으로 전망

태국 화장품 수출입 추이

(단위: 천 달러, %)

		2012	2013	2014	2015	2016.1월~7월
수입	금액	674,359	809,463	784,121	903,076	634,816
	증감률	23.0	20.0	-3.1	15.2	-
수출	금액	1,902,333	1,868,248	1,772,000	1,639,778	934,688
	증감률	10.4	-1.8	-5.2	-7.5	-

자료원: Global Trade Atlas, 태국 관세청

- 태국의 우리나라 주종상품인 HS Code 3304(기초화장품, 매니큐어 등) 제품 수입액은 2015년 6억4000만 달러에 달했고, 2016년 1월~7월 중 수입액은 전년동기대비 24.6% 증가한 4억6000만 달러를 기록
- 주요 수입대상국은 프랑스, 미국, 일본, 중국, 한국 순으로 한국은 2015년 5위 기록함.
- 태국의 대한민국 수입은 매년 큰 폭의 증가세를 보여, 2015년 38.5% 증가한 6000만 달러, 올해 7월까지의 54.1% 증가한 5430만 달러 기록

태국 기초화장·매니큐어·페디큐어용 제품(HS Code 3304) 수입동향

순위	국가명	2014		2015		2016년 1월~7월	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	프랑스	97,937	-2.7	126,008	28.7	97,112	26.2
2	미국	90,953	2.7	98,530	8.3	63,399	6.9
3	일본	68,517	-10.5	76,208	11.2	55,397	31.1
4	중국	47,804	27.6	62,909	31.6	53,370	57.5
5	한국	43,310	29.2	59,999	38.5	54,301	54.1
6	인도네시아	49,371	10.2	55,020	11.4	34,487	4.5
7	영국	32,152	-21.8	42,673	32.7	30,137	9.1
8	독일	24,933	-21.9	36,228	45.3	23,214	3.4
9	캐나다	8,264	-13.1	8,940	8.2	5,679	8.9
10	대만	5,202	-17.1	6,436	23.7	3,500	3.0
상위 10개국 합계 (전체 수입대비 비중)		468,443 (89.9%)	-	572,951 (90.2%)	22.3%	420,596 (90.5%)	-
합계		520,912	0.1	635,368	22.0	464,672	24.6

자료원: Global Trade Atlas, 태국 관세청

□태국 화장품 시장 경쟁 동향

- 기존 브랜드들의 R&D를 통한 제품 혁신, 신규 브랜드 진입뿐만 아니라, 브랜드 인지도 향상을 위한 온라인 광고의 활성화로 화장품 시장의 경쟁은 날로 치열해지고 있음.
- 태국 화장품 시장의 주요 회사는 대부분 다국적 기업으로 Unilever, P&G, L'Oreal, Beiersdorf, Colgate-Palmolive, Amway 등이 있음.
 - Sunsilk, Pond's, Lux, Dove 등의 대중적인 브랜드를 다수 보유한 Unilever사의 시장 점유율이 가장 높음.
- 태국 회사로는 Better Way, Giffarine Skyline Unity, SSUP Group 등이 있음.
 - 브랜드로는 직접판매업체(Direct Sale)인 Better Way사의 'Mistine' 브랜드가 가장 대중적인 브랜드이며, 가성비가 뛰어나고 편의점 등에서도 손쉽게 구매가 가능하다는 장점이 있음.

- ‘Mistine’은 셀럽마케팅(유명인 홍보대사) 전략을 통해 제품 인지도를 높여가고 있으며, 최근에는 판매채널 확장을 위해 오프라인 매장을 통한 유통도 수행 중임.
- 색조화장품 주요 회사는 Better Way, L'Oreal, Elca, Amway, Giffarine Skyline, ICC 등이 있으며, 한국 회사로는 아모레퍼시픽, LG생활건강(The Face Shop) 등에서 10여 개의 브랜드가 진출해 있음.

태국 화장품 시장 20대 주요 회사(2015년 기준)

	화장품 시장 전체		색조화장품	
	회사명(점유율 %)	주요 브랜드	회사명(점유율 %)	주요 브랜드
1	Unilever(13.1%)	Sunsilk, Pond's, Lux, Dove	Better Way(11.6%)	Mistine
2	Procter& Gamble(8.3%)	Olay, Pantene, Protex	L'Oreal(10.6%)	Maybelline, L'Oreal Paris, Lancôme
3	L'Oreal(7.9%)	L'Oreal, Garnier	Elca(8.3%)	Mac, Estee Lauder, Bobbi Brown, Clinique
4	Beiersdorf(7.1%)	Nivea, Eucerin	Amway(7.3%)	Artistry
5	Colgate-Palmolive(6.4%)	Colgate	Giffarine Skyline(7.1%)	Giffarine
6	Amway(5.1%)	Artistry, Glister	ICC(6.8%)	BSC, Sheene
7	Better Way(4.7%)	Mistine	OP Natural Products(5.7%)	Oriental Princess
8	Johnson & Johnson (3.6%)	Johnson's Baby	Shiseido(5.5%)	Shiseido
9	Giffarine Skyline	Giffarine	SSUP Bangkok (1991)	Cute Press
10	Elca	Estee Lauder, Clinique	Beauty Community	Gino McCray
11	Lion Corp	Systema	Revlon	Revlon
12	Kao Industrial	Biore	Karmarts	Cathy Doll

13	Shiseido	Shiseido	LVMH	Christian Dior
14	Osotspa	12 Plus	UB Chemical	Tell Me
15	OP Natural Products	Oriental Princess	Osotspa	12 Plus
16	Bio Consumer	Be Nice	Amore Pacific	설화수, 라네즈
17	ICC	BSC	U Star	U Star
18	Nu Skin Enterprises	Nu Skin	Cosnova	Essence
19	Smooth E	Smooth E	Chanel	Chanel
20	Henkel	Dial, Persil	Nu Skin	Nu Skin

자료원: 유로모니터 및 기타 자료 종합

□ 유통현황

○ 태국 내 화장품 주요 유통채널은 백화점, 대형마트 등 대형 유통망, 드러그스토어(Watson's, Boots 등) 및 유통회사 자체 숍 등의 전문 유통망, Amway, Better Way 등으로 대표되는 직 접판매망, 온라인 유통 등이 있음.

○ 대형유통과 전문유통을 매장형 유통망을 통한 구매가 80%에 달해 아직까지 절대적 비중을 차지함.

- Tesco Lotus, Big C 등 대형마트를 통한 구매 비중이 15.6%로 가장 높음.
- 프랑스의 화장품 전문 유통채널인 Sephora, 목욕용품이 인기인 Bath &Body Works, 화 장품 중에서는 향수제품이 인기 있는 Victoria's Secret의 태국 입점 등 전문형 유통망 확대 추세임.
- 가장 인기 있는 태국 브랜드인 'Mistine'의 경우, 전문숍을 런칭하는 등 전통적 판매방식인 직접판매망에 국한하지 않고 적극적으로 유통망도 넓혀가고 있음.

Sephora



Bath & Body Works



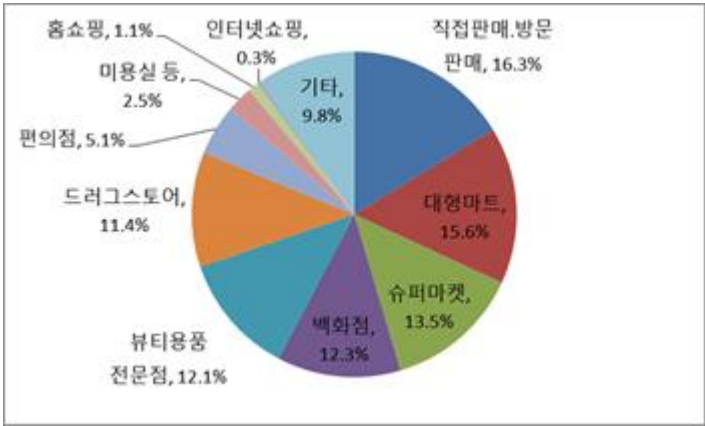
Mistine



자료원: (좌) KOTRA 방콕 무역관 촬영, (중) www.emquartier.co.th, (우) www.mistine.co.th

- 비매장형 유통망 중에서는 직접판매 비중이 높고, 온라인 유통망은 성장단계
 - 우리나라와는 달리 직접판매(방문판매, Direct Sales)를 통한 매출이 16.3%로 압도적인 가운데, 홈쇼핑(1.1%), 인터넷 쇼핑(0.3%)을 통한 구매는 현재까지 미미한 수준임.
 - 하지만 태국의 모바일 보급률이 이미 전체 인구 수를 상회(2015년 기준 보급률 121%)했고, 2016년 4G 상용화와 더불어 온라인 채널을 통한 화장품 구매비중이 빠른 속도로 증가할 것으로 기대됨.

유통경로별 화장품 판매비중 현황(2015년 기준)



자료원: Euromonitor 자료를 바탕으로 KOTRA 방콕 무역관 작성

화장품 관련 상품분류 및 관세율 정보

○ 태국 HS Code 분류는 우리나라와 상이

- 태국 HS Code 분류는 8단위로 10단위인 우리나라와 다르므로, 관세율 확인을 위해서는 태국 HS Code를 확인할 필요가 있음.

* 조회는 관세법령 정보포털 사이트(<https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do>)를 통해 가능

○ 태국 수입제품에 대해서는 관세 및 부가세가 부과됨.

- 관세 = CIF x 관세율
- 부가세(VAT)는 10%이나 소비 진작을 위해 현재 한시적으로 7% 적용 중

○ 태국에서 한국산 화장품 수입 시, 2010년 1월부터 발효된 태국과 한국-아세안 FTA가 적용돼 원산지 증명서(AK Form)를 제시할 경우 FTA협정에 따른 관세율을 적용받을 수 있음.

- 2016년 12월 31일까지 향수 및 기초화장품류(HS Code 3303, 3304)의 관세는 3%이나, 데오드란트, 목욕용품, 화장실 방향제품(HS Code 3305, 3306, 3307)의 관세는 없음.
- 2017년 1월 1일부터는 HS Code 3303, 3304류에 대해 무관세 적용으로 화장품 전 품목 무세 예정
- 이에 따라 한국산 화장품은 관세 측면에서 무세 적용국가(중국, 아세안, 호주, 뉴질랜드) 및 일본(2017. 4. 1부터 전면 무세)과 대등해질 예정이며, 10~30%의 기본관세율이 적용되는 미국, EU국가 등 FTA 미체결국에 대해서는 유리해질 전망이다.

○ 태국 화장품 수입 절차 및 인증에 관한 정보는 2015년 11월 5일자 KOTRA 방콕 무역관의 해외시장뉴스 '태국 화장품 수입 절차'를 참고하면 됨.

□ 진출전략 및 시사점

- 태국 화장품 시장은 온·오프라인 유통망 확대 추세이며, 저가의 국내 브랜드부터 외국계 프리미엄 브랜드까지 유통되는 화장품 종류도 다양해 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예상됨.
 - 화장품 수출입 통계와 사용자 의식조사 결과를 종합해볼 때, 식지 않는 한류 열풍을 타고 한국식 화장법이 유행하면서 우리나라 화장품의 인지도 및 사용빈도는 높아지고 있는 추세임.
 - 태국인들 사이에서 한국식 화장품의 품질 및 디자인이 우수성은 인정하는 바이나, 태국에서와 한국 내 유통가격 차이가 극심해 실질적으로는 Grey Market을 통한 구매 또는 한국을 방문하는 지인을 통한 구매 등이 많이 이루어지고 있다는 점에 주목할 필요가 있음.
- 하지만, 2017년 1월 1일자로 우리나라의 모든 화장품류가 무관세화 될 전망이어서 태국 내 우리나라 화장품의 경쟁력은 제고될 예정임.
- 기본적으로는 신뢰할 만한 바이어를 찾는 것이 가장 중요하나, 진출하고자 하는 유통 채널별로 다른 전략을 세워 접근할 필요가 있음.
 - (온라인) 우리나라 중소기업 제품의 경우, 태국 온라인 쇼핑몰에 벤더로 등록하는 것은 비교적 절차가 간단하며, 주요 온라인 업체들마다 적극적으로 판매자 수 및 판매물품 수를 늘리는 것을 목표로 하고 있으므로, 진입장벽이 낮은 온라인 판매망을 통한 물품 유통을 적극 추진할 필요가 있음.
 - (대형 유통망) Big C, Tesco, 7-Eleven 등 대형 유통망의 경우 외국업체로부터 직접 수입을 하는 경우는 드물며, 현지 에이전트를 통해 물품을 조달 받으므로 유망한 업체와 거래를 성사시켜야 함.
 - 뷰티 관련 전시회 참가 등을 통해 드러그 스토어나 Sephora 등의 전문유통망 관계자와의 미팅 기회를 포착하는 것도 방법이 될 수 있음.
- 태국 화장품 수출입 세부통계표를 첨부하오니, 관심있는 업체들은 첨부파일을 확인해 태국 수입시장 동향 파악에 활용하시기 바람.

자료원: Euromonitor, Global Trade Atlas, 태국 관세청, 관세법령정보 포털, 관련 유통업계 홈페이지 및 KOTRA 방콕 무역관 자료 종합

법령 정보

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

“화장품에 미세플라스틱 사용 금지” 추진(‘17.7.1. 시행 예정)

※「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시안 행정예고 안내(식품의약품안전처 공고 제 2016-656호, 2016.09.29.)

- 식품의약품안전처에서는 미세플라스틱으로 인한 환경오염 및 제외국 동향 등을 반영하여 미세플라스틱을 화장품 원료로 사용금지하는 것을 주요 내용으로 하는 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시안을 행정예고함
 - 미세플라스틱 사용금지(안 [별표 1] 사용할 수 없는 원료)
- 우리협회에서는 동 일부개정고시안에 대한 의견을 2016.11.21.(월)까지 수렴하고 있음

※ 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시안은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

협회 업무추진현황

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

○ 제21차 중소기업 CEO 조찬 간담회 개최안내

우리 협회는 중소기업 경쟁력 강화를 위해 화장품 기업 대표자를 대상으로 중소기업CEO 조찬 간담회를 매 분기별로 개최해 오고 있습니다.

이번 중소기업CEO 조찬 간담회에서는 해외에서 브랜드 선점 및 모조품등에 대해서 브랜드를 보호 할 수 있는 전략에 대해서 특허청에서 강사를 초빙하여 ‘중국 및 아시아 진출 화장품 기업의 브랜드 보호 전략’이라는 주제로 강의가 있으며, 이어서 당면한 애로사항 등을 논의하고자 아래와 같이 조찬 간담회를 개최하오니 많은 참석 부탁드립니다.

-아 래-

가. 일시 : 2016. 10. 25.(화) 07:30

나. 장소 : 서울팔레스호텔 로얄볼룸(1층)

다. 참석대상 : 대표이사

라. 신청기한 : 2016. 10. 21.(금) 까지

마. 참가신청 : 대한화장품협회 홈페이지(www.kcia.or.kr) 「교육마당」→ 「교육 및 세미나신청」에서 접수

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 중국 화장품 위생허가 대행기관 안내

◆ 대(對)중국 화장품 수출이 급증함에 따라 우리 협회에서는 중국 화장품 위생허가 대행기관에 대한 많은 문의를 받고 있습니다.

이에 우리 협회에서는 회원사에게 편의를 제공하여 드리는 차원에서 중국 화장품 위생허가 대행기관을 안내하여 드리게 되었습니다.

아래의 대행기관은 우리 협회가 공식적으로 인정 혹은 추천하는 기관은 아니므로, 각 회사에서는 이를 참고자료로만 활용하여 주시기 바랍니다.

본 안내를 통하여 우리 협회에서 얻게 되는 경제적인 이익은 일절 없으며, 대행기관과의 실제 업무 진행 시 발생하는 그 어떤 문제에 대하여 우리 협회에서는 민.형사상의 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

대행사에 대한 상세 정보는 붙임1을 참고하시어 대행기관측으로 직접 문의하여 주시기 바랍니다.

중국 화장품 위생허가 대행기관	
중국소재	베이징신금정기술서비스유한공사
	베이징재지시대
	베이징화하미풍 화장품기술센터
	북경매리스
	알란
국내 소재	(주)중국검험인증그룹코리아컴퍼니
	(주)중국경영인증컨설팅
	정통아이비씨 주식회사
	한국피부과학연구원(주식회사 진셀팜)
	해외인증경영센터
	호경물산주식회사
	SMC 커뮤니케이션

※ 화장품 위생허가와 관련된 상세 정보는 붙임2.「중국 화장품 수입관련 가이드라인」을 참고하여 주시기 바랍니다.

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 해외에서의 화장품 지식재산권 보호(K-브랜드 보호 지원)사업 안내

- ◆ 우리협회에서는 특허청의 지원을 받아 불법모조품으로 피해가 많은 해외 지역을 중심으로 우리나라 화장품의 상표·디자인 등 지식재산권 보호를 통해 우리 기업의 수출경쟁력 강화를 지원하는 사업을 추진하고 있다.
- ◆ 이에 모조품 유통 현황 파악 및 대응을 위한 ①**침해실태조사단 운영 지원**(대상국가: 중국, 태국, 홍콩) ②**침해조사(행정단속) 지원**과 해외에서의 지식재산권 확보 및 분쟁 예방을 위한 ③**K-브랜드 보호 컨설팅(상표 보호 및 침해구제 컨설팅)** 지원 사업을 추진하며 세부사항 및 신청방법은 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr) 공지사항 게시글 『16년 K-BRAND 보호 사업 안내』를 참고하면 된다.

※ ②침해조사(행정단속) 지원과 ③K-브랜드 보호 컨설팅(상표 보호 및 침해구제 컨설팅) 지원 사업 신청은 수시 접수를 받고 있으며 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

☆ 문의: 고정은 대리(Tel : 02-761-4203, Email : jenko@kcia.or.kr)

① 침해실태조사단 운영 지원

- 중국, 태국, 홍콩 등지에서 모조품 유통 관련 피해 기업을 대상으로 ‘침해실태조사단’을 구성 및 현지 파견하여 모조품 유통현황 파악 및 대응방안 마련 지원

② 침해조사(행정단속) 지원

- 현지 침해 조사 전문기관을 통해 모조품 유통 관련 침해 실태 조사 및 신청사에서 원할 경우 현지 정부 기관의 행정 단속 지원

※ 침해 조사 대상 권리: 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권

※ 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

③ K-브랜드 보호 컨설팅(상표 보호 및 침해구제 컨설팅) 지원 사업

구분	사업 내용	
예방	☐ 분쟁예방 전략 (현지화네이밍 등)	국내 상표의 현지화 네이밍 컨설팅, 경쟁사 상표분석·분쟁정보 제공
대응	☐ 무단 선등록 대응전략 ☐ 권리행사전략	해외 무단 先등록 상표·디자인권에 대한 이의신청, 취소, 무효, 회수(협상) 지원

※ 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

○ 중국 침해실태조사단 모집 안내

- 우리협회에서는 특허청과 한국지식재산보호원의 지원을 받아 불법모조품으로 피해가 많은 해외 지역을 중심으로 우리나라 화장품의 상표·디자인 등 지식재산권 보호를 통해 우리기업의 수출경쟁력 강화를 지원하는 사업을 추진하고 있음
- 이에 중국에서 모조품 관련 분쟁이 있거나 분쟁 가능성이 있어 애로를 겪고 있는 기업을 중심으로 ‘침해실태조사단’을 구성하여 중국 현지 유관기관을 방문하고 모조품 유통현황 및 대응방안 마련 등을 위한 침해실태조사단을 모집하고자 함

※ 참여를 원하시는 회사는 아래 양식에 의거, 우리협회(고정은 대리, Tel: 02-761-4203, E-mail: jenko@kcia.or.kr)로 회신하여 주시기 바랍니다.

회사명	이름	소속부서	직위	전화번호	이메일주소	파견 희망 도시

* ‘파견희망도시’는 중국 내 모조품 유통현황 의심 도시가 우선됨

* ‘침해실태조사단’으로 선정된 중소·중견기업 소속 출장자의 출장 경비(항공·숙박·교통·체제비 등 모든 비용)의 80% 지원, 기업 부담금 20%

○ (한국무역협회) 제1회 중국 국제 프리미엄 생활소비재전(Stylish Life China 2016) 개별참가지원 사업안내

(사) 한국무역협회와 (주)코엑스는 대규모 유통/물류의 중심지 및 소비재 수출 전략지역으로 주목 받고 있는 중국 청두에 대한 국내 중소기업의 해외시장 판로개척을 지원하기 위하여 「제1회 중국 국제 프리미엄 생활소비재전(Stylish Life China 2016)」을 아래와 같이 개최합니다. 관련 상세 내용은 유첨파일을 참고하여 주시기 바라며, 중소기업의 많은 관심과 참여 바랍니다.

- 아 래 -

□ 전시 개요

- 일시 : 2016.11.10(목)~11.14(월), 5일간
- 장소 : 중국 청두(成都), 세기성신국제회전중심(100,000sqm)
- 전시주최 : (사)한국무역협회, 사천성박람회국, (주)코엑스, 사천국제회전유한공사
- 부대행사 : 1:1 비즈니스 매칭, 중국 온라인 상점 입점설명회, 패션쇼 등
- 행사성격 : 모던 라이프스타일 컨셉의 프리미엄 생활 소비재 전시회

□ 모집 개요

- 모집대상 : 소비재분야 수출유망 중소기업
- 모집규모 : 30개사(1개사 1부스 기준)
- 지원내용 : 기본부스 임차료 및 기본장치비 50% 이내 / 편도 운송료(1CBM) 100% 이내
- ※ 출장자 항공비 및 체제비, 전시품 통관 시 발생하는 관세, 부스 추가 장치/비품 비용 등은 개별 부담

□ 신청방법 및 신청절차

- 신청기간 : 2016.10.5(수)~10.10(월), 18시까지
- 신청방법 : 상세 내용 첨부파일 참고 요망
- ※ 중소기업 해외전시포탈(www.sme-expo.go.kr)에서 온라인 신청

□ 문의처

- 지원내용 문의 : 한국무역협회 중국실(Tel : 02-6000-5384 / E-Mail : chinateam@kita.net)
- 전시회 문의 : 코엑스 해외사업팀(Tel : 02-6000-1413 / E-Mail : stylishlife@coex.co.kr)

○ (한국콘텐츠진흥원) 충칭 한류융복합공간 화장품 브랜드입점 설명회 및 상담회 참가기업 모집 안내

한국콘텐츠진흥원은 중국 충칭문화산업투자그룹유한공사(이하 문투그룹) 및 광다안시(光大安石)그룹과 함께 충칭에 구축하고 있는 한류융복합공간에 한국 화장품 브랜드 입점을 위한 설명회와 상담회를 아래와 같이 개최합니다.

충칭은 중국 4대 직할시 가운데 하나로 인구 3,300만의 대도시인 동시에 중국 정부의 일대일로(一帶一路) 정책에 따른 서부대개발의 핵심 도시로 2014년 이후 GDP 성장률이 줄곧 1위를 차지하고 있는 시장성이 큰 지역입니다.

문투그룹은 충칭의 문화산업 기업(방송, 언론, 출판, 공연 등)을 총괄 관리·운영하고 있는 충칭시 정부 산하 기관입니다. 광다안시그룹은 중국 국무원 소속의 대형 금융그룹으로 한류융복합공간 조성을 위한 개발을 진행 중입니다.

두 회사는 충칭 최초의 한류 트렌드 테마공간 조성을 목표로 K-뷰티에 주목해 한국 화장품 기업이 충칭에서 지속가능한 비즈니스를 할 수 있도록 다양한 우대정책을 제공할 예정입니다.

이번 설명회에서는 우대정책의 상세한 내용에 대한 설명은 물론 개별 기업들이 한류융복합공간 입점을 위해 필요한 맞춤형 정보를 얻을 수 있도록 1:1 상담도 준비돼 있습니다.

관심 있는 기업은 별첨 파일을 참조하여 주시기 바랍니다.

□ 행사 개요

- 행사명 : 충칭 한류융복합공간 화장품 브랜드 입점 설명회 및 상담회
- 일 시 : 2016. 10. 20.(목) 10:00~14:00
- 장 소 : 서울 T Mark Grand 호텔
- 주 관 : 충칭 문화산업투자그룹유한공사, 광다안시(光大安石)그룹

□ 행사 내용

- 내 용 : 충칭 융복합공간 입점 기업 대상 설명회 및 1:1 상담회
- 목 적 : 한국 화장품 브랜드 한류융복합공간 입점 유치 및 문투그룹, 광다안시그룹의 투자대상 발굴

☐ 참가 신청

○ 신청기간 : 10월 16일(일) 18:00 접수 마감

○ 신청방법 : 아래 서류를 작성해 담당자 이메일로 접수

- 참가신청서, 개인정보 이용동의서 각 1부

※ 상담회는 사전신청자에 한해 진행하며, 희망자는 상담회 참가여부 체크 후 상담하고자 하는 내용 제출 요망

☐ 문의처

한국콘텐츠진흥원 중국시장TF팀 박승룡 팀장 061-900-6240 dragon@kocca.kr

한국콘텐츠진흥원 중국시장TF팀 선지혜 주임 061-900-6241 jhseon@kocca.kr

○ (KOTRA) 중국 티몰 입점마케팅 설명회/상담회(10월 11일) 개최 안내

KOTRA에서는 중국 최대 전자상거래 기업 알리바바 산하의 B2C 온라인 플랫폼 Tmall (티몰)을 국내에 초청하여 한국 뷰티기업 입점·마케팅 설명회 및 상담회를 개최합니다.

‘한국 뷰티기업’이 좀 더 안정적으로 ‘티몰’에 진입하여, 보다 효과적인 중국 온라인마케팅 계획을 수립하실 수 있는 자리를 마련했습니다.

특히 이번 사업에서는 티몰의 뷰티팀 총괄 책임자들이 참석하여, 한국기업들에게 티몰의 최신식 디지털 마케팅 방안과 노하우를 직접 들려주고, 입점기회를 직접 제공하는 자리이니, 관심 있는 뷰티 브랜드 기업들의 적극적인 참여 신청 부탁드립니다.

□ 행사개요

- 사 업 명 : Tmall(티몰) 뷰티기업 입점·마케팅 설명회 및 상담회
- 일자/장소 : 2016.10.11(화), 09:30~17:30 /서울 JW 메리어트 호텔
- 일시 내용 규모
- 10.11(화) 09:30~12:00 Tmall(티몰) 입점·마케팅 설명회 300개사
- 13:30~17:30 Tmall(티몰) 입점상담회 30-40개사
- 주 관 : 산업통상자원부, KOTRA

□ 주요행사

① 티몰 입점설명회 개요

- 일시/장소 : 2016. 10. 11(화), 09:30~12:00 / JW 메리어트 호텔 (5F 그랜드볼룸)
- 참석 : (티몰) 뷰티팀 총경리, 팀장 등, 티몰 운영대행사 5개사
(국내기업) 아래 조건에 부합하는 뷰티 제조기업 및 브랜드 300여개사
- 1) 중국을 대상으로 사업을 전개하고 있는 한국 뷰티브랜드
- 2)티몰에 기 입점되어 있거나 입점을 희망하는 한국 뷰티브랜드
- 3) 뷰티브랜드 매니저 (BM or MD) 혹은 전자상거래 책임담당자
- 4)중국 전자상거래, 매체 관련 사업자
- 5)기타 티몰 진입 희망 한국 뷰티 브랜드

② 입점 상담회 개요

- 일자 : 2016. 10. 11(화) 13:30~17:30
- 장소 : 서울 JW메리어트 호텔 (3F 미팅룸)
- 참석 : (티몰) 뷰티부분 입점담당자 및 운영대행사 6개 테이블
(국내기업) 티몰 기준에 따라 최종 선정된 뷰티 브랜드 30~40개사

① 중국 위생허가 제품을 보유한 뷰티 브랜드 기업

② 중국진출 경험이 있거나, 기존에 티몰에 입점 이력이 뷰티 브랜드 기업

□ 참가신청

- 신청기간 : 10. 5(수) 18:00 접수 마감
- 신청방법 : 아래 서류를 작성하여 담당자 이메일로 접수 (tnoh@kotra.or.kr)
- 설명회 참가신청서, 상담회 참가신청서, 개인정보 이용동의서 각 1부
- * 설명회만 참가 희망 시, “상담회 참가신청서” 작성 불요
- 상담회는 사전 선정된 기업에 한하여 진행

□ 상담회 참가기업 선정

- 티몰 입점마케팅 수출상담회
 - 티몰 한국제품 입점담당자 및 운영대행사 의한 시장성 평가 및 선정
- 참가업체 선정기준
 - 중국시장 진출 역량 (인증여부 등), 제품의 현지시장성, 브랜드별 SKU 규모, 중국 전자상거래 진출 경험 등

□ KOTRA 문의처

- KOTRA 유통전자상거래팀
 - 김태용 과장 (전화 : 02-3460-7734, 이메일 : tnoh@kotra.or.kr)
 - 최성진 대리 (전화 : 02-3460-7734, 이메일 : tnoh@kotra.or.kr)
- KOTRA 상하이무역관
 - 황유선 차장 (전화 : +86-21-5108-8771 (110) 이메일 : yousun@kotra.or.kr)

○ 「제3회 오송화장품·뷰티산업엑스포」개최안내

충청북도에서는 국내 화장품·뷰티산업 육성과 화장품기업의 수출 확대를 위하여 B2B중심의「제3회 오송화장품·뷰티산업엑스포」를 '16. 10. 4(화) ~ 10. 8(토), 5일간 KTX 오송역에서 개최 한다고 알려 왔습니다. 이에 동행사에 세부내용을 아래와 같이 알려드리오니 회원사 여러분의 많은 참가 부탁드립니다.

- 아 래 -

가. 행사명 : 제3회 오송화장품·뷰티산업엑스포

나. 기간 : '16. 10. 4(화) ~ 10. 8(토)

다. 장소 : 충북 오송역 일원

라. 행사내용 : 무역상담, 해외수출, 판매, 컨퍼런스 등

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ (대한상공회의소)'기업활력법' 및 '사업재편 승인기업 종합지원방안' 안내

대한상공회의소에서는 '기업활력제고를 위한 특별법'이 2016년 8월 13일에 시행됨에 따라 보다 많은 기업들이 관련 지원제도를 활용할 수 있도록 안내했습니다. 이에 '기업활력제고특별법 주요내용 및 활용방안' 및 '사업재편 기업 종합지원방안 가이드'를 알려드리오니 업무에 참고하시기 바랍니다.

문의 : 대한상공회의소 사업재편지원 TF팀 전준범

Tel : 02-6050-3832

E-mail : jbjeon@korcham.net

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 한류대표브랜드협의회(이업종간공동진출) 안내

최근 중국경제가 수출 중심에서 소비 중심으로 전환됨에 따라 대한민국의 생활소비재 문화를 결합한 한국제품의 수요가 날로 증가하고 있습니다.

이에 해외 유통기업과의 협상 단일창구로서 경쟁력을 보유한 소비재 기업의 독자진출 리스크를 줄이고 공동진출등의 시너지를 확대하기 위하여 패션, 프랜차이즈, 식품, 화장품분야로 산업통상자원부의 지원으로 업무협약을 통해 국내 대표 소비재 브랜드들의 단일 협상창구인 ‘한류대표브랜드협의회’를 공식적으로 출범하고 국내 소비재 기업들의 해외 공동진출을 본격적으로 지원할 예정입니다

이사업은 국내 유망 소비재 브랜드 구성을 통해 중국 등 해외 유통기업과의 협상시 주도적으로 협상을 진행하여 해외진출의 지속가능성 확보하기 위한 사업으로서 오는 10월중 사업설명회를 거쳐 참가기업을 모집 예정이라 하오니 해외진출관련 업무에 참고하시기 바랍니다.

-아 래-

가. 협의체명 : 한류대표브랜드협의회

나. 주요사업

○ 해외 유망 프로젝트별 소비재 기업 공동진출 협상진행

- 전문 MD가 중국등 해외 진출 유망 지역별 프로젝트 특성에 맞는 브랜드 포트폴리오 구성, 시장성평가 및 입점 협상진행

다. 문의 : 섬유산업연합회 이승우 대리 Tel 02-528-4032

※ 10월중 사업설명회 후 참여기업을 모집할 예정임

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○(중소기업진흥공단) 온라인 수출지원 사업 B2C 판매대행 참여기업[수혜기업] 모집 안내의 건

중소기업 진흥공단에서는 중소기업 제품이 해외 유명 온라인쇼핑몰(B2C)을 통해 판매될 수 있도록 B2C 판매대행 참여기업[수혜기업] 모집 사업을 진행하고 있습니다. 관심 있으신 분들은 아래 내용 및 붙임 파일(홈페이지)을 참고하여 주시기 바랍니다.

◆ 사업 소개

- 중소기업 제품이 해외 유명 온라인쇼핑몰(B2C)을 통해 판매될 수 있도록 상품페이지 디자인 및 번역, 판매전략수립, CS, 배송, 홍보마케팅 등 해외 판매에 필요한 전 과정을 대행
- 판매전문기업(수행기관)의 계정을 통해 상품을 등록하여 판매를 도와줌

◆ 지원 규모

- 총 2000개사(모집규모 3배수 이상 신청시 마감)
- ※ 2015년도에 지원받은 중소기업도 신청 가능함
- ※ 업체 부담금 : 전액 정부 지원

◆ 지원 기간

- 계약일~2017년 4월

◆ 지원 내용

- 참여기업 선정 및 자료접수 : 제품의 상품성, 시장성, 가격경쟁력 등을 판단하여 선정 / 참여기업으로부터 제품 접수
- 상품페이지 제작 : 현지시장에 맞는 상품페이지 디자인 및 번역지원
- 쇼핑몰 등록 : 판매대행사 계정을 통해 해외 쇼핑몰에 상품 등록
- 배송, CS, 홍보마케팅 대행 : 위탁배송 및 소비자 문의 응대, 각종 마케팅 지원
- 사후관리 : 판매실적관리, 고비즈코리아 상품페이지 등록 등 B2B연계지원

※ 쇼핑몰별(이베이, 아마존, 타오바오, 쿠팡, 라쿠텐) 자세한 설명은 붙임 파일 참고(협회 홈페이지 공지사항에서 확인)

◆ 신청 자격

- 제조업 및 지식서비스업을 영위하는 중소기업

◆ 신청 방법

- 고비즈코리아 한글 사이트(www.gobizkorea.or.kr) 접속 후 온라인 신청

◆ 신청 기간

- 2016년 5월 9일(월)~선착순 마감

◆ 문의처

담당 기관	연락처	팩스	이메일	홈페이지
고비즈코리아 고객지원센터	1588-6234	02-3667-6213	gobiz@gobizkorea.or.kr	http://kr.gobizkorea.com/
중소기업진흥공단 마케팅사업처 온라인수출지원팀	055-751-9775 055-751-9777	-	-	http://www.exportcenter.go.kr/main.jsp

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 충청북도 경제자유구역청 기업유치 안내

충북 오송은 국가 유일의 생명과학단지가 위치한 세계 최고 수준의 바이오클러스터입니다.

오송생명과학단지에는 LG생명과학, CJ제일제당 등 60여개의 바이오메디컬 관련 기업들이 위치하고 있으며, 단지 내에 위치한 보건의료행정타운에는 식품의약품안전처, 질병관리본부, 한국보건산업진흥원 등 보건의료 관련 6개 국책기관이 이웃해 있어 생산부터 인증, 허가까지가 원스톱으로 처리되는 지역입니다.

오송생명과학단지 내에 위치한 첨단의료복합단지는 의료관련 분야 기업, 대학, 연구소, 국책기관 등이 밀집해 있어 산·학·연·관이 함께 하는 세계 유일의 연구개발 클러스터입니다. 특히 신약개발지원센터, 첨단의료기기개발지원센터, 실험동물센터, 임상시험신약생산센터 등 4개의 핵심연구지원시설에서는 연구에서 제품·개발에 이르는 전과정을 지원해 주고, 입주기업은 다양한 행·재정적인 인센티브를 제공받을 수 있습니다. 또한 충북 오송은 경부·호남 고속철도 분기역인 KTX오송역과 20분 거리에 청주국제공항이 있어 뛰어난 접근성을 자랑하는 교통요충지입니다.



충북은 이 모든 인프라를 토대로 글로벌 우수기업들과 함께 오송바이오폴리스를 「글로벌 바이오 메디컬 허브」로 만들어 나가겠습니다.

연락처 : 충북경제자유구역청 투자유치팀

전화 : 043-220-8372

이메일 : fez101@korea.kr

홈페이지 :

<http://www.cbfez.go.kr/site/eco/main.do>

○ 강원도 기업유치 관련 안내

강원도에서는 지역 경제발전을 촉진하기 위해 수도권 기업을 강원도로 유치하고 있습니다. 수도권 기업이 본사나 공장을 강원도내로 이전하거나 분공장을 설치할 경우 저렴한 부지 및 이전보조금 등을 지원하고 있습니다. 자세한 사항은 협회 홈페이지 공지사항을 확인하시기 바라며, 이와 관련하여 강원도가 제공하는 인센티브에 대해 궁금하신 회사는 아래로 연락주시기 바랍니다.

연락처 : 강원도 기업유치과 (강원도 춘천시 중앙로 1)

Tel : 033)249-2856

Fax : 033)249-4101

<http://provin.gangwon.kr>

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

회원사 뉴스

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

◉ 신규 회원사 소개



글로본(주)

회사명 : 글로본(주)

▶ **대표자명 : 한상호**

▶ **설립일자 : 1987. 01. 20.**

▶ **품목 및 브랜드 : RUE KWAVE**

▶ **2015년 매출액 : 7,762백만원**

* 생산실적 보고서 매출액으로 작성

▶ **자 본 금 : 14,000백만원**

* 매출액 및 자본금은 백만원 단위로 작성

▶ **유통채널 : 시판**

* 시판, 방판 중 선택

▶ **웹사이트 : www.globon.co.kr**

▶ **연 락 처 : 031-698-7300**

회사소개

글로본은 화장품, 미용기구, 의료기기, 바이오 기기, 헬스케어, 건강식품 등의 연구개발 및 제조·판매뿐만 아니라 반도체 장비, 전자부품 장비 분야에서도 다양한 경험과 최고의 기술 경쟁력을 바탕으로 세계 서비스를 제공하고 있습니다.

고객의 가치를 최우선으로 생각하고 한결같은 고객의 신뢰를 바탕으로 더 나은 삶의 질을 높일 수 있도록 끊임없이 노력하고 있습니다.

◦ 귀 회원사의 창립기념일을 진심으로 축하드립니다.

(주)웰코스

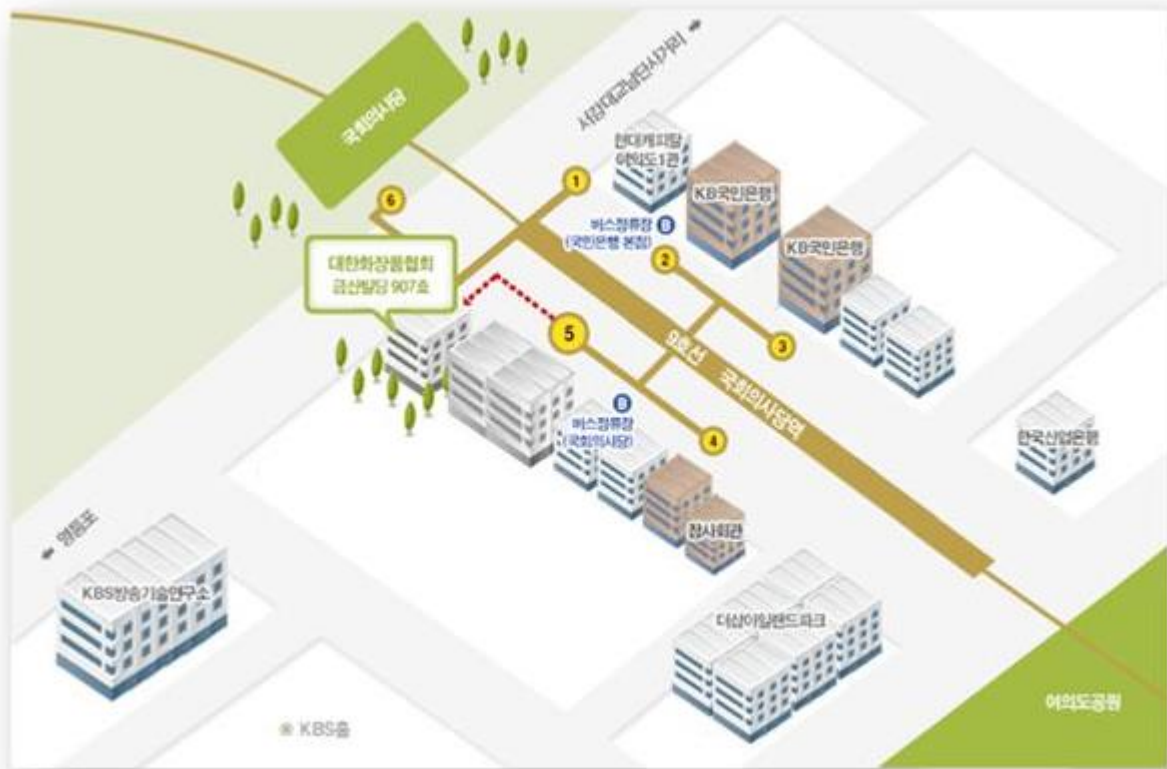
창립 30주년(1986. 10. 10)



◦ 추후 발행되는 코스메틱리포트에 협회 회원사 소식을 홍보하는 내용을 추가할 예정입니다. 기업의 행사나 구인, 신제품에 대한 홍보 등 코스메틱리포트에 게재할 내용이 있는 회사의 담당자께서는 아래의 사항을 참고하시어 내용을 작성한 후 아래의 연락처로 송부하여 주시기 바랍니다.

- 작성내용 : 진행된 행사 및 진행 예정 행사, 신제품 소개, 구인 등
- 작성방법 : A4 1매 이내(줄간격 180, 글씨 12포인트 기준)
- 자료제출 및 문의 : 대한화장품협회 이병수(02-785-7985, jacklbs@kcia.or.kr)

◉ 협회 주소 및 연락처



Tel 02-785-7984 Fax 02-782-6659
주소 서울특별시 영등포구 국회대로 750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
홈페이지 www.kcia.or.kr

협회 SNS를 통해서도 함께해요~!



www.facebook.com/hikca



twitter.com/kocosmetic

QR코드를 통해
협회 홈페이지에 접속해 보세요~!



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association