

영유아 화장품

몽디에스 & 

중국학과 20201516 노지원
중국학과 20201536 천서빈

목 차

01

기업 소개

02

시장 조사

03

SWOT 분석

04

STP 전략

05

4P MIX

06

결론

기업 소개

기업 소개

mongdies

부모와 함께 쓸 수 있는 심플하고
스타일리쉬한 디자인의 가족 브랜드

among

~의 둘러싸인
~의 가운데에

+

dies

기념일

=

Mongdies

몽디에스

기업 소개



똑똑한 엄마의 습관 상속이라는 브랜드 철학

제품의 완성도와 안정성 만큼은
완벽에 가까워지고 싶은 몽디에스의 신념

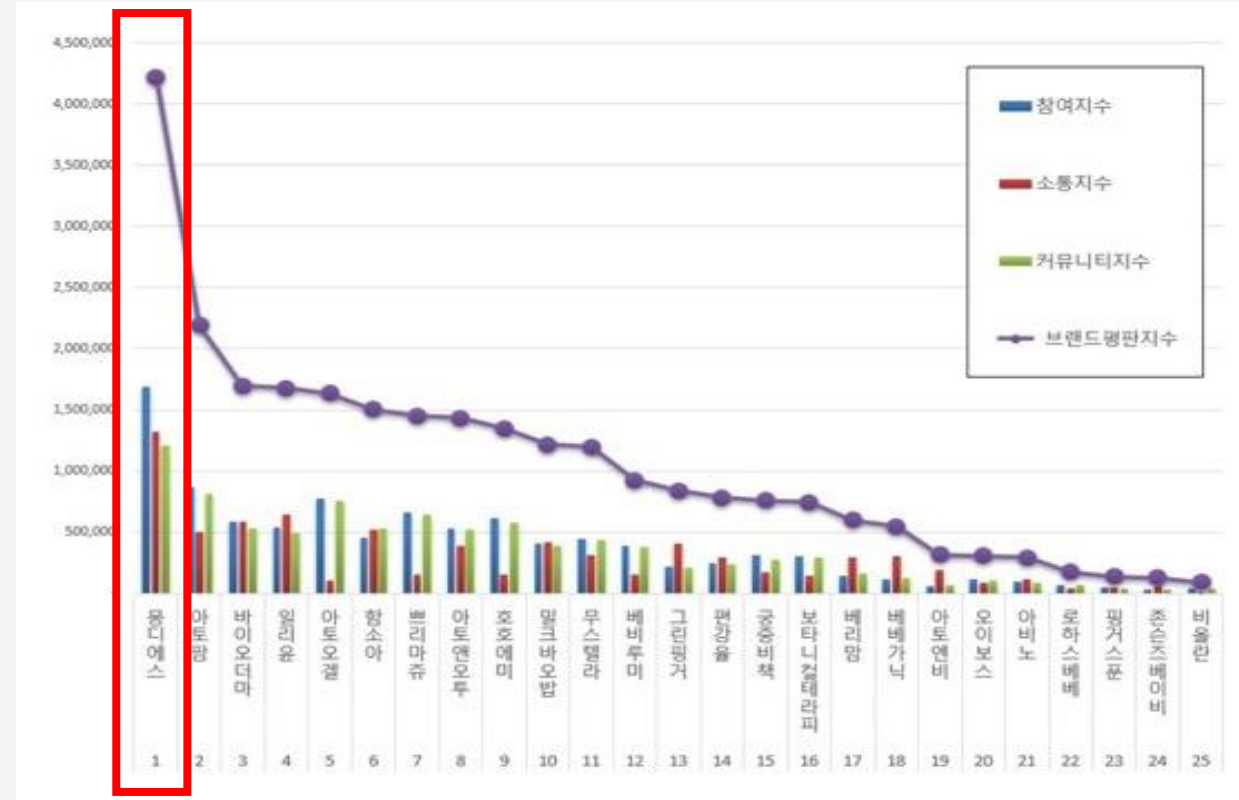


자연에서 얻은 건강한 성분들로
신생아부터 어른까지 남녀노소 누구나

기업 소개



장관상, 안정처장상, 브랜드 선호도 등
여러 부문에서 1위 등극



아기화장품 브랜드 평판 3년 연속 1위

기업 소개

CERTIFICATION

믿고 쓰실 수 있도록, 몽디에스만의 지속적이고 엄격한 품질 관리



AWARDS
브랜드 58관왕



몽디에스
독자 특허



전성분 EWG
그린 등급



지속적인
연구개발



ISO 22716
화장품 우수제조



CGMP 인증
제조시설



성장 단계별
솔루션 케어



피부 저자극
테스트 완료

*일부품목제외



19가지
논란 성분 無첨가

*일부품목제외



식약처 25가지
알러젠 無첨가

안심하고 사용할 수 있는 엄격한 품질 관리


- France Expertise Vegan Europe eve vegan -

세계적으로 권위 있는 프랑스 EVE VEGAN 인증 획득!

동물성 원료를 사용하지 않고
깨끗한 식물성 원료로만 건강하게 만듭니다.

NO 동물실험

NO 동물성 원료





세계적으로 권위있는 비건 인증 획득

기업 소개



우수한 기술력과 품질을 바탕으로
미국, 호주, 대만, 몽골, 태국 등
19개국 수출 쾌거



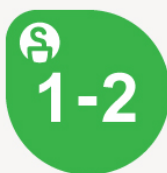
2016년 중국 대형 온라인 쇼핑업체 '타오바오' 생중계
2020년 중국 진출로 글로벌 시장 유통 확대

제품 소개

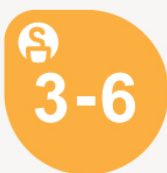
안심하고 사용할 수 있는
전성분 E.W.G 그린 등급

EWG등급이란?

비 영리 미국 환경 연구단체에서 2억 5천여 개의 연구결과를 통해
제시한 화장품 성분 안전성 평가 등급입니다.



안전(낮은위험)



보통 위험



높은 위험

| 화장품 성분 안전성 평가 1-10 |

전 제품 EWG 그린등급 성분 사용으로
인체와 자연 모두 안전하게



엄마의 양수와 가장 유사한 미네랄 밸런스를
갖추고 있는 '물' 해양심층수 사용

제품 소개



BABY



KIDS



ADULT

제품 소개



MATERNITY



DENTAL



LIVING



INNER

제품 소개

베이비 라인의 품목 세분화

세안, 목욕, 마사지 등 단계별 제품

제형별, 부위별로 나뉘어 아기의 피부 타입에 맞게 선택

 집중케어 고영양 크림 민감한 신생아, 유아피부에 필요한 고보습/영양을 듬뿍!  고농축 크림타입 제형 피부에 묻치지 않는 부드러운 크림 타입	 집중케어 보습로션 민감한 신생아, 유아피부에 필요한 보습을 듬뿍!  로션 타입 제형 피부에 산뜻하게 흡수되는 로션 타입	 진정 쿨링 수딩젤 쿨링, 진정이 필요한 아기 피부를 빠르게 케어!  젤 타입 제형 청량하고 탱글탱글한 젤 타입 제형	 2in1 샴푸 겸용 바스 샴푸와 샤워를 한번에! 2in1 토알클렌저  젤 타입 제형 삼부부터 사뮌까지 가능한 충충하고 풍성한 거품	 약산성 버블 클렌저 민감 피부를 위한 얼굴 전용 클렌저  마일드한 거품 타입 손과의 마찰을 최소화한 부드럽고 조밀한 거품
 진정/보습 수딩 에센스 자연유래 99%의 산뜻한 보습제  젤 크림 제형 수분과 영양을 가득 채운 반투명 젤 크림	 진정 보습 스틱밤 건조하고 거친 피부의 집중 보습 케어  고체형 밤 타입 부드럽게 펴발리는 고체형 밤 타입	 수딩 파우더 팩트 점하고 땀나는 부위를 보송하게 만드는 파우더 팩트  압축형 파우더 타입 가루날림 없이 보송한 옥수수 전분 파우더	 보송한 파우더 로션 탈크와 가루날림 없는 안심 파우더!  로션 타입 제형 피부속은 촉촉하고 겉은 보송하게 마무리되는 타입	 약산성 버블 힙 클렌저 연약한 Y존 및 영양이 전용 클렌저  부드러운 거품 타입 개운하고 깔끔하게 마무리되는 풍성한 거품

제품 소개 - 주력 상품



아기의 연약한 피부를
지켜주는 장벽 강화 보습 로션



엄마 뱃속에서 나와 건조한 환경에 적응하는 영유아기

여린 신생아 피부에 수분층을 탄탄하게 쌓아 피부 장벽을 보호

수분은 채우고 보습은 지켜주는 로션

제품 소개 - 주력 상품

100시간 피부 보습 지속 효과

무도포 아토로션



몽디에스 아토로션은 1회 사용으로
100시간(4일) 피부 보습 지속에 도움을 줍니다.

*100시간 피부 보습 지속력에 대한 인체적용시험 | KC피부임상연구센터
성인 22명 | 연구기간 : 2021.08.23 - 2021.08.27 (개인 차 있을 수 있음)

건조함을 잠재우는 100시간 보습

POINT. 05

유·수분 밸런스를 맞춰주는
pH 5.0~6.0 미산성 케어



pH밸런스
5.0~6.0

건강한 피부란?

pH밸런스가 미산성(5.0~6.0)으로 유지되어 보습과
피부 장벽이 정상적으로 잘 이루어지는 피부를 말합니다.



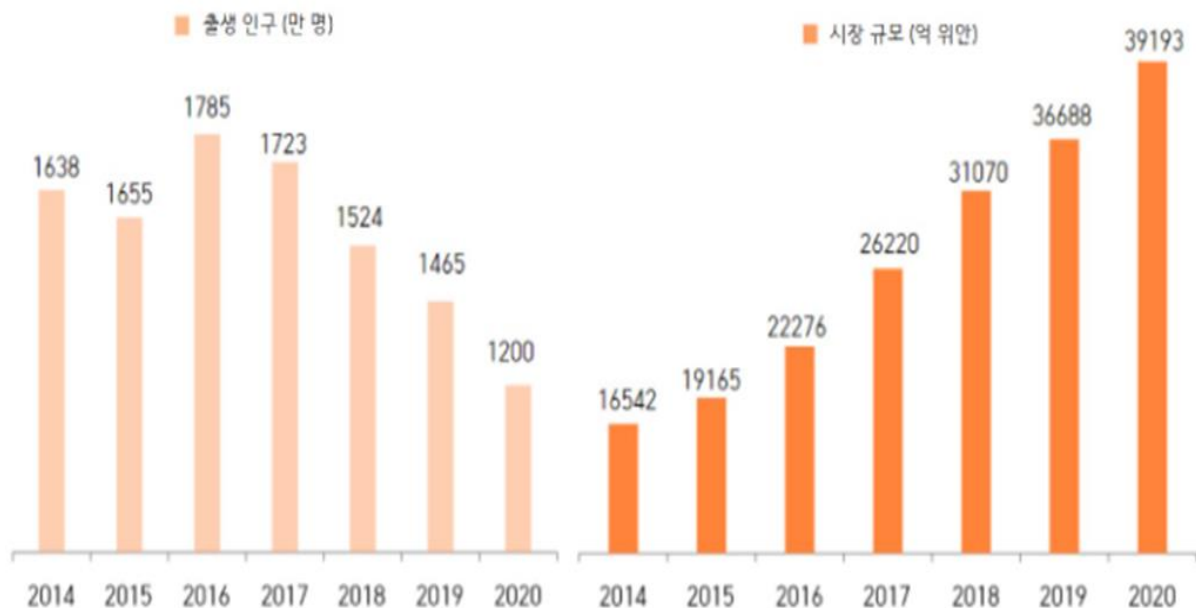
즉, 미산성 상태의 피부는 새로운 수분과 양분을
받아들일 준비가 된 피부라는 뜻!

미산성 케어로 피부 장벽 유지

시장 현황

시장 현황

2014-2020년 중국 출생 인구 수 / 중국 영유아 산업 시장 규모 추이 비교



자료: 국가통계국(国家统计局), 유로모니터(Euromonitor)

중국 영유아 산업규모 성장

중국 출생률 하락세

하지만, 소득수준 향상에 따른 영유아용품 소비 고급화로
중국 영유아 산업 시장의 규모는 계속해서 증가하는 추세

시장 현황

중국 유아용 화장품 시장 규모(2016-2023E)



자료: iiMedia Research(艾媒咨询), 유로모니터(Euromonitor)

영유아 화장품 시장규모 성장

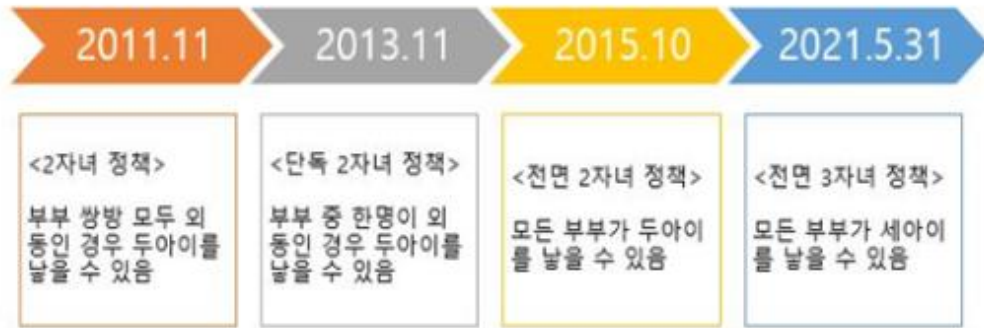
전체 영유아 산업 규모가 확대되면서
영유아 화장품 시장의 규모도 꾸준하게 성장

2020년 기준 284억4000만 위안
전년대비 약 10% 증가

또한, '세 자녀 정책' 법제화로
영유아 화장품 소비시장의 성장가능성 ↑

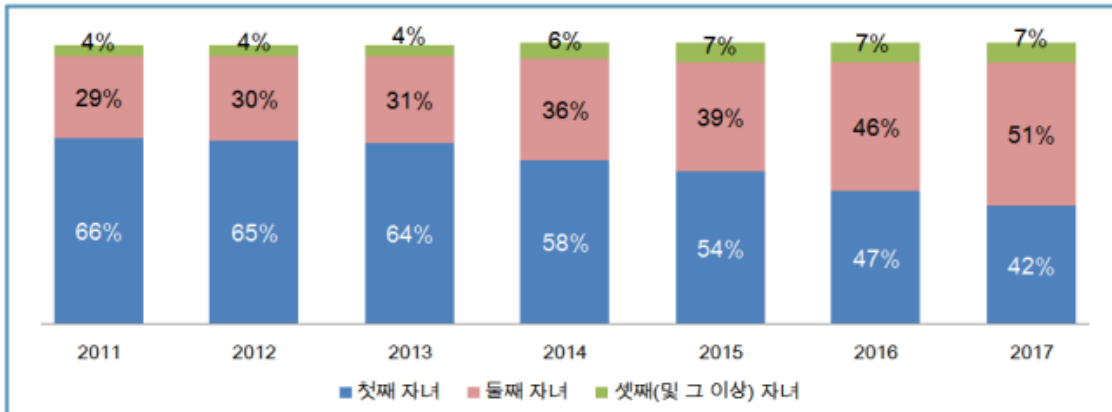
시장 현황

지난 10년 간 중국 주요 출산정책 변화



자료: KOTRA 우한무역관 자체 정리자료

중국 신생아 중 첫째, 둘째, 셋째 아이 비중



자료원: 중국 국가통계국

중국 세 자녀 정책 시행

1979년

‘하나만 낳아 잘 키우자’ 한 자녀 정책 도입



2016년 2자녀 정책 시행

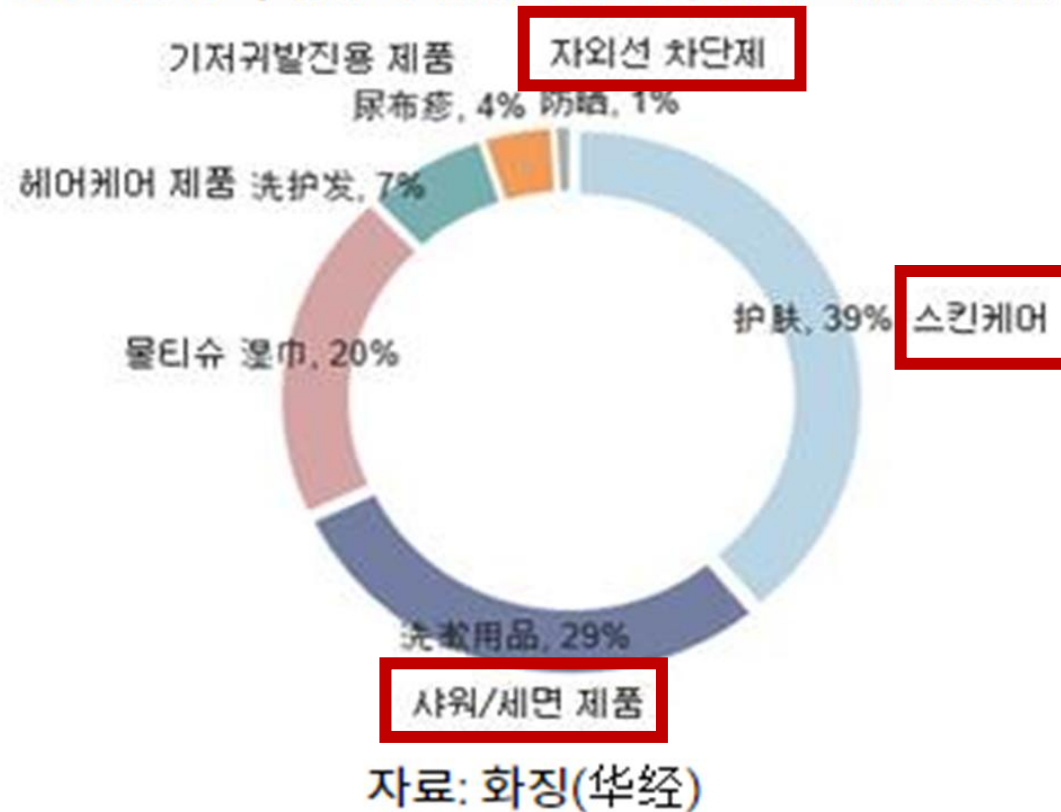


2021년 세 자녀 허용, 산아제한 폐지 수준

출산 제한→장려 전환

시장 현황

2020년 중국 영유아 일용제품 세부품목 시장 점유율



중국 영유아제품 세부품목 시장 점유율

2020년 중국 영유아 일용제품 중
스킨케어가 39%로 가장 높은 비율 차지

스킨케어와 클렌징 제품을 합하면
영유아 일용제품 시장의 절반을 점유

경쟁사 - 중국 Giving (启初)



중국의 대표적인 화장품 기업

‘친환경 영유아 화장품’ 포지셔닝 전략

‘GIVING의 작은 행복(启初的小幸福)’
동요를 제작해 귀여운 캐릭터와 유창한
멜로디로 어린이들에게 친근감 부각



경쟁사 - 일본 피죤



피죤 베이비 샴푸(좌)와 베이비 선크림(우)



자료원: 바이두

중국 영유아 화장품 업계 매출 3위

중국 젊은 엄마들이 신뢰하는 브랜드
약간 높은 가격대로 고급스러운 브랜드 이미지

중국 국가위생부와 모유개발활동 공동 추진으로
전문성이 높은 브랜드 이미지

경쟁사 - 한국 궁중비책



GOONGBE
궁중비책

한국 영유아 화장품 브랜드

민감 피부 저자극 스킨케어 강조

중국 고객 대상으로 하는 한중 이벤트 진행

 조세일보 | 2021.11.23. | 네이버뉴스

궁중비책, '자연유래성긴거품 챌린지' 韓·中 동시 진행

한편 궁중비책은 중국 고객을 대상으로 샤오홍수 궁중비책 공식 계정에서도 같은 이벤트를 진행한다. 이벤트 관련 자세한 내용은 궁중비책 공식 샤오홍수 계정에...

| 궁중비책, '자연유래성긴거품 챌린지' 이... 이데일리 | 2021.11.23. | 네이버뉴스

SWOT 분석

S

- 온 가족이 사용할 수 있는 브랜드
- 다양한 품목 판매
- 스타일리쉬하고 심플한 디자인
- 믿고 쓸 수 있는 안전한 성분
- 국내 아기 화장품 브랜드 1위
- 인공 향료·색소 일체 사용하지 않음

W

- 중국에서의 몽디에스 인지도 부족
- 몽디에스 식기세척기 세제 리콜 논란
- 중국 내 공장이 없음
- 판매 구성의 다양화 필요
- 제품 테스트 기회 부족

O

- 중국 세 자녀 정책 도입
- 중국 영유아 화장품 시장의 성장세
- 마스크 장기 착용과 환경오염으로 인한 피부관리의 중요성 상승
- 중국 내 해외 브랜드에 대한 신뢰도
- 타 브랜드 제품의 안전성 논란
- 안전한 성분을 중요시하는 소비자 증가

T

- 애국 소비 열풍 (귀차오)
- 신규 영유아 화장품 브랜드多
- 중국산 브랜드의 시장 점유율 상승
- 해외 브랜드의 중국 시장 우위 장악
- 젊은 소비자들의 유행 민감도

S

- 온 가족이 사용할 수 있는 브랜드
- 다양한 품목 판매
- 스타일리시하고 심플한 디자인
- 믿고 쓸 수 있는 안전한 성분
- 국내 아기 화장품 브랜드 1위
- 인공 향료·색소 일체 사용하지 않음

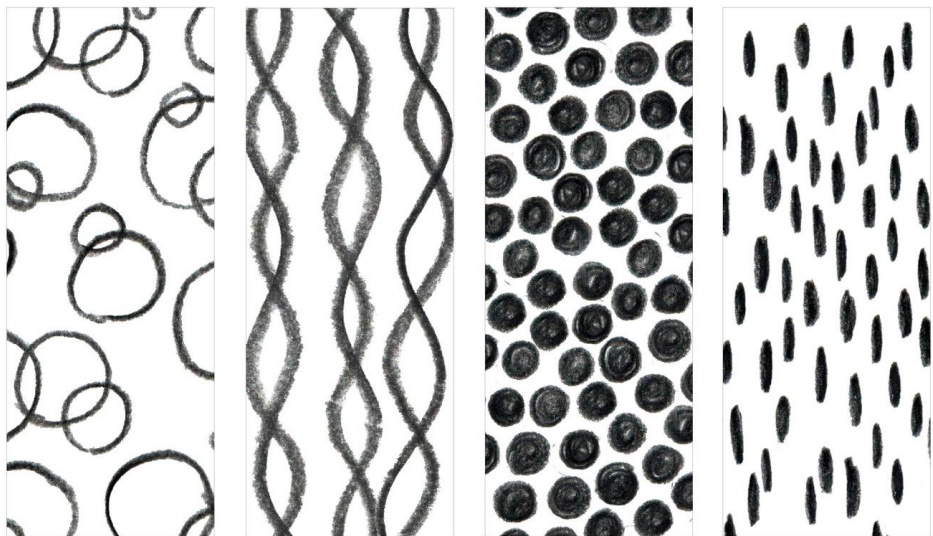
SWOT – Strength 강점



스타일리쉬하고 심플한 디자인

기존 유아용품은 약국에서 산 것 같은 딱딱한 디자인

아이가 그린 듯한 부드러운 일러스트와 심플한 디자인으로
부모와 함께 쓰는 스타일리쉬한 가족브랜드로 유아용품을 재정의



SWOT – Strength 강점

[안내사항] 몽디에스 향 리뉴얼 안내

안녕하세요.

몽디에스를 믿고 사용해주시는 고객 여러분께 안내 말씀 드립니다.

몽디에스는 민감하고 연약한 피부를 가진 우리 아이, 임산부, 피부 고민이 있는 성인까지
남녀노소 모두 더욱 더 안심하고 걱정 없이 사용하실 수 있도록 베이비 라인 및 매터니티 라인의 향 리뉴얼을 진행하였습니다.

저희 몽디에스 스킨케어 라인 전체는 인공 향료를 일체 사용하지 않음을 알려드리며,
향 리뉴얼 제품은 순차적으로 만나보실 수 있습니다.

[변경 제품]

몽디에스 베이비라인 전체

몽디에스 매터니티라인 전체

앞으로도 언제나 신뢰하고 사용할 수 있도록 꾸준히 노력하는 몽디에스가 되겠습니다.

감사합니다.

인공 향료·색소 일체 사용하지 않음

좋은 향이나 색을 가진 제품이 아닌

자연에서 얻은 건강한 성분들로

최상의 효과를 줄 수 있는 제품만을 고집

W

- 중국에서의 몽디에스 인지도 부족
- 몽디에스 식기세척기 세제 리콜 논란
- 중국 내 공장이 없음
- 판매 구성의 다양화 필요
- 제품 테스트 기회 부족

SWOT – Weakness 약점

‘식기세척기세제’ 리콜 공식 사과문

– 회수제품 : 2021년 3월 15일 제조 ‘식기세척기세제’ –

당사는 ‘식기세척기세제’(2021년 3월 15일 제조)의 생산 및 포장 과정에서 용기 입구 실링 처리가 완벽하지 않은 ‘식기세척기세제’ 다수가 출고 된 것을 2021년 6월 4일 확인하였습니다.

완벽하게 마감되지 않은 제품이 직사광선, 습기 등의 환경에서 보관, 유통 될 경우 안전성의 우려가 있다는 내부적 판단 하에 출고된 ‘식기세척기세제’를 전량 리콜하여 전수 조사 시행 후 명확한 결과를 토대로 전 고객님들께 공식적인 안내문을 공지하려 하였습니다.

그러나 6월 8일 경 일부 식기세척기세제에서 이물질 발견 하였다는 고객님들의 연락을 받았고 2차 실시한 테스트 결과를 통해 미출고 제품의 20% 범위 내에서 기준치를 초과하는 미생물이 확인되어 이를 인정하고 고객님들께 사과드립니다. (1차 - 관리품 검사 결과 *미검출 / 2차 - 미출고품 검사 결과 *일부 검출 / 3차 - 회수 후 검사 *진행 중)

원인과 이유를 불문하고 고객님들께 심려를 끼쳐드려 진심으로 죄송합니다. 더욱 신속하게 대처 방안을 강구하지 못한 점, 회수 후 결과 안내로 고객님들을 안심시켜드릴 수 있다고 생각한 점 진심으로 고개 숙여 사과드립니다.

금번 리콜 사항과 관련하여 책임을 통감하며, 고객님들께 드리는 저희의 대안은 아래와 같습니다.

1. 진심으로 사과의 말씀을 드리며 고객님께서 허락 하신다면 제품 금액의 5배를 보상해드리겠습니다.
2. ‘식기세척기세제’는 전량 폐기 후 더욱 안전하게 사용하실 수 있도록 리뉴얼 하겠습니다.
3. 이 사안에 대하여 책임을 통감하고 몽디에스의 모든 생산과정을 대대적으로 재검토 하여 재발 방지를 위해 전제품 출고전 1차(제조사), 2차(자사 자체진행), 3차(공인분석기관) 단계로 엄격한 검사를 시행하겠습니다.
4. 앞으로 몽디에스의 모든 제품(화장품, 생활화학제품, 위생용품 등)에 대하여 가장 까다롭고 엄격한 테스트 기준인 영유아 화장품 유통기준(①Microbial test *미생물시험 ②Challenge test *보존력시험)으로 자체 기준을 확립하고 시행하겠습니다.

몽디에스 ‘식기세척기세제’ 외 모든 품목은 금번 사안과는 일체 관련이 없음을 안내 드리오니 안심하시고 제품을 사용하셔도 괜찮습니다.

고객님들의 신뢰와 제품에 대한 품질로 성장한 몽디에스입니다. 몽디에스 임직원 모두 해당 사안을 매우 엄중하게 생각하고 있으며, 끝까지 최선을 다해 리콜 건에 대해 책임을 다할 것을 약속 드립니다. 다시 한 번 고객님들께 진심으로 고개 숙여 사과드립니다.

2021년 6월 9일 몽디에스 대표이사 오영주

몽디에스 식기세척기 세제 리콜 논란

식기세척기 세제의 생산 및 포장 과정에서
용기 입구 실링 처리가 완벽하지 않은 제품이 다수 출고

일부 식기세척기 세제에서 이물질 발견

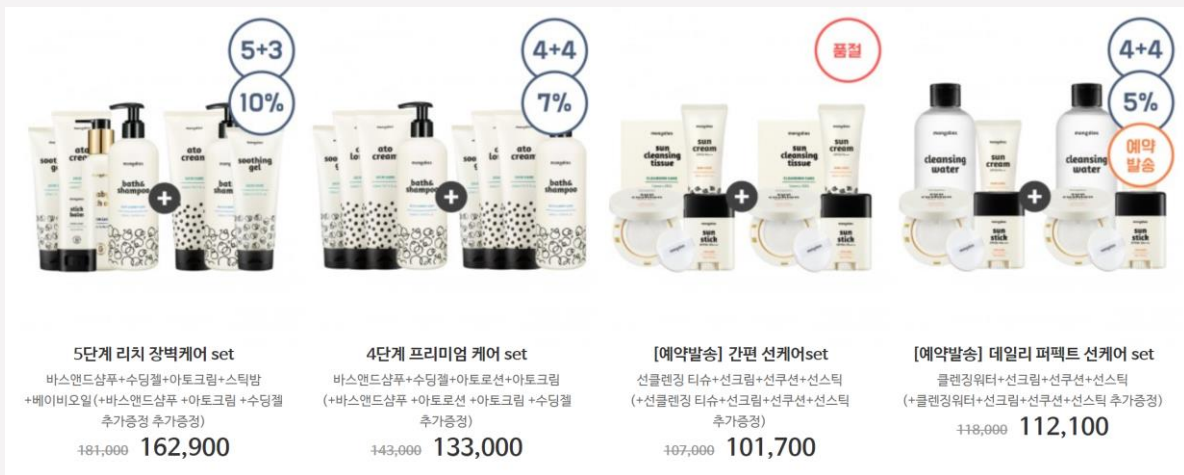
진정성 있는 사과와 발 빠른 대처 능력을 보여주며
대한민국 아기화장품 브랜드평판 1위 위상을 더욱 공고히 함

SWOT – Weakness 약점



판매 구성의 다양화 필요

**한국의 다양한 세트 구성과는 다르게
단품 구매만이 가능함**



O

- 중국 세 자녀 정책 도입
- 중국 영유아 화장품 시장의 성장세
- 마스크 장기 착용과 환경오염으로
피부관리의 중요성 상승
- 타 브랜드 제품의 안전성 논란
- 중국 내 해외 브랜드에 대한 신뢰도
- 안전한 성분을 중요시하는 소비자 증가

SWOT – Opportunity 기회



중국 파워블로거 라오바핑처(老爸评测)의 문제제기 내용
자료: 웨이보(微博)

타 브랜드 제품의 안전성 논란

2021년, 중국의 파워블로거 라오바핑처(老爸评测)은
‘문제 크림’ 사건을 블로그에 공개하며 사회적으로 큰 파장

한 아이가 아이잉수(暖婴树) 브랜드의 크림을 바른 뒤
얼굴 부종, 다모증, 발육 지연 등의 이상 증세 발생

SWOT – Opportunity 기회

중국 영유아 화장품 TOP 10 브랜드 시장점유율(%)

연번	브랜드명	회사명	2015	2016	2017
1	Johnson's Baby	Johnson & Johnson (미국)	13.8	12	10.3
2	Giving(日初)	Jahwa (중국)	1.1	3.1	5.3
3	Pigeon	Pigeon (일본)	5.2	5.2	5.2
4	Yumeijing(郁美净)	Yumeijing (중국)	3.3	3.3	3.3
5	Frog Prince(青蛙王子)	China Child Care (중국)	6.9	4.3	3.2
6	Hai Er Mian(孩儿面)	Henkel (독일)	3.2	3.1	3.1
7	Sanosan	Mann & Schröder (독일)	2.6	2.7	2.7
8	Baby Sebamed	Sebapharma (독일)	2.9	2.7	2.6
9	Pipidog(皮皮狗)	Quaker (중국)	2.5	2.5	2.5
10	Goodbaby(好孩子)	Goodbaby (중국)	2.1	2.1	2.2

자료원: Euromonitor ('18.3월)

중국 영유아 화장품 브랜드 TOP10 1위
존슨즈 베이비, 발암 논란으로 생산 중단

조선비즈 | 2020.05.20. | 네이버뉴스

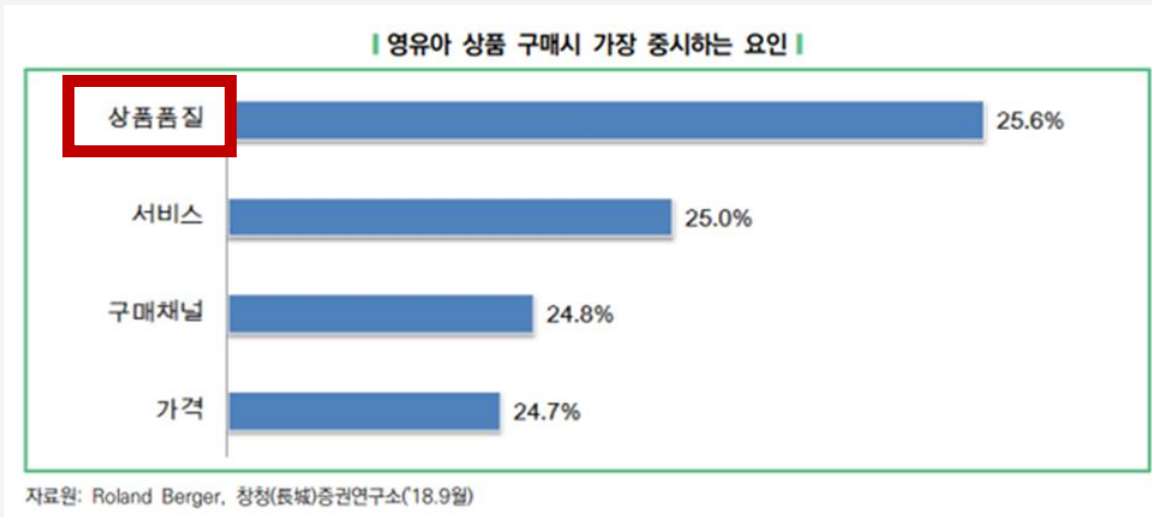
'암 유발' 논란 존슨즈 베이비 파우더, 결국 생산 중단

"지속적 소송 공세로 수요 급감...생산 중단" '석면 함유' 등 발암물질 논란에도 "근거 없다" 미국... 사측은 이날 CNBC에 보낸 성명에서도 "탈크 소재와 존슨즈 베이..."

| 존슨앤드존슨 '발암 논란' 파우더 ... 서울경제 PICK | 2020.05.20. | 네이버뉴스



SWOT – Opportunity 기회



안전한 성분을 중요시하는 소비자 증가

소비자들은 아동 화장품 구매 시
가격보다 품질과 안전성을 더욱 중요하게 생각

2021년 5월 전국화장품 안전 캠페인 홍보활동



자료: 국가약품감독관리국

친환경, 천연성분을 포함한 아동 화장품에 대한
소비자의 수요는 향후 더 커질 것으로 전망

T

- 애국 소비 열풍(귀차오)
- 신규 영유아 화장품 브랜드多
- 중국산 브랜드의 시장 점유율 상승
- 해외 브랜드의 중국 시장 우위 장악
- 젊은 소비자들의 유행 민감도

SWOT – Threat 위협

중국풍 패션 아이템 사례



중국풍 마스크

자료 : 타오바오 APP, 중국풍 패션의류 제품 중 판매량 순위 상위권

애국 소비 열풍(귀차오)

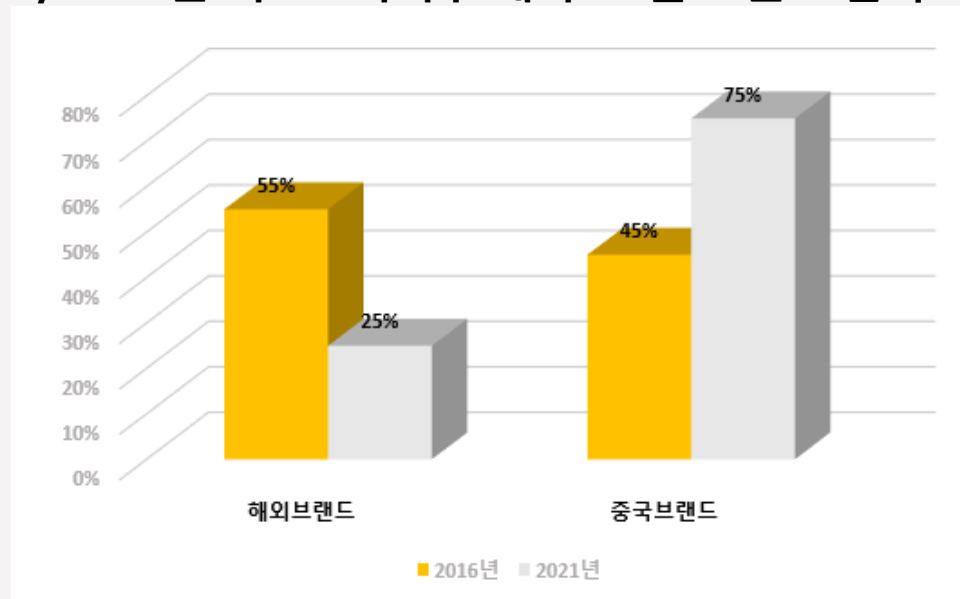
중국 전통 문화 요소와 결합한 제품은
점차 소비의 주요 트렌드로 자리매김

상품의 종류 또한 다변화되는 추세

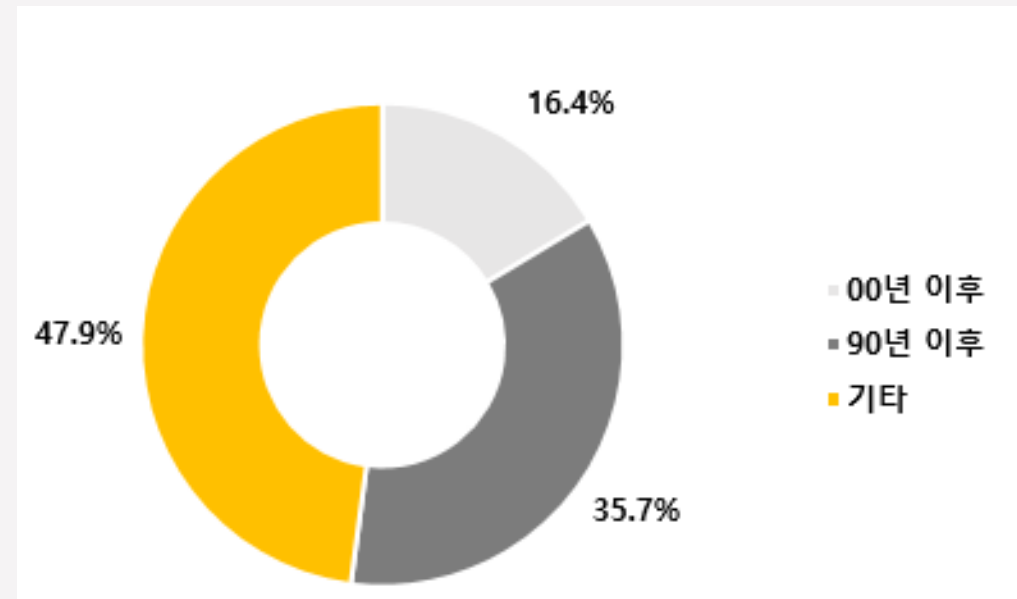
중국정부도 이러한 국산 소비 열풍을 권장

SWOT – Threat 위협

2016/2021년 비교 : 바이두 해외-로컬 브랜드 검색 비중



귀차오 브랜드 검색 연령 비중



2021년, 중국 브랜드에 대한 관심 비율은 75%에 도달, 이는 2016년 대비 30% 높아진 비중

귀차오 제품을 주로 소비하는 계층은 90년 이후 출생의 젊은 소비층

SWOT – Threat 위협

중국 아동 화장품 시장 영향력 높은 브랜드

브랜드	국가	제품 사진	규격 및 가격
Sebamed/施巴 	독일		규격: 50ml 가격: 148위안
Johnson/强生 	미국		규격: 60g 가격: 54.9위안
Elsker/暖呵 	미국		규격: 40g 가격: 14.8위안
징와왕즈/青蛙王子 	중국		규격: 60g 가격: 34.9위안
위메이징/郁美净 	중국		규격: 100g 가격: 29.5위안

자료: 징둥(京东)

해외 브랜드의 시장 우위 장악

해외 브랜드가 지명도와 연구개발로 중국 시장의 우위를 차지

해외 기업 위주의 치열한 경쟁 구도

STP 전략

STP 전략 – Segmentation 세분화

연령	80허우	85허우	90허우	95허우	
성별	남		여		
기혼 여부	기혼		미혼		
소득분위	하층	중하층	중층	중상층	상층

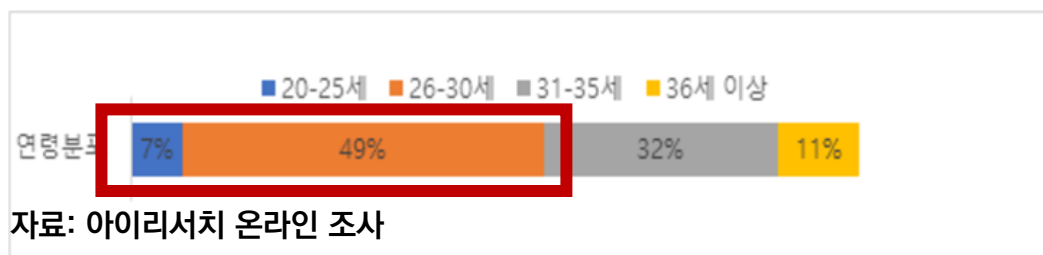
STP 전략 – Targeting 타겟팅

연령	80허우	85허우	90허우	95허우	
성별	남		여		
기혼 여부	기혼		미혼		
소득분위	하층	중하층	중층	중상층	상층

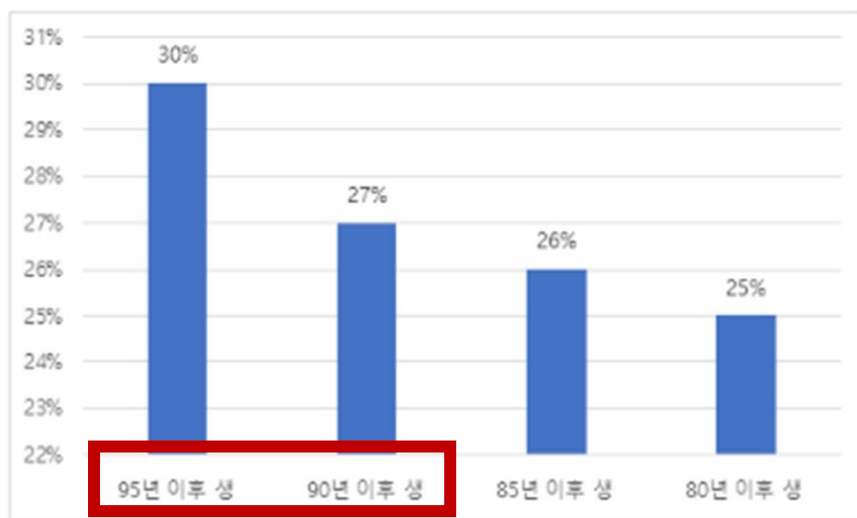
STP 전략 – Targeting 타겟팅

연령	80허우	85허우	90허우	95허우
----	------	------	------	------

영·유아 제품 소비자 기본 분석



가정 소득 중 영·유아 제품 지출 비율

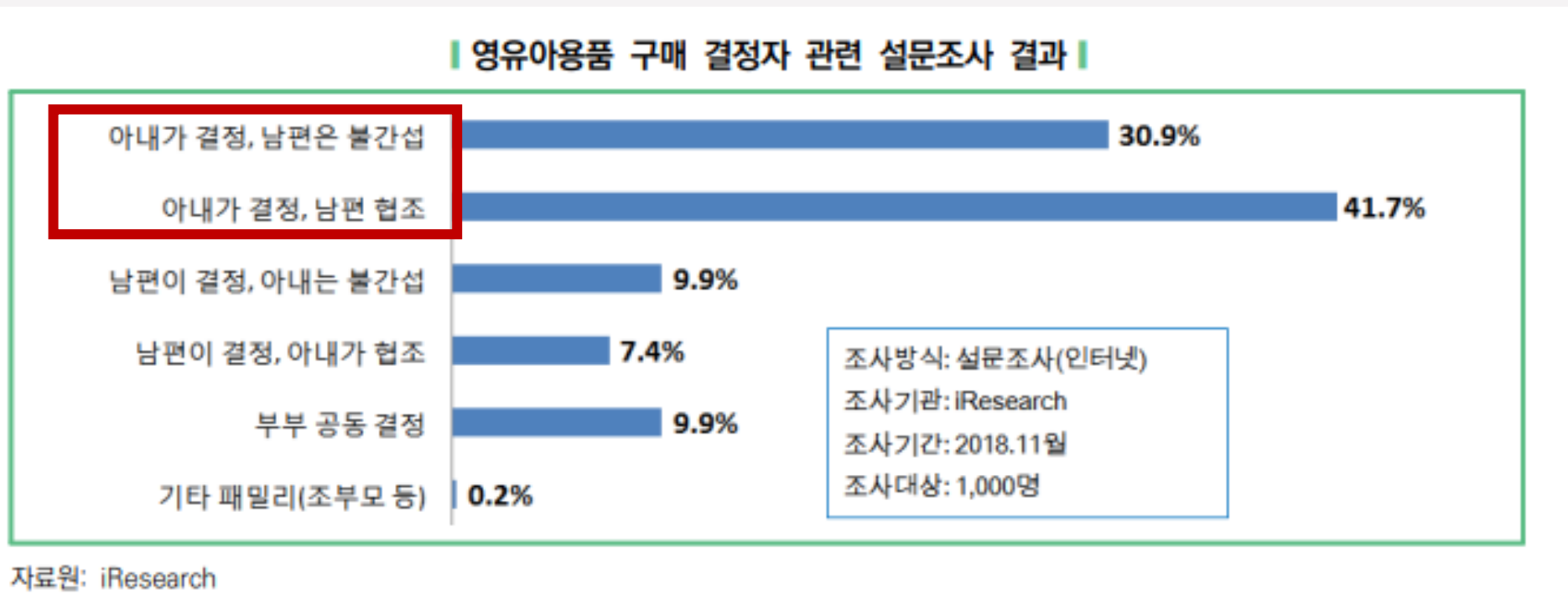


혼인 및 출산 적령기에 접어드는 90,95后가
영유아 산업의 주력 소비층으로 부상

영유아 제품 소비자 연령분포에서 차지하는 비율은 56%
이들의 영유아 제품 지출 비율은 전체 수입의 27~30%

STP 전략 – Targeting 타겟팅

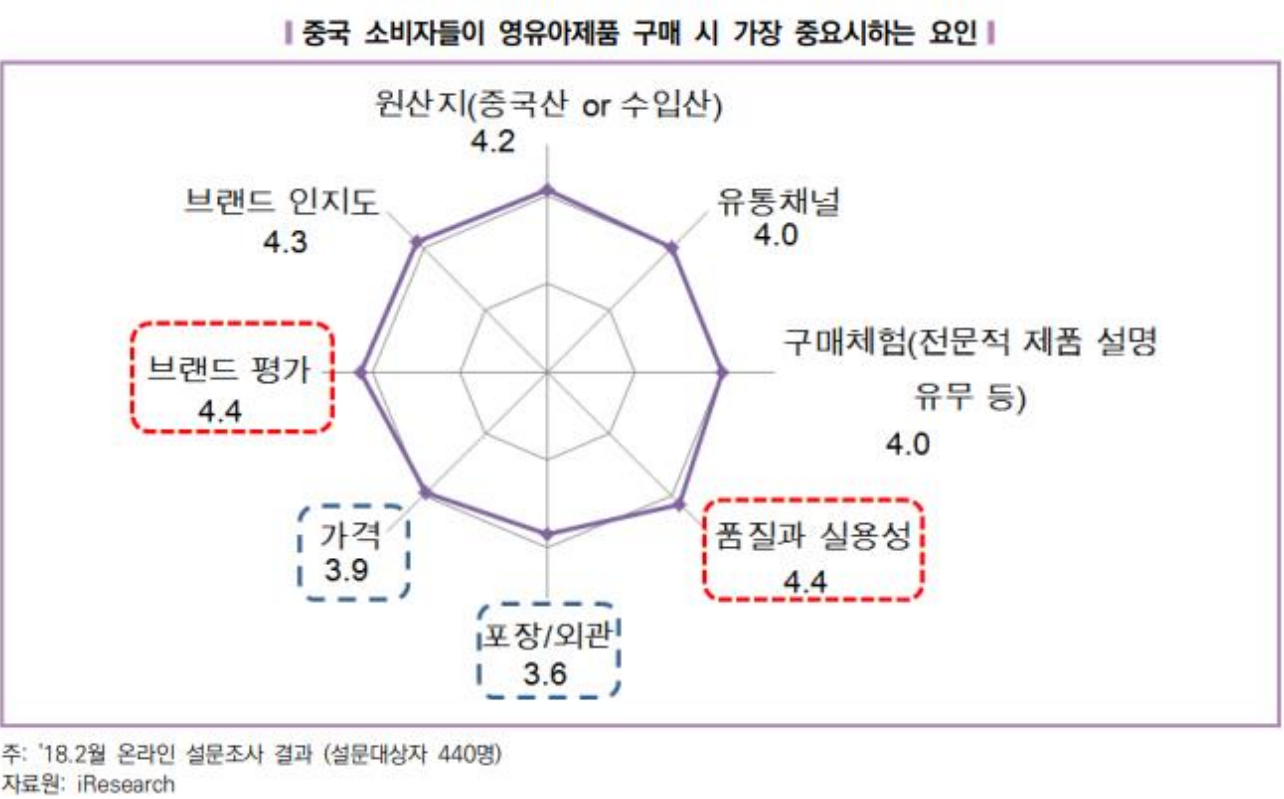
성별	남성	여성
----	----	----



상품 구매과정에서 육아맘이 결정하는 비율이 총 72.6%

STP 전략 – Targeting 타겟팅

소득분위	하층	중하층	중층	중상층	상층
------	----	-----	----	-----	----



경제력을 갖춘 90허우 부모들이
아이에게 최고의 것을 주고 싶어하는 소비 트렌드

프리미엄 영유아용품 인기 ↑
영유아용품 제품 구매시 가격 민감도 ↓

STP 전략 – Positioning 포지셔닝

안전한 성분의 영유아 화장품

프리미엄 영유아 화장품

세분화된 품목의 영유아 화장품

믿음직한 브랜드 평판

4P MIX

4P MIX – Product 제품



좋은 품질과 안전한 성분 강조

식물성분을 추구하는 부모 소비자

식물성 오일 성분과 자연 유래 성분 함유 강조

4P MIX – Product 제품

로레알의 소분포장 샤오메이허(小美盒)



¥250.00

欧莱雅小美盒 水漾公主盒 兰蔻极
光水科颜氏金盏花补水保湿套装
总销量: 1万+ | 评价: 852



¥250.00

欧莱雅小美盒 魔法公主盒 HR绿宝
瓶兰蔻小黑瓶套装礼盒
总销量: 1万+ | 评价: 1111



¥300.00

欧莱雅小美盒 塑颜青春盒 赫莲娜
白绷带兰蔻小黑瓶护肤礼盒
总销量: 1万+ | 评价: 1261



¥300.00

欧莱雅小美盒 全明星明颜盒 兰蔻
小黑瓶赫莲娜白绷带植村秀套装
总销量: 2万+ | 评价: 1533

자료: 타오바오

소분 판매

소분 포장 제품은 다양한 제품을
체험, 비교 후 정량 제품을 구매할 수 있음

4P MIX – Product 제품

다양한 세트 구성



피부 고민에 따라 여러가지 세트 구성 마련

4P MIX – Product 제품

캐릭터 제품 출시



IP 캐릭터 선호 트렌드를 겨냥한 인기 캐릭터와 콜라보 제품 출시

4P MIX – Price 가격

중국 Giving 250ml	한국 몽디에스 240ml	한국 궁중비책 360ml	일본 pigeon 120ml
			
약 140위안, 26000원 (10ml당 5.51위안 한화 1040원)	약 190위안, 36000원 (10ml당 7.95위안 한화 1500원)	약 185위안, 35000원 (10ml당 5.15위안 한화 972원)	약 95위안, 18,000원 (10ml당 약 7.95위안 한화 약 1500원)

경쟁사에 비해 다소 높은 가격대

하지만 품질과 안전성을 한층 더 중시하며 가격 민감도는 점점 낮아지고 있는 소비 트렌드

4P MIX – Promotion 촉진

육아 박람회



4P MIX – Promotion 촉진



오프라인 – 가격표 QR

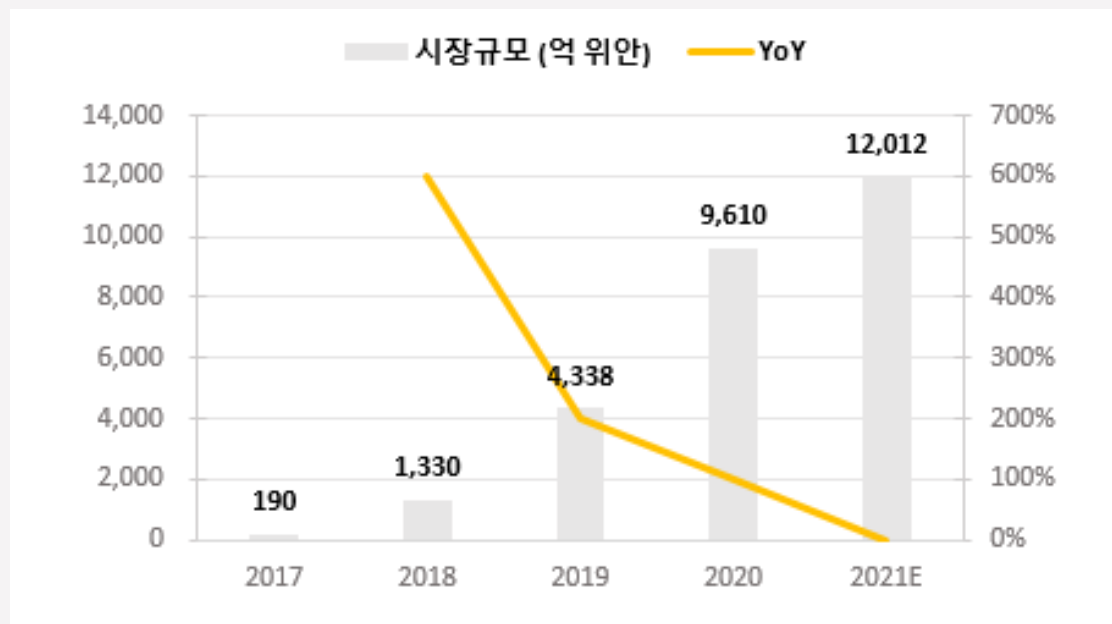
신세대 엄마들의 원스톱 서비스(검색, 구매, 배송)에 대한 니즈 ↑

가격표 QR코드를 통해 상품의 각종 정보를 확인할 수 있는 서비스

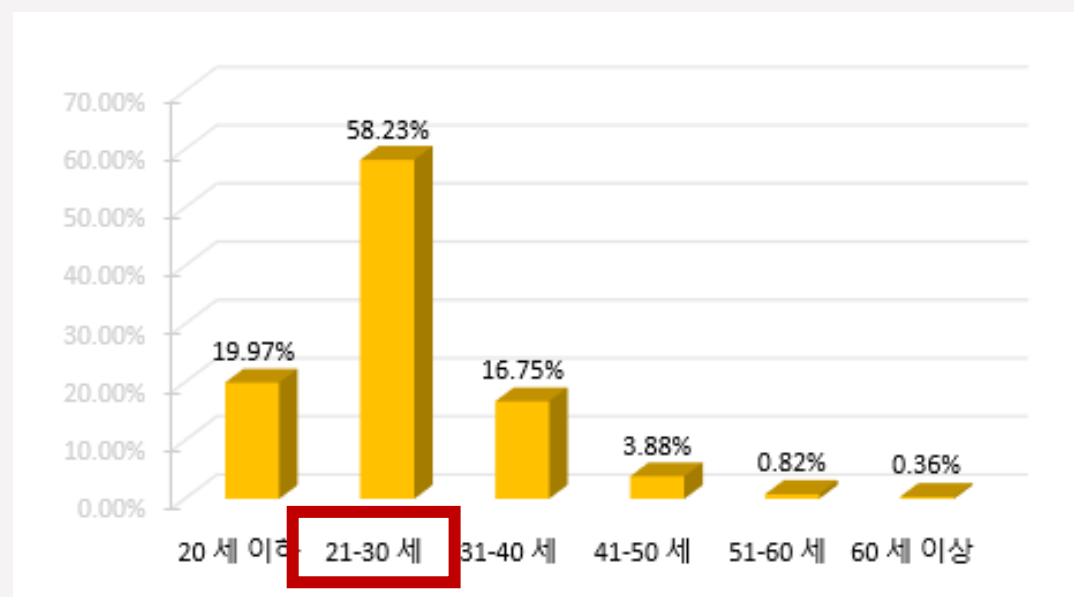
4P MIX – Promotion 촉진

라이브 커머스

2017~2021e 기간 중국 라이브커머스 시장 규모 확대



라이브커머스 주요 이용고객 연령 비중



자료 : 미디어컨설팅 CICC연구, KOTRA 상하이무역관 정리

라이브 커머스는 라이브 스트리밍(Live streaming)과 커머스(Commerce)의 합성어

4P MIX – Promotion 촉진

왕홍 마케팅

중국 내 SNS 확산, 전자상거래 시장 성장으로
‘왕홍(网红)*’ 이용 마케팅이 활성화

90년대생 부모들은 왕홍이 소개하는
새로운 제품을 시도해보려는 의사가 높음

영유아 화장품 홍보에 적합한 왕홍을 선정해 마케팅

왕홍* ‘인터넷 스타’(网络红人)의 줄임말

‘왕홍’ 상품 및 낯선 상품에 대한 소비 욕구



자료: 아이리서치 온라인 조사

왕홍 유아용품 추천



자료: 씨우후우왕(搜狐网)



자료: 김나영의 nofilter TV

4P MIX – Promotion 촉진

중국 재단 & 산후조리원 제휴



mongdies ×  **한국소아암재단**

**한국소아암재단에
사랑의 성금과 물품 기부!**

세상의 모든 아이가 행복하길 바라며
몽디에스와 **한국소아암재단**이 함께 합니다.

Premium Care!

**고품격 프리미엄 산후 조리원
‘트리니티, 올리비움’ 입점**

산모와 아기를 위한 프리미엄 케어!
국내 대표 프리미엄 산후 조리원 트리니티, 올리비움과 함께 합니다.



 **TRINITY**
- 트리니티 산후 조리원 -

 **OLIVIUM**
- 올리비움 산후 조리원 -



자료: 몽디에스 홈페이지

4P MIX – Promotion 촉진

<중국 랜덤박스 시장 규모 (2015년 ~ 2021년)>

(단위: 억 위안, %)



[자료: 중상정보망(中商情報网)]

랜덤박스 마케팅

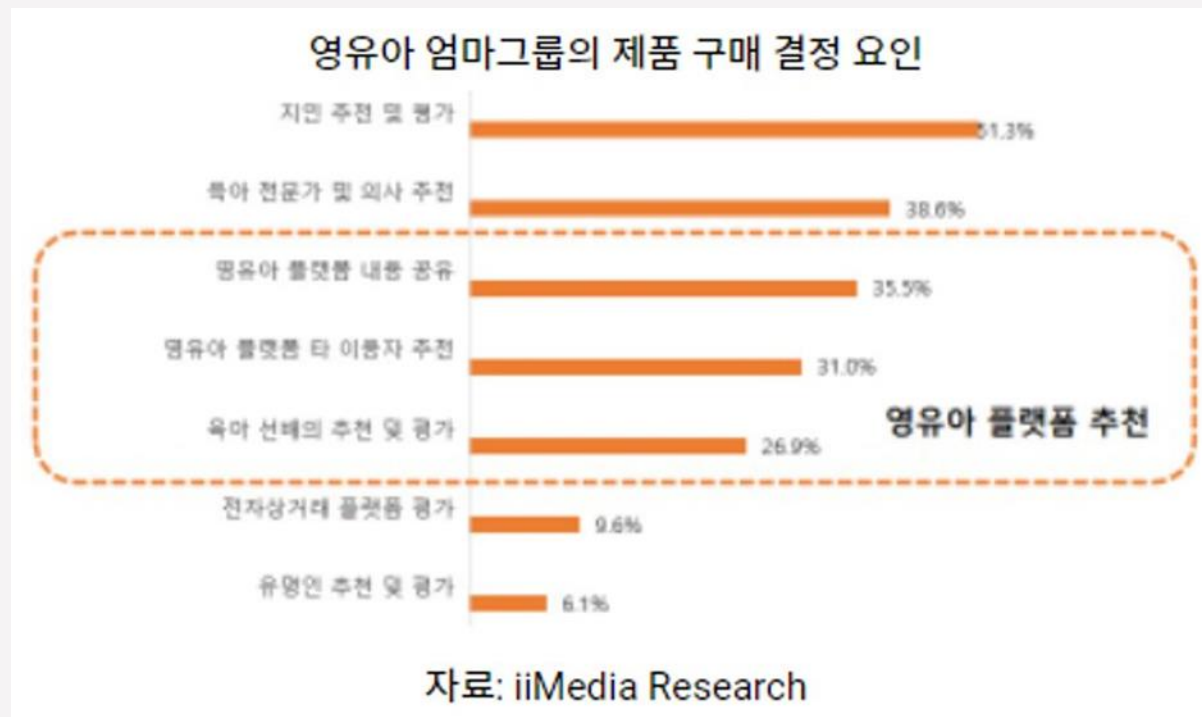
중국 랜덤박스 시장, 최근 5년간 연평균 39% 성장

랜덤박스의 주된 소비자는 18~35세의 젊은 세대

랜덤박스 마케팅과 캐릭터 콜라보 상품 접목

4P MIX – Promotion 촉진

영유아 플랫폼



육아 플랫폼 정보를 가장 우선시

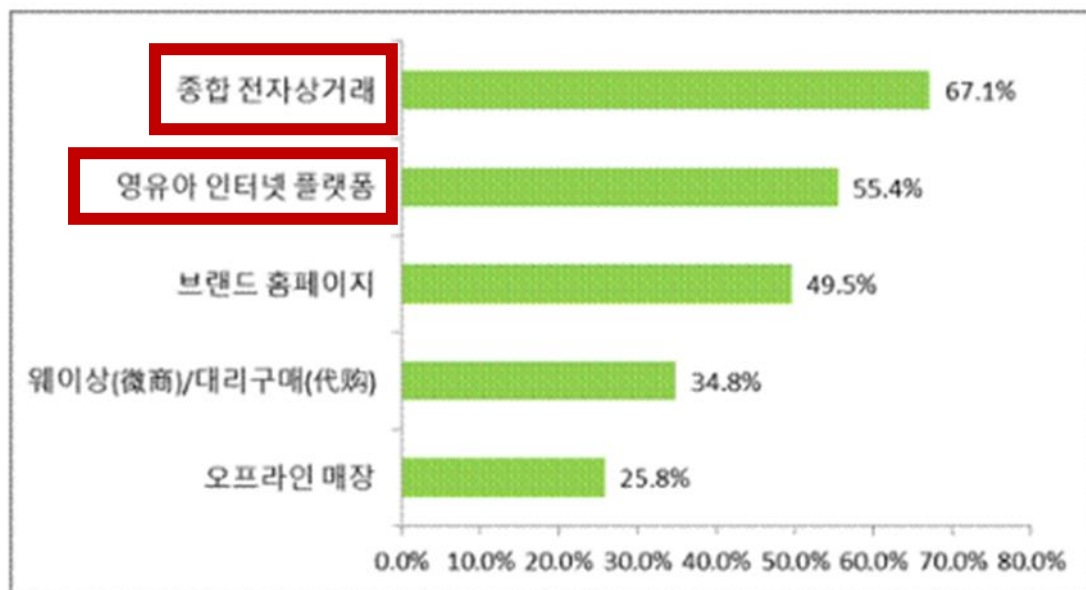


체험단, 후기 이벤트

4P MIX – Place 유통

종합 전자상거래 플랫폼+영유아 버티컬 플랫폼

2019년 중국 90허우 엄마의 영유아 소비 채널 분포



주: 복수선택 가능

자료: 아이루이즈신(艾瑞咨询)

영유아 버티컬 플랫폼	    
종합 전자상거래 플랫폼	    

자료: KOTRA 상하이 무역관 정리(上海贸易馆整理)

버티컬플랫폼(垂直平台)이란? 특정한 영역이나 상품 수요에 집중해 관련 정보와 서비스를 제공하는 플랫폼을 의미

4P MIX – Place 유통

오프라인



유통인구가 많은 인타이(银泰) 백화점



육아용품 전문 매장 하이즈왕(孩子王)



드럭스토어 왓슨스 (屈臣氏)

직접 제품을 보고 체험할 수 있는 오프라인 매장

결론

영유아 화장품 시장의 규모 성장에 따라
최신 소비 경향과 트렌드에 맞는 전략으로 시장 공략

안전한 성분과 다양한 품목을 최우선시하는
꾸준한 개발로 중국 시장 내 경쟁력 강화

중국 내에서도 신뢰도 높은 프리미엄 브랜드 이미지 구축

출처

<http://www.mongdies.com/>

<http://www.todaykorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=285255>

https://dream.kotra.or.kr/dream/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?pageNo=3&pagePerCnt=10&SITE_NO=2&MENU_ID=2400&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=254&bbsSn=254&pNttSn=190890&pStartDt=&pEndDt=&sSe archVal=&pRegnCd=01&pNatCd=156&pKbcCd=&pIndustCd=&pHsCode=&pHsCodeNm=&pHsCdType=&sSe archVal=

<http://www.mongdies.com/>

<http://www.todaykorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=285255>

https://dream.kotra.or.kr/dream/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?pageNo=3&pagePerCnt=10&SITE_NO=2&MENU_ID=2400&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=254&bbsSn=254&pNttSn=190890&pStartDt=&pEndDt=&sSe archVal=&pRegnCd=01&pNatCd=156&pKbcCd=&pIndustCd=&pHsCode=&pHsCodeNm=&pHsCdType=&sSe archVal=

[트렌드 - KOTRA 해외시장뉴스 해외수출 | 시장 조사 | 사회·문화 | 사회·문화뉴스](#)

[19중국~1.PDF](#)

[궁중비책 \(0to7.com\)](#)

<https://notefolio.net/eggplantfactory/58381>

https://dream.kotra.or.kr/dream/cms/news/actionOutNewsDetail.do?MENU_ID=1150&CONTENTS_NO=1&SITE_NO=2&bbsSn=243&pDataId=188831&gbn=ln

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=410&CONTENTS_NO=1&bbsSn=242&pNttSn=191897

출처

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=190810

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=180444

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=188958

https://dream.kotra.or.kr/dream/cms/news/actionOutNewsDetail.do?MENU_ID=1150&CONTENTS_NO=1&SITE_NO=2&bbsSn=243&pDataId=190810&gbn=ln

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=191948

[【启初婴儿舒缓保湿露250ml】启初婴儿舒缓保湿露 宝宝润肤面霜护肤乳身体乳250ml 温和补水滋润 适合幼儿敏感肌肤【行情 报价 价格 评测】-京东 \(jd.com\)](#)

[\[피죤\]베이비 클리어 로션 120ml \(nppip.com\)](#)

<https://www.ktnews.com/news/articleView.html?idxno=112167>

https://www.cmn.co.kr/mobile/sub_view.asp?news_idx=35485

[트렌드 - KOTRA 해외시장뉴스 상품·산업 | 트렌드](#)

[상품 DB - KOTRA 해외시장뉴스 해외수출 | 시장 조사 | 상품·산업 | 상품DB](#)

https://dream.kotra.or.kr/dream/cms/news/actionOutNewsDetail.do?MENU_ID=1150&CONTENTS_NO=1&SITE_NO=2&bbsSn=243&pDataId=171728&gbn=ln

[경제·무역 - KOTRA 해외시장뉴스 뉴스 | 경제·무역 | 경제·무역](#)

Q&A

감사합니다