

IBITA 헤드라인 I

국제뷰티산업교역협회, U.A.E 표준측량청장초청 '할랄인증 화장품' 세미나 개최



CONTENTS

01 IBITA 헤드라인	05 IBITA 헤드라인	09 IBITA News	13 해외박람회미리보기
02 IBITA 헤드라인	06 IBITA Focus -이란	10 IBITA News	14 유관기관소식
03 IBITA 헤드라인	07 IBITA Focus -중국	11 IBITA Issue	15 인사말
04 IBITA 헤드라인	08 IBITA News	12 해외전시 탐방기	16 2016년 해외 유망 박람회

소량주문도 전자결제도 OK B2B전문 온라인 플랫폼, 바이어에 ‘대인기’

– 국제뷰티산업교역협회, 홍콩 무역발전국(HKTDC)와 광동성뷰티협회와 한국제품의 B2B온라인 플랫폼 진출위해 협업키로 –

국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)가 또 한 번 앞서갔다. 지난 11월 11일부터 13일 까지 개최된 홍콩 코스모프로프 아시아(Cosmoprof Asia Hong Kong 2015) 박람회 한국 단체관 운영차 방문한 홍콩에서 한국 기업들의 B2B전문 온라인 플랫폼 진출 및 판로 다각화를 위한 두 건의 협약을 이루어 낸 것.



국제뷰티산업교역협회 및 홍콩무역발전국 임직원. 왼쪽에서 세 번째가 윤주택 국제뷰티산업교역협회 이사장, 네 번째가 C.F Ng 홍콩무역발전국 청시팀 차장

먼저 협회는 11월 12일 홍콩무역발전국(HKTDC)과 홍콩 생활소비재·선물용품 박람회의 뷰티섹터 신설운영 및 전 세계 16만 진성 바이어가 등록되어 있는 홍콩무역발전국 온라인 B2B 플랫폼에 한국 뷰티기업의 입점을 추진키로 하였다. 홍콩 무역발전국(HKTDC)은 홍콩의 해외박람회 및 해외마케팅 사업을 주관하는 준정부기관으로서, 국제뷰티산업교역협회와는 지난 해 11월 한국의 정부관련 기관 및 단체를 통틀어 최초로 상호양해각서를 체결한 바 있다. 이번 협약은 지난해 체결한 MOU를 기반으로 한국 기업들에게 실질적인 도움을 주고자 추진되었다.

매년 4월 홍콩무역발전국이 주최하는 홍콩에서 개최되는 홍콩 선물용품전 (Hong Kong Gift Fair)와 홍콩 가정용품전 (Hong Kong Houseware Fair)은 각각 세계 최대·아시아 최대 규모 박람회로서 세계 120개 국가에서 13만명 이상의 해외 바이어들이 내방하는 산업계 대표 박람회이다.

최근 백화점·대형마트·온라인쇼핑몰·TV홈쇼핑·대형문구점·생활용품점·선물용품점 등지에서도 한국의 뷰티 제품에 대한 수요가 점차 증가함에 따라, 주최측인 홍콩무역발전국에서는 2015년부터 각 박람회에 ‘뷰티섹터’를 신설했다. 협회는 HKTDC와의 협업을 통해 여기 참가하는 한국 참가사들을 매년 조금씩 늘려갈 계획이다. 윤주택 이사장은 “각 박람회는 전 세계 대형 백화점 및 유통망 바이어들이 대거 참가하는 박람회이니 만큼, 우리 뷰티기업이 다양하고도 안정적인 판로를 개척할 수 있는 최적의 기회”라고 기획 취지를 설명했다.

무엇보다 우리 뷰티 기업에게 반기울 소식은, 가정용품전·선물용품전에 직접 가지 않고도 전시참가가 가능하다는 점이다. 협회 윤주택 이사장은 “4월은 뷰티산업군에서도 볼로나 코스모프로프 등 주요 뷰티 박람회가 많이 열리는 달이다. 이 기간 뷰티 전문 박람회가 아닌 다른 박람회에 참가하는 부담을 덜어주기 위해, HKTDC측과 부스참가 없이 ‘쇼케이스’ 형태로 참가하는 ‘Small Order Zone’을 마련하였다”고 밝혔다.

양측에 따르면, 홍콩 가정용품전·선물용품전 기간 전시장 입구에 별도 쇼케이스 ZONE을 마련, 참가사당 40cm x 40cm x 40cm 크기의 쇼케이스를 할당하여 제품 및 QR코드를 비치하게 된다. 쇼케이스에 참가하는 제품들은 사전에 제품사진·최소 주문가능수량·납품단가 등의 정보를 온라인상 등록하게 되며, 전시기간 바이어들이 관심 제품의 QR코드를 스캔하게 되면 핸드폰에서 즉각 미리 등록해둔 상세한 제품정보, 최소주문가능수량, 납품단가, 담당자 연락처 등을 확인하는 시스템이다. 주최측에서는 현장에 전담 요원을 배치하여, 바이어의 현장문의에도 자세히 안내할 수 있도록 한다는 방침이다.





2015년도 홍콩 패션박람회에서 시범운영된 small order zone 전경

쇼케이스가 철거된 이후에도 온라인 플랫폼에 ‘입점한’ 제품 페이지는 1년간 유지되며, 어떤 바이어가 어떤 제품의 QR코드를 스캔했는지에 대한 DB역시 참가사에게 정기적으로 제공된다. 여기에 더하여, 홍콩무역발전국에서는 올 하반기부터 전자결제 시스템인 ‘페이팔’과 연동하여, 바이어들이 온라인 플랫폼상에 ‘입점된’ 제품을 소량주문 할 수 있도록 하였다.

협회관계자는 “지금 전 세계적으로 B2C뿐 아니라 B2B 시장에서도 온라인 플랫폼에 대한 관심이 급증하고 있다. 특히, 소량주문과 간편한 전자결제 시스템은 한국의 주요 교역국인 중국바이어 및 본격적인 수입 전 시장성 테스트를 원하는 신흥국 바이어들에게 큰 인기를 끌고 있다” 며, “이는 우리 뷰티기업들에게도 B2C 온라인 플랫폼을 통해 전시참가에 드는 많은 부대비용이 없이도 판로를 다각화 하고 다양한 시장진출을 꾀할 수 있는 더없이 좋은 기회 “라고 의의를 전했다.

이울러 협회에서는 13일 지난 28년간 ‘광저우 미용 박람회(Canton Beauty Expo)’를 중국 최고 미용 박람회로 일구어낸 광동성뷰티협회와의 회의자리에서 전시회 이외에도 중국 내 전문 유통상 · 수입상만 등록하능한 온라인 플랫폼 내에 국제뷰티산업교역협회 회원사 전용 페이지를 만들어 한국뷰티제품 수입 · 유통을 희망하는 중국 바이어들에게 적극적인 마케팅을 펼치기로 협의하였다. 아직은 시범 운영중인 이 플랫폼의 최대 강점은 모바일을 통한 편의성이다. 클릭 한번으로 제품 이미지, 정보확인,

담당자와 wechat으로 즉각 연결되며 무엇보다 일반 소비자가 아닌 검증된 바이어들만이 등록되어 있어 한국 기업들에게도 전략적인 시장 공략이 가능하다.

협회에서는 해당 온라인 플랫폼을 매년 3월, 5월, 9월 각각 30~40개사 규모로 주관하고 있는 중국 국제 미용 박람회 한국단체관과 연계하여 더욱 더 큰 시너지를 낼 수 있도록 융복합 해외마케팅 서비스를 제공할 전망이다.

협회 관계자는 “중국 · 브라질 · 인도 등 젊은층이 두터운 인구대국 신흥국에서는 모바일 환경 친화적인 비즈니스 플랫폼이 급속도로 영향력을 펼쳐가고 있다. 이에 반해 아직까지 많은 한국의 뷰티관련 제조사들은 제품생산이나 해외전시참가에만 치중한 모습을 보이고 있어 안타깝다. 이제 전시회 참가를 넘어 온라인 · 모바일 · 미디어 등 다양한 채널을 통해 전문 바이어와 일반 참관객을 공략하는 적극적인 태도를 갖추어야 글로벌 시장에서의 경쟁력을 확보할 수 있을 것” 이라고 전했다.

한편, 협회에서는 2016년도 3월 9일부터 11일까지 광저우에서 개최되는 ‘춘계 광저우 중국 국제미용 박람회’ 및 5월 16일부터 18일까지 상하이에서 개최되는 ‘하계 상하이 중국 국제미용 박람회’에 30~40개사 규모의 한국 단체관을 주관한다고 밝혔다.

참가문의: 해외전시팀 02-861-8084~7

국제뷰티산업교역협회, U.A.E 표준측량청장초청 '할랄인증 화장품' 세미나 개최

- 국제뷰티산업교역협회-UAE표준 측량청, 국내 1호 할랄 화장품 위해 협력모색키로 -

(사) 국제뷰티산업교역협회 IBITA (이사장 윤주택)는 9월 21일 오전 금천구 가산동 대성 디-폴리스 지식산업센터 지하 1층 대회의실에서 '2015 할랄 인증 화장품 세미나'를 개최했다. 이번 세미나는 지난 해 코엑스에서 열렸던 '2014 화장품 유럽인증 취득 세미나'에 이은 협회의 해외인증교육 프로그램으로, 이번에는 UAE에서 할랄인증을 부여하고 관리하는 정부기관인 UAE 표준측량청을 직접 초청해 강의를 진행했다.

이날 강의에 앞서 (사)국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장, UAE 표준측량청의 압둘라 청장, 규제본부 유세프 본부장 및 아흐람 연구원, 아모레퍼시픽 AGO 부서 이창규 상무, AGO 전략팀 김무현 과장, 글로벌 협력팀 임두현 팀장 등이 배석한 가운데 VIP 회의가 진행됐다.



이 회의에서 국제뷰티산업교역협회는 UAE 표준측량청과 한국기업의 순조로운 할랄 인증 취득을 위해 서로 협력한다는 내용을 골자로 한 상호양해각서(MOU)체결을 진행 키로 합의하였다. 이에 따라 향후 협회가 UAE 표준측량청 승인 공식 한국사무국이 되면 구비서류 일부를 한국어로 신청할 수 있게되거나 제조시설 방문평가에 드는 비용과 시간이 단축되는 등, 한국기업의 할랄 인증 취득이 활기를 띠게 될 전망이다.

한국을 대표하는 뷰티기업 자격으로 참가한 아모레퍼시픽 측은 향후 전략시장으로써 중동에 많은 관심을 쏟고 있다며, UAE 및 중동시장에 할랄 인증제품을 수출하는 기업의 선두 자리에 설 수 있도록 노력을 아끼지 않을 것이라고 밝혔다.

오후 10시부터 시작된 본 세미나에서는 UAE 표준측량청에서 할랄인증 및 할랄마크 관련하여 근거 법령 · 준수해야 할 규제 · 취득 절차에 관해 강연이 진행됐다. 특히 본 강연에 할애된 시간 이상으로 열띤 질의응답이 이어졌으며, 일부 질문에는 압둘라 청장이 직접 답변을 하기도 했다.

현재는 이슬람 국가들 간에 통용되는 할랄 마크 및 할랄인증 표준안이 없다. 따라서 말레이시아, 인도네시아, UAE에 제품 수출시에는 각국별 할랄인증을 별도로 취득해야 한다. UAE 표준측량청에서 부여하는 할랄인증마크에는 말레이시아 JAKIM에서



부여하는 인증과 달리 아랍어 표기가 되어있으며 GCC 국가에서도 UAE와 동일한 할랄인증적합성 검토 기준을 가지고 있어 GCC 지역 내에 통용된다는 특징이 있다. UAE 표준측량청장은 "현재 UAE 할랄인증을 부여하고 관리하는 기관은 표준측량 청 한 곳 뿐이나 향후 표준측량청 승인기관을 통해 세계 각국 기업들이 현지에서 간편하게 인증을 취득할 수 있도록 할 예정" 이라며, " 할랄제품분야 협력을 위해 한국과 UAE가 국가차원에서 많은 사업을 협업하고 있는만큼 가까운 시일 내 가시적인 성과를 낼 수 있도록 국제뷰티산업교역협회와 긴밀히 협조할 것" 이라 전했다.

협회 윤주택 이사장은 "2012년에도 할랄 인증 관련 세미나를 진행했었는데 불과 3년만에 할랄 시장에 대한 우리 기업들의 관심이 많이 변했음을 절감했다. 할랄 시장은 향후 전 세계 시장의 25%에 달할 것으로 전망되는 만큼, 우리 뷰티 기업들의 할랄 시장진출을 위해 앞으로도 다각도에서 지원을 아끼지 않겠다"고 밝혔다.

한편 협회에서는 올 11월 25일부터 28일까지 사우디 아라비아 젯다에서 개최되는 '2015 사우디 헬스&뷰티 (Saudi Health & Beauty2015)에 정부지원 한국관을 주관하며, 내년 4월 25일부터 28일까지 이란 테헤란에서 개최되는 ' 2016 이란 뷰티 & 클린 (Iran Beauty & Clean 2016) ' 박람회에 자체주관 한국단체관을 진행예정이다. 사우디와 이란은 중동 1,2위 뷰티시장으로 협회에서는 각각 10개사, 30개사 규모로 참가사를 모집중이다.

문의: 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

이 달의 메시지

- 마음을 활짝 열라 -

대문을 열면 도둑이 들어오고,
마음을 열면 행운이 들어온다.

페루의 풍부한 천연자원, 한국의 뛰어난 화장품 제조기술이 만나

- 주한 폐루 무역대표부, 폐루 화장품 기업과 함께 협회 내방 및 한국화장품 기업 시찰 -



폐루 무역사절단, 한국화장품 원료 대표기업 대봉엘에스, 화장품 제조 대표기업 UCL 방문

국제뷰티산업교역협회 (회장·이사장 윤 주 택)는 지난 9월 22일, 협회를 내방한 주한 폐루 무역대표부에서 지원하는 폐루 화장품 개발 기업 3곳과 함께 한국의 대표적인 화장품 원료 개발 및 제조기업 대봉엘에스와 화장품 완제품 제조사 UCL을 차례로 방문하여 한국화장품의 우수한 제조기술력을 소개하였다.

이번 폐루 무역 사절단은, 폐루정부관광청 prom,peru와 폐루의 천연자원을 활용하여 고급화장품을 개발 및 판매하는 GALEON COSMETICA DEL PERU, GB CORP 기업, 그리고 화장품 포장용기를 개발하는 JECONSULTING SAC 기업으로 구성되었다. 이들은 잘 알려지지 않은 폐루의 풍부한 천연자원을 한국에 소개하며, 1,000 여개의 폐루산 좋은 원료와 한국의 뛰어난 화장품 제조기술을 결합하여 폐루시장을 비롯한 아시아 시장의 진출을 목적으로 협회를 방문했다.

이들은 협회에서 소개한 한국의 대표적인 화장품 원료 제조 기업인 대봉엘에스와 화장품 완제품 제조사 UCL 기업을 차례로 시찰하며 천연원료를 개발하여 화장품 원료 및 화장품으로 제조하는 한국의 기술을 직접 체험하고, 한국 화장품의 우수한 품질에 대해 극찬하였다. 협회 관계자의 말에 따르면, 이들은 중국과 한국의 화장품 원료 및 제조기술의 차이점과 한국에서는 화장품 제조를 위해 어떠한 기능을 제일 중요시하는지를 궁금해 하였다고 한다. 이에 대봉엘에스, UCL 기업 관계자는, 한국화장품은 유럽에서 중요시하는 화장품 원료와 일본에서 중요시하는 원료 배합기술 및 공정과정의 두 가지 부분을 모두 고려하여 제조되며, 여기에서 더 나아가 피부에 제일 중요한 물(수분)을 더하여 화장품을 제조하기 때문에 한국화장품이 전 세계적으로 각광받고 있는 이유라고 답하였으며 중국의 화장품 원료 개발 및 제조기술과는 비교할 수 없을

만큼의 기술력을 이미 한국은 가지고 있다고 하였다. 또한 한국 뿐 만이 아니라 전 세계인구가 노령화 되어감에 따라 안티에이징, 항산화, 보습기능을 화장품 제조를 위해 제일 중요한 기능으로 여긴다고 또한 답하였다.

국제뷰티산업교역협회 IBITA 는, 폐루의 풍부한 천연원료와 한국의 우수한 화장품 제조기술을 결합하여 한국기업과 폐루기업 모두에게 좋은 상호적 교류를 지속적으로 이어나갈 것이며 한국화장품 기업이 폐루 시장에 진출할 수 있는 기회를 발굴하고 이를 적극적으로 지원키로 하였다.



폐루무역사절단, 한국화장품 원료 대표기업 대봉엘에스, 화장품제조대표기업 UCL 방문

이란 핵 협상 타결, 거대 내수시장이 열린다

- 국제뷰티산업교역협회, 2016 이란 뷰티 박람회 한국 단체관 주관 -

지난 7월 14일, 이란과 P5+1(유엔 안보리 상임이사국 및 독일)간 핵협상이 극적으로 타결됨에 따라 그간 국제 사회에서 고립됐던 이란 시장 개방에 대한 기대감이 고조되고 있다. 물론, 제재가 풀린 뒤 시장이 활기를 띠게 되기까지는 다소 시일이 걸리겠지만 이미 각 산업군 별 주요 기업들은 시장진출을 위한 발 빠른 움직임에 나서는 모양새다.

이란은 한반도 7.5배에 달하는 국토면적에 풍부한 천연자원과 비교적 우수한 제조업 및 인프라 기반을 갖추고 있다. 경제제재의 여파가 가라앉고 나면, 그 동안 주춤했던 제조업이 본격 가동되고 낙후된 도시 인프라가 재정비에 들어가는 등 정부 차원에서 대규모 프로젝트 발주에 본격적으로 나설 것으로 예상된다.

하지만 지금 글로벌 기업들이 이란에 주목하고 있는 또 다른 이유는 내수시장으로서의 무궁무진한 잠재성에 있다. 이란의 총 인구는 남북한을 합친 것보다 더 많은 약 8천만 명으로 중동·인접 지역에서는 최대 규모로 손꼽힌다. 또한 전체 인구의 60%가 30대 이하의 젊은 층으로, 이들의 친서구 성향 및 소비 지향성을 볼 때 소비재시장이 크게 성장 할 것으로 기대된다.

화장품, 이란 10대 수출 유망 품목으로 손꼽힌 이유

지난 8월 KOTRA에서 실시한 조사에서는 향후 이란시장 10대 수출 유망 예상 품목으로 화장품이 손꼽혔다. 유로모니터 등 주요 시장 조사기관에 따르면, 약 1,400만명의 이란 여성들이 연간 약 21억 달러를 소비하는 것으로 나타났다. 이는 중동지역 전체 화장품 소비금액의 3분의 1에 해당하는 것이다. 주 지출 대상은 30세 미만 이란 여성으로, 전체 구매층의 65%를 차지했다.



인근 중동국가들만큼 엄격하지는 않지만 이란 여성들도 외출 시에는 반드시 스카프로 머리를 가려야 하며 아직 까지 많은 제약이 따르고 있기에, 이에 대해 자신을 표현하기 위한 수단으로 외모 가꾸기에 많은 신경을 쓰고 있다. 특히 인구 절반 이상이 30대 미만으로 경제제재가 본격화한 2000년대 중반 이후에도 위생방송을 통해 접할 수 있는 해외 드라마, 영화 등을 통해 최신 트렌드에 민감하게 반응해왔다는 분석이다.

이란시장, 어떻게 접근하는 것이 효과 효과적일까?

경제제재제제에서는 유럽산 화장품이 일부 고가에 들어오기도 했지만, 국경지대를 통해 수입된 화장품의 90%가량이 태국·중국·터키 등에서 생산된 명품 브랜드의 카

피품이었다. 이로부터 야기되는 부작용 문제가 빈번해 품질 좋은 한국 제품이 경쟁력을 갖출 수가 있었다. 그러나 이란은 전통적으로 명품 제품, 특히 유럽제품에 대한 선호가 강한 시장이다. 가전제품, 자동차 품목에서는 한국 제품이 높은 인지도로 유럽 브랜드와 경쟁하고 있지만, 아직까지 뷰티 부문에서의 한국제품에 대한 인지도는 아직 미미한 실정이다.

제재가 전면 해제되고 경쟁국 진출이 본격화되었을 때, 한국산이 유럽산을 제치고 경쟁력을 확보하기 위해서는 한국 기업들이 어떻게 준비해야 할까?

이란은 아직까지 화장품 용기 디자인 및 제조 기술이 많이 떨어지는 실정이다. 반면에 럭셔리 해보이고 고급스러워 보이는 제품에 대한 선호도가 무척 강하기 때문에, 소비자들의 구매욕구를 확실하게 자극할 수 있는 고급스러운 용기 디자인이 필수적이다. 또한, 이란 여성들은 토너나 스킨을 거의 이용하지 않는 대신, 크림·에센스·제형을 선호하므로, 확실한 기능성을 앞세우거나 코스메슈티컬 제품으로 마케팅 하는 것이 좋다. 무엇보다, 이란 시장의 특수성을 인정하고 거래 성사나 절차 하나에 일희일비하기보다는, 초반에는 상대 기업과 신뢰를 쌓는 데에 집중할 필요가 있다. 이란은 계약 체결시 신용장(L/C) 개설에만 6개월 이상 걸릴 때도 있는 등 인내심을 가지고 접근해야 한다.

현지 시장조사를 위한 가장 좋은 방법, 2016 이란 뷰티&클린

이란 현지 시장을 알고 느끼기에 가장 좋은 방법은 해외 박람회에 참가하는 방법이다. 현지 바이어들과 접촉하여 나의 제품을 홍보하고 소비자들의 성향 및 피드백을 통해 마케팅 전략을 세울 수 있기 때문.



현재 이란 내 뷰티 분야 국제 박람회로는 2016년도 이란 뷰티&클린 박람회가 유일하다. 스키커, 색조화장품, 헤어케어, 네일, 향수, 개인 위생용품, 클렌징 용품, 제조기기 및 용기에 이르기까지 전 뷰티 품목을 아우르는 종합 박람회로, 품목별로 전시장이 구분되어 있다. 무엇보다 2012년부터 전시 규모가 연간 40%씩 성장하여, 2015년에는 12개국 315개사가 참가하였다. 세계적인 권위를 가진 UFI 국제인증에서도 이러한 성장세를 반영하여 2015년 전시부터 박람회 등급을 한단계 상향조정하기도 했다. 한국에서는 국제뷰티산업교역협회가 국내 단독 대표부로서 2015년부터 참가하고 있으며, 2016년도에는 약 30개사 규모 단체관을 운영 예정이다.

문의: 해외전시팀 02-861-8084

이제는 '중국 국제 미용 박람회' [CIBE]다!

- 광저우, 상하이에서 연3회 순회 개최, 중국 최대·최고 박람회로 등극 -

지난 28년간 중국 최고 박람회인 '광저우 미용 박람회 (Canton Beauty Expo)'가 명실상부한 중국 내 최고 박람회로서의 입지를 다지기 위한 변신을 감행했다. '중국 국제 미용 박람회 (China International Beauty Expo)'로 전시명을 바꾸었을 뿐 아니라, 매년 3월 춘계 광저우, 5월 하계 상하이, 9월 추계 광저우로 연3회 순회 개최체제로 전환됐다.

지난 9월 4일부터 6일까지 중국 광저우 China Import & Export Fair Complex (파저우 전시장)에서 개최된 2016 중국 추계 광저우 국제 미용 박람회(China International Beauty Expo)는 전면적인 개편이후 처음으로 진행된 전시로 여러모로 달라진 모습을 확인할 수 있었다. 총 24만 제곱미터 면적에서 개최된 이번 박람회는 기존에 이용하던 파저우 전시장 B구역뿐 아니라 C 구역까지 모두 이용하는 등 크게 확장되었을 뿐 아니라, 화장품을 비롯해 네일, 헤어, 반영구화장, 뷰티실롱, 스파, 원료, 용기, 중국전통미용제품, 성형 전문관 등 뷰티 관련된 다양한 품목별로 전시구획이 조금 더 명확해진 모습이었다.

수많은 한국 기업들이 참가한 가운데, 특히 국제뷰티산업교역협회 (이사장 윤주택)가 주관한, 3배 가량 확장된 면적의 KOREA-IBITA관에 약 50개부스 규모 30여 개사가 참가하여 화장품, 에스테틱기기, 헤어, 용기 다양한 품목을 선보이며 이목을 끌었다. KOREA-IBITA관은 파저우 전시장 출입구와 지하철에서부터 동선이 이어지는 중앙층(2층)에서도 가운데 위치한 10.2홀 (국제관 홀)에 위치해, 많은 바이어와 일반 참관객들의 방문을 유도할 수 있었다는 분석이다.

이번 한국 단체관에는 전시시간동안 부스에서의 상담이 끊이지 않았을 뿐 아니라 전시 후 저녁시간에도 방문한 바이어들과의 미팅 스케줄이 연이을 만큼 바쁜 참가사들이 많았다. 몇 년만에 재참가했다는 한 기업은 "전시회 개편후 규모가 3배가량 확장 되었을 뿐 아니라, 바이어와 소비자들의 수준 향상 및 방문 비중 역시 두드려져 성과가 훨씬 좋았다. 협회 단체관의 새롭게 확장된 부스 위치와 고급스러운 장치등도 무척 만족스럽다."고 소회를 전했다.

협회에서는 내년도 중국 국제 미용 박람회에도 한국 단체관을 운영할 계획이다. 특히 2016년 5월 16일부터 18일까지 개최되는 하계 상하이 박람회가 많은 집중시선을 받고 있다. 하계 상하이 중국 국제 미용 박람회는 홍차오(Hongqiao) 국제공항에서 10분거리에 있는 새로운 전시장인 홍차오 전시장(National Exhibition & Convention Center Shanghai Hongqiao)에서 개최예정이다.

하계 상하이 중국 국제 미용 박람회는 푸동에서 개최되던 상하이 미용 박람회 (China Beauty Expo)와 다르게 19만 제곱미터 면적에 유통 채널 및 품목별로 전시장을 염격히 구분하여 전문성을 전면적으로 내세웠다. 협회 관계자에 따르면, 주최측 인 광동성미용미발화장품 협회에서도 상하이 주정부와 함께 중국 전역 바이어 초청 및 전시준비에 박차를 가하고 있다는 전언이다.

현재 협회에서는 2016년 3월 9일부터 11일까지 개최되는 '제44회 춘계 광저우 중국 국제 미용 박람회' 와 5월 개최되는 '제 45회 하계 상하이 중국 국제 미용 박람회' 참가사를 모집중이다.

문의: 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

중국 최대 B2C 온라인 마켓, 전략적으로 진출하라

- 국제뷰티산업교역협회, 징동 · Tmall · 쥐메이 등 중국 온라인 마켓 진출 사업 나서 -

지난 10월 8일, 국제뷰티산업교역협회 (이사장 윤주택)는 중국 굴지의 전자상거래 통합 서비스 기업인 Landing China와 한국 뷰티 기업의 중국 온라인 및 오프라인 유통망 진출을 지원하기 위한 상호양해각서를 체결하였다. 우리 기업들이 성공적인 진출을 위해 한국의 우수 뷰티 제품들이 JD.com, Tmall.com, Jumei.com과 같은 중국 최대 B2C 마켓 및 백화점 · 병원 · 클리닉 등 오프라인 시장에 본격적으로 진출할 수 있는 길이 열렸다.

중국, 세계 최대 온라인 쇼핑 시장

중국은 이미 '세계의 공장'에서 세계 최대 소비시장으로 자리매김했다. 특히, 2000년대 중반 이후 급성장하기 시작한 온라인 쇼핑이 새로운 트렌드로 떠오르며 각종 시장조사기관에서 2020년에는 중국이 미국, 일본, 영국, 독일, 프랑스를 모두 합한 규모보다 더 큰 온라인 시장규모를 갖추게 될 거라는 전망을 내놓고 있다.

이러한 중국 모바일 쇼핑 시장의 성장은 스마트폰 보급 확대에 따른 모바일 쇼핑 인구 증가와, 현지 온라인 쇼핑 기업의 차별화 전략, 중국 정부의 관련 기업 육성정책이 서로 시너지 효과를 냈다는 분석이다. 실제로 중국 소비자들은 남녀노소 무관하게 쉽고 빠르게 이용할 수 있는 직관적 인터페이스와 온라인으로 충전하여 이용하는 전자화폐 결제방식, 소셜미디어 상의 정보를 적극적으로 수용할 수 있는 편의성 측면에서 모바일 쇼핑을 선호하는 경향을 강하게 보이고 있다. 2014년 중국 솔로데이(11월 11일)의 중국 온라인샵 Tmall 일매출이 9조 3천억원에 이를 정도다.

이에 따라 한국에서도 일부 기업 및 유관기관에서 온라인 시장진출을 위한 다양한 사업을 진행하고 있는 모양새다. 그러나 중소기업이 직접 징동닷컴(JD.com)이나 Tmall 등에 입점하기에는 아직까지도 비용 · 절차 · 현지마케팅 · 사후관리 등에서 많은 제약이 따르고 있다. 중국내 제품판매 필수요건인 위생허가 취득에 많은 비용과 시간이 따른다는 것은 익히 알려진 사실이다. 설령 위생허가를 받았다고 해도 중국내 유명 온라인 마켓에 입점하는 데에는 수많은 절차와 비용이 발생하며, 가까스로 입점에 성공했다 해도 판매대금이 바로 지불되지 않는 경우가 많다.

온라인 시장 진출도 전략적으로

이러한 애로사항을 반영하여 (사)국제뷰티산업교역협회 (이사장 윤주택)는 차별화된 진출 사업을 진행예정이다. 실제로 한국 화장품은 중국 온라인 쇼핑에서 차지하는 비중이 무척 높은 품목인 반면, 유행에 따라 시장의 반응이 금새 바뀌기 때문에 우리 기업 입장에서는 많은 비용과 시간이 걸리는 위생허가취득 및 온라인 몰 입점에 선뜻 나서기가 어려운 실정이다.

협회 관계자는 "이번에 체결한 MOU를 기반으로, 우리 기업들이 조금 더 쉽게 중국 온라인 시장에 진출할 수 있도록 올해 말, 혹은 2016년부터 본격적인 사업을 진행할 예정이다."고 밝혔다. 우선, 협회에서는 현지 파트너를 통해 위생 허가 없이도 우선 홍콩을 통한 한국 제품의 적법한 중국 온라인 시장 진출이 가능하도록 할 계획이다. 한국 기업 입장에서는 손쉬운 진출로 시장반응을 살피고 진출 전략을 수정할 시간을 확보할 수 있게 된다. 또한 현지 온라인 시장 조사기관의 철저한 데이터 분석에 근거한 제품 및 품목 선택으로 진출 시 성공률을 높이고, 선정된 기업과 중국 온라인 마켓 담당자가 직접 만날 수 있는 자리를 마련해 상호간의 신뢰와 절차상의 투명성을 확보하며, 현지 파트너와 협업을 통해 한국 기업에게 물품 판매 대금이 좀 더 빠른 결제가 가능하도록 한다는 계획이다. 아울러 제품 품질이 더 주요한 구매요소로 작용하는 오프라인 매장 진출과 중국 위생허가취득으로 협력사와의 협업 범위를 점차 넓혀갈 예정이라고 밝혔다.

한편, 협회에서는 중국 뿐 아니라 아랍에미레이트, 이란, 러시아 등지에서도 한국 뷰티 제품 수출증진을 위한 사업을 진행하고 있다.

문의: 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

2016 이태리·북미 코스모프로프 한국단체관 참가사 모집

- (사)국제뷰티산업교역협회, 40~50개사 규모 한국단체관 주관 -

(사)국제뷰티산업교역협회 (이사장 윤주택)는 2016년도 이태리 코스모프로프 및 2016 북미 코스모프로프 박람회 한국단체관 참가사를 모집한다고 밝혔다.



2015 북미 코스모프로프 한국국가관 전경

코스모프로프(Cosmoprof)는 매년 3월 이태리 볼로냐, 7월 미국 라스베가스, 11월 홍콩에서 개최되며 각각 유럽·미주·아시아 최고 뷰티 박람회로 손꼽힌다. 내년이면 49회째를 맞는 이태리 코스모프로프는 가장 큰 규모를 자랑한다. 특히 올해는 이태리와 북미 코스모프로프가 각각 규모 면에서 역대 최대 기록을 간신히 이어 이목을 끌었다. 이태리 코스모프로프의 경우 전년도 대비 20%나 증가한 총 24만 8천명의 참관객이 방문하였고, 라스베가스 역시 1,107개사가 참가하였다. '세계 최고'라는 타이틀에 안주하지 않고, 해외 바이어 유치를 위해 적극적으로 변화를 꾀한 점이 좋은 반응을 얻었다는 분석이다.

협회에서는 2012년 국내 최초로 이태리 코스모프로프 실내 (30홀 국가관)에 단체관을 주관한 것을 시작으로, 매년 볼로냐·라스베가스·홍콩 코스모프로프에 한국 단체관을 확장 운영 해왔다. 특히 뷰티 전문 B2B 박람회인 북미 라스베가스 코스모프로프에는 2013년도부터 3년 연속 정부지원 한국관을 주관해오고 있다.



2015년도 이태리(볼로냐) 코스모프로프 협회 단체관 전경

협회 관계자는 "협회 주관 한국 단체관은 좋은 위치로 매년 재 참가율이 80% 이상을 유지할 뿐 아니라, 모집완료 시기도 점차 앞당겨지고 있다."며, "코스모프로프 시리즈는 한국 뿐 아니라 전 세계적으로 참가수요가 높은 박람회이기 때문에 참가 계획을 가지고 있다면 빠른 신청으로 우선 면적을 확보해 놓은 것이 좋다"고 전했다.

협회에서는 2016년도에도 올해와 비슷한 약 40~50여개사 규모의 한국단체관을 운영할 계획으로, 현재 참가사를 모집중이다.

문의: 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8087

글로벌 피부미용 시장 고성장 전망

- 국제뷰티산업교역협회, 한국 에스테틱 메디컬 기업의 중동지역 진출에 직접 발벗고 나서 -

전 세계적으로 인구고령화 문제는 남의 일이 아닌 것이 되었다. 하지만 이러한 사회적 변화로 우리는 피부노령화에 점점 관심을 가지게 되면서 피부미용 에스테틱 시장이 고성장할 것으로 대부분의 전문가들은 예측하고 있다. 이에 더 나아가서는, 여성의 사회진출 증가와 웰빙 문화에 대한 관심 고조 등으로 2016년 글로벌 에스테틱 치료 시장 규모는 29억 9천만 달러까지 성장 예정이며, 전 세계적으로 에스테틱 시장의 불량은 계속해서 커지고 있음을 우리는 주의깊게 살펴 볼 필요가 있다.

에스테틱/메디컬 에스테틱 산업은 과거 단순산업의 범주에서 벗어나 의료와 다양한 기술 산업이 접목돼 인체를 건강하고 아름답게 가꾸기 위해 이용되는 제품 및 서비스를 포괄하는 종합 산업분야로 고령화 시대의 신성장 동력산업으로 전망된다.



2015년 두바이 더마 한국단체관 부스전경

국제뷰티산업교역협회 IBITA (www.ibita.or.kr)는 이러한 전 세계적인 에스테틱 산업 성장에 주목하여, 한국 에스테틱 관련 기업의 해외진출을 위한 지원에 나섰다. 매년 4월에 개최되는 MENA 지역 (Middle East, North Africa)의 관련 품목 (더마톨로지) 최대 규모의 학회 박람회인 "두바이 국제 피부미용 박람회 Dubai Derma"에 약 50개사 내외의 한국기업이 참가하고 있으며, 국제뷰티산업교역협회는 동 박람회에 한국단체관을 주관하여 한국 관련 품목 기업의 중동 진출을 위해 직접 발 벗고 나섰다. UAE는 두바이를 중심으로 특히 미용성형시장이 활발해 집에 따라 미용성형분야의 국내 수요와 의료관광 수요가 성장세에 있으며, 두바이 인구당 성형외과 전문의 비율이 미용성형시장 대국인 미국, 브라질보다 2배 이상 높은 것으로 조사되었으며 특히 영국, 미국, 러시아 출신의 성형외과 전문의가 두바이에서 활동하고 있어 새로운 미용성형시장의 중심으로 변모하고 있다.

동 전시회는 두바이 정부 후원 하에 개최되는 중동, 북아프리카 지역의 더마톨로지 분야 최고의 전시회로 꼽히고 있으며 피부과, 피부관리, 스킨케어 회장품 및 레이저 분야에 종사하는 개원 전문의, 제조업체, 유통업체들을 위해 전문화된 유일한 전시회이다. 2013년부터 매년 한국단체관을 주관해 온 국제뷰티산업교역협회 IBITA의 관계자 말에 따르면, 동전시회 한국참가기업의 수가 최근 3년 사이 약 2배 가까이 증가하였으며 참가기업의 만족도가 상당하여 재참가율이 90%에 육박한다고 전하였다. 또한 2016년 두바이 더마 'Dubai Derma 2016' 한국단체관 참가사 약 35개사를 현재 모집 중에 있다.

IBITA, '2015 브라질 뷰티 페어' 첫 정부지원 한국관 운영성료 -14개 한국기업 참가, 4일간 상담액 3천만 달러-

(사) 국제뷰티산업교역협회 IBITA (이사장 윤주택)는 9월 5일부터 8일 브라질 상파울로 Expo Center Norte에서 개최된 '2015 브라질 뷰티 페어 (Beauty Fair 2015)'에 한국관 운영을 성황리에 마쳤다. 동 박람회 국내 최초의 정부지원 한국관 구성으로, 올해 14개 기업이 참가했다.



2015 브라질 뷰티 페어 정부지원 한국관 전경

'2015 브라질 뷰티 페어'는 브라질 뿐 아니라 미주(美洲) 통틀어 최대 규모를 자랑하는 박람회로, 올해에도 주최측 추산 8만 5천여 제곱미터에 1천개 이상 참가사와 14만 5천여명 참관객이 참가했다. 브라질에 진출한 유수의 글로벌 브랜드 및 자국 유명 브랜드들이 대규모 독립부스로 참여하여 현지 최종소비자들을 대상으로 한 적극적인 제품시연·판촉·세미나·경연행사가 동시에 진행되어 활기를 띠었으며, 4일간의 전시기간 동안 브라질 전역에서 뷰티살롱 오너, 헤어 디자이너, 네일 샵 오너 등 업계 종사자들이 전세버스를 대절하여 방문하는 등 거대한 브라질 내수시장의 규모를 가늠케 하였다.

전시는 비즈니스 섹터·프로페셔널 섹터·에스테틱 섹터·네일 섹터·국제관 섹터 총 다섯 개 구획에서 진행되었으며, 한국관은 미국관·중국관과 함께 국제관 섹터에 위치하여 많은 참관객들의 이목을 끌었다.

화장품·헤어브러쉬·네일·에스테틱 장비·마사지기기·화장품 용기 등 다양한 품목이 참가한 한국관에는 일반 소비자 외에도 브라질·아르헨티나·콜롬비아 등 인접국의 바이어들과 전시에 참가한 현지 유명기업의 임직원이 연이어 방문한 가운데, 총 3천만 달러 규모의 상담과 2백만 달러 현장계약이 진행되었다.

브라질은 지리적으로 한국과 정 반대에 위치해 있으며 자국산업보호를 위한 복잡한 관세 및 통관절차 등으로 인해 우리 중소기업들이 시장진출에 많은 애로사항을 겪어왔다. 그러나 남아메리카 대륙의 경제 중심국으로서 2억 인구의 거대한 자체 내수시장 외에도 인접국에 미치는 파급력 측면에서 반드시 진출해야 할 차기 신흥시장으로 손꼽히는 국가다.

특히, 최근 거론되는 브라질 내 정세불안과 경제위기론에도 뷰티산업분야는 브라질 전체 GDP 중 일정 비중을 꾸준히 유지하고 있으며, 빈부격차가 뚜렷한 사회임에도 중산층(Class C) 중심으로 최근 5년간 네일, 헤어 등 뷰티관련 소비가 꾸준히 증가해왔다. 국제뷰티산업교역협회에서는 브라질 및 남미시장 진출의 필요성이 대두됨에 따라 중소기업중앙회 무역촉진단 사업의 일환으로 한국 최초로 정부지원 한국관을 단독 주관하게 됐다고 설명했다.

협회에서는 '2016년 브라질 뷰티 페어 (Beauty Fair 2016)'에도 15개 규모로 협회 단체관(KOREA-IBITA관)을 운영할 예정이다.

문의: 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

더 뜨기 전에 잡아야 할 남미시장, 멕시코 - 국제뷰티산업교역협회, 멕시코 뷰티 엑스포 (Expo Beauty Show) 한국관 구성, 성황리에 폐막 -

국제뷰티산업교역협회 (이사장 윤주택)은 지난 10월 25일부터 28일까지 멕시코 멕시코시티 Centro Banamex 전시장에서 개최된 '2015 멕시코 뷰티 엑스포 (Expo Beauty Show 2015)'에 최초로 정부지원 한국관을 구성, 성황리에 종료했다고 밝혔다.

아메리카 대륙에 속하는 국가 중 멕시코는 미국, 브라질의 뒤를 이어 화장품 시장 규모 3위 국가이며, 그 규모가 한화 9조원에 달한다. 또한 멕시코는 최근 5년간 화장품 시장 매출 규모 성장률이 2자릿 수를 기록하며, 한류열풍으로 인해 'Corea' 가 1억 2천만명 멕시코인들의 머릿 속에 서서히 자리잡고 있다. 화장품 시장의 판매 증가 원인은, 한 국가 안에서 또는 전 세계적으로 유행하는 패션과 남들과 차별화 하려는 인간의 기본적 습성이 직접적 연관을 많이 지니고 있다. 멕시코는 이러한 경향이 매우 강해 아주 강렬한 색조의 화장품이나 헤어제품들이 전체 시장에서 차지하는 부분이 상당하다.

한류열풍으로 한국에 대한 멕시코 현지인들의 관심이 고조되면서 우리 한국화장품의 좋은 품질력과 가격경쟁력으로 중남미 국가에 진출하고자 하는 한국기업이 점차 늘어나기 시작하였고, 이에 우리 한국기업을 적극 지원코자 국제뷰티산업교역협회는 중앙 아메리카 지역 최대 규모의 뷰티 박람회 '2015 멕시코 뷰티 엑스포'를 정부지원 전시회로 선정하고, 최초로 한국관을 구성하여 12개사가 참가하여 387건의 상담건수와 2,515천불의 상담액과 더불어 높은 현장판매실적을 기록하며 성황리에 폐막하였다고 협회 관계자는 말했다.



멕시코는 비만인구 1위 국가로 최근 웨일링, 슬리밍에 대한 현지인들의 욕구 증가에 따라, 체형보정형 속옷을 개발, 생산하는 한국관 참가기업은 동 전시 참가로 전시 개막 일날 전 제품을 판매완료 하였으며, 네일패치류 품목으로 참가한 기업의 경우 특이한 한국 네일제품에 많은 관심을 보여 전시 3일 내내 부스에 많은 참관객으로 붐볐다고 한다. 또한 마스크팩을 한 번도 접해보지 않은 멕시코 현지인들에게, 한국 마스크팩은 인기제품이었으며, 멕시코는 헤어제품에 대한 관심이 높은 나라이 만큼 샴푸, 헤어팩 등의 한국관 참가기업 제품이 이목을 끌었다.

멕시코 뷰티 엑스포 'Expo Beauty Show'에서는 수백개의 헤어쇼와 네일아트대회 등이 부대행사로 개최되어 전시기간 3일 동안 약 8만명의 참관객이 방문했다고 쇼 주최사, 글로벌 기업 Reed Exhibitions 관계자가 전했다.

아직 멕시코에는 한국제품의 유통이 많지 않아, 앞으로 우리 한국 화장품 기업의 진출이 기대되는 시장임을 동 전시 참가를 통해 확실히 체감할 수 있었으며 멕시코 사람들은 외관상 보이는 것에 많이 집중하기 때문에, 강렬한 색상의 색조화장품, 속눈썹 제품, 네일제품, 헤어제품에 대한 수요가 상당하여 이와 관련한 우리 한국기업의 멕시코 시장 진출은 필수로 떠오를 것으로 예상한다.

NAFTA 시장의 진출 관문 국가, 북미경제권의 핵심 국가, 더 뜨기 전에 잡아야 할 시장, 멕시코! 앞으로 그 곳에서 한국기업의 건투를 기대해 본다.

홍콩 코스모프로프, 역대 최다 한국기업 참가

- 국제뷰티산업교역협회, 섹터별로 총 40여개사 한국단체관 운영 성료 -



국제뷰티산업교역협회에는 한국 주관단체 중에서는 유일하게 화장품(1E홀), 에스테틱(3E홀), 네일(GF홀), 헤어(3G홀), Spot On Beauty (CH홀) 등 품목별 섹터에 모두 단체관을 운영하였다. 세계적인 경기 침체의 여파로 전년도보다는 참관 바이어들이 다소 감소한 가운데, 협회 주관 한국단체관에는 화장품, 에스테틱 기기, 네일 제품, 뷰티 잡화, 헤어 케어 제품, 불임머리 등 다양한 제품이 출품하여 총 약 2천여건 약 1억 달러의 상담과 약 150여건 500만 달러의 현장 계약이 체결되는 등 내실 있는 상담이 이어졌다는 평이다.



(사)국제뷰티산업교역협회 (이사장 윤 주 택)는 지난 11월 11일부터 13일까지 홍콩전시컨벤션센터 (HKCEC)에서 개최된 제 20회 홍콩 코스모프로프 아시아 (Cosmoprof Asia Hong Kong 2015)에 총 40개사 규모의 한국 단체관을 주관, 성황리에 마쳤다고 밝혔다.

올해는 동 박람회가 개최 20주년을 맞는 해로 미국, 스페인, 이탈리아, 브라질, 독일, 영국, 호주, 이스라엘, 폴란드, 스위스, 태국, 일본, 대만, 벨기에, 싱가폴에서 국가관을 구성하였으며 한국에서도 380여개 기업이 참가하여 역대 최다 기록을 간신히 깨고 밝혔다. 출품 품목 중에서는 단연코 기능성 스킨케어 · 천연원료 소재의 스킨케어 제품 및 에스테틱 기기류들의 출품이 두드러져 눈길을 끌었다.

한편, 홍콩 코스모프로프 주최측은 넘쳐나는 참가수요를 분산하고 박람회의 전문성을 확보하기 위하여 내년부터는 5층의 OEM · ODM 및 용기 · 제조 섹터를 홍콩국제공항 쪽의 아시아 월드 엑스포(AWE) 전시장으로 이전하여 2016년 11월 15일부터 17일까지 별도 박람회로 진행한다고 밝혔다. 이에 따라, 2016년 11월 16일부터 18일까지 하루의 차이를 두고 개막하는 2016년도 홍콩 코스모프로프에는 화장품(완제품) · 에스테틱 · 헤어 · 네일 제품이 참가하게 된다. 협회에서는 2016년도에도 아시아 월드 엑스포(AWE)와 홍콩전시컨벤션센터(HKCEC)에서 개최되는 두 박람회에 모두 단체관을 주관예정으로 약 50여개 참가사를 모집중이라고 밝혔다.

한편, 협회에서는 2016년도 3월 볼로냐 코스모프로프 및 7월 북미 라스베가스 코스모프로프에도 비슷한 규모의 한국 단체관을 운영예정이다.

문의: 해외전시팀 02-861-8087

높은 구매력, 빠르게 증가하는 젊은 중산층 - 세계가 주목하는 사우디아라비아

- (사) 국제뷰티산업교역협회, 사우디 헬스&뷰티 박람회 정부지원 한국관 주관 -



(사) 국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)가 올 11월 25일부터 28일까지 중동 최대 뷰티 시장인 사우디아라비아 젯다에서 개최되는 '2015 사우디 헬스&뷰티 (Saudi Health & Beauty 2015)'에 국내 최초로 정부지원 한국관을 주관한다고 밝혔다. 동 박람회에 한국 단체관을 주관한 지 2년만에 이루어 낸 쾌거다. 이번 정부지원이 확정될 수 있었던 가장 큰 이유는, 사우디아라비아가 차기 유망 시장으로 떠오르고 있는 중동의 경제적·문화적 핵심국가이기 때문이다.

실제로 사우디 헬스&뷰티 박람회는 2014년 처음 개최되자마자 L'Oréal, Yve Rocher, VICHY, POND'S 등 유수의 글로벌 뷰티 브랜드들이 대거 참가하여 이목을 끌었다. 올 해에도 SEPHORA, UNILEVER, BOURJOIS, WELLA 등 글로벌 기업들이 참가를 확정한 데 이어, 이집트, 독일, 터키, 영국, 중국 등 세계 각국 국가관이 참가한다. 1만여 sqm에 120여개사가 참가하는 박람회에 글로벌 기업들을 포함한 해외 참가사 비중이 41%가 넘는 이유는 무엇일까.

사우디아라비아는 여성 1인당 연간 화장품 구매금액이 세계에서 가장 많은 국가이다 (2014년 기준 \$3,800/인). 사우디 여성은 종교적인 이유로 '아바야'라는 전통의상으로 얼굴과 손을 제외한 신체를 가려야 하기 때문에, 화려한 색조화장과 네일로 자신을 표현하려는 욕구가 강하며 비가 거의 오지 않는 건조한 기후와 기름진 식습관으로 안티-에이징 및 기능성 스킨케어 제품에 대한 수요도 높다. 무엇보다 해외 뷰티 기업의 구미를 당기는 것은 세계 최대 산유국답게 가격민감도가 크지 않다는 점이다.

사우디 소비자들은 고품격 맞춤 서비스와 고기능성 제품을 선호하는 경향이 두드러지며, 실제로 에스테틱 샵, 병원, 클리닉을 통한 1:1 스킨케어·체형관리 시장이 최근 5년 새 10배가량 성장하였다. 국민 평균 연령이 30대로 젊은데다 연간 7%대를 유지하는 인구성장세도 매력적이다.

이토록 잠재력이 큰 시장임에도 아직까지 한국 기업의 시장진출은 미미한 수준이다. 사우디아라비아는 관광비자가 없고, 35세 이하 여성 외국인이 상용비자를 취득하기가 까다롭기 때문. 게다가 사우디아라비아 국민들이 해외여행 하는 일도 드물어 사실상 사우디에 진출하기 위해서는 사우디 헬스

&뷰티와 같은 박람회에 직접 참가하는 것이 필수적이라 할 수 있다. 동 박람회 한국 단독 대표부인 협회의 한 관계자는 "그렇기 때문에 유럽과 미주의 명품 브랜드들이 시장 내 럭셔리 케어 시장을 선점하기 위해 사우디 헬스&뷰티 박람회에 앞다투어 참가하고 있으며, 첫 회 해외 참가사 비중이 40%를 넘었던 것"이라고 전했다.

협회는 이번 2015 사우디 헬스&뷰티 박람회에 약 10개사 규모 정부지원 한국관을 주관하며, 스킨케어 제품·헤어·색조화장품·화장품 용기 업체가 참가예정이다. 협회에서는 작년부터 여성 비자발급 연령을 만 25세로 대폭 낮추고 주최사를 통해 비자발급에 필요한 초청장을 일괄 발급하는 등 전폭적인 지원을 아끼지 않고 있다. 특히 올해에는 현장 바이어 매칭, VIP 바이어와의 네트워킹 세션 등 현지 바이어 유치를 위한 다양한 프로그램도 진행한다.

문의: 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8087

아세안 공동 경제권(AEC) 출범, '아세안 뷰티' 가 담이다.

-IBITA, 2016년 태국 아세안 뷰티 한국 단체관 참가사 모집-

(사) 국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 2016년도 4월 28일부터 30일까지 태국 방콕 BITEC 전시장에서 개최되는 '2016 태국 아세안 뷰티'에 16개사 규모 단체관을 주관한다.

태국은 현재 아세안 지역에서 가장 빠르게 성장하고 있는 뷰티 시장 중 하나다. 풍부하고 다양한 식생 덕분에 이미 세계적인 화장품 원료 시장으로서 해당분야 세계 최고 권위 박람회인 '인-코스메틱스 아시아 (In-Cosmetics Asia)'가 개최되고 있고, 미주 및 구미 지역에 본사가 있는 수 많은 제조사들도 태국에 바잉 오피스(Buying Office)를 두고 있다.

2015년도부터 아세안 10개국 (싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 태국, 필리핀, 브루나이, 베트남, 캄보디아, 라오스, 미얀마)으로 구성된 '아세안 경제공동체 (AEC)' 출범하게 됨에 따라, 지리적으로 인프라의 중심에 위치한 태국 방콕의 입지는 더욱 확고해질 것으로 보인다. 단일 경제권으로서의 아세안은 6억 4천만 인구의 거대한 시장으로, 특히 다른 개도국과 달리 부의 재분배 및 확산이 비교적 빨라 중산층이 빠르게 증가하고 있다. 또한, 평균 연령이 30대로 여가·뷰티·의류·엔터테인먼트 부문 지출 의향도가 높다는 점도 무척 매력적이다.

태국 아세안 뷰티는 동남아시아에서 개최되는 유수의 뷰티 박람회 중에서 단일 아세안 시장 전체를 공략하고자 기획된 유일한 박람회이다.

첫 해 개최 결과는 성공적이었다는 평이다. 아세안의 지리적 장점을 잘 살려 아세안 국가 (태국, 인도네시아, 말레이시아, 싱가폴, 필리핀, 미얀마, 라오스, 캄보디아, 베트남) 이외에도 서남아시아 (인도, 스리랑카, 파키스탄), 오세아니아 (호주) 그리고 미국, 영국, 러시아, 프랑스, 호주, 아랍에미리트 등 세계 25개국으로부터 많은 해외 바이어들이 방문하였다. 참관객 중 50%는 전문 유통상, 20%는 OEM, ODM 화장품 제조사로 여느 박람회에 비해 전문 바이어 비중이 높았던 것도 참가사들의 높은 만족을 이끌어 낸 것으로 나타났다.



2015년도 협회주관 한국 단체관에는 색조화장품, 스킨케어, 헤어케어, 마스크팩, 에스테틱 장비, 흠케어용 미용기기 등 10개사가 참가했으며, 전시장 출입구 가장 앞쪽에 자리하여 많은 바이어들의 이목을 끌었다. 협회 관계자는 "동남아 지역에서도 점차 내수로 메이크업이 각광받기 시작하면서, 미백·안티에이징·여드름 케어 수요가 증가하고 있는 가운데 좋은 품질의 한국 제품에 대한 반응이 무척 좋았다. 또한 태국 뿐 아니라 미얀마, 캄보디아 등으로부터 진성 바이어가 많이 방문한 것도 고무적이었다. 현지에서 많은 기업들이 치열하게 경쟁을 벌이고 있는 만큼 우리 기업들도 제품 패키징이나 마케팅에도 많은 준비를 해 온다면 좋은 품질의 제품이 더욱 더 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 보인다"고 현장 분위기를 전했다.

협회에서는 2016년도에 더욱 확장된 규모인 총 16개사 규모의 한국단체관을 주관 예정이라고 밝혔다.

해외전시 탐방기 / 남미 최대 뷰티 박람회, 브라질 뷰티페어를 가다.

삼바, 축구, 그리고 Viva Beleza !

- 남미 최대 뷰티박람회, '브라질 뷰티 페어' 를 가다 -

장장 33시간의 장거리 비행 이었다. 목적지는 상 파울로, 브라질 최대의 도시.

기내 영화 몇 편을 돌려보고 잠도 자가며 도착한 빠리 샤를 드 골 공항에서 9시간 스 탑오버(stop-over) 후 다시 12 시간을 날아가는 강행군이었다.

'정말 멀구나.'

구아룰류스 공항에 도착하고 가장 먼저 든 생각이었다. 하지만 이도 잠시, 짐 찾는 곳에서 서성이던 사람들이 크게 술렁이기 시작했다. 무려 250여명에 달하는 승객들의 짐이 중간 기착지인 빠리에서 시스템 오류로 항공기에 실리지 않았던 것이었다. 누구도 예상치 못했던, 초대형 사고였다.

'...?'

시차로 인해 다소 명해 있던 머릿속에 거대한 물음표 하나만이 떡하고 떠올랐다. 도착한 날은 전시품 디스플레이 날이었다. 한국관 참가사 중에는 핸드캐리로 제품을 운반해 온 분들도 더러 있었던 것이다.

분실수하물 접수창구에 길게 늘어선 수백명의 사람들을 뚫고, 여러 사람들을 닦달해 가며 다음 비행기와 또 그 다음 비행기로 도착한 짐들 중 한국 출장자들의 짐을 먼저 빼내어 호텔로 안전하게 받아낸 이야기는 생략하도록 한다.

그 과정에서, 그리고 그 이후로도 숱하게 마주친 브라질 사람들은 하나같이 서두르는 기색이 없이, 도리어 재촉하는 나에게 “지금 최선을 다하고 있잖아요, 기다리세요.” 라거나, 내내 모르쇠로 일관하다가 “상부 책임자인 아무개씨와 통화했는데” 하고 책임소재를 분명히 하고나서야 슬그머니 친절하게 처리를 해주곤 했다. 나는 왜 사람들이 브라질을 ‘힘들다’라고 하는 지 알 수 있을 것만 같았다.

어찌어찌 도착한 전시장에는 첫 날부터 사람들이 무척 많았다. 약 8만 5천여 sqm, 1 천 개사가 넘는 전시장은 별도의 훌 구분 없이 모두 연결되어 있어 더욱 크게 느껴졌다. 수년간 이곳저곳 출장을 다니면서 보아온 여느 박람회들과는 전혀 다른 분위였다. 어디서 있는지 참관객들이 꾸역꾸역 박람회장으로 끝없이 들어왔고, 참가기업마다 100sqm는 족히 되어 보이는 대규모 독립부스를 멋지게 차려 놓고 각자 제품시연, 판촉행사, 모델과의 포토타임으로 사람들을 끌어 모았다. 일부 부스는 아예 매장으로 꾸며 계산대를 여럿 두고 판매를 하기도 했다.

또 하나 눈길을 끈 것은 현지사람들의 다양한 외양이었다. 실로 다양한 피부와 머리색에 형광 노랑, 형광 연두, 새파란 아이 메이크업, 그리고 까맣고 짙푸르거나 심지어 ‘반짝이’를 얹은 강렬한 입술까지, 한국에서는 듣지도 보지도 못한 개성 있는 모습들이 많았다.



출품 품목 중에서는 헤어나 네일 제품 외에도 색조화장품과 피부관리장비 및 기기가 눈에 많이 띄었다. 특히, ‘에스테틱 섹터’는 규모 자체도 제법 되는데다 각종 미용장비들도 상당히 많이 보였다. 병원 뿐 아니라 병원에서 근무하는 간호사, 혹은 간호보조사들이 부업으로 전문 스킨케어 서비스를 따로 운영하는 경우가 많다고 했다. 또, 남성 전용 화장품이나 향수로 출품한 부스들에도 많은 참관객들이 발걸음을 하였다.

다행히, 브라질 뷰티 페어에 처음으로 구성된 한국관에 대한 현지의 반응도 뜨거웠다. 전시기간 미팅을 가졌던 주최측 담당자와 주브라질미국대사관 상무부 직원 역시, 브라질 내에서도 점차 자외선 차단을 중심으로 ‘스킨케어’에 대한 관심이 고조되고 있으며, 전문 바이어들 사이에서는 이미 한국이 ‘스킨케어’ 쪽으로는 강국이라는 인식이 널리 퍼져있다고 했다. 또, 브라질에 이미 수입되고 있는 미국산 화장품들 중 한국에서 제조된 제품들이 제법 된다는 것도 알고 있다고 했다. 한국관 참가사들 중에는 3일 연속 바이어가 찾아와 저녁 미팅을 따로 한 기업도 있었고, 브라질 뿐 아니라 인접 국가에서 온 바이어를 다수 만난 기업들도 있었다. B2C니, B2B니 하는 전시 성격은 차치하고서라도, 거대한 내수시장으로서 브라질이 가지고 있는 잠재성만은 정말 즉각적으로 알 수 있었다. 복잡한 관세나, 높은 유통마진, 느린 업무처리, 먼 거리. 이러한 많은 어려움에도 불구하고 분명히 지속적으로 도전해 볼만한 가치가 있다는 것을 말이다.

4일간의 전시는 아침 10시부터 저녁 8시까지 지속됐다. 긴긴 시간 지치지 않고 전시장을 누비는 브라질 사람들을 보고 있자니 전시를 ‘축제’처럼 즐기는 것 같기도 했다. 남녀노소가리지 않고 자기 개성에 따른 외모 가꾸기를 좋아하고 즐기는 것처럼 보였다. 브라질에서의 ‘아름다움’ 이란 우선 ‘자신감’을 뜻하는 게 아닐까 싶을 정도로, 브라질에는 ‘삼바와 축구는 이해하는 것이 아니다. 태어나는 것이다’라는 말이 있다고 한다. 물론 나라마다 ‘아름다움’의 개념은 다르겠지만, 브라질에서의 ‘아름다움’ 이란 삼바나 축구처럼 ‘태어나는 것’ 일지도 모른다는 생각을 했다. ‘브라질 뷰티 페어’ 박람회의 전시 슬로건이 그래서 이것인지도 모른다. ‘Viva Beleza (아름다움이여 만세!!)’

(사)국제뷰티산업교역협회 / 해외마케팅팀 02-861-8084~7

■ 2016년 춘계 광저우 중국 국제 미용박람회



전시문의

사단
법인
국제뷰티산업교역협회
한국뷰티산업무역원

서울시 금천구 가산동 543-1 대성 다-폴리스 지식산업센터 B동 1302-2
Tel 82 2 861 8085 Fax 82 2 6280 3368
e-mail. sh.kim@ibita.or.kr / ibita@ibita.or.kr
www.ibita.or.kr

■ 2016년 터키 뷰티 유라시아



■ 2016년 이태리 볼로냐 코스모프로프



■ 2016년 태국 아세안 뷰티 박람회



■ 2016년 하계 상하이 중국 국제 미용박람회



■ 2016년 북미 라스베가스 코스모프로프



인도 정부, 뷰티시장 성장에 힘!! 싣는다.

- 인도 화장품 시장 연 20%대 성장세, 2020년까지 26억8000만 달러까지 확대 전망 -

인도의 중산층 증가와 급격한 경제 성장에 힘입어 인도 정부의 지원 정책들은 화장품 및 소비재 시장의 성장을 위해 뒷받침하는 추세이다.

인도의 현재 미용시장은 매년 15~20%의 성장속도를 달리고 있다. 규모는 9억5000만 달러 정도이며, 2020년까지 26억8000만 달러까지 확대될 전망이다. 이는 미국·유럽시장의 2배에 달하고 있다. 아시아 주요 3대 국가로 손꼽힐 만큼 경제 성장을 하고 있지만, 인도 특유의 외국 수입품에 대한 규제 정책들을 유의하고 정책 변동, 유망 품목 변동 등 인도의 경제사회를 꾸준히 주시하면서 진출해야하는 국가임이 틀림없다

■ 건강한 삶에 대한 관심 증대

인도 의학 저널에서 조사한 연구결과에 따르면, 향후 10년간 노동 가능 인구는 1.42% 증가하고 출산율은 0.33% 감소하는데 반해 60세 이상의 고령인구는 3.83% 씩 증가해 2026년에는 약 1억7000만 명 이상에 달할 것으로 보고 있다.

또한, 질병으로 인한 입원 환자 및 정기검진자 숫자가 매년 빠르게 증가하고 있어 건강한 삶에 대한 관심과 더불어 헬스케어 부문에 대한 관심 및 소비를 불러 일으키는 주 원인이 되고 있다.

FICCI-KPMG에서 발표한 보고서에 따르면 헬스케어 관련 업계 종사자 수는 2013년 360만 명에서 2022년 740만 명으로 두배가 증가할 것으로 예측하고 있으며, 헬스케어 시장 또한 연평균 17%씩 성장해 2020년까지 2800억 달러 규모로 성장할 것으로 보고 있다.

인도 정부는 헬스케어의 글로벌 허브를 만들기 위해 헬스케어 인프라 개설 (NHM:National Health Mission) 및 의료관광 산업에도 정책적 지원을 아끼지 않고 있다.

■ 인도 온라인쇼핑몰(Flipkart), 마케팅 방법으로 부각

생활소비재 제품의 인도 진출은 중국제품과의 가격 경쟁력이 가장 큰 문제로 대두되어 왔고, 앞으로도 계속 중국과의 가격 경쟁력을 피할 수 없는 부분 일 것이다. 최근 인터넷의 발달과 스마트폰의 보급, 젊은 층의 소비트렌드 변화(가격보다 품질 중시 경향)에 따라 중국제품과의 차별화를 위해 한국, 일본, 유럽산등 고급제품 중심의 프리미엄 물 개설을 추진중에 있다. 특히 한국만의 독특한 아이디어 상품(화장품 등)의 참여가 기대되어지고 있다.

인도 온라인쇼핑몰(Flipkart)은 한국 기업에 있어 진입장벽으로 인식된 유통구조를 단축시키고 가격보다는 제품의 질을 중시하는 젊은 구매층에게 접근할 수 있는 방안이 될 것이다.

(사)국제뷰티산업교역협회(IBITA)는 한발 앞선 산업트렌드를 국내뷰티기업분들께 알려드리고, 다양하고 유망한 박람회 발굴 및 개척을 통해 새로운 판로를 열어드리고자 힘쓸 것이라고 밝혔다.

자료원: KOTRA 첸나이, 뉴델리, 방갈로르 무역관 자료 종합

2015년도 제2회 IBITA 어워드 신청접수 공고

Innovator 2015 Best Beauty Trader



(사) 국제뷰티산업교역협회는 국내 뷰티산업의 발전과 관련기업의 해외마케팅을 촉진하기 위해, 매년 해외시장진출 및 기술혁신분야에 서 두각을 드러내는 국내 뷰티 기업을 각 1개사씩 선정하여 시상을 진행하고 있습니다.

이에, 아래와 같이 올해년도 시상기업을 접수하고 있으니, 많은 관심과 신청 바랍니다.

가. 시상분야 :

- Best Beauty Innovator : 제품생산, R&D, 협력체계 등에서 글로벌 혁신을 이루어한 국내 뷰티기업
- Best Beauty Trader: 최근 1년간 해외시장진출에서 두각을 드러낸 국내 뷰티기업

나. 신청방법 : 참가신청서 1부, 사업자등록증 1부, 출품품목 카탈로그 1부, 신청 분야별 증빙서류 사본 1부 (수출실적 증명, 해외인증 등) 이메일 접수

다. 신청마감 : 2015년 11월 27일 (금)

라. 심사일정 : 정부기관, 미디어, 학계, 연구원, 기업, 유관기관별 전문가로 구성된 전문심사위원회의 심사후, 12월 중순 경 최종 시상기업을 협회 홈페이지에 공고, 2015년 12월 중 시상식 개최

마. 수상자 특전 : 상패 시상 및 시상식을 통한 각종 언론 홍보 협회주관 해외시장진출사업 참가신청시 우선권 부여 협회보유 해외 진성바이어 대상으로 수상제품 및 기업 홍보 홍콩 무역발전국 홈페이지에 기업 및 제품정보 무료제공

바. 2014년도 수상기업:

- Best Beauty Innovator: 아모레퍼시픽 기술연구원, 대봉엘에스(주) 공동수상
Best Beauty Trader: (주)하배런메디엔뷰티

* 문의: 국제뷰티산업교역협회 사무국 Tel. 02-861-8085, 4~7
E-mail: ibita@ibita.or.kr 또는 sh.kim@ibita.or.kr

안녕하십니까?

사단법인 국제뷰티산업교역협회 (IBITA)
한국뷰티산업무역원 (KBITA)

윤주택 이사장입니다.



2015년 을미년 청양의 해는 청색의 긍정적이고 역동적인 이미지와 양의 순하고 평화로운 이미지를 상징 했습니다. 다사다난했던 2015년의 남은 날 동안, 청의 기운을 빌어 계획하신 모든 일 다 이루시길 바랍니다.

최근 글로벌 경제위기가 장기화됨에 따라 국내외를 막론하고 산업 전반에서 수출 증대를 위한 노력이 절실히 요구되는 시점입니다. 그러나 한국 화장품 · 미용 시장 규모는 K-Beauty의 영향 덕분에 11조 원대에 육박하는 규모로 성장하고 있습니다.

해외 박람회는 트렌드에 민감한 화장품 · 미용 시장의 변화에 신속하게 대응하기 위한 가장 효과적인 방법으로써, 협회에서는 이탈리아, 북미, 중국, UAE, 사우디아라비아, 홍콩, 멕시코, 브라질, 태국, 인도네시아, 말레이시아, 인도, 터키 등에서 연간 30개 이상 유망 전시회를 선별하여 운영하고 있습니다. 이외에도, 해외인증세미나와 수출상담회를 통해 우리 중소기업들이 최신 정보를 얻고 시장 진출을 할 수 있도록 노력을 다하고 있습니다.

아울러, 을 해에는 협회 산하 법인인 한국뷰티산업무역원(KOBITA)을 설립하여, 새로운 목표와 희망 그리고 꿈을 갖게 된 한 해였습니다. 우리 협회와 무역원은 Global Business Platform의 선두주자로써, 수년에 걸쳐 구축된 글로벌 네트워크를 기반으로 협회 회원사 및 화장품 뷰티기업을 적극 지원하고자 합니다.

사람들은 좋은 말을 해 주는 것이, 비단 옷을 입혀 주는 것 보다 더 따뜻하다고 합니다. 지식에 대한 목마름보다, 친절한 말 한마디와 부드러운 미소 그리고 따뜻한 눈빛에 목말라 할 때가 많습니다. 남은 2015년 동안 소중한 분들과 따뜻한 말로 인사 나누시며 미소로 행복하게 한해 마무리하시길 바랍니다.

올 한해 국제뷰티산업교역협회(IBITA)를 위해 응원해 주시고 많은 성원 보내주신 덕분에 우리협회는 세계적인 공익 단체로 거듭 성장해 나아가고 있습니다. 우리협회는 앞으로도 면춤 없는 행보로 한국뷰티산업인과 함께 세계시장에 깃발을 휘날릴 것을 다짐합니다.

2015년도 한해 뷰티산업인 여러분 모두 수고 많으셨습니다. 우리 국제뷰티산업교역협회와 한국뷰티산업무역원에 박수와 갈채를 보내주신 여러분께 감사드립니다.

늘 건강하시고, 2016년 병신년에도 새해 복 많이 받으시기 바랍니다

사단법인 국제뷰티산업교역협회
한국뷰티산업무역원 윤주택 이사장

국제뷰티산업교역협회 IBITA 주관진행 2016년도 해외유망박람회

연번	전시회명	개최기간	진행상황	품목
1	2016 춘계 광저우 중국 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (Spring) 2016	2016. 3.9 ~ 3.11	KOREA-IBITA관 30개사 모집중	뷰티종합
2	2016 이태리 볼로냐 코스모프로프 Cosmoprof Worldwide Bologna 2016	2016. 3.18 ~ 3.21	KOREA-IBITA관 50개사 모집중	뷰티종합
3	2016 두바이 피부미용 전문 박람회 Dubai Derma 2016	2016. 4.12 ~ 4.14	KOREA-IBITA관 25개사 모집중	피부미용기기, 화장품
4	2016 터키 이스탄불 뷰티박람회 Beauty Eurasia 2016	2016. 4.21 ~ 4.23	KOREA-IBITA관 25개사 모집중 <i>'2014,2015 정부지원 KOTRA 공동수행'</i>	뷰티종합
5	2016 이란 뷰티&클린 박람회 Iran Beauty & Clean 2016	2016. 4.24 ~ 4.27	KOREA-IBITA관 모집중	개인위생용품, 뷰티종합
6	2016 태국 아세안 뷰티 박람회 ASEAN Beauty 2016	2016. 4.28 ~ 4.30	KOREA-IBITA관 15개사 모집중	뷰티종합
7	2016 하계 상하이 중국 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (Summer) 2016	2016. 5.16 ~ 5.18	KOREA-IBITA관 30개사 모집중	뷰티종합
8	2016 이태리 볼로냐 헬스케어 EXPOSANITA 2016	2016. 5.18 ~ 5.20	KOREA-IBITA관 20개사 모집중	헬스케어, 에스테틱
9	2016 북미 라스베가스 코스모프로프 Cosmoprof North America 2016	2016. 7.24 ~ 7.26	한국관 40개사 모집중 <i>'2013~2015 정부지원 IBITA 단독수행'</i>	뷰티종합
10	2016 인도네시아 뷰티&메디케어 Indobeauty & Indomedicare 2016	2016. 8월 중	KOREA-IBITA관 모집중	뷰티종합, 메디컬
11	2016 호주 시드니 뷰티 엑스포 Beauty Expo Australia 2016	2016. 8.20 ~ 8.21	KOREA-IBITA관 모집중	뷰티종합
12	2016 브라질 뷰티 페어 박람회 Beauty Fair 2016	2016. 9.10 ~ 9.13	한국관 15개사 모집중 <i>'2015년 정부지원 IBITA 단독수행'</i>	뷰티종합
13	2016 추계 광저우 중국 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (Autumn) 2016	2016. 9월 중	KOREA-IBITA관 30개사 모집중	뷰티종합
14	2016 뉴욕 코스모팩 Cosmopack in New York	2016. 9월 중	참가사 모집중	화장품 용기, 메이크업, 네일
15	2016 멕시코 뷰티 엑스포 Expo Beauty Show 2016	2016. 10.30 ~ 11.1	한국관 20개사 모집중 <i>'2015년 KOTRA지원 IBITA 단독수행'</i>	뷰티종합
16	2016 태국 인코스메틱스 아시아 In-Cometics Asia 2016	2016. 11.8 ~ 11.10	한국관 15개사 모집중 <i>'2014,2015 정부지원 IBITA 단독수행'</i>	화장품원료,용기
17	2016 홍콩 코스모프로프 아시아 Cosmoprof Asia 2016	2016. 11.16 ~ 11.18	KOREA-IBITA관 60개사 모집중	뷰티종합
18	2016 사우디 헬스&뷰티 박람회 Saudi Health & Beauty 2016	2016. 11월 중	KOREA-IBITA관 15개사 모집중 <i>'2015년 KOTRA지원 IBITA 단독수행'</i>	뷰티종합
19	2016 미국 라스베가스 A4M 안티에이징 전문 박람회 Las Vegas A4M Show 2016	2016. 12월 중	참가사 10개사 모집중	에스테틱
20	2016 홍콩 크리스마스 한국상품전 Korean Christmas Fair 2016	2016. 12월 중	한국 참가사 400개사 모집중	뷰티, 패션