

화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

2015 · 1

자체-화장품-2012-124

청결<sup>·</sup>한<sup>·</sup>세상

## 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

2015 · 1

# 제 출 문

이 보고서를 한국보건산업진흥원 『화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향(X)』  
최종 보고서로 제출합니다.

2015. 1.

한국보건산업진흥원  
원 장 정 기 택

- 주관연구기관명 : 한국보건산업진흥원
- 연구 책임자 : 박 강 용 (의료수출지원실장)
- 참여 연구원 : 김 시 영 (의료수출사업팀장)  
오 주 연 (의료수출사업팀)  
이 현 주 (의료수출사업팀)  
김 동 길 (의료수출사업팀)  
기 근 영 (의료수출사업팀)  
박 상 현 (의료수출사업팀)



# 차 례

## 제1장 사업개요 / 1

- 1. 배경 및 필요성 ..... 1
- 2. 조사대상 및 방법 ..... 2
- 3. 기대효과 ..... 4

## 제2장 인도 / 5

- 1. 인도 화장품 시장개요 ..... 5
- 2. 인도 화장품 시장동향 ..... 6
- 3. 인도 화장품 수입관리제도 ..... 13
- 4. 인도 화장품 바이어정보 ..... 15

## 제3장 중국 / 20

- 1. 중국 화장품 시장개요 ..... 20
- 2. 중국 화장품 시장동향 ..... 22
- 3. 중국 화장품 수입관리제도 ..... 39
- 4. 중국 성별 화장품 바이어정보 ..... 43

## 제4장 몽골 / 56

- 1. 몽골 화장품 시장개요 ..... 56
- 2. 몽골 화장품 시장동향 ..... 57
- 3. 몽골 화장품 수입관리제도 ..... 62

## 제5장 캄보디아 / 64

- 1. 캄보디아 화장품 시장개요 ..... 64
- 2. 캄보디아 화장품 시장동향 ..... 65
- 3. 캄보디아 화장품 수입관리제도 ..... 74
- 4. 캄보디아 화장품 바이어정보 ..... 75

## 제6장 인도네시아 / 80

1. 인도네시아 화장품 시장개요 .....	80
2. 인도네시아 화장품 시장동향 .....	83
3. 인도네시아 화장품 수입관리제도 .....	103
4. 인도네시아 화장품 바이어정보 .....	115

## 표차례

표 1-1	연차별 조사대상 화장품분야 수출전략국가 .....	3
표 3-1	흑룡강성 도시·농촌주민 1인당 가처분소득 현황 .....	21
표 3-2	흑룡강성 화장품 매출액 성장추이 .....	22
표 3-3	중국 화장품 업체 지역별 분포도 .....	24
표 3-4	중국 지역별 화장품 생산업체 수량 .....	25
표 3-5	흑룡강성 주요 화장품 생산업체 .....	25
표 3-6	중국 화장품 원자재 생산 업체 규모 .....	26
표 3-7	중국 화장품 업체 지역별 분포현황 .....	26
표 3-8	화장품 시장 유통채널별 매출 점유율 추이 .....	27
표 3-9	중국 화장품 소비자 지역별 분포도 .....	29
표 3-10	화장품 시장 가격대별 점유율 현황 .....	32
표 3-11	화장품 시장 제품별 점유율 현황 .....	32
표 3-12	화장품 시장 기능별 점유율 현황 .....	33
표 3-13	최근 3년 화장품 수입 규모 및 수입규모 10개국 수입 동향 .....	36
표 3-14	흑룡강성 화장품 수입 현황 .....	37
표 3-15	흑룡강성 품목별 화장품 수입 현황 .....	38
표 3-16	흑룡강성 국가별 화장품 수입 현황 .....	38
표 3-17	화장품 품목군별 중국 관세율 .....	39
표 3-18	중국 수입 화장품 구매 등록 신청 절차 .....	40
표 3-19	생산업체 준비자료 .....	42
표 4-1	최근 3개년의 수입통계 .....	56
표 4-2	생산업체 현황 .....	58
표 4-3	화장품판매 백화점 컨택포인트 .....	60
표 5-1	유통 경로 .....	67
표 5-2	화장품 가격 리스트 .....	68
표 5-3	2011-2013국가별 화장품 수입액 .....	72
표 5-4	화장품 수입 동향 2011-2013 .....	73

표 5-5	2005~2013 한국산 수입 화장품 동향 .....	74
표 6-1	인도네시아의 화장품 산업 시장 상황 .....	81
표 6-2	인도네시아 인구의 나이 구조, 2011 .....	82
표 6-3	Marina Berto사 생산능력 .....	87
표 6-4	Mustika Ratu사 생산능력 .....	87
표 6-5	Vitapharm사 생산능력 .....	88
표 6-6	라이선스를 받은 화장품 업체 .....	95
표 6-7	인도네시아 내 한국 화장품 브랜드 및 유통업체 .....	95
표 6-8	HS 코드 3304의 수입 통계 자료, 2011~2013 .....	102
표 6-9	인도네시아로 수입되는 화장품의 최상위 5개 원산지 국가(HS 코드 3304)	102

## 그림차례

그림 2-1	인도 화장품 유통채널 .....	9
그림 3-1	섬서성 화장품 시장 현황 .....	30
그림 3-2	섬서성 미백 기능성 화장품 브랜드 구매 순위 .....	31
그림 4-1	국가별 화장품 수입 통계 .....	61
그림 6-1	PT Enseval Putra Megatrading의 유통 라인 .....	92
그림 6-2	PT Dos Ni Roha의 유통 라인 .....	93
그림 6-3	신고 절차 .....	108



# 제1장 사업개요

## 1. 배경 및 필요성

### 1.1 배경

- 화장품산업을 포함한 보건산업(Health Industry)은 의료기술(MT), 정보통신기술(IT), 생명과학기술(BT), 나노기술(NT) 등 첨단기술이 융합된 고부가가치형 성장 산업으로서 미래의 국가경제 발전을 견인할 전략산업임
- 그러나, 아직 화장품산업 관련 제품의 무역역조현상이 심하여 화장품의 수출확대, 화장품산업체의 해외진출 등 수출촉진에 대한 요구가 절실함
- 그 동안 우리나라 화장품산업은 해외시장정보의 부재로 인하여, 해외시장개척 및 수출에 많은 어려움을 겪고 있는 실정임
- 따라서, 화장품산업 분야의 무역 불균형을 해소하기 위하여 정부차원에서 경쟁력 있는 화장품산업체를 발굴·육성·지원함과 동시에 해외시장에 대한 정보의 확보가 선행되어야 함

### 1.2 필요성

- 현재 화장품산업의 수출 및 해외진출을 위해 정부의 각 부처 및 협회 등에서 지원

## 2 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

하고 있으나, 수출·해외진출에 필요한 정보가 부족할 뿐만 아니라, 기관별로 산재되어 있어, 이에 대한 체계적인 수집과 분석·제공 등이 긴요한 실정임

- 화장품산업체의 수출 및 해외진출을 체계적으로 지원하고 부적절한 형태의 중복 및 과잉진출을 방지하기 위해서는 해외시장동향, 제도규제 등 관련 수출입정보의 제공이 긴요함
- 또한, 현재 수출·해외진출에 관심이 있는 화장품산업체의 자체적인 전략경영 활동과 해외 마케팅을 지원하는데 있어서, 대상국가의 주요 정보를 수집·분석·제공함은 화장품의 수출촉진을 위해서 반드시 필요함

### 1.3 목적

- 본 보고서는 수출입 관련 정보를 효율적으로 수집하고, 화장품산업체에서 필요한 정보를 우선적으로 제공하기 위하여, 정보의 우선 순위가 높은 수출전략국가 4개국 및 최근 FTA체결국(중국)을 중심으로 수출 및 해외진출에 필요한 기초자료를 제공함으로써
- 수출전략수립 및 화장품의 수출증대, 국내 화장품기업의 해외진출 지원 등에 기여함을 목적으로 함

## 2. 조사대상 및 방법

### 2.1 조사개요

- 국내 화장품산업체의 수출·해외진출 관련 정보 제공을 위해 화장품산업 분야의 우선 수출전략국가 및 우리나라와의 교역량 순위를 기준으로 대상국가를 선정하여 대한무역투자진흥공사(KOTRA)에 조사 의뢰
  - KOTRA 해외무역관을 통해 5개 수출전략국가에 대한 수입관리제도, 시장정보, 수출입동향, 바이어정보 등을 수집
  - 중국은 인구와 면적, 그리고 각 지역의 경제·사회·민족 간 격차 등이 현저하여,

성 및 각급의 지방정부에 상당한 재량권과 행정권을 위임하는 지방분권적 요소를 고려하여 지역을 구분하여 조사 진행

## 2.2 조사의뢰 내역

- 화장품산업 수출전략국가 소재 7개 해외무역관을 통한 시장동향, 수입관리제도, 바이어 정보 등 조사

## 2.3 전략국가 선정

- 화장품산업 수출전략국가 4개국 및 최근 FTA체결국(중국)을 정보 수집의 우선 순위로 활용하기 위하여, 최근 4개년간 교역량 및 증가율, 관련 협회 및 산업체 의견, 내부 전문가 의견 등을 반영하여, 수출·해외진출 가능성이 높은 국가를 중심으로 선정

표 1-1 연차별 조사대상 화장품분야 수출전략국가

구분	2010년도	2011년도	2012년도	2014년도
조사대상 국가명	네덜란드 영국 헝가리 태국 스위스 프랑스 폴란드 터키 일본 뉴질랜드 스페인  (11개국)	미국 호주 홍콩 캐나다 싱가포르 대만 인도네시아 태국 페루  (9개국)	네덜란드 독일 스페인 아랍에미리트 인도네시아 중국 태국 폴란드 터키  (9개국)	인도네시아 중국 캄보디아 몽골 인도  (5개국)

### 3. 기대효과

- 수출입관련 정보의 수집·분석·제공 및 공유에 따른 정보이용의 활성화를 통하여 향후 전략상품 및 수출대상지역의 발굴 등 국내 화장품산업체의 해외진출 기반 조성 및 수출촉진에 기여
- 관련기관간의 수출입 정보 교환 및 공유에 따른 정보이용의 활성화
- 주기적인 통계생산 체계의 확립
- 정보수집 및 분석을 통한 전략상품 및 수출대상지역 발굴
- 국내 화장품산업정보와 해외관련 산업체 정보교류의 활성화
- 국내 화장품산업 관련 제품의 수출·해외진출 기반 조성, 이를 통한 수출촉진, 경제 활성화, 일자리 창출에 기여

## 제2장 인도

### 1. 인도 화장품 시장개요

- 해당 업계 자료에 따르면, 인도의 소매 뷰티 화장품 소매 시장의 규모는 향후 5년간 세 배 이상으로 성장이 예상되며 현재 210.5억 달러에서 800억 달러에 이를 것으로 추산됨., 향수 부문이 가장 큰 점유율을 차지함.
  - 색조 화장품이 14%, 향수 21%, 헤어 케어 19%, 스킨케어 17%, 뷰티 서비스 13%, 약초 제품 8%, 기타 7%로 집계. 전체 뷰티 웰니스 시장이 고려된다면 이는 뷰티 서비스를 포함하며 해당 시장은 약 26.8억 달러(미화) 규모로 추정됨.
- 인도 화장품 시장은 매년 15~20 퍼센트로 성장 중에 있음. 화장품 시장의 성장률은 인도의 뷰티 케어 제품의 수요 증가를 반영함.
- 성장세에도 불구하고, 세면관련 화장 제품군은 인도에서 저조한 실정
  - 화장품 부문 1인당 지출은 다른 아시아 국가의 40달러와 비교하여 대략 11달러 수준.
- 인도 화장품 시장은 Lakme와 Ponds와 같은 몇몇 주요 업체의 주력 시장으로, 지난 20여 년간 해당 시장에 대한 무수한 외국 업체가 진출함.
  - 여러 국제 브랜드(Avon, Burberrys, Calvin Klein, Cartier, Christian Dior, Estee Lauder, Elizabeth Arden, Lancome, Chambor, Coty, L'Oreal, Oriflame, Revlon,

## 6 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

- L'Oreal, Yardley, Wella, Schwarzkopf, Escada, Nina Ricci, Rochas, Yves St. Laurent, Tommy Hilfiger, Max factor, Max Mara, Shiseido) 가 인도 시장에 진입
- 인도에서의 뷰티 서비스 업계가 성장함에 따라 스파 시장 또한 국제적 브랜드로부터 무수한 관심을 이끌어 내는 중임.
  - 스파, 바디 케어 부문은 지난 5년 간 약 7억 7천 2백 만 달러에 이른 것으로 추산됨. 인도 현지 브랜드는 현재 대략 인도 스파 시장의 약 75퍼센트를 차지함. 아울러 유망한 호텔 브랜드와 파트너십을 체결한 국제 스파 회사와 점유율 균형을 이룸.
- 남성 전용 케어 부문 시장 크기는 2억 달러 이상으로 추산되며 Gillette사가 가장 큰 시장 점유율을 차지함.
  - 인도 뷰티 화장품 시장은 이제 더 이상 여성만을 위한 영역이 아니며, 인도 남성들 또한 점차적으로 바디 스프레이, 향수 그리고 기타 화장품과 세안제품 등을 이용하고 있음
  - 남성 수요 증가에 따라 인도 시장은 점차 확대추세에 있으며 많은 관련 업체들은 특히 남성을 위한 스킨케어 제품을 출시함.
- 인도의 화장품, 뷰티 제품 그리고 정유와 같은 중간 원자재에 대한 수입은 현재 4억 달러로 집계.
  - 프랑스, 독일, 영국 그리고 미국은 전통적인 수입상대국이며 점진적으로 중국, 홍콩, 말레이시아, 태국 그리고 이스라엘로부터의 수입품도 증대하는 추세임.

## 2. 인도 화장품 시장동향

### 2.1 수요동향

#### 1) 시장 트렌드

- 인도 소비자들은 생활환경 증진 제품과 같은 국제 브랜드를 선호하는 경향이 있음.
  - 외국 제품들은 진취적 소비자들에게 어필하여 인도 시장에서의 자사 제품 수요를 증대시키고 있음.
  - 인도인들은 일반적으로 외국 제품을 고품질의 것으로 여기는 경향이 있음.

- 수입 화장품 브랜드 전용의 윈 스톱 매장이 주요 도심지역에서 활성화됨.
  - 몇몇 인도 현지 기업들은 자사 제품 판촉을 위해 인도 전역에 걸쳐 뷰티 살롱을 프랜차이즈화 하여 설립하고 있음.
- 대형 규모의 소매업자, 백화점 그리고 슈퍼마켓 또한 보다 많은 화장품 브랜드 매장을 유치하고 있으며 화장품 브랜드에 보다 넓은 공간을 할당하고 있음.
  - 화장품 브랜드 또한 판매 방식에 관한 혁신을 지속중.
- KPMG와 상공회의소(ASSOCHAM) 합동 연구 자료에 따르면, 인도 상공회의소는 대략 2011년도 말까지 인도 전역에 걸친 1급/2급 규모 도시에 대략 315개의 대형 슈퍼마켓이 입지할 것으로 전망함.
- 성장 주요 부문: 색조 화장품, 향수(향수는 수입 제품 중에서 가장 대중적인 제품임), 특화 스킨케어 제품, 헤어 케어 제품, 살롱 전용 제품과 메이크업 화장품을 포함.
  - 높은 수요의 주요 화장품 제품들은 향수, 변지지 않고 오래 지속되는 립스틱, 립 컬러액, 눈 메이크업, 특화 스킨케어 제품, 안티 에이징/주름 개선, 잡티 제거, 화이트닝 크림제품, 헤어케어 전용 제품, 스타일링 제품 그리고 남성 면도 전용 크림과 스킨케어, 선 케어와 같은 자외선 차단 제품 또한 해당됨.

## 2) 수요동인

- 도시에서 증가하는 가처분 소득을 지닌 도심의 젊은 엘리트 인구의 출현, 여성 노동 인구의 증가, 변화하는 생활방식, 생활 지향과 고급 제품의 증가한 가용성, 출세 지향 사고, TV위성의 확산, 서구제품에 대한 높아지는 기호, 고품질의 제품 선택과 그에 대한 가용성 등이 화장품에 대한 주요 수요 동인임.
- 인도의 조직화된 소매 매장의 증가 또한 수입 화장품에 대한 수요를 높이고 있음
  - 가처분 소득이 상대적으로 높고, 선택권이 제한적인 2급 규모 도시 또한 마찬가지임.

## 2.2 유통구조

### 1) 유통채널

- 제조공장 → 회사 창고 → 지역 창고 → 지역 판매처 → 대형 판매점 → 판매점 → 유

8 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

통업자 → 소매업자

- Main Godown → C&F 유통/대형 판매점 → 지역 할당 유통처 → 도매업자/소매업자
  - 소매업자들은 유통 업체에게서 구매하거나 지역 도매업자에게서 물품을 구매
  - 유통업자들은 보다 나은 서비스, 하자 제품 교체, 2주의 거래 신용 등을 제공함
  - 도매업자들은 보다 나은 마진을 제공함. 그러나 거래 신용은 해당되지 않으며, 재고 보관에 대한 압박은 없음
  - 해당 물품 재고는 회사의 소유권하에 있으며 이는 C&F유통에 의한 유통이 될 때까지 해당됨.
  - 판매처는 소매업자에게 유통하는 데 책임이 있으며, 각 판매처는 대략적으로 약 500~1000개의 소매처에 물품을 제공. 또한, 모든 판매처는 상이한 보관상태를 보임.
  - 회사는 일반적으로 판매처를 그 특정 분야에 따라 범주화하며 상이한 대형 판매처에 할당
    - 예) HUL은 판매처를 U1과 U2 로 범주화하는데 여기서 U1은 일반 제품이고 U2는 프리미엄 제품만을 취급하는 것
  - 프리미엄 제품의 유통 네트워크는 비 프리미엄 제품과는 달리 심도있는 유통방식을 요구하여 할인제품 및 인기 있는 제품과는 그 방식이 상이하며, 모든 판매처와 유통업자는 반드시 2개월과 3주치의 재고를 보유해야 함.
  - 해당 판매처는 소매자로부터 주문을 받는 영업자를 지명하고 그 유통은 밴 차량을 통해 이뤄짐.
  - 각 판매처는 6~10대의 밴 차량과 유통 과정에서 필요한 10~12인력을 보유함.
  - 제조업자와 판매처간의 관계는 제조업 직원 판매 관리자, 지역 판매 관리자, 활동 매니저에 의해 관리되며, 재 판매원 관리자는 모든 유통, 구매, 노동 관리 그리고 유통 과정 감독 등을 관리
  - 매달 판매 목표는 해당회사에서 정하여 판매 인력에게 하달됨. (TSM, ASM, Sales InCharge 등등) 또한 유통업자와 관련된 모든 사항을 다루며 때때로 판매 목표를 달성하기 위해 유통업자에게 재고를 강매하기도 함
  - 회사들은 유통채널 파트너를 고무하기 위해 노력하는데 비즈니스 마케팅, 여러

동기부여와 관련된 워크숍을 통해 행해짐.

- 이들은 모든 유통 채널 파트너와의 엄격한 평가 구조를 따르며 지속적으로 변수 설정에 따라 평가 산정함
- 내부적으로, 모든 판매는 ASM 수준으로 보고되며 이는 상향식 접근 방법을 통해 집계됨.
- 일반적으로, 유통업자는 6~8퍼센트의 마진을 받으며 소매자는 9~15퍼센트의 마진을 남기며, 해당 연도에 여러 번에 걸친 무역을 계획하여 실행함.
- 일반 판매처는 5000~60,000루피아 상당의 액수를 판매함. 지역, 매장 규모, 재고량, 영업사원 수와 같은 다양한 변수에 따라 하루 매출은 달라지며 일반적으로 FMCG제조업자는 약 40~50퍼센트의 총 마진을 남김.

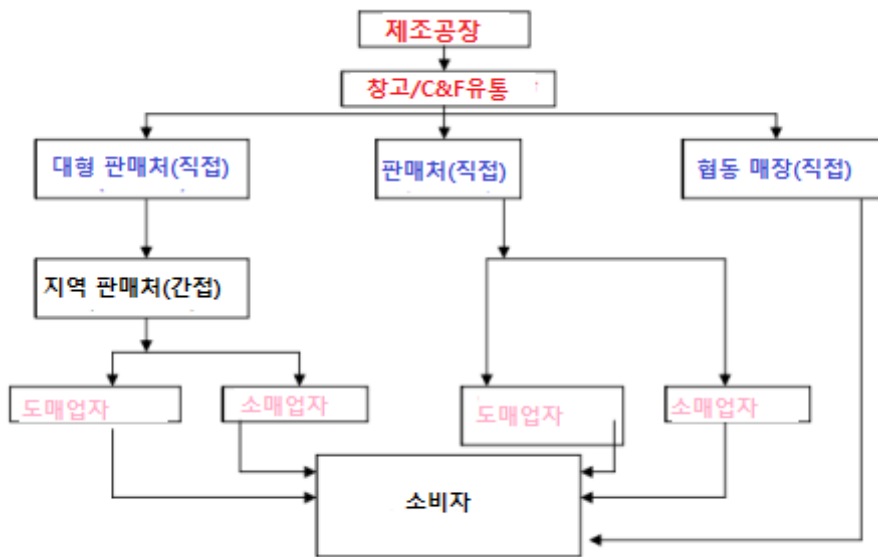


그림 2-1 인도 화장품 유통채널

## 2.3 경쟁동향

### □ 인도 주요 화장품 브랜드 10개사

#### ○Lakme - 인도

- 회사 CEO인 Mr. Anil Chopra에 의해 경영되고 있으며, Lakme는 JRD Tata에 의해 1952년에 설립됨.
- 1996년 Tata 그룹은 Lakme에 대한 자사 주식을 Hindustan Lever 사에 매각하기로 결정.
- 2011년도 인도 브랜드 신용 보고에 따르면 Lakme는 가장 신용도 높은 브랜드 47위를 기록
- 해당 브랜드는 Lakme 패션 위크를 1년에 두번에 걸쳐 지원했으며, 상당한 시장 점유율을 보유한 Lakmé Perfect Radiance와 Lakmé eyeconic kajal를 런칭 시킴
- 2012 회계연도에는 Hindustan Unilever사는 약 23퍼센트의 수익을 올림.

#### ○Lotus - 인도

- Kamal Passi에 의해 1993년도에 Lotus Herbals사 설립되었고, 다양한 종류의 화장품의 제조 생산과 판매를 하며 연간 35~40퍼센트 성장
- 세안제, 자외선 차단제, 겨울 전용 케어, 헤어 오일, 샴푸 등이 주 제품 생산 품목임
- 제품 포장의 중요성을 안 Passi는 자신의 제품이 디자인 면에서 두드러지도록 고안함. 그는 또한 해당 업계 타사 브랜드보다 10~15퍼센트 절감된 가격으로 제품을 출시하였지만 광고에 막대한 지출을 하지는 않음
- आयुर्वेद(Ayurveda) 뿐만 아니라 여러 약초성의 화장품을 생산하는데 특화되었으며, 현대 기술과 더불어 전통 지식의 결합을 통해 USP인증을 통해 자사 제품을 판촉하고 있음
- 약초 요소 재료의 사용을 통해 화학 기반의 합성 성분을 배제한 화장품 생산에 대한 믿음을 피력하며, 동물 실험의 잔혹한 실행에 엄격히 반대하는 입장

#### ○Biotique - 인도

- Vinita Jain에 의해 1984년 설립되었으며, 인공 방부제 혹은 합성 향수를 첨가하지 않는 것으로 세계 화학 기반 화장품을 선도함
- 사용되는 제품 요소들은 약초에서 자연적으로 추출됨. 게다가 원료를 추출하는데 쓰이는 약초/식물 등을 초기 단계부터 철저히 감독관리 하여 유기농으로 최종 제품을 생산함

○L'Oreal -

- L'Oreal은 세계의 주요 거대 화장품 기업 중 하나로, Jean-Paul Agon이 창립자 겸 CEO임.
- 인도에서 약 20년 동안 활동하였으며, L'Oreal India는 L'Oreal의 자회사로 급속한 속도로 성장세에 있음.
- L'Oreal Paris는 기업의 트레이드 브랜드 중 하나로 2013년, L'Oreal 은 970 천만 루피를 인도에 투자하기로 결정함.
- 같은 해 L'Oreal은 인도에 첫 번째 인수합병을 추진하여 (Cheryl's Cosmeceuticals), 전문 스킨케어 분야로 진출함.
- 2013년 70퍼센트의 경이로운 성장세를 기록함.

○Shahnaz Husain -

- 1970년 Shahnaz Husain에 의해 설립되었으며, 2006년, Padma Shri수상.
- आयुर्वेद (Ayurveda)의 자연적 이점을 확보하고자 노력하였으며, 현재 스킨, 헤어, 메이크업 등 범주에 따른 다양한 약 350여 제품군을 형성
- 자사 제품의 상위 등급 품질을 위해 USP획득 연구 부문에 각고의 노력

○Revlon India - 인도

- 1994년 Umesh K Modi과의 협업을 통해 인도의 모든 국제적 화장품 제조업자들 가운데 1995년 처음으로 인도에 첫 발을 들임
- 가격은 너무 낮지도 높지도 않은 기조를 통해 중산층 소비자를 주요 타겟으로 책정
- 현지 색조 화장품 시장 비율의 20~25퍼센트를 차지함.

○Maybelline -

12 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

- TL에 의해 1915년 설립됨. 훗날 L'Oreal에 의해 인수되었으며 그 자회사로 출발
- 틈새시장을 공략하는데 주요 요소들 가운데 국제적 인지도와 매력도를 가졌음에도 불구하고 합리적인 가격을 책정
- The Maybelline Colossal라인의 제품은 인도에서 큰 인기를 끌었으며 자사 브랜드 더욱 알리는 계기가 됨

○Himalaya -

- 1930년 Mr. M. Manal에 의해 설립된 제약회사로 전세계가 아유르베다 (Ayurveda)를 쉽게 접할수 있도록 만드는데 비전이 있었음
- 자외선 차단제, 언더 아이 크림, 향노화 제품군, 탈모 크림 등을 미국 특허청으로부터 특허를 받는데 노력을 기울이고 있음
- 주요 제품군으로 여드름과 번들거리는 피부 문제에 있어 'Purifying Neem'이라는 인기 있는 세안제 등이 있음

○Colorbar - 인도

- 인도 화장품 브랜드를 선도하는 기업 중 하나로 2004년도에 설립되었으며 창립자와 더불어 브랜드 경영자는 Samir Modi임.
- 밝고 생기 있는 색조화장품 그에 따른 손톱, 눈, 입술 그리고 얼굴에 해당하는 제품군을 보유하고 있음

○Elle 18 - 인도

- HUL기업 소유로, 1998년에 설립되었으며 제품의 네온 셰이드와 함께 밝은 색조감으로 젊은 층을 주요 고객 타겟으로 함.
- 제품의 가격대 또한 젊은 층에 맞게 유지되고 있으며, 해당 브랜드의 컬러 팝 라이너는 75루피아임.

### 3. 인도 화장품 수입관리제도

#### 3.1 수입규제

##### 1) 라벨 표시 요건

2001년 1월, 인도 정부는 자국 내 수입되는 모든 사전 포장 제품들(직접 소매 판매 위한)이 다음의 라벨 표시 신고를 준수할 것을 의무적으로 하였음

- 수입자의 성명과 주소
- 포장된 물품의 일반 품명.
- 도량형 기준의 순수량
- 해당 물품의 제조, 포장, 수입 년 월 표시
- 최종 소비자에게 판매될 포장된 해당 물품의 최대 소매가격. 최대 소매 가격(MRP)는 모든 세금, 화물 운송비, 판매자 부담의 수수료, 광고, 운송, 포장과 같은 가격을 포함
- 해당 수입 배송물이 인도 관세국에 의해 승인되기 전에 상기 언급된 요건들의 준수사항이 보증 되어야 함
- 원자재, 대량 수입품 등과 같이 최종 소비자에게 판매되기 전에 추가 과정을 거쳐야 하는 사전 포장 물품의 수입은 상기 라벨 표시 요건에 포함되지 않음

##### ○화장품의 경우, 상품의 내 외부 상표 표시 준수 필요

- 화장품명
- 제조자 성명과 상기 화장품이 제조된 제조 부지의 주소(주: 해당 화장품 제품이 매우 작은 크기의 보관함에 동봉된 경우라서 해당 제품 제조업자의 주소 표시 공간의 제약이 있는 경우에는 우편번호와 함께 제조자 성명, 장소가 별도 표시되어야 함).

##### ○외부 상표(라벨) 표시

- 고체/반고체, 액체성의 유동체 측면에서 표시된 순수 실 내용량의 신고(주: 향수 패키지, 화장수 혹은 그와 유사한 제품의 경우, 해당 실 내용량은 60ml를 초과하

14 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

지 않거나 고체 혹은 반고체 화장품 패키지 제품은 그 실 내용량이 30gm 을 초과하지 않아야 하며, 실 내용량의 내역서는 표시 되지 않아도 무방

- 내용량 퍼센티지에 따른 제품 성분 명 표시

○ 내부 상표(라벨) 표시

- 위해 요소가 존재할 경우에 안전한 사용을 위한 적절한 지침, 경고, 위험성 혹은 소비자에 의해 준수되어야 할 특별 지침, 위해하거나 독성이 있는 성분명과 내용 표시.

- 내용 량의 퍼센티지에 따른 성분 명.

- 철자 "B"로 상정되는 제품 번호(주: 고체/반고체 형태의 10gms 이하를 함유하는 화장품, 25ml 혹은 그 이하의 내용물을 함유하는 액상 화장품은 제외됨) 비누의 경우, 제품번호 대신에 해당 비누의 제조연월이 상표에 표시되어야 함.

- 철자 "M"으로 상정되는 제조 특허 번호(주: 화장품의 패키지 제품에 상기 상품 표시 하나만 있는 경우 내 외부 상표 라벨에 적시되어야 하는 정보가 모두 기재 되어야 함).

○ 금지 품목:

- 인도당국은 헥사클로로펜(hexachlorophene), 납(lead), 비소(arsenic) 혹은 수은(mercury)성분을 함유한 화장품 제품의 제조와 수입을 금지함.

- 화장품에 사용되는 허가된 합성 유기 색조와 자연 유기 색조는 다음의 함유가 불가함: 무수아비산으로 합계된 비소의 -2PPM, 납으로 합계된 납의 20 PPM, 각 금속의 납 이외의 중금속 합계가 -100PPM(해당 금속 화장품은 인도가 특정 항만을 통해서만 자국 수입을 가능하게 함, 첸나이(Chennai), 콜카타(Kolkata), 뭄바이(Mumbai), 코친(Cochin) 항만 포함.

## 4. 인도 화장품 바이어정보

확정된 바이어			
회사명: Chill Breeze Salon			
대표	Mr. Ramesh	직책	소유주
전화	+(91)-(44)-42115624	Fax	NA
Mobile	+(91)-9840909139		
Email	chillbreezesalon@yahoo.in		
설립 연월	2005	사원수	20
홈페이지	www.chillbreezesalon.com		
주소	No. 7/2, 3rd Cross Street, Kasthuribai Nagar, Adyar Chennai-600 020 Tamil Nadu, India.		
사업유형	서비스 제공업		
제품	뷰티 화장품		
산업	헬스 & 뷰티		
연간 매출액	125만 달러(미화)		
주 수입국	N/A		
한국 기업과의 이전 거래 경험	N/A		

16 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

확정된 바이어			
회사명 : DXN and Hindustan Unilever Network Limited			
대표	Mr. A V VNaresh	직책	컨설턴트(자문위원)
전화	N/A	Fax	N/A
Mobile	+(91)-9789805639		
Email	naresh.aryasomayajula@gmail.com		
설립연월	1933	사원수	1000
홈페이지	<a href="http://www.indiamart.com/company/9087520/">http://www.indiamart.com/company/9087520/</a>		
주소	Door No.5, Flat No.1-D, Dev Apartments, Balamurugan Nagar 3rd Street, Velachery, Chennai - 600042, Tamil Nadu India		
사업 유형	유통업		
제품	뷰티		
산업	헬스 & 뷰티		
연간 매출액	500억 루피야 이상(미화 1억 달러 이상)		
주 수입국	N/A		
한국 기업과의 이전 거래 경험	N/A		

확정된 바이어			
회사명: Aloe Veda Personal Care			
대표	Mr. G. Rajashekar	직책	마케팅 자문
전화	+(91)-(44)-42030536	Fax	+(91)-(44)-42030536
Mobile	+(91)-9884406522		
Email	rshekar.aloveda@gmail.com		
설립연월	2003	사원수	10
홈페이지	www.aloveda.co.in		
주소	8, Masilamani Street, Seethammal Colony, Alwarpet, Chennai 600 018, Tamil Nadu, India		
사업 유형	수입, 제조업		
제품	개인 케어 제품, 화장품		
산업	헬스 & 뷰티		
연간 매출액	N/A		
주 수입국	필리핀		
한국 기업과의 이전 거래 경험	N/A		

확정된 바이어			
회사명 : Camilliotek India Pvt Ltd			
대표	Mr. NandagopalSaha	직책	CEO
전화	+(91)-(44)-42874620	Fax	+(91)-(44)-42874620
Mobile	+(91)-9381205610		
Email	nands1@gmail.com		
설립 연월	2002	사원수	30
홈페이지	www.camillioteknaturals.com		
주소	95/12 PeriyarPathai, Choolaimedu, Chennai, Tamil Nadu, India		
사업 유형	수입 유통 공급 생산		
제품	건강 음료& 화장품		
산업	헬스 & 뷰티		
연간 매출액	10만 달러(미화)		
주 수입국	N/A		
한국 기업과의 이전 거래 경험	N/A		

확정된 바이어			
회사명 : Standard Pencils Pvt Ltd/ Aloe Cosmetics & Herbs			
대표	Mr. kamal	직책	합동 상무이사
Tel	+(91)-(44)-22501074	Fax	+(91)-(44)-22500429
Mobile	+(91)-94440 49429		
Email	stanpencil@dataone.in		
설립연월	1987	사원수	32
홈페이지	<a href="http://www.indiamart.com/company/3684749/">http://www.indiamart.com/company/3684749/</a>		
주소	Super A 6, Industrial Estate, Guindy, Chennai- 600 032, Tamil Nadu, India		
사업 유형	도매 수입 제조 공급		
제품	화장품		
산업	뷰티		
연간 매출액	1백만 달러(미화)		
주 수입국	N/A		
한국 기업과의 이전 거래 경험	N/A		

## 제3장 중국

### 1. 중국 화장품 시장개요

#### 1.1 전체현황

- 2012년 중국의 화장품 시장규모는 963억 위안에 달했으며, 중국의 화장품 시장 규모는 1,677억 위안인 일본과 1,439억 위안인 미국 다음으로 세계 3위에 해당하는 규모임
  - 그중 화장품의 국제적인 명품 브랜드가 중국 화장품 시장에서 차지하는 비율은 50%~70%사이로, 국제적 명품브랜드가 주도적인 위치를 차지하고 있음
- 2013년 중국 화장품 시장의 매출액은 800억 위안에 달했으며, 2013년 화장품의 소매판매 총액은 전년 동기 대비 10.1% 증가했지만, 증가율은 2012년도에 비해 3.1% 감소함. 이는 2008년 이래 제일 낮은 증가율 수준임.
  - 그 중 피부보호용 화장품류는 전년 동기 대비 7% 성장했고, 미용 및 메이크업 화장품류는 전년 동기대비 2.2%, 향수류는 0.7% 성장으로 증가율이 제일 낮았음. 이와 동시에, 2013년 중·고급 화장품의 가격은 대략 10% 정도의 상승폭을 보임.
- 2014년 중국 미용산업의 산업 총 생산액은 8500억 위안에 달할 것으로 예상되며, 이는 작년보다 15% 증가한 수치임. 그 중 올해 중국의 마사지팩 시장의 판매규모는 250억 위안으로 예상됨.

- 이는 작년대비 25% 증가한 수치로 마사지팩은 올해 중국 미용산업의 성장률이 제일 빠른 항목 중 하나가 될 것으로 보임.
- 중화 전국 비즈니스정보센터는 예측하기를, 2014년 중국의 국가 주도 경제부양 스펀딩폴리시의 확률이 비교적 낮아서, 경제는 중간 속도의 성장률을 유지할 것으로 보이며, 반부패 성향의 소비는 더욱 강화되어, 선물 경제도 침체될 것으로 예상됨
  - 이러한 점이 해외 여행객들이 해외 화장품을 사재기하는 원인과 충돌하여, 2014년 중국의 전국 중점 대형 소매기업의 화장품 소매판매 총액은 비교적 낮은 수준의 증가율을 보여, 대략 10% 정도 성장할 것으로 예상됨.
- 화장품 시장과 관련된 예측 데이터가 보여주길, 향후 5년간 중국의 화장품 시장 매출금액은 계속 증가하는 형세를 보일 것으로 예상됨
  - 2016년에는 2,022억 위안의 시장규모에 달할 것으로 보이며, 2012년~2016년까지의 연평균 성장률은 13.3%로 예측됨.

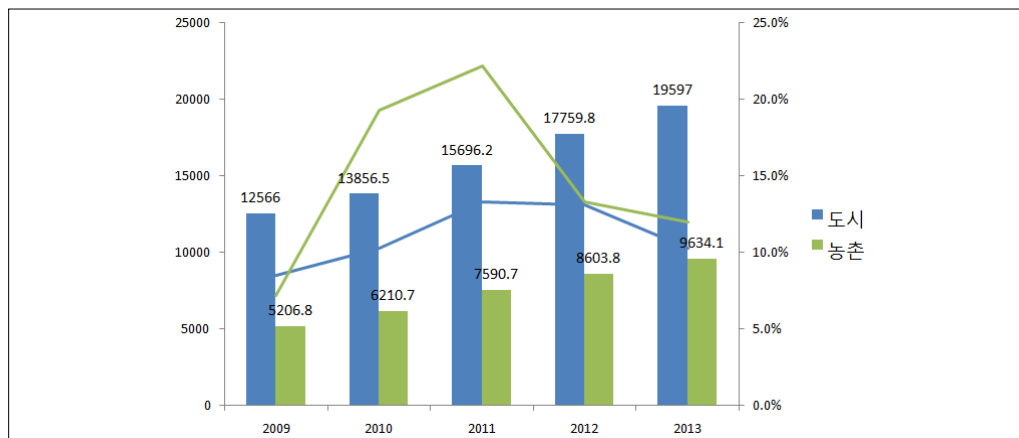
## 1.2 지역별 현황

### □ 흑룡강성

- 2014년 상반기 흑룡강성 주민의 1인당 가처분소득은 8,114위안으로 전년대비 10.5% 증가

표 3-1 흑룡강성 도시·농촌주민 1인당 가처분소득 현황

(단위: 위안)

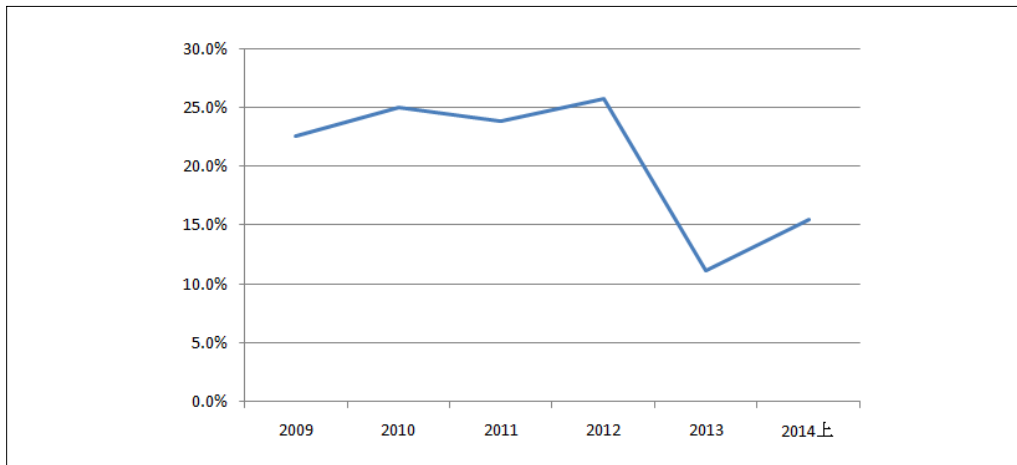


자료원: 2009~2013년 흑룡강성국민경제및사회발전통계공보

## 22 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

- 소득의 인상과 아울러 2014년 상반기 흑룡강성 사회소비품 판매액은 전년 동기에 비해 12.3% 증가한 3,145.3억 위안을 창출했으며, 그 중 특히 화장품의 매출액은 전년 동기에 비해 15.5% 성장함

표 3-2 흑룡강성 화장품 매출액 성장추이



자료원: 2009~2013년 흑룡강성국민경제및사회발전통계공보

- 2013년 이래 소비자 해외구매의 증가와 더불어 반부패 운동으로 선물 수수를 금지하면서 화장품의 매출 성장률이 둔화되었으나, 2014년 상반기부터 점진적으로 회복세를 보이기 시작했음
  - 그러나, 흑룡강성의 1인당 화장품 소비액은 매년 약 200위안으로 아직까지 낮은 수준임
- 소비자 외모에 대한 관심 증가 및 구매력 상승으로 흑룡강성의 화장품 시장은 지속적으로 성장할 것으로 예상됨

## 2. 중국 화장품 시장동향

### 2.1 수요동향

- 2013년의 공기오염 및 극단적인 날씨의 영향으로, 중국 소비자들의 기본적인 피부

보호 제품에 대한 수요는 뚜렷하게 상승함

- 피부보호용 화장품의 판매량은 미용·메이크업 화장품과 향수보다 많았음.

- 화장품 시장에서 소비자는 자립성이 강함. 소비 집단은 브랜드, 품질, 가격, 개인 경제능력 정도에 따라 고, 중, 저 3개의 층으로 나눌 수 있음.

고급 수입 명품 브랜드 소비자	대도시에 사는 고소득층. 유럽, 미국, 일본의 유명 브랜드를 사용. 도시인구의 20%는 청장년 여성이며 이들은 일반적으로 대형 백화점 전문 코너에서 화장품을 구입함. (예 Lancome, CD 등)
중급 수입 브랜드 소비자	중소득층과 청장년층이 다수. 일부 노인층도 포함. 도시인구의 60%는 화장품 대형상점이나 마트의 화장품 코너 및 전문매장에서 화장품을 구입. 아울러 약국이나 인터넷 상에서도 구입. (예 Skinfood, Olay, L'Oreal 등)
저가 브랜드 소비자	구성원의 50%는 농촌인구층이며, 나머지는 도시의 저소득층 계층임. 일반적으로 피부보호약, 화장솜 등을 구입함. 주로 편의점이나 소도시 화장품가게에서 구입.

- 화장품의 세분화는 날로 뚜렷해져서, 소비자들의 수요는 더욱 개성화되고 있음.
  - 화장품 시장의 계층화는 나날이 뚜렷해지고 세분화는 더욱 세밀해져서, 현재 참신한 화장품 시장영역이 나타나고 있음.
- 화장품 시장의 계층화는 화장품 시장의 발전을 가져옴. 화장품의 주 소비 집단이 점점 젊어지면서, 각종 자료와 정보는 나날이 확대되고 있으며, 화장품 소비자들의 미에 대한 개념은 계속해서 강화되고 있음
  - 화장품 제조업체는 더 많은 개성화된 수요를 만족시키기 위해, 전통적인 미백 화장품 이외에도, 산화와 노화를 막아주는 피부보호용 화장품 등 새로운 기능의 화장품을 제기함.
- 피부보호용 화장품 시장의 규모가 제일 크며, 화장품 시장에서 차지하는 비중이 계속 증가하고 있음.
  - 피부보호용 화장품은 중국 화장품 시장 중 제일 규모가 큰 산업으로, 2011년 피부보호용 화장품의 시장규모는 742억 위안, 화장품 시장 전체 비중의 70%를 차지함.

## 24 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

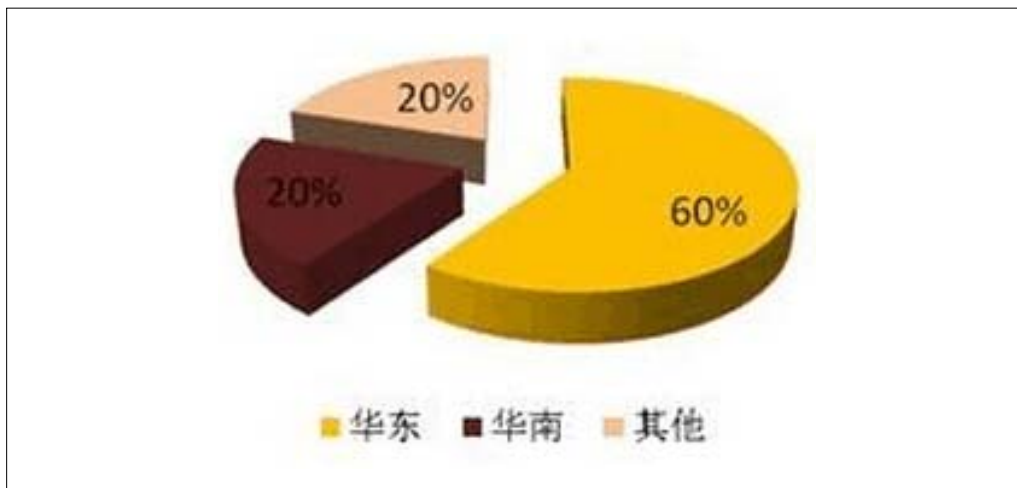
- 피부보호용 화장품 시장이 전체 화장품 시장에서 차지하는 비중 이외에도, 피부 보호용 화장품 시장의 증가 속도는 매우 빠름. 최근 들어 그 증가속도는 매우 빨라서, 최근 5년 동안의 연평균 성장률 15.4%를 초과했으며, 남성용 면도 피부보호용 화장품을 제외하고 가장 증가속도가 빠른 영역이 되었음
- 2011년 피부보호용 화장품이 화장품 산업 전체에서 차지하는 비중은 68.1%에 달했으며, 중국 피부보호용 화장품 류의 소비수요는 여전히 상승추세를 유지하고 있음.

## 2.2 생산동향

### □ 현황

- 중국 화장품 생산업체 수는 5,000개를 상회하고 중소기업 수는 90%를 넘지만 시장 점유율은 20% 미만이며, 외자기업 혹은 중외합자기업인 로레알(歐萊雅), 프록터 앤드 갬블(保潔), 에스테 로더(雅思蘭黛) 등의 기업이 80%의 점유율을 차지함.
- 중국 화장품 원자재 생산 업체 수는 약 800개 사가 있음.

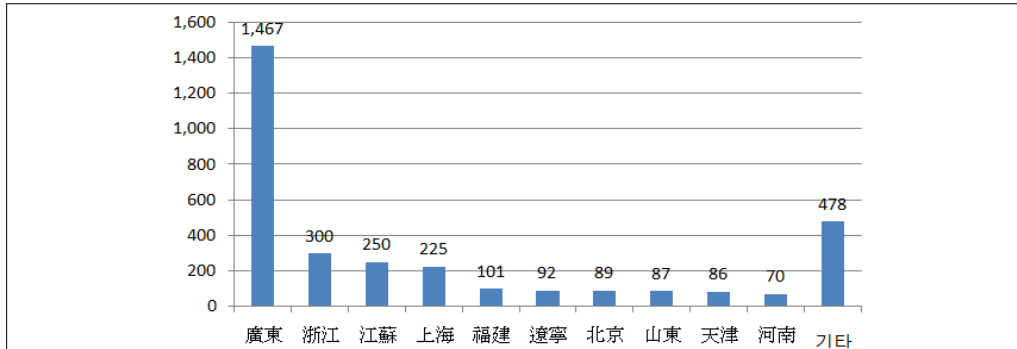
표 3-3 중국 화장품 업체 지역별 분포도



자료원: 中國報告網 <http://www.chinabaogao.com/>

표 3-4 중국 지역별 화장품 생산업체 수량

(단위: 개사)



자료원: 중국국가통계국

- 지역별로 주로 화동지역에 60%, 화남지역에 20% 위치하고 있으며 업체 규모로 살펴보면 다수 업체는 소형 업체이며 그 중에서 약 500개 기업의 연간 매출액은 500만원 미만임
  - 200개 업체의 연간 매출액은 500~1000만원 사이, 나머지 100개 업체의 연간 매출액은 1000만원을 초과
- 흑룡강성 화장품 생산업체는 27개로, 그 중 소규모 생산업체가 대부분이며, 생산량과 지명도는 낮은 편임

표 3-5 흑룡강성 주요 화장품 생산업체

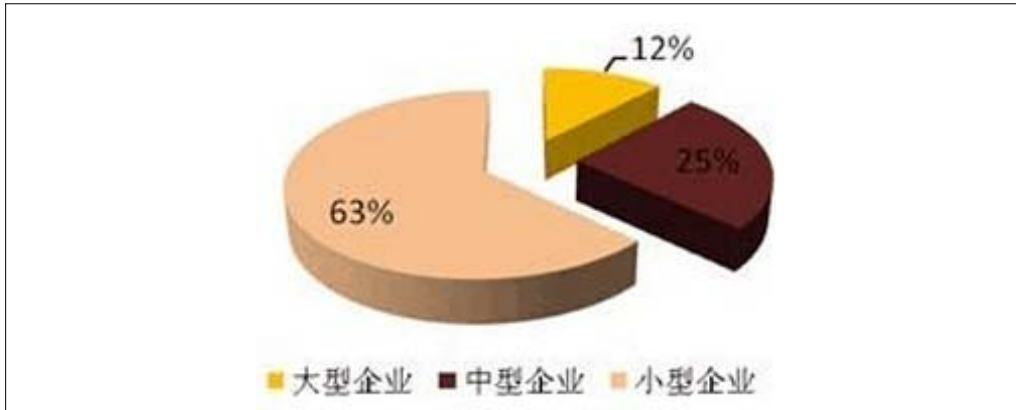
순위	업체명	설립연도	종업원수
1	安達市新東方化妝品有限公司	2003	60
2	安達市安妮日用品廠	1993	33
3	哈爾濱蜜雪兒化妝品有限公司	1992	23
4	北京靜美白壽生物科技有限公司黑龍江分公司	2000	15
5	五大連池風景名勝區妮寶科技日化有限公司	1998	15
6	哈爾濱友誼化妝品廠	1972	15
7	五大連池風景名勝區連池澳泥化妝品有限責任公司	2003	12
8	哈爾濱露比化妝品有限公司	2003	10
9	哈爾濱市華商化妝品廠	1987	8
10	哈爾濱葛麗黛嘉寶化妝品有限公司	1997	8

자료원: 中國產業洞察網

26 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

- 이들 업체에서 생산하는 제품은 중저가 시장을 타겟으로 하고 있으며, 3,4선 도시를 위주로 판매망을 확보하고 있음

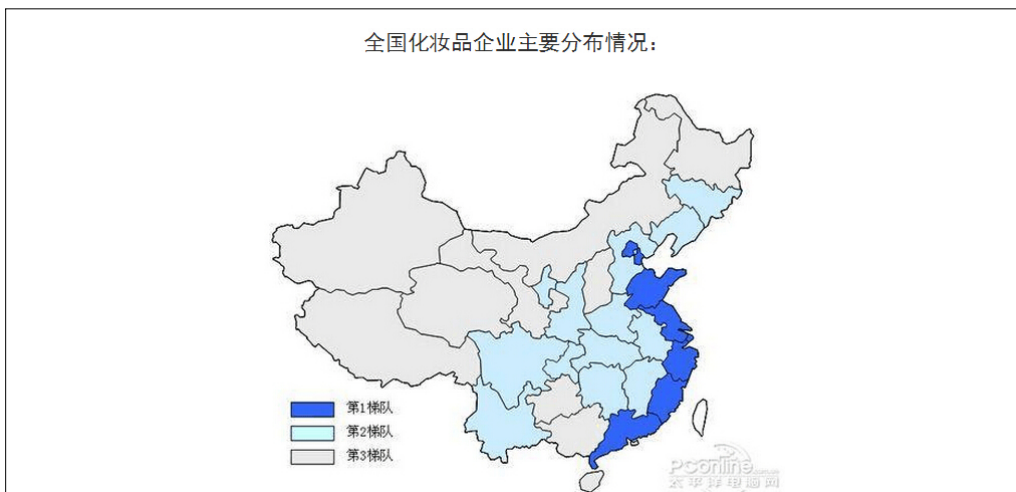
표 3-6 중국 화장품 원자재 생산 업체 규모



자료원: 中國報告網 <http://www.chinabaogao.com/>

- 중국의 화장품 시장은 주로 동남지역에 집중되어 있으며 서북지역의 화장품 시장은 상대적으로 발전하지 않았음
- 서북지역의 경제 발전 전망과 생활수준의 양상을 미루어볼 때 서북지역이 미래 중국 화장품의 주류 시장이 될 가능성이 높음

표 3-7 중국 화장품 업체 지역별 분포현황



자료원: 中國報告網 <http://www.chinabaogao.com/>

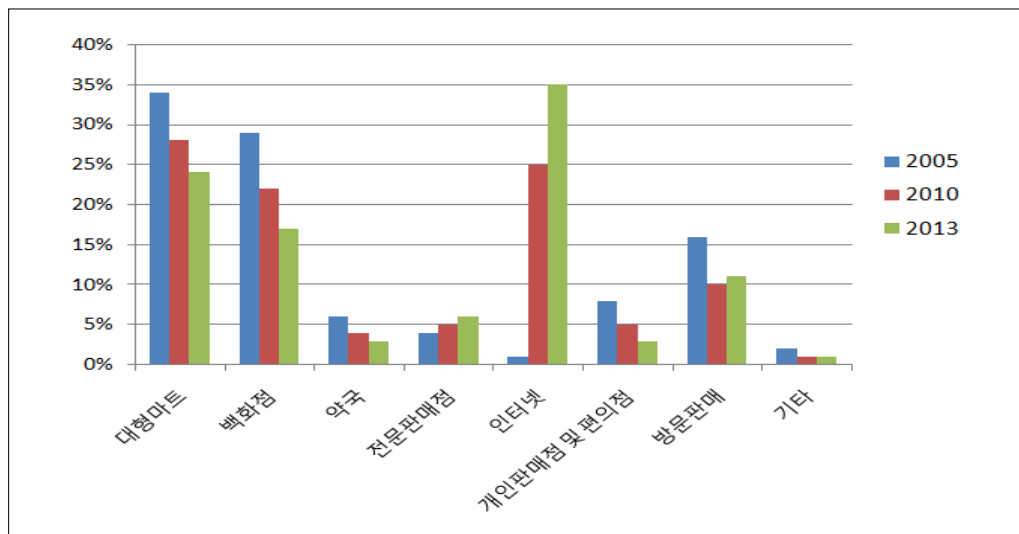
\*색이 진할수록 업체수가 많다는 것을 의미함

- 섬서성과 감숙성을 중심으로 서북지역에서 경제의 발전과 생활수준의 양상으로 소비자들의 의식과 구매 능력이 함양
  - 소비자들의 화장품에 대한 수요가 늘면서 서북지역 내 화장품의 잠재 시장성이 드러나기 시작

## 2.3 유통구조

### □ 주요 유통채널

표 3-8 화장품 시장 유통채널별 매출 점유율 추이



자료원: 중국 전자상거래 연구센터

- 인터넷 시장의 폭발적인 성장으로 온라인 쇼핑몰이 화장품의 새로운 유통 플랫폼으로 떠오름
  - 2013년 기준 전체 화장품 구매의 30% 이상이 온라인을 통해 이루어지고 있는 것으로 나타났으며, 온라인 시장에서 화장품이 인기를 끌으면서 쥘메이요핀(聚美優品), 러펑왕(樂蜂網), 티엔티엔왕(天天網) 등 중국 내 B2C 온라인 화장품 전문 쇼핑몰이 등장하게 되었음

- 인터넷 시장의 급속한 발전은 화장품 소매업의 시장의 구조를 완전히 바꿔 놓았으며 오프라인, 특히 백화점 유통에 치명적인 어려움과 숙제를 안겨주고 있음
- 유명 브랜드 화장품 제품 (Lancome, Biotherm, Estée Lauder, Aramis, Bobbi Brown 등)은 대리상이나 중간상 없이 곧바로 관리 판매의 패턴으로 판매가 이루어지고 있음
  - 유명 브랜드 화장품은 주로 중국의 대·중도시의 고급 유명 백화점에서 판매되며, 물품과 판매원 또한 화장품회사에서 관리됨.
  - 일부 국산의 중저가 상품 또한 이러한 경로를 거치며, 마트 및 화장품 전문점에서 판매되기도 함
- 일반적인 화장품 제품은 대리상을 통해 수입한 후, 사업자는 화장품전문판매점, 인터넷, 미용실 등을 거쳐 최종적으로 고객에게 판매됨

#### □ 판매경로 분류

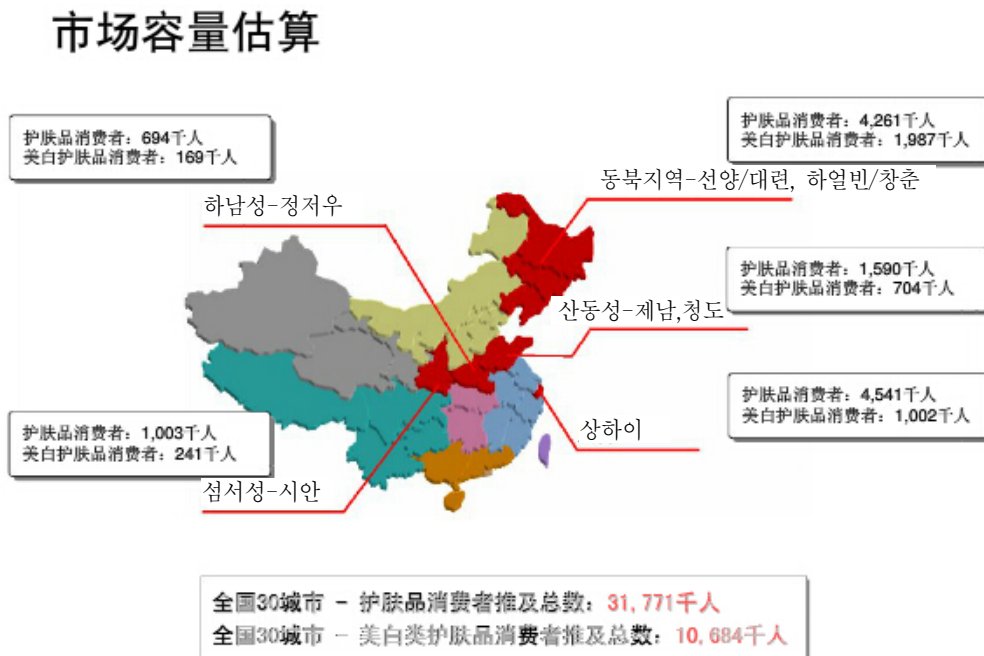
- 생산업체 → 총 대리상 → 대리상 → 소매상 → 소매상인
  - 사회자원 및 산업자원을 충분히 이용하며, 소매망이 신속하게 형성됨.
  - 그러나 유통경로가 길고, 유통업체에 대한 공급상의 가동제성이 빈약하며, 또한 각급의 대리상, 소매상에 대한 의존성이 비교적 강하기 때문에 유통환절의 가변요소가 많을 수밖에 없다는 단점이 있음.
- 생산업체 → 지역대리상 → 소매상
  - 유통환절이 비교적 짧으나, 소매망이 느리게 형성, 또는 불완전하게 형성되는 경향이 있음.
  - 또한 공급업체의 이윤에 대한 요구조건이 까다롭고, 가격을 통제하기가 쉽지 않은 편.
- 생산업체 → 소매상
  - 유통환절이 적고 유통경로가 짧으며 유통과정의 규제가 비교적 심한 편.
  - 소매 네트워크가 튼튼하지만 형성속도가 느리다는 단점이 있으며 매출원가와 관리요구가 높다는 특징을 가지고 있음.
- 생산업체 → 화장품전시회 → 도매대리상 후 소매상인

- 화장품 기업의 신설 및 새로운 브랜드의 대규모 소매 네트워크를 구축하기에 적합.
- 기존 바이어들과 교류하기 편리하다는 장점이 있음.
- 기타 비교적 점유율이 낮은 유통 경로
  - 제조업체 → 텔레마케팅 → 소비자
  - 제조업체 → 대중매체의 광고 → 소비자
  - 제조업체 → 물류센터 → 편의점
  - 제조업체 → 인터넷 직접 거래 → 소비자
  - 제조업체 → 직접 소매상 → 소비자

## 2.4 경쟁동향

### □ 중국 기초화장품 시장

표 3-9 중국 화장품 소비자 지역별 분포도



자료원: 中國行業研究網 <http://www.chinairm.com/>

- 전국 30개 도시를 대상으로 조사한 결과, 기초 화장품 소비자는 약 3,177만 명이며 그 중에서 미백 기능성 화장품 소비자는 약 1,068만 명임.
- 상하이 시는 화장품 소비자는 약 454만 명, 미백 기능성 화장품 소비자 수는 약 100만 명으로 1위로 차지함.
- 섬서성 조사 결과는 기초 화장품 소비자 수는 약 100만 명(3.2%)이고 미백 기능성 화장품 소비자 수는 24만 명(2.3%)임

### 陕西省 - 市场状况

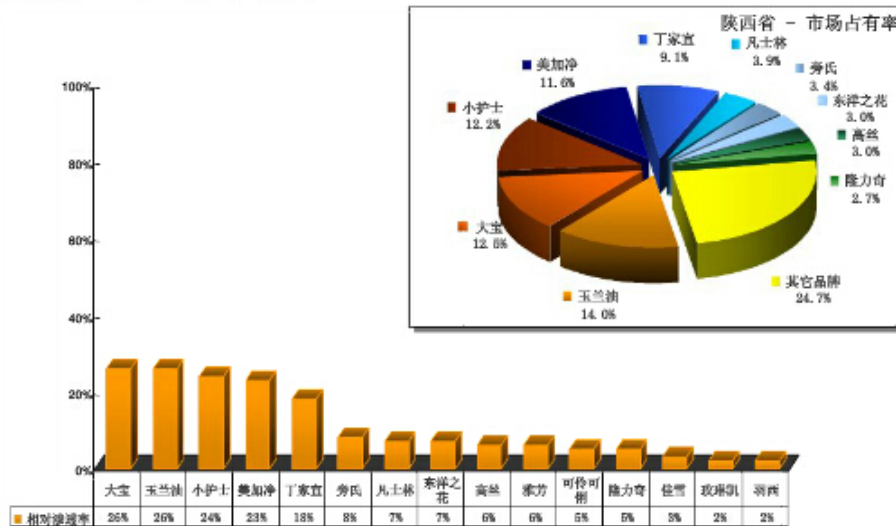


그림 3-1 섬서성 화장품 시장 현황

자료원: 中國行業研究网 <http://www.chinairm.com/>

- 섬서성 시안 시에서 “玉蘭油”가 14%의 시장점유율과 26%의 시장침투도로 1위를 차지
- 제2위, 제3위는 각각 “大宝”(시장점유율 12.5%, 침투도26%), “小護士”(시장점유율12.2%, 침투도24%)이며 제4위는 “美加淨”(시장점유율11.6%, 침투도23%)
- 브랜드 배포도로 보면 시장경쟁이 치열하고 집중되어 있음

브랜드 (기초 화장품)	玉蘭油	大宝	小護士	美加淨	丁家宜	凡士林	旁氏	東洋之花	高絲	隆力奇	其他品牌
시장점유율(%)	14.0	12.5	12.2	11.6	9.1	3.9	3.4	3.0	3.0	2.7	24.7

- 섬서성 시안시 미백 기능성 화장품 브랜드별 시장점유율 상위 3개 업체는 “玉蘭油”(23%), “丁家宜”(15%), “高絲”(10%)임.

브랜드 (미백 기능성)	玉蘭油	丁家宜	高絲	旁氏	小護士	美加淨	雅芳	大宝	玫瑰凱	其他品牌
시장점유율(%)	23	15	10	11.6	6	4	3	3	3	30

### 陕西省 - 市场状况

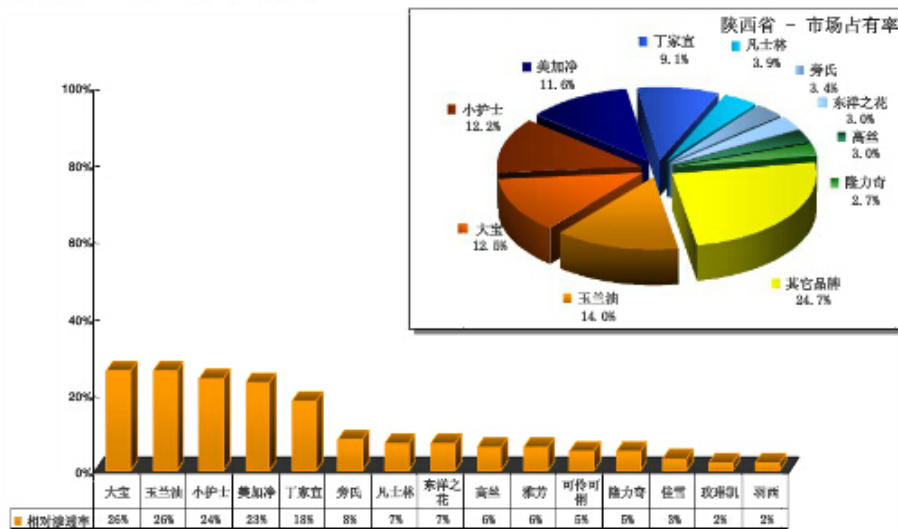


그림 3-2 섬서성 미백 기능성 화장품 브랜드 구매 순위

자료원: 中國行業研究網 <http://www.chinairm.com/>

- 흑룡강성 사람들은 체면을 중시(愛面子)하는 성격으로 명품 브랜드, 고급 제품 선호하는 경향이 있음
- 그러나 중국 평균에 비해 소득수준이 낮은 관계로 중급(40~200위안) 제품 위주로 판매가 이루어짐

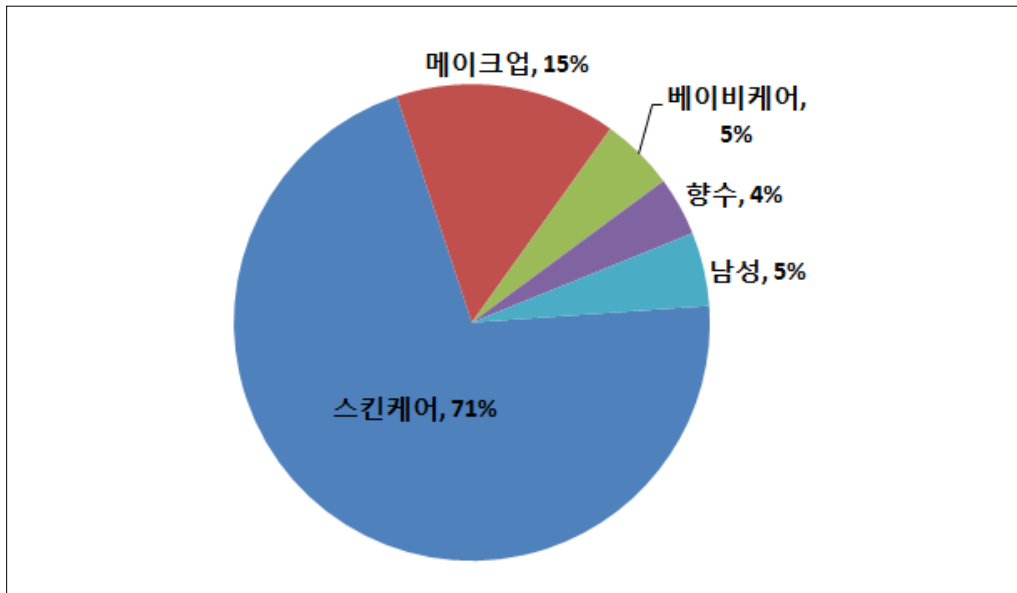
표 3-10 화장품 시장 가격대별 점유율 현황

등급 (가격대)	저급 (40위안 이하)	중급 (40~200위안)	중고급 (200~400위안)	고급 (400위안 이상)
시장점유율	6%	45%	17%	32%

자료원: 百度數據庫

- 종류별로 살펴보면 스킨케어 제품은 화장품 시장에서 압도적인 점유율을 차지하고 있으며, 메이크업 제품의 판매가 가장 빠르게 성장하고 있음

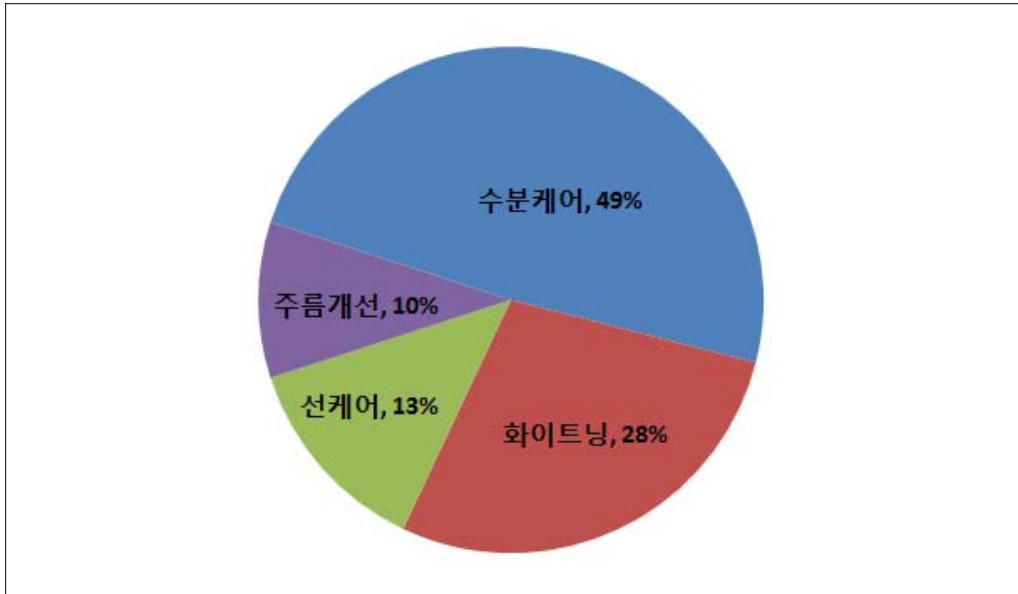
표 3-11 화장품 시장 제품별 점유율 현황



자료원: 百度數據庫

- 제품 기능별로 살펴보면 건조한 지역기후로 수분케어 제품의 판매가 지속적인 호조를 보이고 있으며, 자외선이 강해 선케어 제품에 대한 수요가 많음

표 3-12 화장품 시장 기능별 점유율 현황



자료원: 百度數據庫

- 최근들어, 화장품 소비자들이 “천연”, “활성”, “건강” 화장품에 관심을 갖기 시작하면서, 한방 얼굴 피부보호용 화장품은 소비자들의 열렬한 환영을 받고 있음
  - 이에 따라 생물제제, 생물활성 추출물, 천연식물 첨가제는 화장품 원료가 되었으며, 이미 피부보호용 화장품 연구 개발의 중요 영역 중 하나가 되었음.
- 국내외 기업들이 잇달아 이 세분화 된 화장품 시장에 진출함. 한방 피부보호용 화장품은 급부상했음.
  - 上海家化 기업: “Herborist” 제품으로 중·고급 화장품 시장에 진입함
  - 霸王國際 기업: 피부보호용 “本草堂” 계통의 화장품을 출시
  - 云南白藥, 片仔癀, 同仁堂 등의 제약회사: 세분화된 화장품 시장에 진출하기 시작함
  - L'OREAL PARIS, Estee Lauder 등의 외자기업: 한방 화장품 시장에 대한 투자를 늘리기 시작함.
- 한방 피부보호용 화장품 영역은 거대한 잠재력을 나타내고 있기 때문에 화장품 전체 시장의 발전 속도보다 매우 빠른 양상을 보이고 있음.

□ 경쟁제품 (중국 현지 화장품 브랜드 및 외국 화장품 브랜드)

○ 중국 화장품 시장의 주요 화장품(피부보호용) 브랜드 (괄호 안 연도는 회사 설립연도)

1. L'OREAL PARIS (1907년, 프랑스), 2. 玉蘭油 OLAY (1950년, 중국), 3. SHISEIDO (1872년, 일본), 4. Estee Lauder (1946년, 미국), 5. AVON (1886년, 미국), 6. NIVEA (1911년, 독일), 7. VICHY (1931년, 프랑스), 8. LANCOME (1935년, 프랑스), 9. Avene (1736년, 프랑스), 10. POND'S (1846년, 미국), 11. 曼秀雷敦, 12. MARYKAY, 13. Neutrogena, 14. DHC, 15. 安利·雅姿, 16. Laneige, 17. Clinique, 18. 相宜本草, 19. Za, 20. Clarins, 21. Guerlain, 22. 羽西 Yuesai, 23. 大宝 Dabao, 24. 自然堂 CHANDO, 25. 丁家宜 TJOY, 26. 東洋之花 Tayoi, 27. 佰草集 Herborist, 28. 歐珀萊 AUPRES, 29. 美膚宝, 30. 丹姿 DANZ, 31. Biotherm

○ 중국 현지에서 인기있는 주요 한국 화장품(피부보호용) 브랜드

1. 嬋眞 CHANMZONE, 2. 蘭芝 Laneige, 3. 赫拉 Hera, 4. 謎尙 MISSHA, 5. Skin Food, 6. The Face Shop, 7. Innisfree, 8. Iope, 9. Etude 愛麗, 10. 夢妝 Mamonde

□ 주요 경쟁제품 가격

○ 고급 브랜드 제품 가격대

제조업체	제품명	소비자가격	원산지
LANCOME	Lancome new essence base solution(30ml)	780위안	프랑스
CD	Dior Snow crystals is collected fully clever white club spot repair essence dew (50ml)	1,300위안	프랑스
SK-II	SK-II Facial Treatment Essence (215ml)	1270위안	일본
Estée Lauder	Advanced Night Repair Synchronized Recovery Complex II(50ml)	950위안	미국
guerlain	ABEILLE ROYALE YOUTH SERUM (30ml)	1,270위안	프랑스
sisley	Emulsion Ecologique (125ml)	1480위안	프랑스

## ○ 중저가 브랜드 제품 가격대

제조업체	제품명	가격	원산지
Shiseido	New overflow beauty essence cream (50ml)	420위안	일본
Laneige	water sleeping pack(80ml)	195위안	한국
Biotherm	AQS DEEP SERUM FL (50ML)	520위안	프랑스
mamonde	First Energy Serum (100ml)	180위안	한국

## ○ 저가 브랜드 제품 가격대

브랜드	가격 (피부보호용)	생산지
相宜本草 	70~100위안	중국
Za 	80~150위안	일본
limi 	50~150위안	프랑스
自然堂 	100~200위안	중국
Doctor Li (李医生) 	40~90위안	호주

자료원: Euromonitor from trade sources/national statistics

## 2.5 수입동향

### □ 전체 동향

#### ○ 수입정책 및 필수인증

- 화장품 수입은 중국에서 이미 약품계통의 관리감독 범위에 포함됨. 중국의 국가 식품약품관리감독국(CFDA)에서 화장품 수입을 관리 감독함.
- 국가식품약품감독관리국이 공인한 위생허가기관에서 “위생안전성”검사를 받은 후, 국가식품약품감독관리국에 검사 결과와 함께 “수입화장품 위생허가신청서”를 제출 신고하여 심사를 받아야 함.
- 국가식품약품감독관리국은 심사 결과, 적합한 제품에 대해 위생허가증을 발급하며 허가증을 취득하지 못했다면 통관 및 중국 내 판매가 불가능 함.
- 위생허가증은 매 품목별로 발급되는 것으로, 동일한 생산기업에서 생산되는 동일계열의 제품이라도 제품별로 각각의 허가번호를 취득하여야 함.

#### ○ HS Code:330499(피부보호용 화장품)

표 3-13 최근 3년 화장품 수입 규모 및 수입규모 10개국 수입 동향

(단위: US 천 달러, %)

순위	국가	금액			증가율		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013
0	총계	940,465	1,001,680	1,124,940	37.1	6.5	12.3
1	프랑스	397,383	390,420	422,506	47.1	-1.7	8.2
2	일본	273,907	262,622	231,409	35.5	-4.1	-11.9
3	미국	86,521	86,762	126,245	17.4	0.3	45.5
4	한국	53,623	83,845	124,831	21.1	56.4	48.9
5	영국	27,096	44,650	53,915	32.2	64.8	20.8
6	독일	10,461	12,494	24,239	-1.4	19.4	94.0
7	캐나다	6,639	9,764	21,127	74.7	47.1	116.4
8	벨기에	8143	12,348	15,043	17.3	51.6	21.8
9	스위스	11,735	14,467	14,195	71.4	23.3	-1.9
10	이탈리아	6,644	9,841	13,982	107.0	48.1	42.1

자료원: KITA

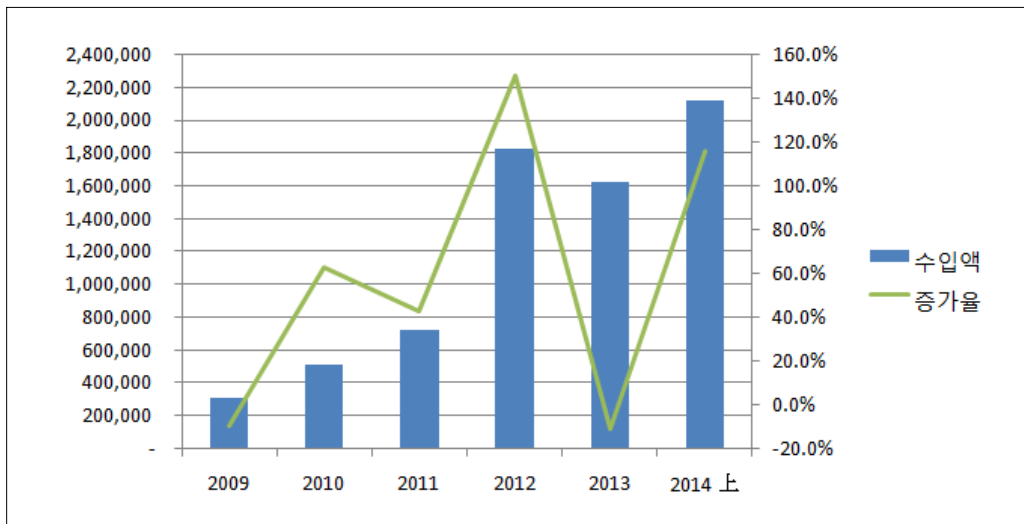
## □ 헤이룽장성 수입동향

○ 2014년 상반기 흑룡강성이 화장품 수입은 약 210만 달러로 전년 동기 대비 115.7% 증가함

- 근년 흑룡강성의 화장품 수입은 빠르게 성장하고 있으며 2013년 기준 수입액은 약 160만 달러로 2009년에 비해 약 5배나 증가했음

표 3-14 흑룡강성 화장품 수입 현황

(단위: 달러, %)



자료원: 중국 세관

- 소비자 해외구매의 증가와 반부패 운동에 따른 고급화장품 수요 둔화로 2013년 흑룡강성의 화장품 수입규모는 소폭 감수 후 2014년 상반기부터 다시 증가세를 보이기 시작했음

○ 화장품 수입액 중 상위 품목은 스킨케어 및 메이크업 제품, 향수 등 순임

표 3-15 흑룡강성 품목별 화장품 수입 현황

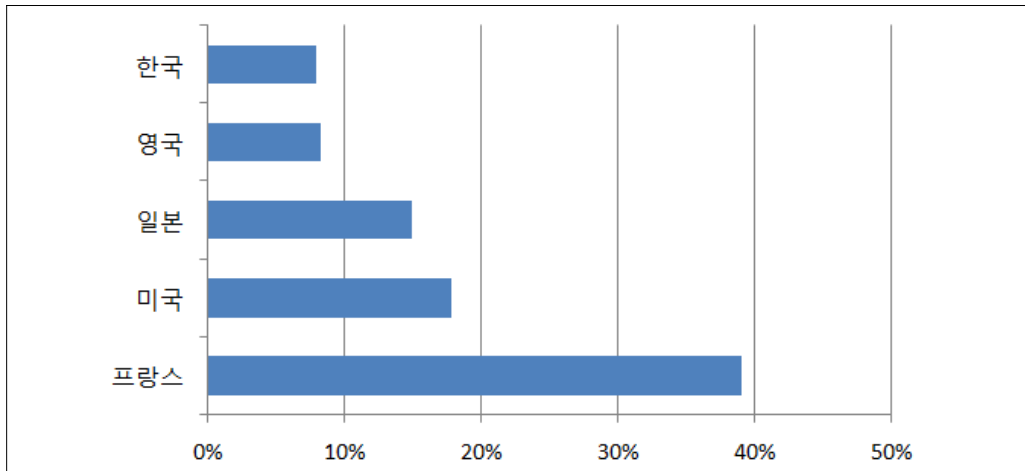
(단위: 달러, %)

구분	2012		2013		2014상	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
향수	153,389	7,718.0	186,867	21.8	490,111	244.8
스킨케어 및 메이크업 제품	809,649	1,519.4	668,255	-17.5	1,098,810	299.7
헤어케어 제품	7,429	116.3	20,521	176.2	13,146	59.8

자료원: 중국 세관

- 흑룡강성 화장품 산업의 상위 수입국 현황을 살펴보면 프랑스, 미국, 일본, 영국, 한국의 순이며, 특히 프랑스로부터의 수입은 전체 수입규모에서 약 40%를 차지하고 있음

표 3-16 흑룡강성 국가별 화장품 수입 현황



### 3. 중국 화장품 수입관리제도

#### 3.1 관세율

- 화장품 품목군별 중국 관세율을 살펴보면 스킨케어와 샴푸 제품의 관세율이 각각 5%, 6.5%로 가장 낮고, 나머지 제품의 관세율은 모두 10%로 나타났다

표 3-17 화장품 품목군별 중국 관세율

HS코드	품목군	관세율(%)
33030000	향수 및 화장수	10
33041000	입술화장용 제품류	10
33042000	눈화장용 제품류	10
33043000	매니큐어용 제품류와 페디큐어용 제품류	10
33049100	분말상의 것(헤이스파우더, 베이비파우더, 기타)	10
33049900	기타 (기초화장용, 메이크업용, 어린이용 제품류, 기타)	5 / 6.5
33051000	샴푸	6.5
33052000	퍼머넨트 웨이빙용 또는 스트레이트닝용 제품류	10
33053000	헤어 래커	10
33059000	기타	10

자료원: 2014年中華人民共和國海關進出口稅則

#### 3.2 수입 허가요건(구비서류)

- 임중에 처한 식물 성분이 포함된 제품은 ABEF가 필요하고 기타 성분 화장품은 AB가 필요함.

A: Custome Clearance of Entry Commodities(수입화물통관단)  
 B: Customs Clearance of Exit Commodities(수출화물통관단)  
 E: export permit for endangered wild animals  
 F: Import permit for endangered wild animal

자료원: 중국 해관

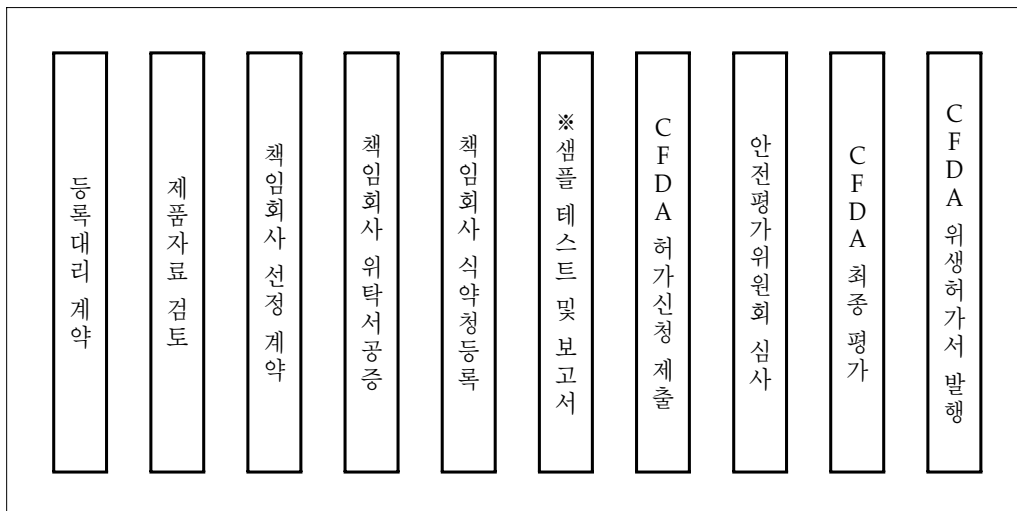
40 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

- 중국 ‘화장품 위생 감독 조례’와 ‘위생부 화장품 위생행정허가신고접수규정’에 따라 처음 수입된 화장품은 바이어 혹은 대리인이 반드시 ‘중국위생행정허가’를 받아야 하며, 관련 수속기간이 최소 6개월에서 2년 정도 소요됨.
  - ‘중국위생행정허가’를 얻은 후에도 중국에 수입되는 화장품은 반드시 검역검사를 거쳐서 ‘수출입화장품심사증서’를 받아야 함. 검사범위는 품질검사, 위생화학검사와 미생물검사 등이며, 최소 15일에서 1개월 가까이 소요됨.
  - ‘중국위생행정허가’와 ‘수출입화장품심사증서’를 취득한 후에 세관통과가 가능하며 세관 규정에 따라 ‘수입상 영업증’, ‘상품명세서’, 쌍방의 대리협의를, 해외생산자 제공 제품위생증명서, 원산지증명서, 세관신고서 등을 제출함.

3.3 CFDA (국가식품약품관리감독국) 인증

- 모든 수입 화장품(보편적인 수입 화장품과 특수용도의 수입 화장품), 새로운 원료를 사용한 수입화장품, 중국산 화장품의 특수제품은 반드시 CFDA에서 등록하여 심사 기준을 받아야 함.

표 3-18 중국 수입 화장품 구매 등록 신청 절차



자료원: KITA

- 1) 1차 서류 접수(제품명, 생산판매증명서, Formula, 생산작업서, 제품설명서, 상품 품질표준서, 제품(1EA))
  - 2) 자체 제품성분 검사 및 서류 검사
  - 3) 2차 서류 접수(미비서류 및 위생검사 신청서 작성, 제품(12EA~: 품목에 따라 샘플 제품 수량 결정))
  - 4) CFDA에서 지정한 검사기간에 검사 의뢰
  - 5) CFDA 신청번호 발급(검사기관)
  - 6) CFDA 점검보고서 완료(검사기관: 신청후 법적으로 2개월 소요)
  - 7) CFDA 최종 검사(국가식품약품감독관리국: 법적으로 1개월 소요)
  - 8) 위생허가증 발급
- 중국통관 구비서류
- 1) 수입 화장품 위생허가 신청표
  - 2) 제품 중문명 명명 근거
  - 3) 제품 배합방법
  - 4) 효과와 성분, 사용 근거, 효과와 성분의 검증방법(특수용도의 화장품)
  - 5) 제품 원포장(제품 라벨, 제품 설명서 포함); 중국시장에서 판매 포장 용 설계 및 제품 설계 완료한 포장(제품 라벨, 제품 설명서 포함)
  - 6) CFDA에서 인정한 허가증 검열기구에서 발급한 검열 보고 및 유관 자료
  - 7) 제품에 포함되어 있는 안전한 위험물질에 관한 안전성 평가 자료
  - 8) 통관 및 검사위탁서(중국수입회사 구비서류) 10자리 수 CODE 2개가 필요
  - 9) 화장품에 사용한 원료는 광우병지역 혹은 국가의 위험성 물질 금지, 사용 제한 요구에 부합된다는 보증서류
  - 10) 제품이 생산국(지역)혹은 원산국(지역)에서의 생산과 판매 증빙자료
  - 11) 등록에 유리한 기타 자료

표 3-19 생산업체 준비자료

번호	자료명	비고
1	제품의 중, 영문 명칭과 신청기업의 중, 영문 명칭과 주소	위탁 생산인 경우 위탁생산계약서 및 생산기업 KCA의 생산자 증명서 제공
2	제품 성분표와 완료품질규격(원료공급상 제품)	번역 필요 시 번역 및 정리 대행
3	제품 사용 설명서	번역 필요 시 번역 및 정리 대행
4	제품 생산 품질표준	대행기관과 협의 후 작성
5	생산지 또는 원생산지의 생산 및 판매 증빙서류	정확한 번역 후 중국공증처에 번역공증
6	중국 책임회사에 대한 위탁서와 위탁 상호 동의서	국외공증 후 정확한 번역 후 중국공증처에서 책임회사가 번역 및 내용공증
7	제품 중 안전위험물질에 대한 안전성 평가 자료	대행기관과 협의 후 작성
8	미개봉 샘플 송부	시험과 허가심사에 사용, 시험소의 요구 수량 준비
9	생산프로세스 및 생산 흐름도	특수 화장품에만 필요
10	기능성분 자료	특수 화장품에만 필요하고 선크림 제품은 제공 불필요

자료원: KITA

○기타 참고사항

- 중국 국가식품약품감독관리국(CFDA)은 2014년 6월부터 중국에서 만들어진 일반 화장품 류에 대해 동물실험을 거치지 않더라도 판매가 허용될 수 있도록 할 방침이나 아직까지 중국 진출 시 모든 화장품은 동물실험을 거쳐야 함.
- 중국 국가식품약품감독관리국 공문의 유효기간은 4년이며 에이전트와 계약 기간도 4년으로 잡는 것을 권장함
- 중국 당국은 자국업체를 보호하기 위해 화장품 수입절차를 매우 까다롭게 설정함. 대리업체를 통해 화장품을 수출하는 것을 고려해 볼 수 있음

## 4. 중국 성별 화장품 바이어정보

### 4.1 흑룡강성 바이어 리스트

번호	회사명	홈페이지	연락처	취급품목
1	鴻琳天成商貿有限公司	www.tiancheng-intl.com	86-451-5555-7999	화장품
2	哈爾濱詩美佳商貿有限公司	xiangmeile.1688.com	86-451-8682-7128	화장품
3	哈爾濱市格瑞斯貿易有限公司	www.hhics.com	86-451-510228-52	화장품
4	黑龍江省愛莎貿易有限責任公司	-	86-451-82366338	화장품
5	哈爾濱妝妃愛美容美發有限公司	-	86-451-82286908	화장품
6	哈爾濱尙优品商貿有限公司	-	86-451-8450-7567	화장품
7	哈爾濱愛姿琳日用化妝品有限公司	www.aizilin.com	86-451-8432-1988	화장품
8	哈爾濱嘉鴻化妝品經銷有限公司	www.jhdllbaby.com	86-138-0461-6543	화장품
9	哈爾濱美諾商貿有限公司	-	86-133-5971-9519	화장품
10	哈爾濱聚興美業化妝品有限公司	-	86-451-87050586	화장품

## 4.2 섬서성 바이어 리스트

1	陕西金特实业有限公司 SHAANXI GIANT INDUSTRIAL CO.,LTD		
담당자	陳聰聰	직위	경리
담당자 Tel	86-29-8935-0509	담당자 Fax	86-29-6282-0077-608
Mobile1	86-185-9177-2657	Email	ccc880622@163.com
설립년도	2008년	종업원 수	100여명
Website	http://www.sxjinte.com/		
주소	西安市碑林区含北路35号新興際華大厦20層		
업종	유통		
생산품목	식품, 생활용품, 가전제품 등		
연간매출	3000만RMB내외	연 수입액	N/A
주요수입국	N/A		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	한국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동사는 섬서성 유림시에서 석유 관련 산업을 투자하는 업체로 시작한 업체임.</li> <li>- 현재 동사는 인터넷쇼핑몰을 계획하고 있으며 좋은 한국 제품을 발굴하려고 하는 차원임.</li> <li>- 관심 품목은 식품, 가전제품, 화장품, 생활용품 등임.</li> <li>- 제품 종류가 충분히 풍성해지면 쇼핑몰에서 전문적인 한국관을 구축할 계획도 있다고 함.</li> <li>- 현재 한국 화장품(스킨케어, 화장품)중에 좋은 제품을 발굴하고 있는 상태임.</li> <li>- 쇼핑몰이 아직 시작 단계이지만 서북지역에서만 집중적으로 영업할 예정이며 전용 물류 업체를 보유하고 있어 향후 서북지역에서 발전 전망이 있는 업체로 판단됨.</li> </ul>		
한국회사에 대한 요청사항			

2	陕西金丽媛化妆品有限公司 Xian Jinliyuan Cosmetics Co., Ltd.		
담당자	郭媛	직위	경리
담당자 Tel	86-29-8862-3182	담당자 Fax	86-29-8862-3182
Mobile1	86-189-9118-8339	Email	289993379@qq.com
설립년도	2007년	종업원 수	25명
Website	http://jly6.cebiz.cn		
주소	陕西省 西安市 未央區雅荷度假山庄B02 1單元133		
업종	대리상, 도소매		
생산품목	화장품, 세제		
연간매출	100만RMB내외	연 수입액	30만RMB내외
주요수입국	없음		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지에서 한국화장품을 전문적으로 대리 판매하는 대리상임.</li> <li>- 코트라를 통해서 한국 화장품 기업과 교신한 적이 있었으나 상대방의 거래조건 때문에 성사 못했다고 함.</li> <li>- 현재까지 기초 화장품(스킨케어제품)을 경영해왔으나 최근 백화점 입점 계획하고 있으므로 알려진 브랜드 제품에도 관심이 생겼다고 함.</li> <li>- 현재까지 주로 다른 지역에 있는 총판을 통해 제품을 구입했으며 직접 수입은 안 되는 상황이나 다른 수입대행 업체와 협력해도 가능하다고 함.</li> <li>- 장기적으로 한국제품에 대한 관심을 가지고 있음.</li> <li>- 장기적으로 제품을 대리/판매하는 의향이 있음.</li> </ul>		
한국회사에 대한 요청사항			

3	西安瑞美化妆品有限公司 Xian Ruimei Cosmetics Co., Ltd.		
담당자	陳輝	직위	총 경리
담당자 Tel	86-29-8833-9743	담당자 Fax	86-29-8833-9743
Mobile1	86-153-3235-7190	Email	realme.good@163.com
설립년도	2007년	종업원 수	50여명
Website	www.realme9.com/		
주소	西安市經濟開發區北二环路東段699号美都.香城2号楼1單元1802室		
업종	화장품, 생활용품 대리판매		
생산품목	화장품, 세제 등		
연간매출	1000만RMB내외	연 수입액	200만RMB내외
주요수입국	한국 등		
한국과의 거래경험	있음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품을 주로 현지에 공급하고 있으나 주변지역으로 진출할 계획이며 품질 좋은 제품으로 시장을 넓히려고 함.</li> <li>- 해당업체는 현지에서 매장을 보유하고 있으며 화장품을 장기적으로 구입할 의향이 있다고 함.</li> <li>- OTTIE, J'AROMA, 등 한국 브랜드와 여러 브랜드의 제품을 대리하고 있다고 함. 한국 제품을 직접 경영하는 경험이 있기 때문에 적극적이며 새로운 브랜드 제품도 발굴하려고 함.</li> <li>- 한국의 좋은 제품에 대해 관심이 많아서 좋은 제품을 발굴해 현지에서 판매하고 있음.</li> <li>- 현재까지 주로 스킨케어 제품만 경영했으나 제품 종류를 넓히는 계획이 있어 메이크업 제품에도 관심이 많음. 또한 매점에서 다양한 제품을 경영하려는 의향이 있음.</li> </ul>		
한국회사에 대한 요청사항			

4	陝西百利商貿有限公司 Shaanxi Baili Trading Co., Ltd.		
담당자	魚建輝	직위	경리
담당자 Tel	86-29-8623-1226	담당자 Fax	86-29-8626-2730
Mobile1	86-189-9118-8662	Email	yujianhui-yu@163.com
설립년도	1996년	종업원 수	100여명
Website	/		
주소	西安市丰禾路6号丰禾小區22号樓7層		
업종	대리, 유통		
생산품목	화장품		
연간매출	500만-1000만RMB	연 수입액	100만RMB내외
주요수입국	호주, 미국		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 화장품, 액세서리 전문 대리 업체이며 섬서성 지역에서 여러 매점이 있으며 백화점에 입점한 상태임.</li> <li>- 대형마트에도 공급하고 있다고 함.</li> <li>- ROREAL 등 브랜드 제품을 위주해서 경영함.</li> <li>- 일반 스킨케어 제품, 메이크업 제품, 기능성 화장품, 비누 등에 대한 관심이 많다고 밝힘.</li> <li>- 아직 한국 업체와의 협력한 경험이 없으나 한국 화장품을 현지에서 경할 의향이 있으며 단일 품목보다 제품 종류 풍성한 업체를 원한다고 함.</li> <li>- 전에 에이전트를 통해서 유명 브랜드 제품을 유치하려고 했으나 가격문제 때문에 거래를 이루어지지 못했다고 함.</li> </ul>		
한국회사에 대한 요청사항			

5	西安非凡时尚用品连锁经营有限公司 SHAANXI LIREN TREADING CO.,Ltd		
담당자	郭洋	직위	경리
담당자 Tel	86-29-8851-8150	담당자 Fax	86-29-8851-8150
Mobile1	86-137-7204-5615	Email	308227295@qq.com
설립년도	2003년	종업원 수	10여명
Website	www.ffsp.com.cn		
주소	西安市西北商貿中心綜合樓A座1203		
업종	도소매		
생산품목	각종 화장품, 액세서리		
연간매출	100-150만RMB	연 수입액	N/A
주요수입국	N/A		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당업체는 각종 화장품을 전문적으로 도매하는 업체임.</li> <li>- 주요 제품은 클렌징, 마스크, 모공팩, 메이크업 용품 등.</li> <li>- 현재 대리하고 있는 브랜드는 'Maybelline New York'와 다른 중국 브랜드들임. 수입제품에 대해 많은 관심 없으나 제품이 좋으면 협력추진 가능함.</li> <li>- 현재 수입산 화장품 유통사업은 시장단계임.</li> </ul>		
한국회사에 대한 요청사항			

## 4.3 사천성 바이어 리스트

1. 成商集团股份有限公司盐市口茂业天地分公司	
대표자	洪源
담당자	洪源
담당자 Tel	86-28-66512077
담당자 Fax	N/A
Mobile	86-18702856148
Email1	18702856148@163.com
Website	www.cpds.cn
주소	成都市東御街19号
업종	유통, 대리
경영품목	화장품

2. 成都琳黛美妆商贸公司	
대표자	嚴敬
담당자	嚴敬
담당자 Tel	86-28-86661653
담당자 Fax	86-28-86661653
Mobile	86-13308056177
Email1	2521287895@qq.com
Website	N/A
주소	成都市人民南路一段118号机電大厦4-19
업종	유통, 무역
경영품목	화장품

3. 成都太平洋化妆品有限公司	
대표자	易繼兵
담당자	易繼兵
담당자 Tel	86-28-86713469
담당자 Fax	N/A
Mobile	86-13882126825
Email1	N/A
Website	<a href="http://5965292.czvv.com/">http://5965292.czvv.com/</a>
주소	成都市人民南路一段97号現代之窗3樓
업종	유통, 무역
경영품목	화장품

4. 四川奥瑞克国际贸易有限公司	
대표자	楊芳
담당자	楊芳
담당자 Tel	86-28-65332787
담당자 Fax	86-28-65332789
Mobile	86-13882126825
Email1	1309086319@qq.com
Website	www.orient.com
주소	成都青羊工業總部基地H區
업종	유통, 무역
경영품목	화장품

5. 成都明熙美业化妆品有限公司	
대표자	汪仁達
담당자	汪仁達
담당자 Tel	86-28-86150108
담당자 Fax	86-28-86150108
Mobile	86-13908235881
Email1	327110393@qq.com
Website	www.cdmxmy.com
주소	成都市上南大街2号長富花園3-12-6
업종	유통, 무역
경영품목	화장품

6. 成都统一量贩超市有限公司	
대표자	鄧小飛
담당자	鄧小飛
담당자 Tel	86-28-66877248
담당자 Fax	86-28-66877248
Mobile	N/A
Email1	N/A
Website	www.uni-mart.com
주소	成都市二环路西一段6号紅星美凱龍B座7樓
업종	유통, 무역
경영품목	화장품

7. 四川忠桥集团有限公司	
대표자	閔蘇琴
담당자	閔蘇琴
담당자 Tel	86-28-69606190
담당자 Fax	86-28-69606190
Mobile	86-13568906071
Email1	zhonghe@sczhongqiao.com
Website	<a href="http://sczhongqiao.com/">http://sczhongqiao.com/</a>
주소	龍泉驛區經開區南二路309号鼎峰動力港3棟
업종	유통, 무역
경영품목	화장품

## 제4장 몽골

### 1. 몽골 화장품 시장개요

- 몽골은 인구 298만 명에 불과한 작은 시장이기는 하나 소득이 점차 증대됨에 따라 화장품 시장은 지속 성장하고 있는 추세임.
- 화장품 전체 수요의 약20% 정도를 몽골기업이 생산하며 나머지는 수입품임.
- 상류층은 유명 브랜드 제품을 백화점에서 구매하고, 대부분을 차지하는 서민들은 일반 상점에서 판매하는 저가 제품을 구입하며 저가제품 중 한국산이 인기가 있음.

표 4-1 최근 3개년의 수입통계

구분		2011년	2012년	2013년
립스틱, 립제품	수입(개)	904,536	626,361	744,073
	수입액(US\$)	860,301	696,481	922,511
	한국(US\$)	1,565	41,985	74,777
눈화장제품, 아이라이너, 세도	수입(개)	550,599	527,094	498,894
	수입액(US\$)	859,791	1,037,744	957,076
	한국(US\$)	10,320	44,115	102,364

구분		2011년	2012년	2013년
바디로션, 매니큐어, 왁스	수입(개)	214,937	272,923	391,382
	수입액(US\$)	170,108	220,396	296,987
	한국(US\$)	10,990	28,073	67,481
파우더	수입(kg)	16,623	24,700	53,908
	수입액(US\$)	695,837	721,583	1,363,826
	한국(US\$)	31,943	68,031	731,377
스크럽제, 마스크, 크림, 스킨 로션	수입(L)	726,211	804,525	801,088
	수입액(US\$)	12,287,433	13,106,932	13,717,289
	한국	278,109	482,589	946,209

자료원: 관세청 통계자료

## 2. 몽골 화장품 시장동향

### 2.1 수요동향

- 몽골 기후가 심하게 건조하여 피부 관리 필요성이 있는 나라임
  - 최근 들어 남성 화장품 수요가 25% 달할 정도로 급속히 증가하고 있는 추세임.
  - 수요는 지속적으로 상승세를 보이고 있으나 최근 환율이 급격히 상승(현재 전년 대비 30%상승)하여 수입품에 대한 가격 인상으로 인해 소비자 구매력이 위축될 것으로 예상, 상승세가 다소 둔화될 것으로 예상됨.

### 2.2 생산동향

- 몽골에서는 Ich Cream LLC, Monos cosmetics LLC, Mandukhai khatan LLC, Mon cream LLC 등이 국내생산 업체들임.

표 4-2 생산업체 현황

업체명	홈페이지	대표전화번호	해외거래 담당자	이메일	연락처
Monos cosmetics	www.monos.mn	976-11-633257	Solongo	solongo@monos.mn	976-99110849
Mandukhai khatan	www.mandukhai-khatan.mn	976-11-360914	-	info@mandukhai-khatan.mn	-
Ich cream	www.ichcream.mn	976-70113642	-	ichcream@yahoo.com	976-99993642

○ Monos Cosmetics LLC (www.monosc cosmetics.mn)



- Monos에서는 주름개선 제품 Biogen 세트, 피부 관리를 위한 Aloe와 Biomon 세트, 남성 제품 Biomax세트, 청년들을 위한 Biotherm 등 제품을 생산하고 있으며 가격이 수입품보다 저렴하고 몽골인의 피부 특성을 고려한 제품이기 때문에 인기가 많음.

○ Mandukhai Khatan LLC (www.mandukhai-khatan.mn)



- Mandukhai khatan LLC는 클렌징 로션, 영양 크림, 마사지용 크림, 샴푸, 린스, 핸드크림 등을 생산하고 있음.

○ Ich cream LLC (www.ichcream.mn)



- Ich Cream에서는 클렌징 로션, 베이비 크림, 스크럽, 영양크림, 선크림 등을 꾸준히 생산하고 있음.

## 2.3 유통구조

### □ 주요 유통채널

- 온라인 시장, 현지 딜러망, 대형유통업체 등
  - 수요의 60%에 해당하는 수입 명품화장품은 대부분 백화점에서 자체적으로 수입, 판매(국영백화점, 울란바토르백화점, Bileg백화점, Bayanzurkh백화점, Max Mall 백화점 등)
- 유명 브랜드가 아닌 중저가 화장품은 수입업체를 통해 수입되어 일반 상가에서 판매됨. 중저가 화장품의 경우 중산층이 주로 구입함.
  - Narantuul 시장, Bombogor 시장, Sunday Plaza 등에서 판매
- 스웨덴 브랜드인 Oriflame 의 화장품이 많이 들어와 있지만 대부분 신문으로 광고하여 소비자들에게 직접 주문 받는 시스템으로 판매하기도 함.
  - 일부 고가 화장품은 딜러가 수입하여 방문 판매 형식으로 판매되기도 함.

표 4-3 화장품판매 백화점 컨택포인트

백화점 명	홈페이지	컨택포인트
국영백화점	www.nomin.mn	+976-11-313232
울란바토르백화점	www.ubds.mn	+976-11-323206, info@ubds.mn
Max Mall	www.maxgroup.mn	+976-11-322323, +976-11-320636 sourcing@maxgroup.mn
Bishrelt	www.bishreltrade.mn	+976-11-324185 altankhuyag.m@bishreltrade.mn
Naran	www.nds.mn	+976-11-316918, +976-328841 info.nds@narangroup.com
SKY	www.skyshop.mn	+976-11-349191,
Sunday Plaza	www.sundaygroup.mn	+976-99105213, +976-99105214

출처: yellow page 2015

## 2.4 경쟁동향

- 전 세계적으로 유명한 브랜드의 화장품들(Channel, L'Occitane, L'Oreal, Yves Rocher, Maybelline, Max Factor, Lacomme, Victoria Secret, Clarins, Hera, O'hui, Laneige 등)도 들어와 판매되고 있지만 대형백화점에서 판매되기 때문에 일반 소비자들은 구입하지 않음
  - 몽골은 심한 빈부격차로 인해 백화점에서 판매되는 고가의 화장품보다 일반가게에서 저렴하게 판매되는 화장품이 주로 많이 팔림.
  - Ich Cream LLC, Monos Cosmetics LLC, Mandukhai Khatan LLC, Mon cream LLC 등의 국내생산 업체들이 몽골에 유통되는 전체 화장품의 20%를 차지함.
  - 최근에 한국의 Tony moly, Faceshop, Etude house, Missha 제품이 온라인이나 오프라인매장을 통해 몽골 소비자들에게 인기를 얻고 있음.

## 2.5 수입동향

### ○ 일반 현황

- 한국 제품이 가장 높은 시장점유율을 보이고 있음

국가별 화장품 수입 통계

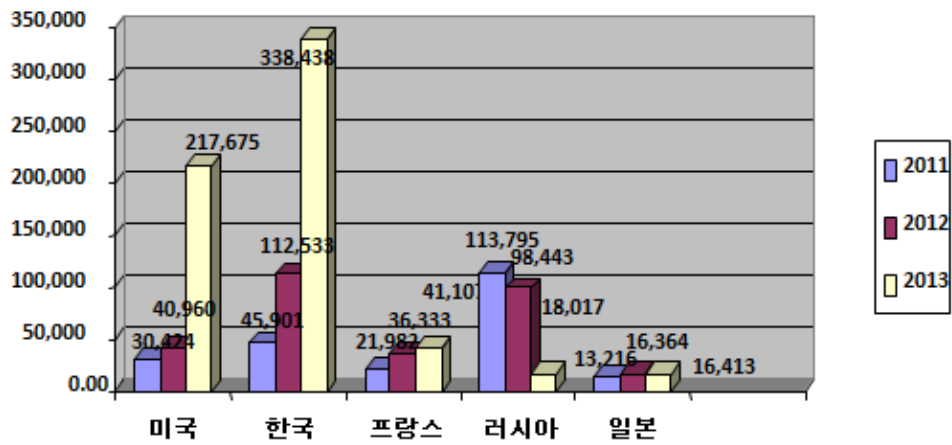


그림 4-1 국가별 화장품 수입 통계

### ○ 몽골의 한국 화장품 브랜드

Brands	Distributor
Laneige	<a href="https://www.facebook.com/laneige.mn">https://www.facebook.com/laneige.mn</a>
The Face Shop	APEX <a href="https://www.facebook.com/apex.thefaceshop/">https://www.facebook.com/apex.thefaceshop/</a>
Missha	<a href="http://misshamongolia.com/content.php?cid=13">http://misshamongolia.com/content.php?cid=13</a>
Etude House	<a href="https://www.facebook.com/EtudeHouseMongolia">https://www.facebook.com/EtudeHouseMongolia</a>

### 3. 몽골 화장품 수입관리제도

#### 3.1 관세율

- 통관 시 관세 5%, 부가세 10%를 납부해야 함.
- 통관 시 유의사항 : 상기 규격표준을 지키지 않을 경우 몰수 등 위험이 있음

#### 3.2 수입 허가요건(구비서류)

- 수입 허가를 받을 시 요구되는 기본사항:
  - 한국 화장품협회에서 발급되는 자료들로 충분하며, 제조회사에서 발급한 Health certificate, 품질증명서, 인증서
  - 처음으로 수출 시 샘플 검사를 받아야 함. 상기 서류들을 세관에 제출하면 제품 통관이 편리함.
  - 샘플 검사를 국내에서 해야 하며 국내 연구소 정보는 아래와 같음.

		시험기관	
기관명		SAMO institute	몽골 종합 중앙 연구원
홈페이지		www.samoinstitute.mn	-
연락처	담당부서	식품연구실	인증관리센터
	전화번호	(+976)7013-2039	(+976)7000-5972
	팩스번호	(+976)11-343117	-
	이메일	info@samoinstitute.mn	-
기타		샘플 검사할 시기에 따라 담당자가 다름.	

## - 위생 평가 및 원산지 증명

※ 몽골에 식품, 약품, 제품 등을 처음 수입하고자 할 경우 미리 샘플, 시료 등을 검사 받는 것이 좋음. 해당 물품이 몽골의 표준, 규격 등에 맞지 않을 경우 반품, 압수, 제거 등의 위험이 있음. 신규수입물품의 물품평가실험, 수입 후 확인 실험 등의 권한은 몽골 전문 감사청\*에 있음

\*웹: [www.inspection.gov.mn](http://www.inspection.gov.mn)

- 해당 몽골 규정 (MNS0981:99, MNS5805, MNS5921, MNS5923, MNS4362, MNS4401, MNS4575, MNS5340, MNS5577, MNS5578)를 각각 확정했음.

## ○ 몽골의 위생법(관련 조항)

- 국가 위생법 제13조에 의거하여 국민 안전에 영향을 미치는 기술 및 제품, 화학 물질 등을 수출 및 수입할 경우 몽골 위생 및 전문검사기관의 평가를 받아야 함.
- 제14조 제 1항에 의거하여 수입할 제품 및 화학 물질, 원료, 기술은 국민의 건강, 환경에 유해하지 않고, 몽골 및 국제적으로 품질보증을 받아야 함.
- 제 14조 2항에 의거하여 국민과 기업 및 유관기관은 제품, 화학 물질, 원료, 기술을 수입할 경우 본법 14.1항에서 가리키는 요구사항을 계약서에 미리 명시하여, 법에서 가리킨 경우에 대외무역담당 정부기관에서 허가를 받고, 국경에서 통과 시킬 때 본 계약서와 관련제품의 수입허가 및 품질 보증서를 국경 전문감시기관에서 검사를 받는다
- 제14조 제 3항에 의거하여 수입한 제품, 화학 물질, 원료, 기술을 공장에서 내보내 고객에게 판매하기 전 마지막 단계에서 전문감시기관의 평가를 받아야 함.
- 제 14조 제4항에 의거하여 권한 기관에서 국경 통과를 허가한 독성물질을 운송, 보관, 판매, 사용할 안전작업의 요청을 수입 기관 및 기업, 개인이 책임짐.
- 제14조 제 5항에 의거하여 법에서 다르게 정해주지 않았으면 식품 원료, 제품을 수입할 경우 본 법 14.2, 14.3의 규정과 관련 없음.

## 제5장 캄보디아

### 1. 캄보디아 화장품 시장개요

- 캄보디아 젊은이들은 한국 문화에 개방적이며, 한국 문화와 생활양식이 화장품 산업 발전에 주된 추진 요인임.
- 특히 젊은 여성층은 미용에 매우 관심이 높음.
  - 젊은 남성들 역시 점차적으로 외모에 신경을 쓰고 있으며, 더 나은 외모를 위해 소비를 하고 있음.
- 캄보디아의 부유한 중산층은 그들에게 부족하다고 인지되어 있는 부분들을 받아들이고 배우고 있기 때문에, 화장품 산업은 경제적 안정과 더불어 호황을 누리고 있음.
- 화장품 산업의 급성장을 통해 캄보디아 정부, 특히 보건부는 2008년 7월 말 불법 뷰티 크림을 포함한 화장품 제품의 품질 규제에 대한 시행령을 승인
  - 변질 제품 및 불법 화장품의 수입 예방 및 사용자를 위한 품질과 안전 보장 및 화장품 분야의 건전 교역을 만들기 위한 목적

## 2. 캄보디아 화장품 시장동향

### 2.1 수요동향

- 많은 캄보디아 사람들, 특히 젊은층(15-25세 남녀)과 중년 여성(25세부터 40세)이 요즘 자신들의 아름다움을 위한 화장품 구매가 많음.
  - 이용자들이 뷰티제품을 건강상의 이점과 영향에 대한 이해가 거의 없이 사용하는 경향이 있으며 화장품의 품질이 어떤지 뿐만 아니라 제품을 적절하게 사용하는 법을 잘 모름.
  - 소수만 적절한 사용을 위해 미용 성형 병원이나 뷰티샵 혹은 센터를 감
- 현재 화장품 시장은 작고 수입업자와 공급자가 많기 때문에 경쟁이 매우 치열함
  - 점점 더 많은 캄보디아 사람들, 특히 여성들이 뷰티에 관심이 높아지고 있으며, 특히 스킨케어와 화이트닝 제품에 더욱 관심이 있기 때문에 수요 측면에서는 매우 긍정적
- 수요의 증가에 따라 수입업체와 유통업체의 수 역시 증가하고 있으며, 이는 업체들 간의 심각한 경쟁으로 이어짐.
  - 경쟁력 있는 가격으로 양질의 제품을 제공할 수 있고, 새로운 제품을 소비자에게 소개시켜줄 수 있는 외국 공급업체를 찾으려 하고 있음
- 고객의 관심과 제품에서 수익을 얻기 위해 그들은 텔레비전, 라디오, 잡지 또는 전단뿐만 아니라 거리의 빌보드에 광고를 심는데 많은 돈을 쓰고 있음. 뿐만 아니라, 워터 페스티벌, 전시회 이벤트 등과 같은 특별한 행사에는 소비자들에게 특별 할인을 제공
  - 잡지와 전단이 더 많은 화장품 광고, 특히 미백 및 스킨케어 제품에 대한 광고를 담고 있음.

## 2.2 생산동향

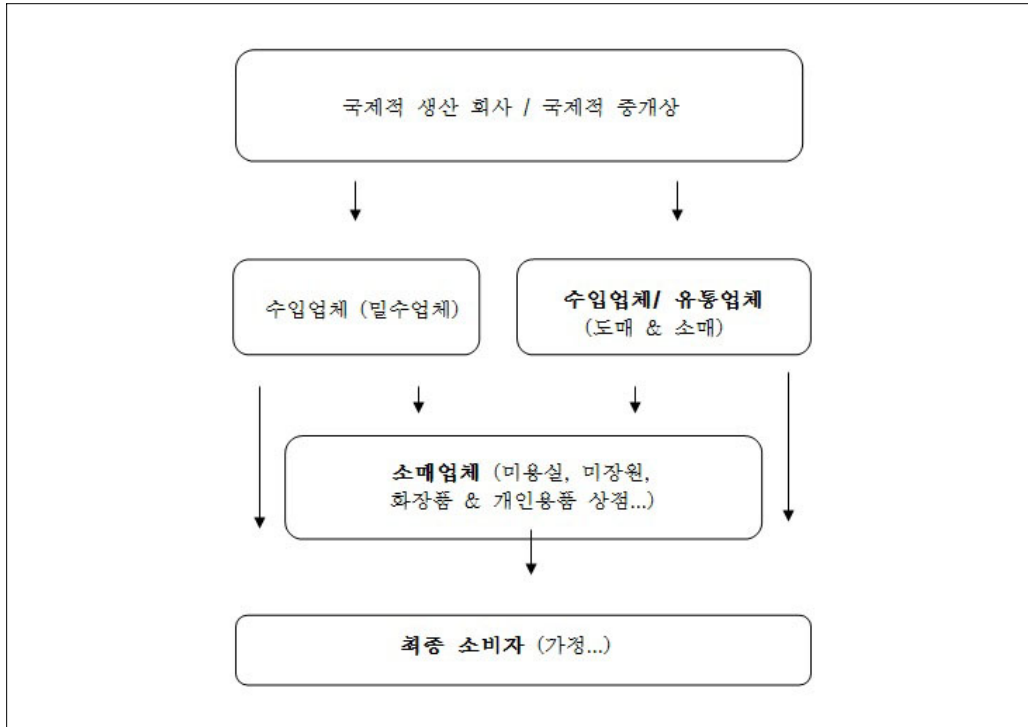
- 2000년 이후로, NKA(Nearby Khmer Association) 같은 몇몇 국내 제조업이 설립되어 이웃 국가인 베트남과 태국과 같은 국가로부터 원자재를 수입하여 12개 타입의 샴푸와 다른 제품과 혼합품을 생산함.
  - 생산자들은 자신의 제품을 향상시키고 화장품을 다양화하기 위해 노력 중

## 2.3 유통구조

### □ 유통채널

- 약 280개의 코스메틱 및 퍼스널 케어샵과 회사가 전국에 걸쳐 운영 중. 이들 중 약 100개 업체가 수입을 하고 있으며, 도소매는 화장품 뿐만 아니라 국내 시장 대상 퍼스널 케어도 포함되는 반면, 나머지 업체는 소매와/또는 뷰티 살롱 서비스만 함.
  - 대다수는 제품을 소량 수입하는 소규모 공급자.
  - 화장품은 국가 전반에 걸쳐 널리 이용가능하며, 특히 뷰티샵, 약국, 슈퍼마켓, 미니마트(Mini Mart)뿐만 아니라 전통 시장에서도 가능. 프놈펜(수도)은 제품을 지방으로 공급하는 주요 지역임
- 수입업체/무역업체는 프놈펜과 다른 지방 지역의 소매업체와 사용자들을 대상으로 한 도/소매를 목적으로 국제적 제조업체/중개상으로부터 수입을 함
  - 소매업체에 의해 밝혀지지 않은 일부 수입업체는 합법적 무역업체보다는 밀수업체로 묘사됨
  - 소매업체는 해당 제품을 사용자에게 판매. 화장품 중개상은 보통 한 개 이상의 공급업체를 가지고 있음.
- 시장에서 판매되는 제품의 대부분은 품질 면에서 완전히 통제되지 못함.
  - 이들 제품은 정부가 조치를 취함에도 불구하고 종종 라벨이 올바르게 되어있지 않거나 아예 없음.

표 5-1 유통 경로



## 2.4 경쟁동향

### □ 현황

○ *Lioele, Face Shop, Diti, O'yes, PAN Whiting Cream, Nivea, Vasalin, Noun Anong, ANY, U CARE, POP, Somang, Muslkara ratu, EGF, Maysair, Facial Foam, Olay, Avon, Galinic, Shiseido, POND'S, 566, Diadermine SPF, Erison, VOV, Obsidian, Perfect Care, BB Cream, U Care, PAN Cosmetic, RiUP, Bellewave, L'OREAL, KUSTIE* 등의 크림, 로션, 스크럽, 마스크 같은 수천가지 브랜드가 경쟁

- 태국, 베트남, 싱가포르, 프랑스, 말레이시아, 인도네시아, 한국, 미국과 같은 해외에서 온 제품으로 이들 제품 중 일부는 인접국에서 밀수로 들여오는데 대부분은 태국산이며, 베트남에서 소량 밀수

- 가격 면에서, 전통 시장 화장품 가격은 슈퍼마켓, 약국, 미용 수술 병원, 뷰티 샵/센터와 비교했을 때 일반적으로 꽤 저렴함.
  - 일본과 프랑스 화이트닝 스킨케어 제품이 대체적으로 이용되며 질적인 측면에서 좋게 인식되어 있는 반면 태국은 수용가능 가격측면에서 3번째
  - 한국제품은 캄보디아 소비자에게 잘 알려져 있고 잘 인식되어 있으며, 품질측면에서 한국산 제품에 대한 캄보디아인의 인식은 높은편.
- 캄보디아에서 가장 인기 있는 브랜드 화장품은 일본산 *Shiseido*이며, 프랑스산 *Avène, L'oréal, & Oligodermie* 과 미국산 *Revlon*도 있음.
- 태국산 *POND's, Nivea, U Care* 도 인기가 있으며, *Face Shop, Lioele, EGF, Lucifer, Bamboo Whitening, Somang, Obsidian, 3 Effect, AQUA doll, Love Forever, Lioele, VOV* 같은 많은 한국 브랜드도 시장에서 구할 수 있음.
  - 일부 한국 제품은 한국에서 직접 수입되는 것이 아니라 태국에서 수입 됨.
- 대부분의 제품은 동일한 기능을 가지고 있으나 다양한 품질과 가격을 가지고 있음
  - *SORIYA, Sovanna, Lucky and Market* 같은 슈퍼마켓, 클리닉, 미용실에서 제품 가격은 일반적으로 전통 시장의 가격보다 더 높음
- 지역 시장에서 화장품 가격은 단가 0.5달러에서 150달러의 범위 내에 있으며, 전통 시장의 가격은 보통 0.5달러에서 20달러의 범위 내에 있는 반면에, 슈퍼마켓 또는 미용실 가격 범위는 1.5달러에서 150달러임
  - 일부 제품의 가격, 특히 한 세트의 가격은 이 보다 더 높을 수 있음.

표 5-2 화장품 가격 리스트

국가	브랜드	용도	단가 (달러)
프랑스	로레알(L'oréal)	눈 주위	25.00
	로레알(L'oréal)	눈 주위	14.30
	로레알(L'oréal)	얼굴 주위	25.00
	로레알(L'oréal)	얼굴 주위	23.00
	아벤느 에멀전(Avène Emulsion)	얼굴 주위	28.50
	아벤느 크림(Avène Crème)	얼굴 주위	26.00
	아벤느(Avène)	눈 주위	23.00
	디아더민(Diadermine) SPF 6	얼굴 주위	14.00

국가	브랜드	용도	단가 (달러)
프랑스	올리고더미(Oligodermie)	얼굴 주위	72.00
	올리고더미(Oligodermie)	눈 주위	54.00
	Belleware	얼굴 주위	19.00
	알파(Alpha) KM 15ml	눈 주위	18.00
	알파(Alpha) KM 15ml	눈 주위	16.00
	알파(Alpha) KM 30ml	얼굴 주위	18.60
	알파(Alpha) KM 30ml	얼굴 주위	13.50
	Hyfac plus gommagel 50ml	얼굴	7.50
태국	바세린(Vasalin) 480ml	바디	5.50
	Noun Anong 600ml	바디	2.50
	애니(Any) 600ml	바디	2.50
	U Care 150 ml	바디	1.75
	POP	바디	4.50
	폰즈(POND's)	얼굴	1.75
	이즈미(ISME) 500g	바디	15.00
	니베아(Nivea)	바디	4.50
	바세린(Vasalin) 600ml	스킨	5.80
	니베아(Nivea) 엑스트라 쉘 리페어 5 in 1 UV 화이트닝 바디 로션 400ml	스킨	4.00
	니베아(Nivea) 5 in 1 UV 화이트닝바디 로션 400ml	스킨	4.00
	니베아(Nivea) 바디 인텐시브 밀크 엑스트라 딥 리페어 400ml	스킨	4.30
	니베아(Nivea) 나이트 화이트닝밀크 바디 로션 400ml	스킨	4.50
	니베아(Nivea) 화이트닝 밀크 바디로션 UV 프로텍션 400ml	스킨	4.50
	니베아(Nivea) Q10 300ml	스킨	3.00
	리질리언트 콤플렉스 얼티미트 스무딩 더블 캐비어 페이스 크림 (에비앙스(Aviance))	스킨	118.00

70 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

국가	브랜드	용도	단가 (달러)
태국	리질리언트 콤플렉스 얼티미트스무딩 더블 캐비어 아이 크림(에비앙스(Aviance))	스킨	70.00
미국	Dermallogicu	바디	130.00
	Maysair 400g	바디	8.00
	Madre Perla 114g	바디	16.00
	ORK Vanney UV protect & Vitamin E	페이스 케어	6.00
	레브론(Revlon) 포토 레디	메이크업 기초	13.00
레브론(Revlon) UVB & UVA 화이트닝 바디로션 500ml	피부	4.50	
일본	QI 에멀전 (시세이도(Shiseido))	얼굴	145
	Dear Serum Excellence (시세이도(Shiseido))	얼굴	91.00
	화이트 로션 (시세이도(Shiseido))	바디	104.00
	화이트 세럼 (시세이도(Shiseido))	바디	178.00
	화이트 페이스 마스크 (시세이도(Shiseido))	얼굴	124.00
	바디 스크럽 (시세이도(Shiseido))	바디	73.00
	바디 파우더 (시세이도(Shiseido))	바디	65.00
	인리치드 바디 크림	바디	86.00
바디 샴푸	바디	73.00	
말레이시아	팬(PAN) 화이트닝 크림 200ml-100ml	바디 & 핸드	5.50
	T3	여드름의 국소 치료	5.00
호주	Rosken 200ml 모이스처링 크림	스킨	16.00
	Rosken 200ml 건성 피부	스킨	16.00
한국	보브(VOV)	아이 메이크업	8.00
	옵시디안(Obsidian)	헤어 컬러	7.50
	3 이펙트 BB 화이트닝 UV 차단 링클 프리70 ml	메이크업 기초	5.00
	러브 포에버 (Surge Extra-thirsty skin relies) 40 ml	얼굴 주위	5.00
	아쿠아 돌(AQUA doll) (컬러 샵 콜라겐 에센셜 스킨) 30 ml	스킨	1.00

국가	브랜드	용도	단가 (달러)
한국	소망(Somang)	남성용 얼굴용	12.00
	BB 메디비아(BB Medibea)	스킨 프로텍션	2.50
	그리스티앙 지오(Gristian Gio ) 썬블록	스킨 프로텍션	6.00
	EGF 엑스트라(EGF Extra)	스킨 토너	5.00
		크림	7.00
		밀크 로션	6.00
		화이트닝	6.00
JOA	크림 팩	7.5	
인도	Meprogyl Gel/ Metronizole Gel USP	여드름의 국소 치료	2.50

출처: 슈퍼마켓 및 전통시장 소매상

- Central Market의 두 소매업체에 따르면 베트남 제품은 태국산 제품에 비해 싸지만 품질이 떨어지기 때문에 현대화된 시장이나 미용실에서 거의 볼 수 없다고 함.
  - 현장 연구를 통해 현대화 시장, 성형외과, 미용실/센터에서 판매되는 화장품의 대부분은 일본산, 이탈리아산, 프랑스산, 호주산 그리고 미국산인 반면에 전통 시장에서는 태국산이 대부분 판매됨.
  - 태국산 제품은 대개 프랑스산, 한국산, 미국산 또는 일본산 제품에 비해 저렴함.
- 한국 화장품은 품질에 있어 캄보디아인들에게 인정을 받기 시작하는 단계
  - 바이어/수입업체는 한국 화장품이 좋은 품질로 인정하며, 한국 제품의 시장성 있는 단가가 5달러에서 30달러 범위여야 한다고 제안

## 2.5 수입동향

### □ 관세율

- 2008년 한국 캄보디아 아세안-코리아 자유무역 협정 (AKFTA)을 위한 관세 인하/철폐 일정에 따르면, 한국 수입산 화장품은 민감품목군(Sensitive List, SL)과 초민감품목 (Highly Sensitive List, HSL)에 속함

\* 수입세 35%

72 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

\* 종량세 10%

\* 부가세 10%

- 한국 화장품은 명시된 일자에 관세 상한이 정해질 것임

□ 수입통계

○ 캄보디아 경제재무부 세관부서의 통계를 근거로 2013년 9월기준 화장품의 수입액은 약 미화 18.6백만 달러임.

- 이 수입액에서, 태국은 큰 공급자로 국내 시장의 80퍼센트를 차지하고 있으며, 뒤이어 베트남, 말레이시아, 프랑스와 기타 국가들이 있음.

- 사실상, 수입액은 관세국 기록 보다 높을 수 있음.

표 5-3 2011-2013국가별 화장품 수입액

국가	2011		2012		2013 (1월~9월)	
	금액 (USD)	퍼센트	금액 (USD)	퍼센트	금액(USD)	퍼센트
태국	18,226,650	83.9	18,590,263	84.1	14,982,410	80.3
프랑스	599,996	2.8	584,761	2.6	712,716.28	3.8
베트남	585,776	2.7	617,472	2.8	970,199	5.2
필리핀	501,822	2.3	482,934	2.2	151,075	0.8
싱가포르	472,075	2.2	474,060	2.1	202,984	1.1
말레이시아	406,294	1.9	132,089	0.6	200,895	1.1
영국	132,555	0.6				
미국	109,788	0.5			78,256	0.4
인도네시아	105,349	0.5	511,768	2.3	463,098	2.5
대한민국	102,453	0.5	87,765	0.4	91,513	0.5
이탈리아	76,014	0.4	48,328	0.2		
인도	70,440	0.3	158,751	0.7		
일본			143,358	0.6	113,124	0.6
호주			69,680	0.3		
네덜란드					327,466	1.8
계	21,718,410.18	100.0	22,111,266	100.0	18,649,777	100

자료원: 캄보디아 경제재무부 세관부서 (The Customs House)

- 열악한 법 집행, 세금에 대한 관세 당국의 비효율성 및 만연한 부패 때문에, 태국과 베트남으로부터 밀수가 점점 더 확대.
  - 일부 코스메틱샵과의 인터뷰는 샵에서 이용하는 제품 일부가 세관에 세금을 지불하지 않고 태국에서 수입한 제품임을 보여줌.
- 캄보디아의 화장품 산업은 갈수록 태국, 프랑스, 일본, 한국 그리고 미국이 주도하는 국제적 동향의 영향을 받고 있음
- 캄보디아는 화장품에 대한 지역 생산이 없기 때문에 대부분의化妆품을 수입
  - 약 100개의 상점 및 회사가 페이스, 스킨 크림, 립 메이크업, 아이 메이크업, 페이스 크림, 여드름 방지 크림, 스킨 및 페이스 로션 등 수 천 가지의 다양한 품질의 제품을 외국으로부터 수입

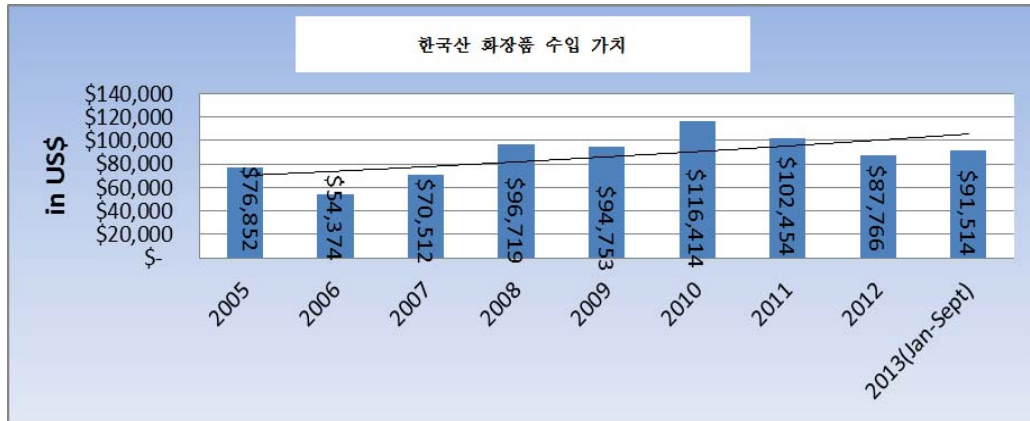
표 5-4 화장품 수입 동향 2011~2013



출처: 경제재무부 세관 부서

- 캄보디아는 2005년에 5.66백만 달러 상당의 화장품을 수입하였으며 2011년에 이 수치가 21.71백만 달러로 증가. 수입 가치가 2012년에 22.11백만 달러로 증가.
- 2000년부터 캄보디아로 한국 화장품이 수입되었으나, 당시 수입액은 매우 미미
  - 최근 한국 화장품 수입액에서 긍정적인 증가세가 나타남

표 5-5 2005~2013 한국산 수입 화장품 동향



출처: 경제재무부 세관 부서

- 2000년부터 캄보디아로 한국 화장품이 수입되었으나, 당시 수입액은 매우 미미
  - 최근 한국 화장품 수입액에서 긍정적인 증가세가 나타남

### 3. 캄보디아 화장품 수입관리제도

- 제품 품질 규제 시행령에 따르면, 유통업자/수입업자는 의약, 식품 및 화장품 부서와 시장에 합법적인 출시를 위해 보건부에 화장품 인증을 신청해야 함
- 수입업자와 거래업자는 신청서를 작성하여 각 제품의 샘플 두 개와 오리지널 제품 인증서(제품 생산 원재료)를 작성해야 함
  - 비용은 제품 당 미화 35달러에서 50달러이며 승인까지 약 1달 정도 소요됨.

#### □ 수출시 유의사항

- 캄보디아 화장품 시장에 진출하는 데 있어 중요한 점은 자체적인 사무실 또는 중개상/유통업체의 설립형태에 있음.
  - 자체적인 브랜드를 개발하고 로열티를 취득하고 특히 해당 시장에 진심으로 진출하였다는 것을 보여주기 때문

## 4. 캄보디아 화장품 바이어정보

1. Sambatt Viphou Co.,Ltd	
주소	No 6A, St 366, 12308 Phnom Penh
담당자	Ms. Votey
직위	Manager
전화번호	855-10-59-70-70
이메일	sambattviphou@gmail.com
취급품목	Cosmetic and Personal Care (Korea)
비고	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sambatt Viphou Co.,Ltd.는 한국에서 캄보디아로 화장품을 수입하는 업체로 Ms. Votey는 경쟁력 있는 가격에 화장품을 공급할 수 있는 새로운 공급업체를 찾고 있다</li> <li>▶ 바이어에 따르면 그녀는 한국 기업들과 사업 회의에 참석해서 제품 정보에 관한 세부적인 내용을 알고 싶어 함.</li> </ul>

2. Be & Care (Cambodia) Co.,Ltd	
주소	No.26-G, gold Road, Sovanna Market, PP
담당자	Mr. Chhaya Min
직위	Manager
전화번호	855-92-789-708
이메일	info@bccambodia
취급품목	Personal care, Body care, Skin care product (Thailand and Korea)
비고	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 퍼스널 케어, 바디 케어, 헤어 케어 및 메이크업 제품들의 수입 업체이자 유통업체</li> <li>▶ 관리자는 새로운 공급업체를 찾으려 해외 출장을 자주 다녀오며, Mr. Chhaya Min은 한국 기업의 제품에 관심이 있다</li> </ul>

3. 3G CORPORATION	
주소	No. 27, St. 564, Boeung Kok 1, Toul Kork, Phnom Penh
담당자	Mr. Theng Chanborey
직위	Manager
전화번호	855-98-749-999/23-883-369
이메일	info@3gcorporation.com
취급품목	Health care products (Australia)
비고	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 캄보디아로 헬스케어 제품을 수입하는 업체로 Vitamore, Gooday, Healthy, Vitamore 같은 서로 다른 브랜드의 헬스케어 제품들이 이 업체로 수입됨</li> <li>▶ Mr. Theng Chanborey는 한국 기업에서 헬스케어 제품을 수입하는 것에 관심을 보임</li> </ul>

4. Sky Beauty Care Co.,Ltd	
주소	No. 33, St. 336, 12160 Phnom Penh
담당자	Ms. Sok Seiha
직위	Manager
전화	855-17-788-838
이메일	lh836group@yahoo.com
취급품목	Cosmetics (China and Thailand)
비고	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 캄보디아 시장에 화장품을 수입하는 수입업체로 중국과 태국에서 약 2000종의 화장품을 수입하고 있음</li> <li>▶ 보디아 시장에서 한국 화장품이 더 인기 있기 때문에, Ms. Sok Seiha는 한국 기업에서 제품을 수입하는데 관심이 있으며 사업 제휴에 대한 논의하기를 바랍</li> </ul>

5. GTF Worldwide (Cambodia) Ltd.	
주소	No. 1A, Lum (St.), 12102 Phnom Penh
전화	855-98-800-678/83-808-088
취급품목	Health care products (France and England)
이메일	info@gtfcambodia.com
홈페이지	www.gtfcambodia.com
비고	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 캄보디아에서 GTF 제품의 유일한 도매 업체이자 구매업체로 다양한 종류의 제품을 공급하는 마트와 슈퍼마켓을 보유</li> <li>▶ 건강 제품의 경우, 이 기업에서는 GTF 밀크 및 GTF 캡슐 같은 모든 종류의 GTF 제품을 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이러한 제품을 판매하는 상점이 더 이상 없으며, 이 제품들은 제 2형 당뇨병 예방 및 조절 치료, 심혈관계 질환의 예방 및 조절 치료, 지방간 예방 및 조절 치료, 체중 증가 예방 및 조절 치료, 또한 면역체계 강화에 사용</li> </ul> </li> </ul>

## 제6장 인도네시아

### 1. 인도네시아 화장품 시장개요

#### □ 시장개요

- 시장연구기관인 유로미터 인터네셔널(Euromonitor International)에 따르면, 인도네시아 화장품 산업 가치는 미화 5억불 이상이며 매년 12퍼센트 성장함.
  - 인도네시아 뷰티 산업은 2009년 금융 위기에 영향을 받지 않았으며, 가장 큰 성장 잠재력을 지닌 국가임.
  - 2014년, 인도네시아 뷰티 산업 성장률은 20%로 지속적으로 성장할 잠재력을 지님
- 인도네시아는 75,000명에게 일자리를 제공할 수 있는 760개 화장품 회사가 있으며, 화장품 업계 마케팅 부문에서만 600,000명의 노동력을 수용.
- 산업부의 산업 제조 국장에 따르면, 화장품 산업 총매출은 상승하여 Rp 11.2 조까지 예측, 이는 2012년 Rp 9.76 조 보다 15퍼센트 증가, 수출액은 Rp 3 조 에서 Rp 9 조로 급격히 증가하였음
  - 인도네시아 화장품 협회(Perkosmi) 회장 Nuning S. Barwa 에 따르면, 화장품 판매량 성장은 특히 중산층 소비자의 수요증가에 힘입었으며, 남성의 화장품 사용 증가 추세도 화장품 성장을 주도.
  - 매출은 화장품의 가장 주된 형태가 차지, 헤어 케어(50.2 %), 메이크업(28.7%), 스킨 케어(13%), 향수(8.1%).

표 6-1 인도네시아의 화장품 산업 시장 상황

년도	시장 규모	현지 화장품 판매	수입 화장품 판매	수출
2010	8조 9천억 루피아			7조 루피아
2011	1십조 4천억 루피아	8조 5천억 루피아	1조 8천 7백억 루피아	3조 루피아
2012	1십 2조 2천억 루피아	9조 7천 6백억 루피아	2조 4천 4백억 루피아	3조 6천억 루피아
2013*	1십 4조 4천억 루피아	1십 1조 2천억 루피아	3조 1천 7백억 루피아	9조 루피아

자료 출처: 인도네시아 공화국 산업부

비고: \* 예상

- 현재, 국내 화장품 산업은 국내 시장에 수입 화장품 유통에 의해 도전에 직면
  - 이는 프리미엄 국내 시장(고급 브랜드)의 높은 수요 때문으로 화장품 협회 자료에 따르면, 지난해 수입 화장품 판매는 Rp 2.44 조, 2011년 Rp 1.87 조 대비 30% 증가했으며 2013년 수입 화장품 판매규모는 30% 증가한 Rp 3.17조까지 상승할 것으로 전망.
- 수입 화장품의 판매 증가는 인도네시아로 화장품 수출이 용이한 아세안 국가의 수입 관세 조화가 원인이며, 그 외에 제품 혹은 브랜드 프리미엄(고급 브랜드)에 대한 높은 국내 수요가 원인임.
- 화장품 협회의 교역장 Wiyantono 에 따르면, 수입 화장품 시장 성장은 국산 화장품 판매 성장을 추월할 것이라 전망.
  - 수입 화장품의 인도네시아 시장 진출은 주로 소규모 기업 뿐만 아니라, 증화시장(다층 시장)을 통해서도 이루어지며, PT Unilever Indonesia, Tbk (UNVR), PT Mandom Indonesia, Tbk (TCID) 같은 일부 대기업은 이미 인도네시아에 생산 시설을 보유.
- 인도네시아 화장품 기업 협회(PERKOSMI)의 회장인 Mrs. Nuning S. Barwa는 인도네시아 화장품 시장의 가능성이 아직 매우 크다고 언급했음. 이러한 상태는 외국 의 화장품 제조업체들이 인도네시아 시장에 관심을 갖도록 유발함. 또한, 유럽 및 미국의 경제가 약화된 상태임.

## □ 가능성

- 2011년 통계국에 따르면 인도네시아의 인구는 2억 4천 1백 1십 8만 명 이상인 것으로 파악되며 이로 인해 인도네시아는 대규모의 강력한 화장품 시장을 보유하고 있음.
- 인도네시아의 나이별 인구 구조는 0~14세가 39.5%, 15~64세가 66%, 65세 이상이 4.5%임.
- 인도네시아의 대다수 인구가 생산 연령(15~64세)에 속해 있음. 인구 통계 피라미드에서의 이러한 우세(66%)는 다른 국가들에 비해서 인도네시아에 커다란 이점을 제공함.

표 6-2 인도네시아 인구의 나이 구조, 2011

No	나이	남성	여성	남성 + 여성	%
1	0 ~ 14세	36,583,977	34,584,902	71,168,879	39.5%
2	15 ~ 64세	79,981,540	79,218,328	159,199,868	66.0%
3	65세 이상	4,847,897	5,965,538	10,813,435	4.5%
총합		121,413,414	119,768,768	241,182,182	100%

자료 출처: 인도네시아 통계청(BPS)

- 인도네시아의 수많은 15~64세 인구 집단이 인도네시아 화장품 시장의 가능성이 되었음. 2011년에 이 나이 집단의 여성 인구는 7천 9백 2십 만 명에 달했음. 2015년에는 이 나이 집단의 여성 인구가 9천 4백 2십 만 명까지 증가할 것으로 추정되었음.
- 여성 이외에도, 남성들의 화장품 사용 트렌드 역시 최근 몇 년 동안 인도네시아에서 지속적으로 증가했음. 비교적 15~64세 남성의 수가 이 나이 범위에 있는 여성의 수로 상쇄되는데 이 나이 범위 역시 화장품 산업에 좋은 시장임.

## 2. 인도네시아 화장품 시장동향

### 2.1 수요동향

#### 1) 화이트닝 스킨케어에 대한 인도네시아인의 높은 수요

- 1997년 L'Oreal이 실시한 조사에 따르면, 인도네시아 여성들(자카르타, 반둥, 세마랑, 수라바야 및 메단 같은 인도네시아 대도시를 대상으로 함)의 85%가 어두운 피부를 가지고 있는 것으로 나타남.
- 오래 전에 실시된 조사이긴 하지만, 해당 조사 결과는 현재 상태와도 여전히 관련성이 있는데 유전적으로 인도네시아 여성들의 피부는 갈색임.
- 인도네시아는 열대 기후를 지니고 있음. 일반적으로, 날씨는 덥고 습함. 최근 지구 온난화와 겹치면서 인도네시아의 날씨가 점점 더 더워지고 있음. 인도네시아 같은 열대 국가의 경우, 태양의 자외선이 사람들의 피부에 영향을 줌. 더운 기후 조건 탓에 인도네시아 사람들이 땀을 더 많이 흘리는데, 이로 인해 피부에 유분이 많아짐. 따라서, 인도네시아 사람들이 많은 피부 문제를 겪음. 주요 문제로는 여드름 피부 문제와 검은 반점이 있음.
- 유전 요인, 열대 기후 및 자외선 효과 이외에도 인도네시아 여성들이 겪는 피부 문제가 있음. 건강하지 않은 피부를 유발할 수 있는 심각한 오염과 에어컨(AC)이 바로 그 문제인데, 건강하지 않은 피부는 쉽게 칙칙해지고, 주름이 생기며 노화가 발생함.
- 위에서 언급했던 요인들보다 앞서 고려해야 할 것이 대부분의 인도네시아 여성들이 부드럽고 생기가 넘치며 건강하고 하얀 피부를 원하게 되면서 피부에 좀 더 관심을 갖기 시작했다는 것임.
- 이러한 인식이 해를 거듭할수록 증가하고 있음. 따라서, 피부를 부드럽고 생기 넘치며 건강하고 하얗게 만들 수 있다고 주장하는 페이스 및 스킨케어 제품들이 시장에서 가장 잘 팔리는 화장품이 됨.
- 인도네시아에서는 여성들만 부드럽고 생기 넘치며 건강한 피부를 바라는 게 아님.

업계 소식통의 정보에 따르면 남성들 역시 피부에 좀 더 많은 관심을 갖는 걸로 나타남.

- 업계 소식통은 남성과 여성 모두가 스킨케어 트리트먼트의 가치에 점점 더 많은 관심을 보이고 있기 때문에 스킨케어 제품의 시장 규모와 판매가 지속적으로 증가할 것을 예상함.
- 스킨 트리트먼트를 위해 미용실 또는 페이스 & 스킨 클리닉을 찾는 사람들의 수가 더 많아지고 있어, 페이스와 스킨케어 제품의 판매 성장을 촉진.
- 미용실에서 사용되는 제품들로는 Murad, Sothys, ROC, DuraSkin, Miracle White, ERHA, Natasha, Nghongoh 외 다수가 있음. Dr. Supijati, Dr. Eva, Dr. Chytia, Dr. Lewi 등이 스킨케어로 유명한 피부과 전문의 임. 이들 대다수는 자신의 이름을 사용해서 스킨케어 브랜드를 생산함.
- 앞서 언급한 모든 이유들에 근거해서, 페이스 및 스킨케어를 위한 다수의 수입 브랜드들이 인도네시아 시장에 진출했으며 매출은 지속 성장중
- 최대 판매 전망
  - 화이트닝 제품: 흰 피부 또는 뽀얀 피부로 만들어주는 제품이 인기가 있음. 흰 피부가 아름다운 것으로 여겨지며 좀 더 상류층 또는 귀족적인 사회적 지위를 상징함.
  - 노화 방지 제품: 젊음을 회복시켜주고 피부를 팽팽하게 하며 노화 발생 요인들을 방지해주는 제품. 나이 먹은 직장 여성들은 보다 젊은 외모를 유지하고 더 젊게 보이기 위해, 노화 방지 혜택을 약속하는 제품에 기꺼이 돈을 씀.
  - UV-차단: 태양으로 인한 기미 및 손상 효과를 줄여주는 UV 차단 기능의 스킨케어 제품이 인기가 있음. 젊은 여성일수록 태양이 피부 손상과 때 이른 노화의 원인이 된다는 걸 인식하고 있으며 그로 인해 자외선 차단제의 사용이 증가.

## 2) 인도네시아 시장의 수입 화장품

- 인도네시아에서는 수입 화장품의 반응이 좋음. 하지만 인도네시아로 수출 시 성공을 거두려면 공격적인 마케팅 캠페인이 필수. 품질, 유행 트렌드 및 브랜드 명이 소비자 선호도에서 중요한 역할을 함.

- 인도네시아는 세계에서 4번째로 인구가 많은 나라이며, 그 수가 대략 2억 4천 1백만 명에 달함. 이러한 인구의 12%~15%가 중~고소득 범위에 있는 것으로 추정됨. 이들은 수입 제품을 살만한 여력이 있는 사람들임. 이러한 부유층 소비자들은 주로 도시 지역에 집중되어 있음.

### 3) 나이 집단에 따른 소비자 특성

- 중년층 소비자들은 강력한 선호도를 보이며 한 브랜드를 지속적으로 사용하는 경향이 있음. 이 집단에서는 명성 및 브랜드 인지도가 지속적으로 화장품 구매 요인임.
- 젊은 소비자들은 여기 저기 알아보고 다른 제품을 사용하며 다른 브랜드를 선택하는 경향이 있음.
- 젊은 소비자의 특성은 다른 소비자의 특성과는 상이함. 10대들은 재미있는 무언가를 좋아함. 따라서 해당 제품이 매력적이지 않다면 청소년 시장에 뛰어들면 안됨. 또한, 제품 포장 역시 10대들이 선호하는 색을 사용해야 함. 청소년 시장에서 일하고자 한다면 포장을 매력적으로 하는 것이 하나의 중요한 요인이 됨. 이들의 구매 행동은 충동적이기 쉬움. 화장품의 구매 결정이 대체로 점포에서 이루어지므로 브랜드 인지도의 역할이 줄어들게 됨. 따라서, 눈을 사로잡을만한 포장이 매우 중요함.

### 4) 소득 집단에 따른 소비자 특성

- 고급 소비자는 높은 사회적 지위를 지닌 유명 브랜드 제품에 기꺼이 높은 가격을 지불함.
- 중-저소득 집단은 가격을 따지며 경제 변동에 민감함.

### 5) 성별에 따른 소비자 특성

- 매일 화장하는 것은 직장 여성들에게 필수 요건이 되었음. 화장품의 지배적 소비자는 지속적으로 여성임.
- 남성들 역시, 특히 젊은 남성들이 정기적으로 화장품과 스킨케어 제품을 사용하고 있음. 남성 시장 부문에서 판매가 꾸준히 증가하고 있는 추세임.

- 인도네시아 여성들은 시장 추종자임. 이들은 싱가포르 및 홍콩 같은 다른 아시아 국가의 인기 있는 유행 트렌드를 따라 하려고 노력함. 업계 소식통에 따르면, 싱가포르에서 인기 있는 제품이 인도네시아에서도 성공할 가능성이 큼.

#### 6) 제품 이미지에 따른 소비자 특성

- 인도네시아 소비자들은 낮은 품질의 제품에 혐오감을 가지며 브랜드 제품을 좋아함. 이들은 또한 이미지에 신경 쓰는 경향이 있음. 품질이 좋고 포장에 잘되어 있으며 유통이 잘되고 홍보가 잘 이루어지면서 경쟁력 있는 가격을 지닌 제품이 저렴한 제품에 비해 브랜드 충성도를 얻기 쉬움.
- 명성과 브랜드 인지도가 화장품 구매를 지속적으로 자극함. 다수의 소비자들이 높은 사회적 지위를 지닌 유명 브랜드 제품에 기꺼이 높은 가격을 지불함.
- 인도네시아로 수출 시 성공하려면 공격적인 마케팅 캠페인이 필요함. 품질, 유행 트렌드 및 브랜드 명이 소비자 선호도에서 중요한 역할을 함..

#### 7) 쇼핑 시기에 따른 소비자 특성

- 르바란 또는 이틀 피트리(이슬람교도 기념 행사), 음력 설 및 크리스마스 같은 휴가 시즌 동안 소비자들의 지출이 증가함. 이 축제 시즌 동안 수요가 증가하기 때문에 가게들은 연중 이맘때를 활용함.

## 2.2 생산동향

- 산업부에 따르면 현재 인도네시아에 있는 화장품 제조회사는 744곳으로 대형회사가 28곳, 중소기업이 208곳, 영세기업이 508곳으로 구성함. 업계는 75,000명 이상의 근로자와 직거래 판매사원이 600,000명 있음.
- 인도네시아 시장에 시장을 선도하는 외국 회사는, 많으며 그중 일부 이름을 대자면 유니레버 인도네시아, Procter & Gamble, 에이본, 바이어스도르프, Cussons, 존슨 앤존슨, 사라 리, 카오 인도네시아임.
- 에이본, 렉스, 라이프보이, 클리어, 선실크, Brisk, 비오레, Zwitsal, Pepsodent와 같

은 세계에서 유명한 화장품이 현재 인도네시아 시장에 진출해 있음.

- 최근 인기 있는 유행은 ‘자연으로 회귀’이며 시장을 개발하려고 국내 많은 제조회사가 힘을 쓰고 있음. 유명한 회사 가운데는 PT Martina Berto, PT Mustika Ratu, PT Ristra Indolab, PT Sari Ayu가 있음.
- PT Martina Berto사는 1977년에 설립했음. 자무(Jamu)(전통 한방)와 사리아유(Sariayu)(자바어로 아름다움의 정수라는 뜻)를 상표명으로 한 화장품을 생산함. PT Martina Berto사는 마케팅 전략을 15~25세 여성에 맞춤.

표 6-3 Marina Berto사 생산능력

No	화장품	일 년에 생산능력
1	액체 화장품	3,000톤
2	고체 화장품	750톤
3	한방	1,500톤

- PT Mustika Ratu tbk사는 1978년 3월 14일에 설립함. 한방, 식품 보조제, 화장품, 건강음료의 거래회사, 유통회사와 다른 관련 회사를 거느린 기업임.

표 6-4 Mustika Ratu사 생산능력

No	화장품	일 년에 생산능력
1	전통 의학	7,400톤
2	두발 제품	1,500만톤
3	피부 보호 화장품	9,000톤
4	한방으로 만든 음료	1,500만톤
5	토닉차	60,000톤
6	광천수	1,920만톤
7	화장품	150톤

- PT Mustika Ratu사는 1978년부터 사업을 시작함. 20개 국으로 수출을 하며 두발 관리, 피부 관리, 바디 케어, 기초화장품, 색조화장품, 한방으로 만든 음료, 미용 보조제 따위의 700개가 넘는 화장품을 판매함.
- 일부 상표는 Mustika Ratu, Puteri, Biocell, Kenanga, Ananda, Ratu Mas, Taman Sari Royal Heritage Spa, 남성용 Bask와 같은 필수품으로 성인 여성, 아기, 가족을 겨냥함.
- PT Vitapharm사는 설립한 지 40년이 넘었고 Jawa Timur주 수라바야시에 있음. ‘2004년 화장품 부문에서 인도네시아 최고 상품’과 ‘밀크 클렌저, 페이스토닉, 분 부문에서 인도네시아 최고 상표상’ 같은 상을 여러 번 받았음. 회사가 주력하는 일부 상표는 Viva Standard, Viva Queen, Red-A, Gayatri임.

표 6-5 Vitapharm사 생산능력

No	화장품	일 년에 생산능력
1	샴푸	42,000리터
2	헤어 컨디셔너	179,450리터
3	탈취제	1,250kg
4	클린징 크림	1,500리터
5	수렴화장수	574,500리터
6	마스커	6,300리터
7	피부 영양크림	50,400kg
8	액상화장품	550만 병
9	립스틱	520만 다스
10	분 화장품	2.5만 부대

- Ristra는 PT Ristra Indolab사에게 생산하며 회사는 1968년에 설립했음. ‘아름다움의 과학’이라는 회사 신조아래 PT Ristra Indolab는 약학용 등급에 따라 표준에 맞춰 원재료를 씀.

- 회사는 152가지 화장품을 전국에서 팔고 있음. Ristra 화장품의 생산하는 범위는 피부 관리, 미용, 두발 관리 화장품임. Ristra의 유명한 화장품은 JJ 파운데이션과 여드름 로션임. Ristra외에도 Trustee라는 상표도 있으며 이 회사는 10대를 겨냥한 마케팅 전략에 중점을 두고 있음.

## 2.3 유통구조

- 인도네시아의 화장품 유통 경로
  - 직접 마케팅
    - 널리 알려져 있고 이곳에서 허용되는 전통적인 방법의 하나가 직접 마케팅임. 제조업체는 판매원들을 통해 제품을 고객에게 직접 유통시키는(방문 판매) 총대리점/유통업체를 지정함. 이 방법은 재고 시설을 갖춘 사무실만 있으면 됨.
  - 다단계 마케팅
    - 다단계 마케팅은 화장품 판매원들 사이에서 최근 들어 인기 있는 사업 관행이 된 또 다른 시장 접근법임. 유통 및 판매망의 영향력으로 다단계 마케팅 기업들은 일반적으로 경제적 위기를 이겨 낼 수 있었음.
- 화장품은 직접 마케팅 및 다단계 마케팅 기법 이외에 대형 할인점, 슈퍼마켓, 약국 및 백화점에 있는 소매업체를 통해 판매되기도 함. 도매업체와 유통업체는 제품의 판매를 늘리기 위해 슈퍼마켓 및 기타 소매 경로에서 디스플레이 카운터를 위한 공간을 줄이고 판촉인을 배치하기도 함.
- 인도네시아의 뷰티 제품 관련 유통 구조를 설명하기 위해, 인도네시아 화장품 시장의 주요 업체 중 하나인 PT Mustika Ratu Tbk와 국제적으로 잘 알려진 L'Oreal 및 Oriflame 같은 브랜드의 유통 구조를 논의함으로써 논의가 계속될 예정임.

### 1) PT Mustika Ratu Tbk.

- 인도네시아의 주요 화장품 업체 중 한 곳인 PT Mustika Ratu Tbk는 제품 라인의 시장 침투 전략을 지원하기 위해 광범위한 유통 시스템을 보유함. 이 업체는 유통 시스템이 Java Princess, Taman Sari Royal Heritage 및 유통업체, 세 개의 라인으로 나뉨.

- 자바 프린세스(Java Princess) 와 타만 사리 로열 헤리티지(Taman Sari Royal Heritage)는 모두 프랜차이즈 스푸에 있는 PT Mustika Ratu tbk의 자회사 임. Java Princess는 인도네시아에 두 곳이 있는데 두 곳 모두 자카르타 지역에 위치해 있음. Taman Sari Royal Heritage는 인도네시아에 모두 8개의 지점을 보유함. Taman Sari Royal Heritage가 선택한 곳 중 하나가 발리에 있는 Nusa Dua임. 발리는 국제적으로 유명한 관광지이며 누사 두아(Nusa Dua)는 발리의 방문 명소 중 하나임.
- PT Mustika Ratu Buana International(PT MRBI)이라는 이름의 유통 회사를 설립한 것과 별개로, PT Mustika Ratu tbk는 인도네시아 전역에 제품을 유통시키기 위해 다른 회사들과 협력 관계를 맺기도 함. 자카르타 지역에 제품을 유통시키기 위해, 해당 업체는 PT MRBI의 세 지점을 보유하고 있으며 다른 두 개의 업체인 PT Dos Ni Roha 및 PT Jalur Sutramas와 협력 관계를 맺고 있음. 해당 업체는 보고르, 베카시, 탕계랑 및 데포크 같은 주변 지역과 자카르타를 담당하기 위해 총 7개의 유통 지점을 보유함.
- 이 업체는 주로 자바 섬의 제품 유통에 초점을 맞추고 있으며, 자카르타, 반텐, 자와바르트, 자와텡가, 요그야카르타 및 자와티무르 같은 지역이 여기에 포함됨. 또한, Mustika Ratu는 자바 섬 전역에 제품을 유통시키기 위해 23개의 유통 지점을 보유함.
- Mustika Ratu는 자바 섬 외부 지역에 대해서는 총 30개의 유통 지점을 보유하고 있는데, 수마트라 지역에 11개의 유통 지점이 있고, 칼리만탄 및 술라웨시 지역에 각각 4 개의 유통 지점이 있으며 인도네시아의 기타 지역에 11개의 유통 지점이 분포되어 있음.
- Mustika Ratu의 유통은 소매업체를 뚫고 들어가는 유통 경로를 통해 이루어지는데, 소매업체는 본질적으로 Mustika Ratu의 화장품을 최종 소비자에게 판매하는 업체임. Mustika Ratu의 제품을 판매하는 전통적 소매업체의 수에 대한 자료는 이용할 수 없지만 Mustika Ratu의 제품을 판매하는 현대적 소매업체의 수에 대한 자료는 손쉽게 이용할 수 있음.

- 인도네시아에서 현대적 시장 소매업체는 자바에 집중적으로 발전되어 있음. 따라서 Mustika Ratu는 자바에서 가장 영향력이 큼. 이는 부분적으로는 업체가 자바에 좀 더 많은 유통 지점을 보유하고 있기 때문임.
- Mustika Ratu는 현대적 시장 소매업체와 프랜차이즈 스페에만 의존해서는 강력한 시장 경쟁력을 갖출 수 없음. 따라서, 최종 소비자로 이어지는 판매 네트워크를 증가시키기 위해 Mustika Ratu는 제품 전략에 따라 전통적 시장 소매업체를 뚫고 들어감. AC Nielsen의 평가에 따르면 현재 인도네시아에는 전부 합쳐 대략 2백만 개에 달하는 전통적 시장 소매업체가 있음.
- 총 2백만 개의 전통적 시장 소매업체 중 대략 30%가 Mustika Ratu의 제품을 판매하는 것으로 추정됨. Mustika Ratu의 제품을 판매하는 전통적 시장 소매업체 중 대다수가 자바에 위치해 있음.

## 2) L'oreal(로레알)

- 인도네시아에 있는 로레알(L'Oreal)은 Mustika Ratu와 비슷한 유통 구조를 지님. L'Oreal은 고객에게 다가가기 위해 현대적 시장과 전통적 시장의 소매업체 경로를 모두 사용함. 또한 L'Oreal은 뷰티 살롱과 약국을 목표 대상으로 하기도 함.
- 뷰티 살롱 시장에서, L'Oreal은 2003년 초반부터 조니 앤드린(Johnny Andrian) 미용실 프랜차이즈와 협력 관계를 맺어왔음. 현재까지, Johnny Andrian 미용실 프랜차이즈는 인도네시아 전역에 대략 170개의 사업체를 보유하고 있음.
- L'Oreal 제품은 소매업체에 보급되기 전에 PT Enseval Megatrading tbk 와 PT Dos Ni Roha에 의해서 인도네시아 전역에 먼저 유통됨.
- 해당 업체는 유통 기반시설 일환으로 4,500명의 직원과 1,000개의 차량을 보유하고 있음. PT Enseval Putera Megatrading Tbk가 다루고 있는 아울렛의 총 수는 대략 2십만 개로 추정됨. 아래 그림은 PT Enseval Putera Megatrading Tbk의 인도네시아 유통망을 보여줌.



그림 6-1 PT Enseval Putra Megatrading의 유통 라인

- Enseval은 인도네시아 전역에 있는 모든 지점에 제품을 유통시키기 위해 자카르타에는 3개, 수라바야에는 1개의 유통 센터를 보유하고 있음. 각각의 유통 센터는 인도네시아에서 특정 지역을 담당함. 자카르타에 있는 3개의 유통 센터 중 한 곳은 수마트라 지점들에 제품을 유통시키는 일을 담당하고 또 다른 유통 센터는 자바 지역에 제품을 유통시키는 일을 담당하며 마지막 한 곳은 수라바야에 있는 유통 센터에 제품을 전달하는 일을 담당함. 그리고 수라바야에 있는 유통 센터는 대체로 인도네시아 동부 지역 지점들에 제품을 유통시키는 일을 담당함. Enseval은 인도네시아 전역에 총 42개의 지점을 보유함.
- PT Dos Ni Roha는 인도네시아에서 건강 및 소비자 제품의 유통을 맡고 있는 또 다른 주요 유통업체임. 해당 업체는 인도네시아에 총 47개의 지점을 보유함. 이 유통업체는 인도네시아의 뷰티 살롱 시장과 약국 침투를 담당하고 있음.

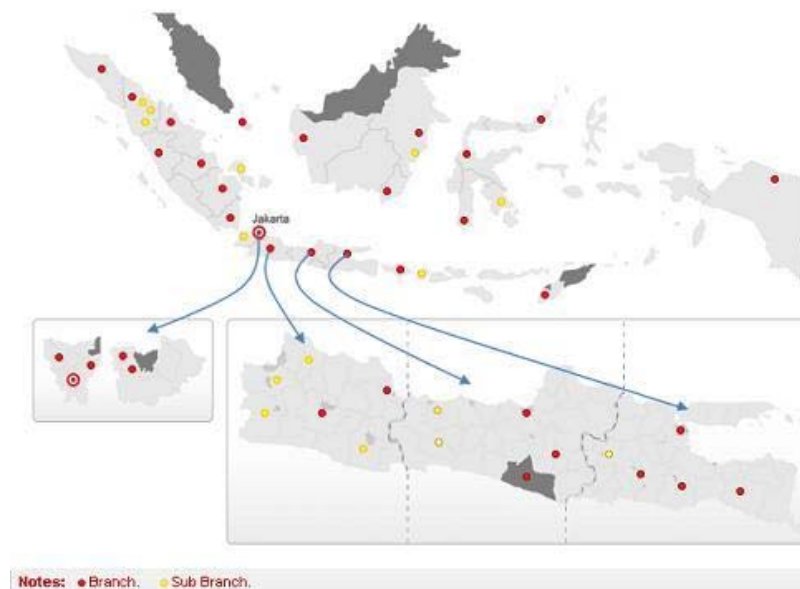


그림 6-2 PT Dos Ni Roha의 유통 라인

- 2009년까지, 인도네시아의 약국은 그 수가 10,378개에 달함. 자와바르트 지역이 가장 많은 약국 인구를 보유함. 자와티무르 지역이 두 번째로 많은 약국 인구를 보유하고 있으며 자카르타가 그 뒤를 이어 세 번째로 많음. L'Oreal은 대략 47개의 인도네시아 약국을 겨우 뚫고 들어갔음.

### 3) Oriflame(오리플래임)

- 인도네시아의 Oriflame 브랜드 화장품은 PT Orindo Alam Ayu에 의해서 수입됨. 해당 브랜드는 1986년에 인도네시아로 처음 들어왔음. Oriflame을 위한 시장을 확립하기 위해, 해당 업체는 다단계 판매 유통을 이용함. 이러한 방법을 이용해서, Oriflame은 시장에 빠르게 침투할 수 있었음.
- 2005년에, Oriflame의 컨설턴트 또는 직접 판매원은 그 수가 대략 70,000명에 달함. 2009년 말에, Oriflame 컨설턴트의 수는 300,000명까지 증가했음. 업계 분석가의 평가에 따르면 Oriflame의 사업은 대략 60%의 연평균 성장을 거두고 있음. 이러한 주장을 뒷받침할 수 있는 근거 자료는 없지만, 2005년에서 2009년 사이에 직접 판

매월의 수가 34%의 연평균 성장을 거둔 것으로 보아 Oriflame이 그러한 연평균 성장을 거둔 것으로 짐작할 수 있음.

## 2.4 경쟁동향

- 수입 제품, 인도네시아에서 만든 외국 제조업체의 제품 및 불법 수입 제품으로 인해 인도네시아 화장품 시장에서 경쟁이 발생함.
- 평균적으로, 미국, 독일, 프랑스, 일본 및 중국에서 수입된 제품들이 인도네시아 화장품 시장의 13퍼센트를 장악함.
- 현지 화장품은 인도네시아 국내 시장에서 87퍼센트의 점유율을 장악함. 이러한 제품에는 PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) 및 PT Martina Berto Tbk (MBTO) 같은 인도네시아 제조업체의 제품과 Unilever Indonesia, PT Procter & Gamble Indonesia, L'Oreal 및 PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) 같은 해외 제조업체들의 제품이 포함되어 있음.
- PERKOSMI(인도네시아 화장품 협회)의 자료에 따르면, 인도네시아에서 화장품류 및 화장품을 생산하는 업체는 그 수가 744개에 달함. 인도네시아의 화장품 및 화장품류 생산업체가 이렇듯 많은 것은 현지 화장품 및 화장품류의 수요가 크기 때문임.
- 이러한 기업들 중 500개의 기업이 중소기업의 생산업체임. 이 업체들은 적당한 가격의 화장품, 비누, 로션 및 스킨케어 제품을 생산함.
- 그에 반해서, 대규모 생산업체들은 인도네시아에서 라이선스를 받은 제조 시설을 운영하는 업체들로, PT Rudy Soetadi에서 생산을 맡은 레브론(Revlon), PT Unilever에서 생산을 맡은 Ponds, Vaseline 및 Dove, PT Yasulor에서 생산을 맡은 L'Oreal, PT Mandom Indonesia에서 생산을 맡은 Pixy, Gatsby 및 Miratone이 포함됨.
- 인도네시아의 주도적 화장품 업체 세 곳이 PT Martina Berto, PT Mustika Ratu 및 PT Vitapharm임. 이 업체들은 전통 약초 및 비전통 스킨케어 트리트먼트를 생산함.

표 6-6 라이선스를 받은 화장품 업체

생산	브랜드
PT Rudy Soetadi	레브론(Revlon), 울티마 II(Ultima II)
PT L'Oreal Indonesia	로레알(L'Oreal), 메이블린(Maybelline), 랑콤(Lancome)
PT Unilever Indonesia tbk	시트라(Citra), 폰즈(Ponds), 바세린(Vaseline), 클리어(Clear), 선실크(Sunsilk), 도브(Dove)
PT Procter and Gambler (P&G)	올레이(Olay)와 클리어라실(Clearasil)
PT Kao Indonesia	카오(Kao)
PT Sara Lee Indonesia	사라 리(Sara Lee)
PT Mandom Indonesia	픽시(Pixy), 게츠비(Gatsby), 미라톤( Miratone), 스폴딩(Spalding), 퓨셀(Pucelle)

○ 불법 수입 제품들, 특히 중국에서 수입된 제품들 역시 인도네시아 화장품 시장에서 일정 부분을 차지하고 있음. 경쟁력을 갖추기 위해, 중간 규모 및 대규모 현지 화장품 제조업체는 현재 소비자들의 선택 경향을 파악하여 제품의 경쟁력을 강화시켜야 함.

표 6-7 인도네시아 내 한국 화장품 브랜드 및 유통업체

생산	브랜드
라네즈	PT Laneige Indonesia Pacific <a href="http://www.laneige.co.id">http://www.laneige.co.id</a>
더 페이스 샵	PT Perdana Duta Persada <a href="http://www.thefaceshop.co.id">http://www.thefaceshop.co.id</a>
에떡드 하우스	PT Interkos Jaya Bhakti <a href="http://www.ijb.co.id">http://www.ijb.co.id</a>
홀리카 홀리카	PT Kors Beautipedia Permata
미샤	PT Miin Kosmetika Indonesia <a href="http://www.thenissigroup.com/beauty.html">http://www.thenissigroup.com/beauty.html</a>
토니모리	PT Bina Langgeng Lestari
후	PT Bina Langgeng Lestari

96 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

생산	브랜드
네이처 리퍼블릭	PT Emera Retailindo <a href="http://www.mra.co.id">http://www.mra.co.id</a>
설화수	PT Laneige Indonesia Pacific <a href="http://www.laneige.co.id">http://www.laneige.co.id</a>
스킨푸드	PT Sentra Cantika Prima
닥터자르트	PT Artdeco Indonesia
스킨 79	PT Interkos Jaya Bhakti <a href="http://www.ijb.co.id">http://www.ijb.co.id</a>
투 스쿨 포 스쿨(Too School For School)	PT Emera Retailindo <a href="http://www.mra.co.id">http://www.mra.co.id</a>
빌리프	PT Emera Retailindo <a href="http://www.mra.co.id">http://www.mra.co.id</a>

## □ 인도네시아의 주요 화장품 제조업체

회사명	PT Martina Berto
연락 담당자	Ms. Veni (구매 매니저)
전화번호	(62-21) 460-3717
Fax	(62-21) 460-6245
Email	vtrifanti@martinaberto.co.id
주소	Jl. Pulo Kambing II No. 1, Pulogadung Industrial Estate, Jakarta Timur
사업 분야	제조사
제품	<p>화장품  브랜드 &amp; 제품 :</p> <p>Belia : 미스트 콜론</p> <p>Biokos : 페이스 클렌저, 페이스 토너, 안티 링클 토닝 로션, 여드름용 클레리파잉 로션, 아이 쉴드 트리트먼트, 안티 링클 리바이탈라이징 젤, 래디언트 화이트닝 에센스, 모이스처라이저, 안티 링클 모이스처라이징 베이스, 안티 링클 모이스처라이징 크림, 너리싱 젤 나이트 트리트먼트, 안티 링클 나이트 트리트먼트, 나이트 래디언스 크림, 페이스 스크럽 젤, 각질제거용 로션, 안티 링클 재생 필링, 페이스 마사지 크림, 오일 컨트롤 마스크, 딥 클렌징 젤 마스크, 안티 링클 마스크, 세포 활성 마스크, 안티 링클 인텐시브 코렉팅 세럼, 안티 링클 보호 데이 트리트먼트, 안티 링클 오버 나이트 트리트먼트</p> <p>Caring Colours : 페어 화이트 케이크 (파우더+파운데이션), 페어 화이트 페이스 폼, 페어 화이트 모이스처라이저, 리퀴드 파운데이션, UV 화이트 화이트닝 리퀴드 파운데이션, 루스 파우더, UV 화이트 초미세 루스 파우더, 루미나이징 컴팩트 메이크업, 에버래스트 듀얼 액션 케이크, UV 화이트 듀오 기능 케이크, 재생 듀얼 액션 케이크, 모이스처 밸런스 듀얼 액션 케이크, 아이 새도우, 아이라이너, 아이브로우 펜슬, 마스크라, 블러셔, 립스틱, 모이스처라이즈 립스틱, 립글로스, 립밤</p> <p>Cempaka : 모이스처라이저, 클렌징 밀크, 페이스 토닉, 핸드&amp;바디 로션, 파운데이션, 화이트닝 크림, 파우더, UV화이트닝 케이크, 컴팩트 파우더, 마스크라, 메이크업 키트</p> <p>Dewi Sri Spa : 바디 워시, 바디 스크럽, 마사지 오일, 바디 로션, 바디 마스크, 바디 미스트, 스트레치마스크 경감 크림, 복부 탄력 크림, 가슴 탄력 크림</p> <p>Mirabella : 립스틱, 립글로스, 립 모이스처라이저, 아이 새도우, 아이라이너 펜슬, 아</p>

	<p>이브로우 펜슬, 아이라이너 리퀴드 펜, 아이 새도우 키트, 블러셔, 메이크업 베이스, 헤어 케어 로션</p> <p>PAC : 블러셔, 아이새도우, 파운데이션, 케이크 립스틱, 메이크업 키트, 뷰티 키트, 마스크라, 립스틱 펜슬, 아이 브로우 펜슬, 아이라이너, 메이크업 펜슬, 립 컬러 파레뜨, 리퀴드 립스틱, 립글로스, 파우더</p> <p>Rudy Hadisuwarno : 머리 염색, 샴푸, 헤어 컨디셔너, 헤어 토닉, 헤어 크림 배쓰, 헤어젤, 스타일링 폼, 헤어 스프레이, 헤어 글레이즈</p> <p>Sari Ayu : 바디 로션, 케익, 모이스처라이저, 페이스 폼, 바디 스크럽, 마사지 오일, 스플래시 코롱, 가슴 마스크, 비누, 립스틱, 리퀴드 립스틱, 아이 새도우, 듀오 아이 메이크업 (마스크라+아이라이너), 립 모이스처, 블러셔, 헤어 토닉, 샴푸, 컴팩트 파우더, 파운데이션 파우더, 여드름 클렌저, 페이스 마스크 파우더, 페이스 클렌저, 페이스 토너, 모이스처라이저, 페이스 스크럽, 페이스 크림</p>
--	--

회사명	PT Vitapharm
연락 담당자	Mr. Daniel (구매 매니저)
전화번호	(62-31) 843-5657
Fax	(62-31) 843-8022
Email	vivacos@rad.net.id
주소	Jl. Panjang Jiwo 42, Tenggilis Mejoyo, Surabaya, East Java
사업 분야	제조사
제품	<p>화장품</p> <p>브랜드 &amp; 제품 :</p> <p>Viva : 파운데이션, 파우더, 컴팩트 파우더, 아이새도우, 블러셔, 립스틱, 모이스처라이저, 아이브로우 펜슬, 아이라이너, 페이스 밀크 클렌저, 페이스 토너, 페이스 마스크, 페이스 마스크 오일, 페이스 토닉, 마사지 크림, 클렌징 크림, 스킨 푸드 크림, 여드름 로션, 필링 크림, 콜라겐 나이트 크림, 안티 링클, 샴푸, 헤어 오일, 핸드&amp; 바디 로션, 썬로션, 베이비 파우더, 피프 로션</p> <p>Red-A : 립스틱, 컴팩트 파우더, 파우더, 모이스처라이저, 아이 새도우, 블러셔, 페이스 클렌징 밀크, 페이스 워시, 여드름 페이스 워시, 여드름 크림, 뷰티 로션</p> <p>Gayatri : 립스틱, 컴팩트 파우더, 파우더, 모이스처라이저, 아이 새도우, 블러셔, 페이스 클렌징 밀크, 페이스 워시, 여드름 페이스 워시, 여드름 크림, 뷰티 로션</p>

회사명	PT Mustika Ratu
연락 담당자	Ms. Lilis (구매 매니저)
전화번호	(62-21) 871-1291
Fax	(62-21) 871-0735
Email	
주소	Jl. Raya Bogor Km. 26.4 Ciracas, Pasar Rebo, Jakarta 13740
사업 분야	제조사
제품	<p>화장품  브랜드 &amp; 제품 :</p> <p>Taman Sari : 허브 목욕, 핸드 &amp; 풋 스프레이, 프렌치 아로마테라피 마사지, 풋 스크럽 젤, 아로마틱 핸드&amp;바디 로션, 아로마틱 바디 마사지 크림, 페이스 마스크, 자스민 뷰티 비누, 자바 마사지, 헤어 영양, 샴푸, 밀크 컨디셔너, 재생 페이스, 로얄 릴렉싱 페이스, 딥 클렌징 페이스, 수딩 비누, 다리용 로션, 업리프팅 비누, 파파야 효소 바디 폴리시, 파파야 효소 샤워젤, 아이브로우 펜슬, 파우더</p> <p>Puteri : 핸드 &amp; 바디 로션 (크리산트, 장미, 난초, 백합, 화이트닝), 페이스 필링 비누 화이트닝, 여드름 크림, 모이스처, 탄티드 모이스처라이저, 페이스 토너, 페이스 클렌저, 페이스 마스크, 파운데이션, 파우더, 컴팩트 파우더, 바디 샤워 (장미와 라벤더), 바디스크럽, 콜롱(부케, 크리산트, 장미, 난초, 백합), 아이 새도우, 물은 땀 제거 데오드란트, 클렌징 워시, 립 케어, 립스틱</p> <p>Biocell : 리바이탈라이징 마사지젤, 리바이탈라이징 모이스처 젤, 파우더, 컴팩트 파우더, 아이브로우 펜슬, 아이새도우, 파운데이션, 안티 링클 아이 젤, 안티 링클 클렌징 젤, 안티링클 토닝, 안티링클 필링 젤, 안티링클 나이트 젤, 안티링클 마스크 크림, 안티링클 마사지 젤, 안티링클 모이스처라이저, 립스틱</p> <p>Mustika Ratu : 페이스 마스크, 마사지 크림, 토닉 차, 파우더, 화이트닝 파우더, 컴팩트 파우더, 화이트닝 나이트 크림, 헤어 노리시먼트, 샴푸, 비누, 화이트닝 페이스 비누, 립스틱, 치약, 모이스처라이저, 네일 폴리시, 페이스 토너 (라임, 오이, 장미), 아이브로우 펜슬, 클렌징(라임, 오이, 장미), 허브음료</p> <p>Kenanga : 신체 소취 파우더, 화이트닝 파우더, 컴팩트 파우더, 아이 새도우, 립스틱, 모이스처라이저, 화이트닝 모이스처라이저, 콜롱</p> <p>Ratu Mas : 마스크, 파우더, 아이 새도우, 립스틱, 바디 스크럽, 모이스처라이저</p>

회사명	PT Mandom Indonesia
연락 담당자	Mr. Fridson Siregar (구매 매니저) Ms. Muji (구매 사원)
전화번호	(62-21) 651-0061
Fax	(62-21) 651-0069
Email	purch@mandom.co.id
주소	Jl. Yos Sudarso By Pass, Jakarta Utara
사업 분야	제조사
제품	<p>화장품                      브랜드 &amp; 제품 :</p> <p>Johnny Andean : 샴푸, 헤어 컨디셔너, 헤어 크림 배쓰, 헤어 스타일링 제품 (컨디셔닝 워터, 스트레이트&amp;샤인 로션, 컬 &amp; 웨이브 스프레이, 폼, 로션젤, 젤, 왁스, 크림)</p> <p>Tancho : 헤어 염색, 헤어 스타일링 크림</p> <p>Pixy UV Whitening : 페이스 클렌저, 페이스 폼, 밀크 클렌저, 페이스 토너, 데이 모이스처라이징 크림, 모이스처라이징 로션, 틴티드 모이스처라이징 로션, 페이스 필링 워시 크림, 페이스 워시 오프 마스크, 모이스트 화이트 앳센스, 스팟 앳센스, 케이크 (파우더+파운데이션), 파우더, 파운데이션</p> <p>Pixy Acnebrite : 클렌저, 페이스 폼, 케이크 (파우더+파운데이션), 모이스처라이징 크림</p> <p>Pixy Colors of Delight : 립스틱, 립 컨디셔너, 립 컬러 컨디셔너, 모이스처 립스틱, 아이 섀도우, 아이라이너, 아이브로우 펜슬, 마스크라, 블러셔, 네일 폴리셔, 네일 탑 코트, 메이크업 리무버</p> <p>Pixy Ultimate : 메이크업 케이크 (파우더+파운데이션)</p> <p>Pucelle : 바디 로션, 스프레이 콜롱 (장미, 사향, 해양, 오리엔탈, 숲, 시프레, 과일, 부케, 달콤, 꽃), 미스트 콜롱 (스파클링, 물결 오션, 트로피컬 스프리트, 일렉트릭 선라이지, 쾌활한 리듬, 기이한 산들바람), 미스트 콜롱 - 일본 계절 (봄 satsuki, 여름 himawari, 봄 벚꽃, 여름 yuri, 가을, 겨울 tsubaki), 소취 데오드란트</p> <p>Pixy : 바디 파우더, 퍼퓸 티슈, 스틱 데오드란트 (숲, 부케, 바이올렛, 시프레)</p> <p>Miratone : 헤어 컨디셔닝 (내추럴 블랙, 다크 브라운, 블루 블랙, 바이올렛, 붉은 브라운, 딥 버건디, 버건디, 구리, 마호가니, 피치 골드)</p> <p>Lovillea : 아로마테라피 배쓰 스크럽 화이트닝, 아로마테라피 배쓰 스크럽 모이스처라이징, 아로마테라피 스크럽 배쓰 퍼밍, 콜롱 (과일, 시프레, 흰 꽃,</p>

	<p>달콤한 꽃), 아로마테라피 바디 비누</p> <p>Gatsby : 헤어 토닉, 헤어 토닉 비듬 방지, 헤어 토닉 스무스 &amp; 샴인, 스타일링 왁스, 워터 글로스, 헤어 트리트먼트 (일반, 비듬 방지, 토닉), 폼마드, 스프레이 콜롱, 콜롱 스프레이, 에어리 콜롱, 오 드 프왈렛, 데오드란트 퍼폼 스프레이, 퍼폼 티슈, 데오드란트 퍼폼 스프레이 더블 프로텍션, 페이스셜 워시 스크럽, 페이스셜 화이트닝 워시 폼, 여드름 세안 폼, 톨온 데오드란트, 데오드란트 바디 비누, 바디 로션, 퍼폼 파우더, 샤워 젤, 내추럴 블리치 &amp; 염색, 내추럴 블리치, 헤어 염색 리메이크</p> <p>Mandom : 퍼폼 티슈, 헤어 크림</p> <p>Spalding : 퍼폼 파우더</p>
--	--

회사명	PT Unilever Indonesia
사업분야	제조사
제품	<p>화장품</p> <p>브랜드 및 제품 :</p> <p>Axe : 데오드란트</p> <p>Citra : 핸드 &amp; 바디 로션</p> <p>Clear : 헤어 샴푸</p> <p>Dove : 스킨케어, 샴푸, 데오드란트</p> <p>Lifebuoy : 목욕 비누</p> <p>Lux : 목욕 비누</p> <p>Pepsodent : 치약</p> <p>Pond's : 스킨케어</p> <p>Rexona : 데오드란트</p> <p>She : 콜롱</p> <p>Sunsilk : 헤어 샴푸</p> <p>Vaseline : 핸드 &amp; 바디 로션</p> <p>Zwitsal : 유아 용품</p>

## 2.5 수출입동향

○ 인도네시아 통계청(Badan Statistik Indonesia - BPS)에 따르면, HS 코드 3304에 있는 화장품의 수입 및 수출 통계 자료는 아래와 같음.

표 6-8 HS 코드 3304의 수입 통계 자료, 2011~2013

HS 코드	제품 설명	수입액 (US\$)			성장	
		2011년	2012년	2013년	2012년	2013년
3304	뷰티 또는메이크업 및 스킨 케어	110,429,819	144,109,996	174,399,550	30.50%	21.02%
330410	립 메이크업화장품	9,120,503	8,638,913	12,078,482	-5.28%	39.81%
330420	아이 메이크업화장품	10,191,198	15,080,465	18,793,851	47.98%	24.62%
330430	네일 화장품	399,696	970,337	2,028,963	142.77%	109.10%
330491	메이크업, 파우더 등	10,673,383	12,548,230	14,505,579	17.57%	15.60%
330499	기타 미용 화장품	80,045,039	106,872,051	126,992,675	33.51%	18.83%
3304991000	페이스 &스킨케어	55,469,005	-	-	-100.00%	-
3304992000	여드름 크림	36,394	161,152	104,712	342.80%	-35.02%

표 6-9 인도네시아로 수입되는 화장품의 최상위 5개 원산지 국가(HS 코드 3304)

순위	원산지 국가	수입 가치(미국 달러)			% 점유율			% 변화
		2009	2010	2011	2009	2010	2011	
1	태국	28,571,061	35,307,347	40,739,302	38.5%	40.6%	36.9%	15.4%
2	미국	6,287,041	8,692,386	12,147,301	8.5%	10.0%	11.0%	39.7%
3	일본	2,974,258	4,782,582	7,897,512	4.0%	5.5%	7.2%	65.1%
4	말레이시아	3,876,328	5,161,928	6,953,624	5.2%	5.9%	6.3%	34.7%
5	영국	4,700,066	6,341,173	6,915,735	6.3%	7.3%	6.3%	9.1%

○ 위의 표에서 알 수 있듯이 인도네시아로 가장 많이 수입되는 화장품의 원산지가 태국임. 이는 몇몇 다국적 화장품 생산업체가 그들의 공장을 태국에 배정해 놓았기

때문임. 그 예로, Procter & Gamble이 태국에서 샴푸 제품을 생산함. 따라서, 인도네시아의 PT Procter & Gamble Home Care Products는 태국에서 샴푸를 수입함.

#### □ 수입 관세

○ 인도네시아 공화국 재정부에 따르면, HS 코드 3304에 대한 수입 관세는 아래 표와 같음.

수입 관세						
HS 코드	설명	MFN	ATIGA	ASEAN - 중국	ASEAN - 한국	ASEAN - 인도
3304.10.00.00	입술 화장품	10	0	10	0	7
3304.20.00.00	눈 화장품	10	0	10	0	7
3304.30.00.00	매니큐어 또는 페디큐어 화장품	10	0	10	0	7
3304.91.00.00	파우더(압축 여부 상관없음)	10	0	10	0	7
3304.99	기타					
3304.99.10.00	페이스 및 스킨 크림과 로션	10	0	10	0	7
3304.99.20.00	여드름 방지 크림	10	0	10	0	7
3304.99.90.00	기타	10	0	10	0	7

### 3. 인도네시아 화장품 수입관리제도

#### □ 규정

- 수입 화장품은 수입 관련 규정을 반드시 준수해야 하며 모든 운송은 인도네시아 식약청 (BPOM)이 주는 승인으로 **수입 증명서**가 있어야 함
- 인도네시아에서 유통되고 광고되는 수입 화장품은 성문법과 규정 조항에 따른 수입자 확인 번호 (Importer Identification Number, API)를 지닌 화장품 수입자가 **식약청(BPOM)에 허가 받은 화장품**

## □ 유통 허가 신고

2011년 1월 1일 이후에, 인도네시아에서 화장품을 마케팅하려면 인도네시아 공화국의 보건부로부터 유통 허가증을 먼저 받아야 함.

이 유통 허가증은 신고 형태를 띰.

이는 화장품 신고에 대한 규정 No. 1176/MENKES/PER/VIII/2010에서 보건부에 의해 규제됨.

해당 업체는 화장품을 신고하기 위해서 인도네시아어로는 Badan Pengawas Obat dan Makanan (B POM) 또는 영어로는 The National Agency of Drug and Food Control(NADFC: 약물 및 음식 규제 국가 기관)에 연락을 취해야 함.

필요 서류가 완벽하게 갖춰졌다면 신고 승인은 근무일 기준으로 14일이 소요됨.

14일 이내에 BPOM이 불합격 통지서를 발부하지 않았다면, 이는 신고가 받아들여졌으며 해당 제품이 유통될 수 있다는 의미임.

화장품의 신고를 마치고 6개월이 지나면, 해당 화장품을 생산하거나 수입해서 유통해야만 함.

신고는 3년 동안 유효함.

화장품을 BPOM에 신고해야 하는 업체들

1. 인도네시아에 위치해 있으며 이미 화장품 업계 라이선스를 보유한 화장품 업체. Angka Pengenal Impor (API) 또는 영어로 Importer Identity Number(수입업체 식별 번호)와 원산지 국가의 생산업체로부터 받은 정부 기관 위촉장을 이미 보유한 화장품 수입업체.
2. 화장품 생산업체와 제조 계약 합의를 맺은 업체. 계약 합의를 맺은 업체는 화장품 업계 허가증 역시 보유하고 있어야 함.

신고하는 화장품은 GMP(우수 제조 관리 기준)에 의거해서 생산되어야 하고 기술요건을 만족해야 함.

기술 요건은 안전성, 성분, 표시 및 주장으로 구성되어 있음.

화장품 업체는 또한 제품 정보 문서(DIP)를 마련해서 보유하고 있어야 함. DIP에는 품질, 안전성 및 화장품의 이점에 대한 정보 또는 자료가 포함되어 있음. BPOM은 언제라도 DIP를 감사할 수 있는 권한이 있음.

▶ BPOM에 화장품을 신고하는 절차 :

필요 서류

a. 행정 문서

수입업체의 경우

1. Nomor Pokok Wajib Pajak(납세자 번호)
2. Angka Pengenal Impor(수입업체 식별 번호)
3. Surat Izin Usaha Perdagangan(무역업 라이선스)
4. 생산업체가 인도네시아 업체에 유효 일자를 표시해서 보낸 위촉장
5. 우수 제조 관리 기준 증명서
6. 원산지 국가의 인도네시아 대사관에서 합법화한 자유 판매 증명서
7. 공인된 실험실의 분석 증명서

b. 표시

포장에 표시되어야 하는 의무 사항

1. 제품 이름
2. 수입업체 이름 및 제조업체, 유통업체/수입업체의 주소
3. 구성/성분
4. 순 중량, 순 부피, 각 내용물의 양
5. 등록 승인 번호
6. 제품 코드 번호
7. 용도 및 사용 지침
8. 유효 기간
9. 30개월 미만 시 안정성 데이터
10. 안전성 및 품질 관련 기타 정보

11. 용도 & 사용 지침은 인도네시아 언어로 표시되어야 함\*

\* 상용 제품은 제외

**c. 기술 문서**

1. 각 물질의 기능이 포함되어 있는 제조법(질적 & 양적)
2. 사용 지침: 용도 및 사용 지침, 필요에 따라 경고 & 주의

**d. 품질 & 기술**

1. 제조 과정: 표준 작업 절차
2. 원재료의 사양
3. 완제품의 사양

**DIP(제품 정보 문서)**

DIP(제품 정보 문서)는 품질, 안전성 및 화장품의 이점에 대한 자료임.

DIP의 구성 요소

- a. 행정 문서 및 제품 요약
- b. 화장품 성분의 품질 및 안전성에 대한 자료
- c. 화장품의 품질에 대한 자료
- d. 화장품의 안전성 및 이점에 대한 자료

DIP는 화장품이 제조되거나 수입되고 나서 최소 4년 동안 보관되어야 함.

**행정 문서 및 제품 요약**

DIP의 처음 부분은 각 화장품을 명시하면서 해당 화장품에 대해 적절한 설명을 제공해 줄 수 있는 행정 문서 및 정보 요약으로 구성되어 있음.

(1) 화장품별 행정 문서

- a. 현지 화장품, 최소한 화장품 업계의 라이선스 복사본이 포함됨.
- b. 수입 화장품, 최소 포함 요소

1. 수입업체 식별 번호(API) 복사본
  2. 제조업체에서 유통업체에 보낸 위촉장 복사본
  3. 원산지 국가에 있는 인도네시아 공화국의 대사관/총영사관에서 합법화한 자유 판매 증명서(CFS) 복사본
- c. 계약 화장품, 최소 포함 요소
1. 계약된 제조업체의 생산 라이선스 복사본
  2. 계약 수령인으로서 주문하는 업체와 제조업체 사이의 계약 합의 문서
- d. 언더 라이선스(Under-License) 화장품, 최소 포함 요소
1. 화장품 업계 라이선스 복사본
  2. 화장품을 생산하는 라이선스(라이선스)를 보유하는 업체와 라이선스를 주는 업체(라이선서) 사이의 협력 협정
- (2) 질적 그리고 양적 제조법, 최소 포함 요소
- a. 화장품의 원재료 및 성분 명칭
 

화장품의 원재료 명칭이 국제 명명법 화장품 성분(INCI)을 이용해서 또는 국제적으로 인정받은 참고 자료에 따라 또 다른 이름을 추진해서 표기됨. 원재료의 수준이 100% 총량에 대한 퍼센트로 표기됨.
  - b. 각 화장품 성분의 기능
  - c. 아로마 향기의 경우, 재료 및 성분에 표시되어야 하는 의무사항
    1. 향기의 명칭
    2. 국제 향료 협회(IFRA)의 지침에 따른 향기 요소의 코드 번호

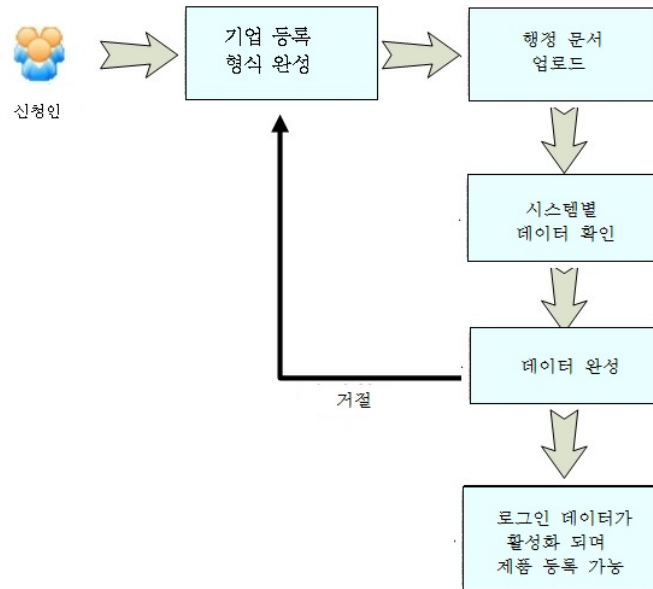


그림 6-3 신고 절차

□ 수입 증명서 (SKI - Surat Keterangan Impor)

- 식품의약품청(The Head of the National Drug and Food Control Agency)의 청장 (Badan Pengawas Obat dan Makanan - “BPOM”)은 최근 2013년 5월 23일부터 효력이 발생하는 인도네시아 영토로의 약물 및 식품 감독에 관한 Regulation No. 27 of 2013(The Supervision of Drugs and Food Imports into Indonesian Territory which came into effect on 28 May 2013)를 공표함.
  - 이 규정은 가공식품, 화장품, 의약의 수입에 대한 이전 규정을 폐지 및 대신 함.

본 규정은 약물, 전통 의약, 준 의약품, 화장품, 건강보조제, 가공식품으로 언급되는 의약 및 식품의 수입을 통제함. :

- **화장품**은 성분 또는 제품으로 인간 신체 외부(표피, 헤어, 손톱, 입술, 외부생식기) 또는 치아 및 입안 점막에 청결, 향, 외모를 개선하거나 좋은 여건에서 인체를 유지하기 위한 의도로 사용됨.

- 유통 허락은 인도네시아 영토 내에서 유통을 목적으로 식약청(BPOM)이 제시하는 의약 및 식품 허가 형태임.
- 인도네시아 영토로 수입 들어오는 유통용 의약 및 식품은 유통 허가증을 받아야 함.
- 의약 및 식품 수입은 또한 식약청(BPOM)의 청장으로부터 승인 받아야 함.
- 식약청장의 승인은 1회 수입만 유효한 수입 증명서(Surat Keterangan Import - "SKI")의 형태임.
- 인도네시아 영역에 안으로 수입되는 의약 및 식품의 유통기한의 최소한은 다음과 같음:
  - 의약품, 전통 의약품, 준의약품, 건강보조제, 화장품은 유통기한의 1/3 (삼분의 일);
  - 생물학적 제품은 유통기한의 9 (아홉)달 이전;
  - 가공 식품은 유통기한의 2/3 (삼분의 이)
- 수입증명서(SKI)는 또한 자유무역 및 자유무역지역으로 의약과 식품 수입을 신청함.
- 의약 및 식품의 수입은 유통 허가증의 소유자 혹은 그 대리인에 의해서만 수행될 수 있음.
- 해당 규제는 식약청장으로 부터 수입증명서(SKI) 신청을 위한 온라인 절차를 소개함. 신청자는 우선 식약청(BPOM) 웹사이트에 등록하여 요구된 보충 서류와 함께 온라인 접수를 함으로써 사용자 ID와 비밀번호를 받음.
- 수입증명서(SKI) 획득 절차:
  - 수입증명서 (SKI)를 신청할 신청인은 반드시 싱글 사인 온(the Single Sign On) 메커니즘을 이용하여 등록해야 하며 그 목적은 사용자 ID와 비밀번호의 형태로 계정을 얻기 위함임.
  - 싱글 사인 온(The Single Sign On) 메커니즘은 식약청 인하우스 (메인 사무소/ 식약청 사무소 포함)와 인도네시아 국내 싱글 윈도우 포털(the Indonesia National Single Window portal)에 로그인 접속을 얻기 위함이다.
  - 등록은 식약청 웹사이트 <http://www.pom.go.id> 또는 부속 사이트 <http://www.e-bpom.pom.go.id>를 통해 이루어짐.
  - 신청인은 데이터 입력을 전산으로 수행하며 근거 서류를 e-bpom 애플리케이션을 업로딩 하여 등록함.

- 등록에 필요한 서류는 다음에 따라 준비해야 함:
  - \* 감독관과 또는 감독관 대리인이 서명하고 절차에 따라 날인된 원본 신청서 ;
  - \* 절차에 따라 날인된 책임자의 진술 원본;
  - \* 수입자 확인 번호(API)의 복사본;
  - \* 거래 사업 허가서(SIUP) 복사본;
  - \* 납세자번호(NPWP) 복사본;
  - \* 공증인에 의한 일반 증서 형식의 승인 수입서 복사본, 만약 신청이 수입에 대한 인증을 받은 회사일 경우;
  - \* 의약품 수입의 경우 약품 산업 허가서;
  - \* 제약 도매업자(Pharmaceutical Wholesaler, PBF)의 허가증, 약물 수입을 수행하기 위해 제약 산업에 승인을 받은 제약 도매업자(PBF)대상;
  - \* 수입될 HS코드의 목록.

- 증명 목적을 위해, 신청자는 원본 서류를 반드시 제시해야 함.
- 증명 결과가 완벽하고 정확한 경우, 신청자는 사용자 ID와 비밀번호를 받게 됨.
- 신청자 등록은 1(일)회 실행만 필요하며, 신청자 정보에 변화가 없는 한 유지됨.
- 수입증명서(SKI)는 신청서에 근거해 발행함. 수입증명서(SKI) 신청은 반드시 아래의 전자 문서를 갖추어야 함:
  - 유통 허락 승인
  - 분석 증명서
  - 송장
  - 포장(packing) 리스트;
  - 선하증권 또는 항공화물 운송장, 그리고
  - 비과세 상태 수입의 지불 증명(PNPB).
- 특히, 전통 의약, 준 의약품, 화장품, 건강 보조제 대상 수입증명서(SKI) 신청은 다음 요건도 충족해야 함:
  - 송장에 기재된 제품명은 유통 허가서에 기재된 제품명과 동일해야 함, 단 화장품 제외;
  - 항목에서 의도된 화장품의 경우 유통 허가서에 적힌 이름과 동일할 필요는 없음,

따라서 절차단계부터 반드시 정보 제한을 갖추어야 함.

- 수입 증명서(SKI)는 수입증명서 신청 요건이 충족되면 근무일 1일 이내에 발행될 것임. 수입증명서(SKI)는 전자형태로(종이 없이) 발행되며 필요하다면 신청인 회사에서 출력 가능, 또는 불가항력이나 인도네시아 국가 싱글 윈도우 시스템(the Indonesia National Single Window system)이 아직 갖추어지지 않은 식약청 센터(Balai Besar/Balai POM)의 경우 수작업으로 함.
- 수입증명서(SKI)적용은 규제 법률 조항에 따라 비과세 상태 수입으로 수수료 대상임.

품목	단위	비용
등록 및 평가 대상 :		
스킨용(손, 얼굴, 발 등) 크림, 에멀전, 로션, 젤, 오일	미디어당	Rp 500,000
화학적 필링 제품을 제외한 페이스 마스크	품목당	Rp 500,000
틴티드 베이스 리퀴드, 페이스트, 파우더	품목당	Rp 400,000
메이크업 파우더, 에프터 베스 파우더, 위생 파우더 등	품목당	Rp 400,000
화장실 비누, 데오드란트 비누 등	품목당	Rp 400,000
향수, 화장수, 오 드 콜롱	품목당	Rp 500,000
목욕 및 샤워 용품 (소금, 폼, 오일, 젤 등.)	품목당	Rp 500,000
탈모제	품목당	Rp 500,000
데오드란트 및 소취제	품목당	Rp 400,000
헤어 케어 제품	품목당	Rp 500,000
면도 제품 (크림, 폼, 로션 등)	품목당	Rp 400,000
눈 전용 메이크업 제품 및 메이크업 제품	품목당	Rp 400,000
페이스 및 아이 제거용 제품	품목당	Rp 500,000
입술에 바르는 제품	품목당	Rp 400,000
치아 및 구강 제품	품목당	Rp 500,000
네일 케어 및 메이크업용 제품	품목당	Rp 400,000
외부위생 관련 제품	품목당	Rp 400,000
일광욕 용품	품목당	Rp 500,000
햇빛 없는 태닝용 제품	품목당	Rp 500,000
스킨 화이트닝 제품	품목당	Rp 500,000
안티 링클 제품	품목당	Rp 500,000

품목	단위	비용
재등록	품목당	Rp 400,000
이미 등록되었으며 명칭의 변화가 있으며/또는 제조사와 허가사의 주소변경, 소유권 상태의 변경이 있는 화장품	품목당	Rp 400,000
이미 등록되었으며 명칭의 변화가 있으며/또는 유통사의 주소변경, 소유권 상태의 변경이 있는 화장품	품목당	Rp 300,000

좀 더 자세한 정보는 BPOM 웹사이트 또는 연락을 통해 이용 가능함.

Directorate of Traditional Medicines, Food Supplement & Cosmetic Evaluation  
National Agency of Drug & Food Control Indonesia

- Address : Jln. Percetakan Negara No.23, D-Building, 2nd Floor
- Phone/Fax : 021-4244819/42802319
- Email : penilaianot\_kos@pom.go.id
- Website : www.pom.go.id

<첨부 1>

식약청장의 규제  
 인도네시아  
 2013년 11월 27일  
 관련  
 인도네시아 영토로 의약 및 식품에 관한 수입 통제

수입정보서 형식

수입정보서  
 의약 및 식품 물품  
 번호 : PO ....

다음에 대해 식약청의 수장의 승인을 구함:

- 수입자명 :
- 사무실 주소 :
- 납세자번호(NPWP) :
- APIP/APIU 번호 :
- 수출자명 :
- 수출자 출신 국가 :

수신 :

번호	제품명	포장(packaging)	유통 허가 번호	제품가격	배치/제품번호	HS 코드
	생산자					
	생산자 국가					

BL/AWB번호 및 일자 :

송장 번호 및 일자 :

통과 : 관세 및 집행 서비스국

다음 조항을 수반:

1. 위 제품은 반드시 식약청의 법률 조항을 충족해야 한다.
2. 본 수입정보서는 INSW e-bpom 시스템을 통해 직접 접속되어 질 수 있다.  
따라서 본 수입정보서는 적절이 사용되어지게 만들어진다.

자카르타...

식약청장을 대신하여  
식품 검사 및 인증 총괄자

(성명)

NIP

본 문서는 INSW e-bpom 시스템을 통해 발행되었으므로 날인과 서명을 요하지 않음.

인도네시아  
식품의약품청장

LUCKY S. SLAMET

## 4. 인도네시아 화장품 바이어정보

번호	회사명	설명	주소	연락처
1	PT. MARTINA BERTO TBK	PT.MARTINA BERTO TBK는 1970년 설립됐으며, 총 직원 수는 약 765명. 사업선은 화장품의 제조 및 유통. 총 자본은 미화 10,700,000달러, 연간 매출액은 1억 달러.	Jl. Pulo Kambing II/1 Kawasan Industry Pulo Gadung, Jakarta 13930	전화: +62-21-460-3717 팩스: +62-21-460-6245 이메일: epastuti@martinaberto. co.id(Mrs.Erni,사업 개발 매니저) 홈페이지: www.martinaberto.co.id
2	PT. TRIPLE ACE CORP	PT.TRIPLE ACE CORP는 1973년 설립됐으며, 총 직원 수는 약 350명. 사업선은 비누, 가정용품, 샴푸, 린스 등의 제조.	Jl. Raya Jakarta Bogor KM 34,5 Cimanggis Depok, West Java 16953	전화: +62-21-874-0711 팩스: +62-21-874-0890 이메일: triacorp@triacorp.com 홈페이지: www.triacorp.com
3	PT. TOP MASTER INTERNASI ONAL	PT.TOP MASTER INTERNATIONAL은 1999년 설립됐으며, 총 직원 수는 약 71명. 사업선은 화장품의 수입.	Jl. Meruya Ilir No.88 Business Park Kebon Jeruk E1 Jakarta 11620	전화: +62-21-3006-1586 팩스: +62-21-392-3859 이메일: ronitopmaster@ymail.com (Mr.RoniPonimanLo, 책임자)
4	PT. COSLAB INDONESIA	PT.COSLAB INDONESIA 는 2006년에 설립됐으며, 총 직원 수는 약 25명. 사업선은 화장품의 유통 및 수입.	Jl. Boulevard Barat Raya Plaza Inkopal Blok B11-B12 Kelapa Gading Jakarta 14240	전화: +62-21-4584-1079 팩스: +62-21-4585-1471 이메일: muryati28@hotmail.com (Mrs.Muryati,책임자)

번호	회사명	설명	주소	연락처
5	PT. TRIJAYA PRIMA MEDIKA	PT.TRIJAYA PRIMA MEDIKA는 2007년에 설립됐으며, 총 직원 수는 약 10명. 사업선은 의료기기, 화장품 및 약품의 수입.	Graha Indah blok A9/10 Jatiasih Bekasi 17422	전화: +62-21-4433-1789 팩스: +62-21-8791-0522 이메일: trijaya.laksana@yahoo.com

## 화장품산업 수입관리제도 및 해외시장동향 (X)

---

발행처 / 한국보건산업진흥원

발행인 / 정 기 택

발행일 / 2015년 1월 31일

인쇄처 / 사단법인 한국척수장애인협회

T. 044)864-2020

KOREA HEALTH INDUSTRY

DEVELOPMENT INSTITUTE

[www.khidi.or.kr](http://www.khidi.or.kr)