

IBITA 헤드라인

'두바이 더마 Dubai Derma-> '더마 코리아 Derma Korea' 빅이벤트 유치 성공 9월 24일~25일 (예정) 서울서 매년 공동 개최 합의, 600여명 빅바이어 초청'



가장 우측으로부터 네번째 인덱스홀딩그룹 회장 Dr. Abdul Salam Al Madani, 가장 우측으로부터 두번째 국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장

CONTENTS

- | | | |
|-------------------|-------------------|-----------------|
| 01 IBITA 헤드라인 | 05 IBITA ISSUE | 09 해외시장정보 |
| 02 IBITA Top News | 06 IBITA Top News | 10 유관기관 소식 |
| 03 IBITA Top News | 07 IBITA Top News | 11 해외전시탐방기 |
| 04 IBITA ISSUE | 08 IBITA Top News | 12 2016년도 해외박람회 |

이태리 코스모프로프 KOREA-IBITA 단체관 역대 최대규모, 최다 참관객 기록 - (사)국제뷰티산업교역협회, 43개사 규모 한국단체관 주관 성료 -



(사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 지난 3월 19일부터 21일까지 개최된 2016 이태리 볼로냐 코스모프로프 (Cosmoprof Worldwide Bologna 2016)에 43개사 규모의 한국단체관(KOREA-IBITA) 운영을 성공적으로 마쳤다고 밝혔다. 올해로 49회째를 맞는 볼로냐 코스모프로프는 뷰티산업분야에서 가장 오랜 역사를 지닌 박람회로 유럽 뿐 아니라 세계적으로도 가장 권위 있는 뷰티 박람회로 손꼽힌다. 특히 올해에는 해외 참관객 증가에 힘입어 총 25만여명의 참관객이 방문하여 역대 최다 참관객 기록을 경신했다.

국제뷰티산업교역협회는 2012년 국내 최초로 실내 (30홀 국제관)에 한국 단체관 (KOREA-IBITA)을 주관한 이래 매년 규모를 확장하여 참가 5년째인 올 해 총 5개의 섹터 (30홀 국제관, 에스테틱 스파 전용관 19홀, 프로페셔널 에스테틱 전용관 14홀, 18홀 코스모팩, 21홀 자연주의 화장품 완제품관 및 할랄관)에 협회 한국단체관이 구성되어 역대 최대 규모의 한국단체관(KOREA-IBITA관)이 구성되었으며, 유럽을 비롯하여 미주, 중동, 아시아 등 전 세계 적으로 다양한 바이어가 협회 한국단체관을 방문하여 K-Beauty를 선도하는 우수한 한국기업의 제품에 관심을 보였다.

특히 인기있는 30홀은 국가관 전용 홀로서 32개사가 참가하였으며, 동 홀에는 10여 년 넘게 동일 위치로 참가해온 영국관, 미국관을 비롯하여 루마니아관, 불가리아관, 터키관, 파akistan관, 그리스관, 스페인관, 폴란드관, 프랑스관, 호주, 이스라엘, 페루, 태국, 네덜란드, 중국, 대만 등 총 35개국이 참가 하였다. 또한 국제관 30홀 뿐 아니라 19홀(에스테틱, 스파 섹터)에 9개사를 비롯하여 14홀 국제프로페셔널 에트테틱 스팠터, 18홀(화장품 용기 및 부자재 섹터)에도 협회 한국단체관이 구성되었다.



2016년도 이태리 볼로냐 코스모프로프 협회 단체관 전경

협회 관계자에 따르면, 100조원의 할랄 화장품 시장 진출이 전 세계적으로 주목받음에 따라 전시 주최측에서는 올해 최초로 할랄관을 별도로 구성하여 할랄인증제품만 전시할 수 있도록 하였으며, 협회에서도 최초로 구성된 할랄관에 참여하여 약 16개사의 해외기업과 함께 무슬림인들의 관심으로 한국 할랄제품이 주목받았다고 하였다. 또한 30홀 국제관에는 강원도와 전라도의 바이오헬스소재산업 마케팅 활성화 지원사업의 일환으로 강원전라 지역공동관이 협회 단체관 내에 별도로 구성되어 참가사들이 큰 성과를 거두었다고 밝혔다. 이 관계자는 “볼로냐 코스모프로프는 세계 최고의 권위와 역사를 가지고 있는, 뷰티 산업의 상징성을 지닌 박람회이기 때문에 매년 더 많은 참가기업은 물론 세계 각국의 전문 바이어들이 발걸음을 하고 있다. 올해 참가 기업 중 2017년도 재참가 신청율이 95%에 달하는 등 한국 기업들의 참가 재참가율이 높은 박람회로서 내년도에는 한국 단체관을 더욱 확장할 예정”이라고 밝혔다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

세계 뷰티 브랜드, 이란 시장에 눈을 뜨기 시작

- 국제뷰티산업교역협회 (IBITA), 이란 뷰티&클린 박람회 한국단체관으로 최초 한국관 참가 성료 -

이란은 핵 문제 협상 이후 규제 완화로 중동시장에서 가장 주목받고 있는 나라 중 하나로, 이란 시장개척에 대한 전 세계적인 뷰티 업계의 관심이 뜨겁다. (사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 지난 4월 24일부터 27일까지 개최된 2016 이란 뷰티&클린 박람회 (Iran Beauty & Clean 2016)에 최초로 한국단체관(KOREA-IBITA)을 구성하여 운영을 성공적으로 마쳤다고 밝혔다. 올해로 23회째를 맞는 이란 뷰티&클린 박람회는 이란에서 가장 큰 규모의 뷰티 전문 박람회로 규제 완화로 인해 세계 각국이 이란 시장 선점을 위해 올해 처음으로 한국관을 비롯하여 이태리관, 터키관, 인도관, 프랑스관, 네덜란드관, 유럽관이 구성되었다. 총 10개의 훌에서 개최되었으며 한국관은 총 14개사로 구성되어 성황리에 박람회 참가를 마쳤다.



2016년도 이란 뷰티&클린 박람회 협회 한국단체관 전경

이란은 엄격한 복장 규정이 존재하지만 화장품 판매는 중동에서 가장 높으며 세계 1위 수입화장품 소비국으로, 매년 15억 유로가 넘는 엄청난 양의 화장품을 외국에서 수입하고 있다. 또한 고가의 미국/유럽 화장품을 대체할 좋은 품질의 한국제품에 대한 수요가 커 앞으로 한국 화장품의 이란 진출에 대한 잠재성이 무궁무진 한 것으로 보여진다.

특히, 이란에서는 최근 외국 영화, 드라마의 영향으로 메이크업, 헤어, 향수를 통해 자신을 표현하고자 하는 수요가 급증하고 있으며 대장금, 주동 등의 한국드라마 시청률이 80% 이상을 기록하며 한류열풍이 뜨거워 이에 따른 한국 뷰티제품이 활황을 될 전망이다.

하지만 복잡한 기업과 금융 규제로 인해 임대시장의 엄격한 규제와 높은 가격이 이란 시장의 또 다른 잠재적 장애물로, 이 때문에 다수가 현지 파트너와 함께 체인점 운영 (프랜차이즈)을 선택하게 된다. 이란이 이러한 어려움으로 시장 진출이 쉽지 만은 않은 반면, 그에 따른 수익성이 매우 좋아 많은 기업들이 이란 화장품 시장에 초점을 두고 진출에 박차를 가하고 있다.

협회 윤주택 이사장은, “세계 화장품 시장 점유율 7위인 이란 시장에, 이제는 K 뷰티가 본격적으로 진출할 때이다. 국제뷰티산업교역협회는 이란에 K 뷰티를 알리는 선두주자로서의 역할을 하여 한국 뷰티 기업이 이란 시장에 진출하는데 어려움이 없도록 지원할 것이다. 또한 해외진출을 위한 출발점이기도 한 박람회에 한국관을 점차 확대 구성하여 현지 시장을 직접 파악할 수 있도록 할 계획이다” 라고 밝혔다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7



IBITA ISSUE

두바이 더마 Dubai Derma-> '더마 코리아 Derma Korea' 빅이벤트 유치 성공 9월 24일~25일 [예정] 서울서 매년 공동 개최 합의, 600여명 빅바이어 초청

글로벌 에스테틱 피부미용 Dermatology 와 관련한 전 세계적인 트렌드를 한 눈에 조망하고 세계적인 전시 및 컨퍼런스 주최사 'Index Holding' 그룹의 네트워크를 활용한, 내실을 겸비한 B2B 전시회 & 세계 굴지의 병원 의사들이 참가하는 학술 대회 "Derma Korea"를 한국에서 개최하기로 함에 성공, 모든 언론 초미의 관심 집중.

지난 4월 13일 국제뷰티산업교역협회(IBITA) 윤주택 이사장은, 두바이 더마 전시회 주최사인 인덱스 홀딩 Index Holding 그룹 회장 (Abdulsalam Almadani) 과 인덱스 홀딩 본사 회의실에서 'Derma Korea'를 9월 24일~25일 양일간에 걸쳐 올해부터 매년 한국에서 개최하는 것으로 전격 합의했다. 한편, 타리크 알 마다니 한국지사 대표와도 5월 9일 실무회의를 마치고 본격적인 2016 더마 코리아 Derma Korea 개최 준비 작업에 착수했다.

두바이에 본사를 두고 있는 인덱스홀딩이 주최하는 '두바이 국제 피부미용 컨퍼런스 및 전시회 Dubai Derma'는 중동 및 북아프리카 지역 최대이자 유일의 피부과, 레이저 치료 관련 컨퍼런스와 전시회이다. 1991년 최초로 개최되어 매년 성장을 거듭해오며 올해 2016년 16회째를 맞이한 두바이 더마 Dubai Derma 는, 스킨 및 헤어 케어, 레이저 치료기기 등의 최신 피부미용 관련 제품을 소개하고 유럽을 비롯한 중동 및 아프리카 지역의 피부과 전문의들이 대거 참석하여 피부치료부터 안티에이징, 피부재생기술, 레이저 치료기술까지 피부미용 및 치료에 관한 폭넓고 전문적인 지식을 공유하는 컨퍼런스로 진행된다. 또한, 전 세계적으로 약 8천여명이 넘는 피부과 의사 및 관련 산업 종사자, 바이어들이 참석하는 피부미용산업 전문가들을 위한 B2B 전시회 겸 학술 컨퍼런스 성격을 지녔으며 매년 재참가율이 95%를 육박하는 유망 전시회이기도 하다.



가장 우측 인덱스홀딩 회장 Dr. Abdul Salam Al Madani,
우측으로부터 두 번째 국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장



좌측 인덱스홀딩 한국지사대표 Tariq Al Madani 타리크 알 마다니,
우측 국제뷰티산업교역협회 이사장 윤주택

무엇보다 '두바이 더마 박람회'는 일반 화장품·뷰티 전시회와 달리 피부미용과 의료 핵심 분야 관련 참가사 및 바이어를 한 자리에서 만날 수 있으며, 실무진이 전시회에 참가해 즉각적인 B2B 비즈니스를 이어갈 수 있다는 것이 가장 큰 특징이다. 매년 전시 홀을 확대하여 그 규모가 한층 커지고 있으며, 이는 '더마 코리아 Derma Korea'의 국내외 관계사들의 이목을 집중시키는 등 한국의 주요 전시회로 자리 잡을 것으로 기대 되는 방증이라는 것이 주최 측 IBITA 관계자의 설명이다.



이번 '2016 더마 코리아 Derma Korea' 행사는 약 3,000여명의 국내외 참관객들이 사전 등록 할 것으로 예상했고, 50여개사의 세계 각국에서 온 참가 업체와 바이어들이 참석할 것으로 예상되어지는, 한국에서의 주요 국제 행사로 도약할 것을 기대했다.

주최사인 인덱스 홀딩 회장과 국제뷰티산업교역협회 (IBITA) 이사장은 "한국 뿐만 아니라 전 세계적으로 피부 미용에 대한 트렌드가 자리잡고 있다. 9월에 개최되는 더마 코리아는 세계적인 피부미용 Dermatology 와 관련한 비즈니스 종사자들과 만날 수 있는 만남의 장을 제공할 것이며 관련 산업 기술 및 정보를 습득하고, 시장 진출을 위한 중요한 네트워크를 형성하는데 가장 효과적인 비즈니스 플랫폼을 마련해 줄 것이다" 고 말했다.

이틀간의 행사 가운데 별도로 컨퍼런스에는 피부미용에 대한 가장 최근의 관심사를 다루며 일방적으로 듣는 세미나가 아닌 각국의 연사들과 자유롭게 질문하고 답변을 듣는 수준 높은 토론도 진행될 계획이다.

한편, 2016 더마 코리아 어워드 도 이번 전시회의 부대행사로 진행하기로 해 벌써부터 피부 에스테틱 관계자들의 뜨거운 관심을 불러 일으키고 있다.

2016년 더마 코리아 Derma Korea 참가 문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀
02-861-8084~7

'IBITA in-cosmetics Korea Award 2016'

국제뷰티산업교역협회 (IBITA) 와 Reed Exhibitions 사에서 엄격한 심사를 통한 시장식 거행 전격적 합의

- 한국 화장품 원료,부자재 수상기업의 전 세계 대대적 홍보 마케팅 기대 -

(사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 지난 4월 18일, 영국 런던에 본사를 둔 세계적 글로벌 전시 주최사인 Reed Exhibitions 사를 직접 방문하여 화장품 원료 전문 전시인 'in-cosmetics Asia' / 'in-cosmetic Korea'의 한국파트너로서 상호간의 협약을 통해 'IBITA in-cosmetics Korea Award'를 전격 재정하기로 합의하였다. 본 시상식은, 다가오는 7월 6일 코엑스에서 개최되는 'in-cosmetics Korea 2016' 박람회와 함께 각종 화장품 전문 컨퍼런스 및 세미나와 함께 거행될 예정이다.



가장 우측 Reed Exhibitions 본부 이사 Darren Johnson, 우측으로부터 세 번째 Reed Exhibitions 인코스메틱스 그룹 이사 Lucy, 우측으로부터 두 번째 (사)국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장

국제뷰티산업교역협회 (IBITA)는 이태리 코스모프로프 (한국IBITA단체관)에 이어 북미 코스모프로프 (향후 3년 연속 유망박람회 선정, 정부지원 한국국가관 수행기관으로 선정), 홍콩 코스모프로프 (한국IBITA단체관) 등 세계 3대 화장품 미용 박람회에 매년 정부지원 한국국가관 또는 단체관을 주관하여 지원하고 있다. 특히, 두바이, 멕시코, 이란, 사우디, 중국 상해, 광저우, 북경, 러시아, 브라질, 인도네시아, 호주 등 30여개 뷰티관련 해외유망박람회를 선별하여 한국관/한국단체관을 직접 운영하고 있으며, 국내박람회에 해외기업 유치 및 해외바이어 초청 수출상담회를 개최하여 한국 대중소기업의 해외진출을 적극 지원하고 있다.

또한, Reed Exhibitions 사는 연간 약 700여개 분야별로 유명 브랜드 종합 전문 박람회를 주최하는 해외박람회를 주최하고 있는 세계적인 글로벌 전시 주최사이다.

국제뷰티산업교역협회 관계자에 따르면, 이번 'IBITA in-cosmetics Korea Award' 시상식의 개최 목적은 첫째, 한국 화장품 산업의 혁신적인 연구 기술 개발의 장기적인 지원을 하기 위함이며 둘째, 세계 화장품 산업 관계자들에게 한국 화장품 및 화장품 원료 기술을 널리 알리고 수상한 기업 역시 그들의 제품을 전세계적으로 알릴 수 있는 기회를 제공하기 위함이다. 셋째, 시상식이 거행되는 박람회장에서 화장품 기술 세미나 및 컨퍼런스를 통한 국제적인 관련 종사자들과의 교류의장을 열어 줌으로써 한국화장품 원료 및 부자재 산업이 세계적인 기업들과 소통할 수 있도록 하기 위함이라고 전했다.



인코스메틱스 코리아 이노베이션 존

국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장은, "이번 'IBITA in-cosmetics Korea Award' 시상식은 한국뷰티산업계에서는 유례가 없었던 일로, 세계적으로 공정한 심사와 혁신적인 기술력을 가진 우수한 뷰티 기업에상을 수여함으로서 본 시상식을 통해 한류 붐을 바탕으로 세계적인 화장품 뷰티 산업계에 한국 화장품의 우수성을 널리 홍보하고, 나아가서는 한국 화장품 뷰티산업을 한 단계 더 높이는 계기가 되어 전 세계적인 미래 산업으로 발전시키기 위한 획기적인 토대를 마련하게 될 것이다"라고 전했다.



2016년도 터키 뷰티 유라시아 박람회 한국관 전경

또한, 7월 6일부터 7일까지 양일간 코엑스에서 개최되는 'in-cosmetics Korea 2016' 박람회의 참관객 운영을 국제뷰티산업교역협회(IBITA)에서 총괄 진행하기로 함에 따라, 협회로 사전 참관 등록 기업 및 임직원에게 지역별 (인천, 충북, 경기 등)로 버스(45인승)를 배치하여 코엑스 전시장까지 운영토록 하는 참관객을 위한 편의를 최대한 제공하기로 결정했다. 이는 선착순 사전등록 한정으로 화장품 제조사 (Cosmetics Manufacturers)를 비롯한 OEM/ODM 기업 및 화장품 뷰티 산업 관계자들에게만 제공하는 서비스로, 국제뷰티산업교역협회 (IBITA) 홈페이지에 사전등록시 버스 승차부터 전시회 무료입장권, 전시 컨퍼런스 무료 참가권 등의 Free 티켓을 발부받을 수 있는 혜택이 주어진다.

이번 'in-cosmetics Korea 2016'에서는 ▶ 세계적인 관련 연사자들과 10여개 화장품 원료 회사의 기술, 제품 발표와 이에 대한 토론 ▶ 세계적인 원료회사 제품의 전시 및 1:1 바이어 상담 등으로 구성되어질 예정이며 국내외 우수한 화장품 원료, 부자재 기업 약 400여개사의 참가로 개최될 예정이다.

동 박람회 참관 및 시상식 (in-cosmetics Korea Award 2016)의 사전등록 및 신청 등의 기타 궁금한 사항은 (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시사업팀으로 문의하면 된다.

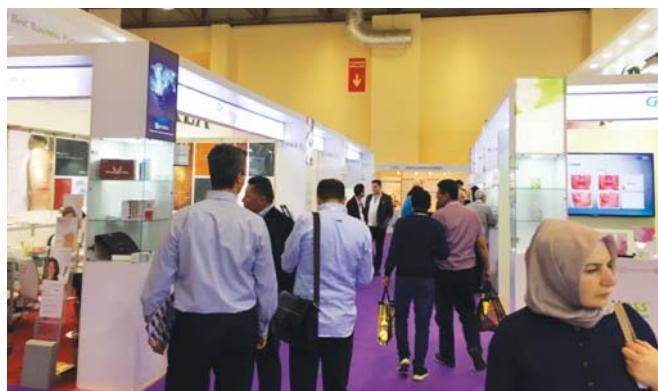
문의: 해외전시사업팀 Tel: 02-861-8087, Email:ibita@ibita.or.kr)



IBITA, 터키 시장에 한국 중소기업 진출 발판 마련 - (사)국제뷰티산업교역협회, '터키 뷰티유라시아' KOTRA 공동수행 3년 연속 정부지원 한국관 구성 -

(사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 지난 4월 21일부터 23일까지 개최된 2016 터키 뷰티 유라시아 (Beauty Eurasia 2016)에 KOTRA와 공동수행으로 한국관을 구성하여 운영을 성공적으로 마쳤다고 밝혔다. 올해로 3년째 정부지원 한국관을 구성한 동 전시회는, 터키 최대규모의 뷰티 전문 전시회로 세계 각국의 13개 국가관이 구성된다는 특징이다. 터키는 유럽과 아시아의 중앙에 자리하고 있다는 지리적 이점으로, 다양한 국가에서 참가, 참관이 이루어져 전 세계 각국의 바이어를 만날 수 있다는 것이 '터키 뷰티 유라시아' 전시회의 매력이기도 하다.

2014년 최초로 정부지원 한국관이 구성된 이래, 매년 그 규모를 확장하여 참가 3년 째인 올해에는 총 20개사 규모의 역대 최대 규모로 참가하여 성황리에 박람회 참가를 마쳤다.



소득수준 증가와 미용에 대한 관심은, 잠재력이 높은 터키 화장품 및 개인위생용품 산업을 주도하고 있다. 터키의 생활수준 향상에 맞추어 젊고 매력적인 용모를 추구하는 인구가 늘고 있고, 특히 일하는 여성이 증가하는 데 힘입어 터키 화장품 및 개인 관리용품 시장은 매년 급성장하고 있다. 수년 전 13달러에 불과했던 1인당 평균 화장품 소비가 현재 32달러 선으로 늘었다. 하지만 터키 여성 중 화장품을 상시 사용하는 사람은 아직까지 3~4%에 불과해 유럽 시장의 47%에 크게 못 미친다. 아직 성장 가능성이 풍부하다는 얘기다. 터키 화장품 시장 중 헤어케어 부문이 전체 화장품 시장의 약 20% 차지, 스킨케어는 약 15%를 차지하며 부문별 1위, 2위를 기록했으며 그 뒤를 이어 구강케어, 향수, 색조화장품 순으로 시장이 형성되어 있다. 아직은 한국산 화장품이 많이 진출해 있지는 않기 때문에 우리 한국 뷰티 기업들이 발 빠르게 움직여 시장을 먼저 진출하는 자가 경쟁력을 가질 것으로 전망된다. 또한 향후 터키 화장

품 시장은 경제동향에 맞춰 높은 성장률을 보일 것으로 기대되며 계속되는 도시화와 전문적 인력의 증가가 터키 화장품 시장을 이끌 것으로 전문가들은 내다봤다.

또한 국제뷰티산업교역협회와 KOTRA 이스탄불 무역관은 터키 윗슨 현지 법인과 함께 K 뷰티 프로모션 사업을 진행키로 힘에 따라, 한국 화장품 시범구매상품을 선정하여 올해 10월 K-뷰티 시연회를 개최키로 하였으며 이를 통해 터키 현지 소비자에게 K-뷰티의 우수성을 알릴 수 있도록 할 것이라고 전했다.

협회 관계자에 따르면, "한류 드라마가 터키 전역에 인기 드라마로 방영됨에 따라 미용에 관심이 많은 한류 팬이 매년 늘어나고 있으며, 이에 힘입어 해마다 터키 뷰티 유라시아 한국관을 찾는 참관객, 바이어가 늘어나고 있고 국내 화장품 업체들의 진출도 확대되고 있다. 우리 협회는, 꾸준히 터키 뷰티 유라시아 전시회의 한국관 유치로 한국산 화장품에 대한 홍보를 지속적으로 하여 터키 현지인들의 한국화장품 인지도를 높이기 위해 적극 지원하겠다"고 밝혔다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

떠오르는 시장, 멕시코를 주목하라

- (사)국제뷰티산업교역협회, 멕시코 뷰티 엑스포 KOTRA 공동수행 운영 -

(사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 멕시코 최대 뷰티 박람회인 멕시코 뷰티 엑스포를 2년 연속 KOTRA 공동수행으로 한국관을 주관한다고 밝혔다.

멕시코는 최근 안정적인 경제성장을 바탕으로 중산층이 증가하여 소비시장이 꾸준히 확대하고 있다. 또한 주목할 멕시코 시장의 특성은 경제활동 가능한 젊은 인구를 바탕으로 한 소비시장 활성화로 인해 화장품 수요 증대와 특히 최근 여성의 경제활동이 활발해지며 경제활동 가능 인구에서 여성이 차지하는 비중이 증가하는 추세이다. 이는 뷰티 업계에서도 멕시코가 남미의 각축전이 될 것이라고 전망하고 있다. 그런데, 멕시코 화장품 시장 성장에 비해 아직 한국 업체의 진출은 미미한 상황이므로 떠오르는 시장, 멕시코 뷰티 시장에 한국기업의 적극적인 개척이 필요한 때이다.

멕시코 뷰티 시장에는 현재 다양한 해외 브랜드가 존재하고 있으며 약 80% 이상의 제품들이 소매상을 통해 판매되고 있다. 멕시코 현지 특성상 강렬한 핫빛으로 인해 발생하는 기미, 주근깨, 잡티를 가지고자 하여, 스킨케어 시장이 완만한 조짐을 보이고 2019년에는 약 17억 달러 수준으로 성장할 것으로 예상된다. 이밖에도 천연 원료를 바탕한 뷰티제품, 안티에이징 제품, 메이크업 제품 등 제품 매출이 증가하고 있으며 외모를 가꾸는 젊은 남성들이 늘어남에 따라 젊은 남성 소비자를 대상으로 한 미용제품 수요도 늘어나고 있다.

협회에서는 2015년부터 멕시코 뷰티 엑스포 한국관(정부지원) KOTRA 공동수행으로 12개사 참가하였으며, 협회 관계자는 한류 열풍으로 멕시코 현지인들의 관심이 많은 뿐더러 우리 한국화장품의 좋은 품질력과 가격경쟁력을 알아봐주는 유통상이 많았다고 전했다.

멕시코 뿐만 아니라 중남미 국가에 진출하고자 하는 한국기업을 위해 우리 협회는 올해 2016년에도 멕시코 뷰티 엑스포 단독에이전트로서, 올해 정부지원 연속으로 주관하고 있으며 이번 년에는 20개사 이상 한국관 운영 계획으로, 현재 모집 중에 있다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

중동 피부미용의 메카로 부상한 '두바이 더마' KOREA-IBITA 단체관, 역대 최고 실적 달성

- (사)국제뷰티산업교역협회, 25개사 규모 한국단체관 주관 성료 -

(사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 지난 4월 12일부터 14일까지 개최된 2016 두바이 국제 피부미용 박람회(Dubai Derma 2016)에 25개사 규모의 한국단체관(KOREA-IBITA) 운영을 성공적으로 마쳤다고 밝혔다. 올해로 16회째를 맞는 두바이 더마 박람회는 중동 피부미용 학회이자 전문 박람회이며 가장 오랜 역사를 지닌 MENA 지역 최대 규모 박람회로, 세계적으로도 권위 있는 더마톨로지 전문 박람회로 손꼽힌다. 특히 올해에는 전시 규모가 예년 대비 참가사 수가 20% 이상 대폭 증가하여 전시 개최 흘리 총 3개의 홀로 확장되었고 해외 바이어 참관객 방문 또한 증가하여 역대 최대 참관객 수 방문을 기록했다고 전시 주최측 관계자는 말했다.

국제뷰티산업교역협회는 2013년 국내 최초로 한국단체관을 주관한 이래 매년 규모를 확장하여 참가 4년째인 올 해 총 25개사로 구성된 역대 최대 한국단체관을 구성하였고 상담액 159,954천불, 현장 계약액 1,500천불의 역대 최대 상담실적을 기록했다고 한다. 국내 참가기업의 꾸준한 증가 추세를 보여 온 동 전시에서, 한국의 피부미용 관련 의료기기 및 기능성 미용제품에 대한 중동 바이어들과 소비자들의 반응이 매우 좋아 중동에서의 미용 한류 열풍이 얼마나 뜨거운지 등 전시를 통해 확인되었다고 협회 관계자는 전했다.



2016 두바이 더마 한국단체관 부스 전경

국제뷰티산업교역협회 한 관계자는, 동 전시회를 통해 중동지역에서의 피부미용 분야에 대한 높은 관심과 가능성을 직접 확인하는 계기가 되었으며, 향후 꾸준한 전시회 참가와 한국단체관 규모 확장 및 지속적인 수출상담회 개최로 한국 뷰티 제품의 우수성을 알리는 등 중동시장의 한국기업 진출을 적극적으로 지원하는데 앞장설 예정이라고 전했다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

떠오르는 중동시장, 1:1 중동 바이어 매칭

- (사)국제뷰티산업교역협회, 올 4월 코트라 두바이 무역관과 2016 K-뷰티 중동시장 진출 수출상담회 공동주관 -

(사)국제뷰티산업교역협회(이사장 윤주택)는 지난 4월 10일 아랍에미리트 두바이 밀레니엄 플라자 호텔 에미리트 볼룸에서 “2016 K-뷰티 중동시장 진출 수출 상담회 및 설명회”를 코트라 두바이 무역관과 공동주관하여 진행했다.



K-뷰티 중동시장 진출 수출 상담회 및 설명회는 오전 9시부터 오후 5시까지 중동시장 진출을 위한 유익한 설명회를 시작으로, 1:1 바이어 매칭 오전 상담회와 오후 상담회를 이어갔다.

국제뷰티산업교역협회 윤주택 이사장은 “중동 지역이야말로 떠오르는 뷰티 신흥시장이며 이번 상담회를 통해 중동 뷰티 시장 진출확대에 한 발이 되기를 바란다”는 인사말을 시작으로, 코트라 두바이 무역관 이광일 부관장의 중동 뷰티시장 규제현황, 두바이 경제개발부 아사프의 뷰티제품 수출입 방안, 중동 지역의 인터넷 플랫폼 Souq 소님의 인터넷 소핑몰 진출방안 등 한국 기업들에게 유용한 정보를 전했다.

코트라 두바이 무역관의 사전조사와 연구에 따르면, 2015년 기준 중동지역 5개국의 총 화장품 시장규모는 83.2억불에 달하며 국별로는 사우디아라비아가 62.4% 비중을 차지하여 가장 시장규모가 크며 그 뒤로 UAE, 이집트, 카타르, 요르단 순이고, 중동 주요국의 화장품 시장은 연 평균 5%대의 성장을 보이며 10%대 이상의 성장률을 구가하고 있어 중동지역에 뷰티시장 진출의 관심을 가질 때라고 하였다. 한편 급성장 시장에 비해, 한국산 제품에 대한 인지도는 아직 미미하며 규제 절차가 까다로우며, 할랄인증을 사전등록요건으로 강제하는 수입국은 없으나 기업의 마케팅 수단 혹은 규제국의 권고차원에서 관심을 가질 필요가 있다.



2016년도 2016 K-뷰티 중동시장 진출 수출상담회 전경

수출상담회의 장은 참가열기가 뜨거웠다. 불특정 바이어를 대상으로 하는 전시참가와 다르게, 사전 수요조사 및 매칭으로 상담 성과가 극대화되었다. 코트라 두바이 무역관 측에서 두바이 뿐만 아니라 중동 전역의 바이어를 엄선하고 협회에서는 참가사들의 제품을 홍보하기 위해 바이어들에게 미리 카탈로그와 제품 정보를 배포하여 참가사와 바이어 모두가 만족할 수 있는 원활한 협상을 펼쳤다.

이를 바탕으로 수출 상담회에서 해외바이어사와 총 50건 175만8천달러의 상담이 진행되었다. 협회 관계자는 “중동 지역은 현지제조업체 미약으로 해외 브랜드가 시장을 장악하고 있다. 아직 한국산 제품의 인지도는 미미하지만, 분명 승산 있는 시장이다. 앞으로 수출상담회와 두바이더마 같은 플랫폼을 통해 한국기업들이 중동시장 진출 확대를 응원하며 협회에서도 계속 수출의 발판이 될 것.”이라고 밝혔다.

국제뷰티산업교역협회는 앞으로도 이와 같은 1:1 바이어 매칭 프로그램과 같은 수출 상담회를 꾸준히 진행할 예정이다. 또한 협회에서는 할랄 인증 프로그램을 운영하여 한국기업들에게 중동시장의 수출 기회를 도울 계획이다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

사우디아라비아, 여성 화장품 월 평균 30만원 이상 구매

- 중동 5개국 중, 화장품 시장규모 1위(62.4%)인 사우디아라비아 -



■ ‘사우디’ 화장품시장 성장잠재력 大, 한화 약 19조7,000억원으로, 매년 11% 성장
사우디아라비아 화장품 시장규모는 600억리얄(한화 약 19조7,000억원 해당)으로 매년 11% 성장하고 있다. 2015년 전체 시장규모는 52억1,000만 달러로 중동 전체 시장의 19.2%를 차지하여, 중동 전체시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 사우디 여성들이 연간 화장품 소비 금액은 약 3,800달러(한화 약 400만원 해당)로이며, 월 평균 한화 30만원 이상 소비, 직장여성들의 경우 급여의 70%~80% 이상을 화장품에 소비하고 있다고 한다.

■ 앞으로의 수요 동향?

‘색조’ 매년 10%이상 성장, 특히 눈 화장 제품 수요 커
사우디의 색조화장품 시장규모는 2015년 말을 기준 약 5억 달리이며, 매년 10% 이상의 성장하고 있다. 사우디는 이슬람교 중심국가로 전통적으로 여성들이 색조화장품을 소비하는 것에 대해 긍정적이다. 최근 직업여성의 증가, 생활방식의 서구화, 도시화의 진전, 방송매체 및 SNS의 영향, 유아 및 청년인구의 급격한 증가로 색조화장품의 소비가 점차 일반화돼 가고 있다고 한다. 색조화장품 중 가장 급격한 매출을 보이고 있는 분야는 눈화장 부문이며, 사우디 여성은 종교적인 관습에 따라 눈을 제외한 부분은 검은 천으로 가려야 한다. 따라서 유일하게 노출이 허용되는 눈화장 용품의 수요가 상대적으로 많은 편이다. 구체적인 품목으로는 아이라인과 음영처리를 위한 화장펜과 색조화장의 수요가 많으며, 기타 페이스 색조화장도 꾸준한 인기를 얻고 있음. 특히 인터넷의 광범위한 보급과 위성채널의 시청은 외국에서 개발되는 신규 화장품 정보를 신속하게 사우디 소비자들에게 전달하고 있어 색조화장품의 수요 증가의 주요 원인이다.

■ 사우디 여성들까지 화장품 한류, ‘기초화장품’ 중심으로 크게 인기

최근 사우디를 비롯한 UAE 등은 젊은 여성층을 중심으로 한류 영향에 따라 화장품과 액세서리 식품 등에서 우리 제품에 대한 선호도가 급상승하고 있다. 이미 기초화장품 분야에서는 상당한 매출을 보이는 단계이다. 기초화장품에서 얻은 좋은 평가를 색조

화장품에도 확대 적용시키는 전략이 필요하며, 현지인들이 즐겨 사용하는 색상과 습성을 파악해 점진적으로 시장을 확대시키는 마케팅이 필요함.

■ 사우디 인증 제도는?

사우디아라비아의 수출을 위해서는 ‘할랄인증’이 필수불가결할 것으로 보인다. 할랄 화장품은 이슬람 교리상 섭취가 금지된 돼지, 개 축출물이나 알콜등이 함유되지 않은 스킨케어, 색조등 모든 제품을 말한다. 비할랄제품을 사용하는 것은 이슬람 율법을 어기는 것이기 때문에 무슬림 여성들은 이를 중요시한다.

[사우디아라비아 할랄화장품 시장 전망과 가능성, 2020]의 보고서에 따르면 사우디 할랄 화장품 시장은 2015년도부터 2020년까지 연평균 15%씩 성장할 것으로 보인다.

어떤 인증제도도 마찬가지인 듯이, 제품에 대한 할랄 인증을 받기위해서는 많은 시간과 노력, 비용이 따를 수 밖에 없다.

그러나 리서치디렉터에 따르면 향후 할랄 화장품 시장은 매력적인 시장으로 부상할 것이며, 사우디는 부유한 소비자들이 많기 때문에 중동을 개척하기 위해서는 할랄인증은 물론이며, 할랄 제품의 출시와 마케팅이 중요하다라고 말하고 있다.

■ 사우디 시장 어떻게 접근하는 것이 효과적일까?

사우디 시장은 아직 한국기업의 제품이 생소하다 그렇기 때문에 현지의 기호와 특성을 잘 파악해 현지시장에 적합한 제품 개발을 선행해야되며, 전시회 참가를 통해 제품홍보, 시장조사, 바이어발굴 방법이 가장 효과적이라고 할 수 있다.

(사)국제뷰티산업교역협회(IBITA)에서는 국내 뷰티산업기업분들의 사우디 진출에 도움을 드리고자 ‘2016년 사우디 헬스&뷰티 박람회’에 한국관(정부지원)을 구성하여 15개사 내외로 모집중에 있다

자료원 : KOTRA 리야드 무역관 자료 종합

해외시장정보

한국 최대 수출시장 '중국'

- (사)국제뷰티산업교역협회, 중국 중화인민국 정부 상무부의 승인을 받은 '중국(베이징)국제건강산업박람회' (4월) 한국단체관 주관 -



(사)국제뷰티산업교역협회(회장 윤주택)는 4월 14일부터 16일까지 중국 베이징에서 개최된 「제 20회 중국(베이징)국제건강산업박람회(China International Health Industry Expo 2016)」에 47개사 부스규모의 한국단체관을 성공리에 주관하였다.

올해 20회 째 개최된 중국(베이징)국제건강산업박람회는 중국 최대 종합 박람회로 올해 35,000sqm(7개관), 900개사가 참가하는 등 박람회 규모가 매년 확장되고 있으며, 중국의 헬스, 뷰티, 생활소비재 등의 시장을 한눈에 볼 수 있어 해외참관객도 매년 늘어나는 추세다.

중국은 한국화장품 수출액 40%이상을 차지하는 한국 최대 수출시장이며 최근 '태양의 후예' 드라마 등을 통한 한류 열풍이 지속되는 가운데 중국 시장에서의 한국산 뷰티제품의 전망은 매우 밝다.

협회 주관 한국단체관 참가업체 중 한 화장품기업은 현지 중국 바이어와 한화 약 2억 원 상당하는 금액을 현장 계약 체결하는 등의 높은 성과를 올리기도 하였다.

협회 관계자는, "우리 협회는 앞으로도 한국의 뷰티제품 최대수출시장인 우리기업의 중국시장 진출 확대를 위해 중국건강산업박람회와 같은 유망한 중국 박람회를 발굴하여 우리 기업들의 수출시장 판로 플랫폼을 구축하는데 힘쓸 것이다" 라고 전했다.

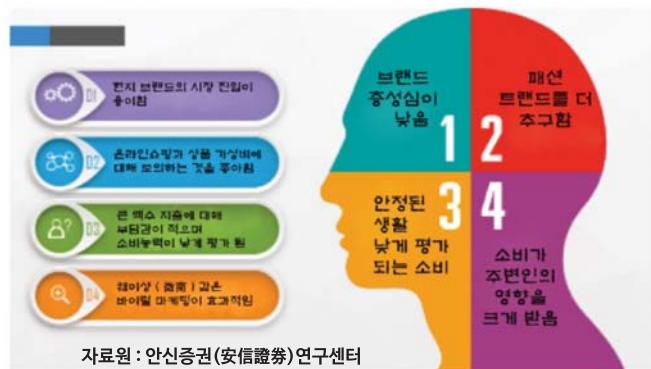


2018년 중국 화장품 시장 8,000억 위안 규모 달할 것으로 예상

- 2015년 중국 화장품 시장규모는 4843억 9000만 위안 기록, 중국 경제 대두 -

중국 화장품 수입 시장에서의 한국위치가 미국과 일본보다 우위를 차지하며, 중국도 최근에는 기능성·천연화장품, 미용기기 등 미용과 관련된 제품에 눈을 띠기 시작했다. 이로서 중국은 한국 화장품·뷰티 기업분들이 아시아 시장 뿐만 아니라 해외시장으로 진출을 하고자 원한다면 놓쳐서는 안되는 필참 국가라고 말하였으며, 앞으로도 중국시장을 더불어 더 큰 아시아 시장 진출을 위해 기본 발판이 되어야 한다고 보도하고 있다.

최근 중국 여성 지위 상승 및 중산층 확산에 따라 유망분야가 새롭게 대두되고 있다. 중국 신여성은 과거에 비해 자기애가 강하고, 외모, 이미지, 패션등에 관심이 많아 짐에 따라 화장품 수요도 급격하게 성장중에 있다. 이에 따라 중국 신여성의 소비 특성을 파악하는 것 또한 마케팅 및 홍보에 중요한 역할을 할 것이다.



비, 브랜드 충성심이 낮기 때문에 여전에게 어필할 수 있는 디자인과 마케팅은 여성의 충동구매를 쉽게 불러일으킬 수 있기 때문에 독특한 상품 및 질 좋은 서비스를 통해 새로운 소비자 군을 사로잡아야 한다.

'她 경제' 시대에 관련 유망 분야로 화장품 소비 시장이 대두되고 있다. Euromonitor의 통계에 따르면, 2015년 중국 화장품 시장규모는 4843억 9000만 위안에 달했으며, 이는 2018년까지 시장규모가 8,000억 위안에 달할 것으로 예상하고 있다. 앞으로의 중국 화장품 시장의 유망품목으로는 목욕용품, 클렌징 제품, 영유아, 남성용 화장품 등이 있으며, 온·오프라인 판매점 및 신종 유통채널이 확대될 것이다.

또한, 중국 성형시장의 총 매출액은 5,530억 위안으로 연평균 20%에 달하는 성장을 보이고 있으며, 총 규모가 전세계의 15%에 달하는 손꼽히는 성형시장이다. 기술 및 시술의 발전으로 한계가 없어졌으며, 각 연령층의 수요를 모두 만족시킬 수 있어 소비자의 범위가 대중적으로 확산되 주 소비대상을 도시 화이트칼라 계층이다. 2019년 까지 1조 위안을 돌파할 것이라 전망되고 있다.

중국 내 20~45세 연령대의 도시 여성인구는 1억 1000만 명에 달해 대상 소비자군이 매우 높으며, 한류 및 스타 효과, 인터넷 및 미디어의 발전으로 인해 일반 시민을 비롯하여 모든 정보전달력이 빠르게 확산되어 가고 있다. 이에 따라 타겟별 마케팅, SNS의 활용 마케팅을 통한 진출이 필요할 것이다.

협회에서는 한국 화장품·뷰티기업분들의 중국, 아시아 진출을 위해 3월 춘계 광저우 미용 박람회, 4월 베이징건강산업박람회, 5월 하계 중국 상하이 미용 박람회, 9월 추계 광저우 미용 박람회 등 다양한 중국 박람회를 주관하고 참가사를 모집중이다.

문의 : 국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

유관기관 소식

경제불황에도 성장하는 남성 뷰티제품 시장 '브라질'

- 브라질 남성, 차별화된 외모 관리에 대한 관심 지속 증가, 남성 뷰티 제품 판매 2017년 세계 1위 전망 -

브라질은 2014년 기준 163억 3800만불 규모로 미국, 일본, 중국에 이어 가장 큰 화장품 시장규모를 가지고 있다.

■ 남성뷰티제품 최근 5년간 2배 성장

브라질 대부분의 미용업체가 경기불황으로 고전하는 가운데 브라질 남성 미용제품 시장은 오히려 성장하는 것으로 나타났다.

브라질 남성 미용제품 시장은 최근 5년간 규모가 두 배로 성장했으며, 2019년까지 7.1% 성장하여 연매출액은 67억 달러 달성을 것으로 예상되며, 북미와 중국시장을 넘어 세계 1위에 랭크될 전망이다.

■ 샤워, 헤어, 면도제품 인기, 브라질 남성, 차별화 외모관리 큰 관심

유럽 통계조사기구 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 최근 5년간 브라질에서 높은 판매 증기를 보인 남성 미용제품 품목은 샤워제품(+175%증가), 헤어제품(+137%증가), 면도제품(+120%증가)으로 나타났다.

유로모니터 관계자의 말에 따르면 “이러한 남성 뷰티제품의 판매 증가는 남성의 외모관리에 대한 과거의 편견이 깨지며 남성들이 외모에 투자하고 있는 사회적 열풍에 기인한다”고 밝혔다.

브라질은 세계 4위 화장품 시장으로, 불황에도 불구하고 뷰티제품에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있다. 특히 최근 5년간 남성 뷰티제품이 급격하게 성장하였으며, 향후 5년 브라질이 남성뷰티시장 세계 1위 달성을 것으로 전망됨에 따라 우리 기업들의 브라질 남성뷰티제품 시장에 주목 할 필요가 있다.

자료원: KOTRA 인도네시아 무역관 자료 종합



인도네시아 화장품 시장, 성장잠재력 무한'

- 인도네시아 화장품 시장, 경기둔화 속에서도 매년 15% 성장, 수입화장품 화장품 소비의 60%차지 -

인도네시아 화장품시장은 인도네시아의 고속 경제성장에 힘입어 최근 매년 약 15% 내외의 성장세를 보이고 있는 유망한 시장이다. 2013년 시장규모는 약 10억 달러에 달한다.

■ 인도네시아소비자, 외국뷰티제품브랜드 선호, 수입량 확대 추세

인도네시아는 연간 화장품 소비규모는 약 15조 루피야(한화: 약 1.5조원해당)이며, 이 중 60%정도가 수입 화장품이 차지하고 있다. 인도네시아 내 화장품 산업 규모가 지속적으로 커져감에 따라 수입 화장품에 대한 수요도 상승하고 있는 추세다. 2014년 기준 일본제품 수입량은 38%, 중국은 31.5%로 전년대비 큰 폭으로 증가하였으며, 이 외에도 미국, 프랑스, 영국, 이탈리아 등 미국, 유럽 지역의 수입이 매년 확대되고 있다.



■ 한국뷰티제품 수입 꾸준히 상승, 인도네시아 수입시장규모와 잠재력 비해 시장 진출률 낮아

kotra 글로벌원도우 자료에 따르면, 한국 화장품의 수입현황으로는 2012년 250만 달러, 2013년 350만달러, 2014년 430만달러로 양적 질적으로 꾸준하게 상승세를 유지하고 있으나, 인도네시아 시장규모와 잠재력에 비해 우리기업의 시장 진출률이 낮은 편이다.

세계 4위 인구대국이자 수입화장품 수요가 높은 인도네시아 시장에 우리기업의 진출률이 낮은 이유는 까다로운 인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat Makanan)인증에 대한 부담감 등의 이유로 보고 있다.

최근, 정부는 국내뷰티기업의 원활한 화장품 수출 진행을 위해 화장품 사전신고 절차 단축 등 수출 애로사항에 대하여 인도네시아 식품의약품안전청장과 협의했다.

협회는 인도네시아 최고,최대 미용박람회 「2016년 인도네시아 뷰티&메디케어」에 참가 희망 기업을 선착순으로 모집 하고 있다.

문의: (사)국제뷰티산업교역협회 해외전시팀 02-861-8084~7

동남아시아의 꽃, 자유의 나라 태국

- 다시 방문하고 싶은 국가, 앞으로의 성장이 기대되는 국가 -



나는 4월 28일부터 30일 태국 방콕 BITEC 103홀에서 개최되는 2016 태국 아세안 뷰티 박람회(ASEAN Beauty 2016)에 한국관 기업분들은 만나기 위해 태국으로 향했다.

태국은 불교의 나라이자 유럽인들의 최고의 관광지로 손꼽는 나라이며, 동남아시아의 꽃, 자유의 나라이다. 그렇기에 매년 3천만명의 관광객이 태국으로 방문하고 있다. 나또한 여행해보고 싶은 국가 중 하나가 태국이였으며, 이번 출장을 계기로 태국을 방문할 수 있는 좋은 기회가 되었던 것 같다.

태국은 열대 모순기류의 영향으로 고온다습한 아열대서 기후를 가지고 있으며, 여름 · 우기 · 겨울의 세 계절로 나눈다.

출장을 간 시기는 우기의 날씨로 몸시 더우면서도 습한 날씨였다. 공항에서 차량으로 이동하는 시간이 5분 이내였지만, 현지의 기후를 바로 느낄 수 있었다.

38도가 웃도는 날씨에도 현지사람들은 길거리에 나와 가족들과 저녁을 먹는 모습이 다수 눈에 띄었으며, 장황하게 차려놓고 먹는 식사보다는 간단 · 간소하게 즐기며 적 음양을 여려번 먹는 식습관을 가지고 있었다.

또한, 더운날씨와 더불어 교통체증이 엄청나지만 생태우, 뚝뚝이, 오토바이와 같이 애 어컨이 가동되지 않는 교통수단으로도 항상 밝은 모습으로 지내는 현지사람들을 보면 서 많은 것을 누리면서도 불평을 하는 나자신을 반성하는 계기가 되었던 시간이였다.

경제활동은 우리 한국과 달리 여성의 경제활동이 활발하게 이루어지고 있었다. 이는 여성인구가 남성인구보다 130만명이 더 많은 불균형의 구조로 되어있으며, 고등교육을 받는 비율도 남성보다는 여성의 비율이 10% 이상 높았다. 직장에서도 고용인을 채용하기 위해서 급여수준, 승진등 남녀 차별을 법적으로 금지하고 있다.

한국은 남녀 차별에 대한 법적인 장치가 되어있음에도 불구하고 실질적으로 적용되지 못하고 있는 현실 때문에 남성우위가 암묵적으로 지켜지고 있지 않는가?라는 생각을 하게 되었다.

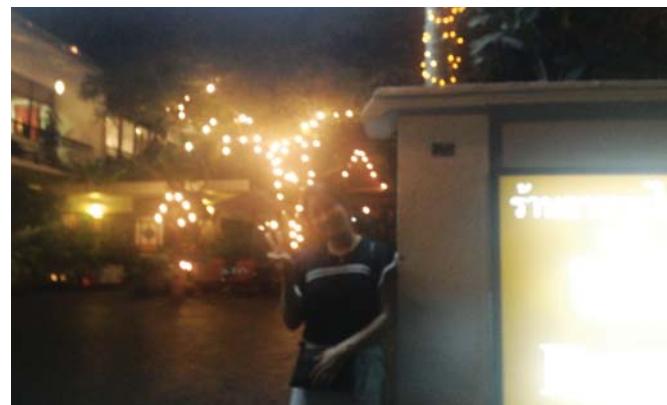
여성의 경제활동이 활발하게 이루어짐에 따라 세계적으로 아름다움에 관심이 가장 높은 나라 중 하나로 꼽힌다. 일반 여성이 외에도 태국에는 3~5%가 트랜스젠더로 일어져있으며 뷰티제품에 대한 수요는 더욱 크다. 현지 언론에 따르면 태국 뷰티시장은 연평균 18%씩 성장하고 있으며, 한류스타의 영향으로 한국기업의 화장품의 태국 수출은 2014년 전년대비 14% 증가한 7천5백만 달러를 달성했다. 이는 한국화장품에 대해서 국한되지 않고 이미용기기, 성형외과 산업까지 이어지고 있다.

2016 태국 아세안 뷰티 박람회 주관을 계기로 알게된 동남아시장 중 태국은 뷰티시장의 메카이며, 피부를 미의 1순위로 보기 때문에 미백제품 및 기기, 천연성분의 화장품에 대한 수요가 가장 높으며, 한류의 영향으로 인해 강한 색조보다는 내추럴한 메이크업 제품에 관심을 보이고 있다.

또한, 최근 들어 '메트로 섹슈얼'이라고 불리우는 외양지향에 관심이 많은 남성들 때문에 남성 전용 화장품이 출시되며 태국 현지인들 사이에서 높은 인기를 누리고 있다. 실제로 최근 5년동안 20억 Baht가 넘는 성장세를 보이고 있다.

화장품 뿐만 아니라 기기, 성형시장까지 무서운 속도로 발전하고 있어 앞으로의 성장이 더욱 기대되는 시장이다. 문화적으로 개방적이며, 자유로운 국가이기 때문에 앞으로 한국 뿐만아니라 강대국을 넘어 발전가능성이 있는 국가라고 생각해본다.

- (사)국제뷰티산업교역협회 IBITA 김소현 사원 -



국제뷰티산업교역협회 IBITA 주관진행 2016년도 해외유망박람회

연번	전시회명	개최기간	진행상황	품목
1	2016 출제 광저우 중국 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (Spring) 2016	2016. 3.9 ~ 3.11	KOREA-IBITA관 30개사 모집	뷰티종합
2	2016 이태리 볼로냐 코스모프로프 Cosmoprof Worldwide Bologna 2016	2016. 3.18 ~ 3.21	KOREA-IBITA관 50개사 모집	뷰티종합
3	2016 두바이 피부미용 전문 박람회 Dubai Derma 2016	2016. 4.12 ~ 4.14	KOREA-IBITA관 30개사 모집	피부미용기기, 화장품
4	2016 중국 베이징 건강산업박람회 China International Health Industry Expo 2016	2016. 4.14 ~ 4.16	한국관 100개사 모집	종합
5	2016 홍콩 국제 가정용품전 Hong Kong Houseware Fair 2016	2016. 4.20 ~ 4.23	참가사 모집	가정용품(뷰티섹터)
6	2016 터키 이스탄불 뷰티박람회 Beauty Eurasia 2016	2016. 4.21 ~ 4.23	KOREA-IBITA관 25개사 모집 <small>'2014~2015 정부지원, 2016정부지원 확정'</small>	뷰티종합
7	2016 이란 뷰티&클린 박람회 Iran Beauty & Clean 2016	2016. 4.24 ~ 4.27	KOREA-IBITA관 25개사 모집	개인위생용품, 뷰티종합
8	2016 홍콩 국제 선물용품전 Hong Kong Gifts & Premium Fair 2016	2016. 4.27 ~ 4.30	참가사 모집	선물용품(뷰티섹터)
9	2016 태국 아세안 뷰티 박람회 ASEAN Beauty 2016	2016. 4.28 ~ 4.30	KOREA-IBITA관 15개사 모집	뷰티종합
10	2016 뉴욕 코스모팩 Cosmopack in New York	2016. 5.12 ~ 5.14	참가사 모집	화장품 용기, 메이크업, 네일
11	2016 두바이 뷰티월드 beauty world Middle east 2016	2016. 5.15 ~ 5.17	참가사 모집	뷰티종합
12	2016 하계 상하이 중국 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (Summer) 2016	2016. 5.16 ~ 5.18	KOREA-IBITA관 30개사 모집	뷰티종합
13	2016 이태리 볼로냐 헬스케어 EXPOSANITA'2016	2016. 5.18 ~ 5.20	참가사 모집	헬스케어, 에스테틱
14	2016 베트남 국제 유통산업 및 프랜차이즈쇼 Vietnam Int'l Retail and Franchise Show 2016	2016. 6.8 ~ 6.10	참가사 모집	유통, 생활소비재
15	2016 북미 라스베가스 코스모프로프 Cosmoprof North America 2016	2016. 7.24 ~ 7.26	한국관 40개사 모집 <small>'2013~2016 정부지원 IBITA 단독수행' '2017~2019 유망전시 정부지원 확정'</small>	뷰티종합
16	2016 호주 시드니 뷰티 엑스포 Beauty Expo Australia 2016	2016. 8.20 ~ 8.21	KOREA-IBITA관 모집	뷰티종합
17	2016 추계 광저우 중국 국제 미용 박람회 China International Beauty Expo (Autumn) 2016	2016. 9.4 ~ 9.6	KOREA-IBITA관 30개사 모집	뷰티종합
18	2016 더마 코리아 Derma KOREA 2016	2016. 9월중	참가사 모집	피부미용기기 화장품
19	2016 브라질 뷰티 페어 박람회 Beauty Fair 2016	2016. 9.10 ~ 9.13	한국관 15개사 모집 <small>'2015년 정부지원 IBITA 단독수행'</small>	뷰티종합
20	2016 중국 북경 미용 박람회 International Beauty & Cosmetics Expo in Beijing 2016	2016. 10.12 ~ 10.14	참가사 모집	뷰티종합
21	2016 멕시코 뷰티 엑스포 Expo Beauty Show 2016	2016. 10.23 ~ 10.25	한국관 20개사 모집 <small>'2015년 KOTRA 지원 IBITA 단독수행' '2015~2016 정부지원'</small>	뷰티종합
22	2016 러시아 모스크바 인터참 Inter CHARM 2016	2016. 10.26 ~ 10.29	KOREA-IBITA관 10개사 모집	뷰티종합
23	2016 베트남 베이비 & 키즈페어 Viet baby fair 2016	2016. 11.3 ~ 11.5	참가사 모집	뷰티종합
24	2016 중국 청두 국제 프리미엄생활소비재전 Stylish Life China 2016	2016. 11.5 ~ 11.9	참가사 모집	유통, 생활소비재
25	2016 태국 인코스메틱스 아시아 In-Cometics Asia 2016	2016. 11.8 ~ 11.10	한국관 15개사 모집 <small>'2014,2015년 정부지원 IBITA 단독수행'</small>	화장품원료, 용기
26	2016 홍콩 코스모프로프 아시아 Cosmoprof Asia 2016	2016. 11.16 ~ 11.18	KOREA-IBITA관 60개사 모집	뷰티종합
27	2016 인도네시아 뷰티&메디케어 Indobeauty & Indomedicare 2016	2016. 11.23 ~ 11.25	KOREA-IBITA관 모집	뷰티종합, 메디컬
28	2016 사우디 헬스&뷰티 박람회 Saudi Health & Beauty 2016	2016. 11.27 ~ 11.29	KOREA-IBITA관 15개사 모집 <small>'2015~2016 정부지원'</small>	뷰티종합
29	2016 미국拉斯베가스 A4M 안티에이징 전문 박람회 Las Vegas A4M Show 2016	2016. 12.9 ~ 12.11	참가사 모집	피부미용기기 및 장비, 화장품