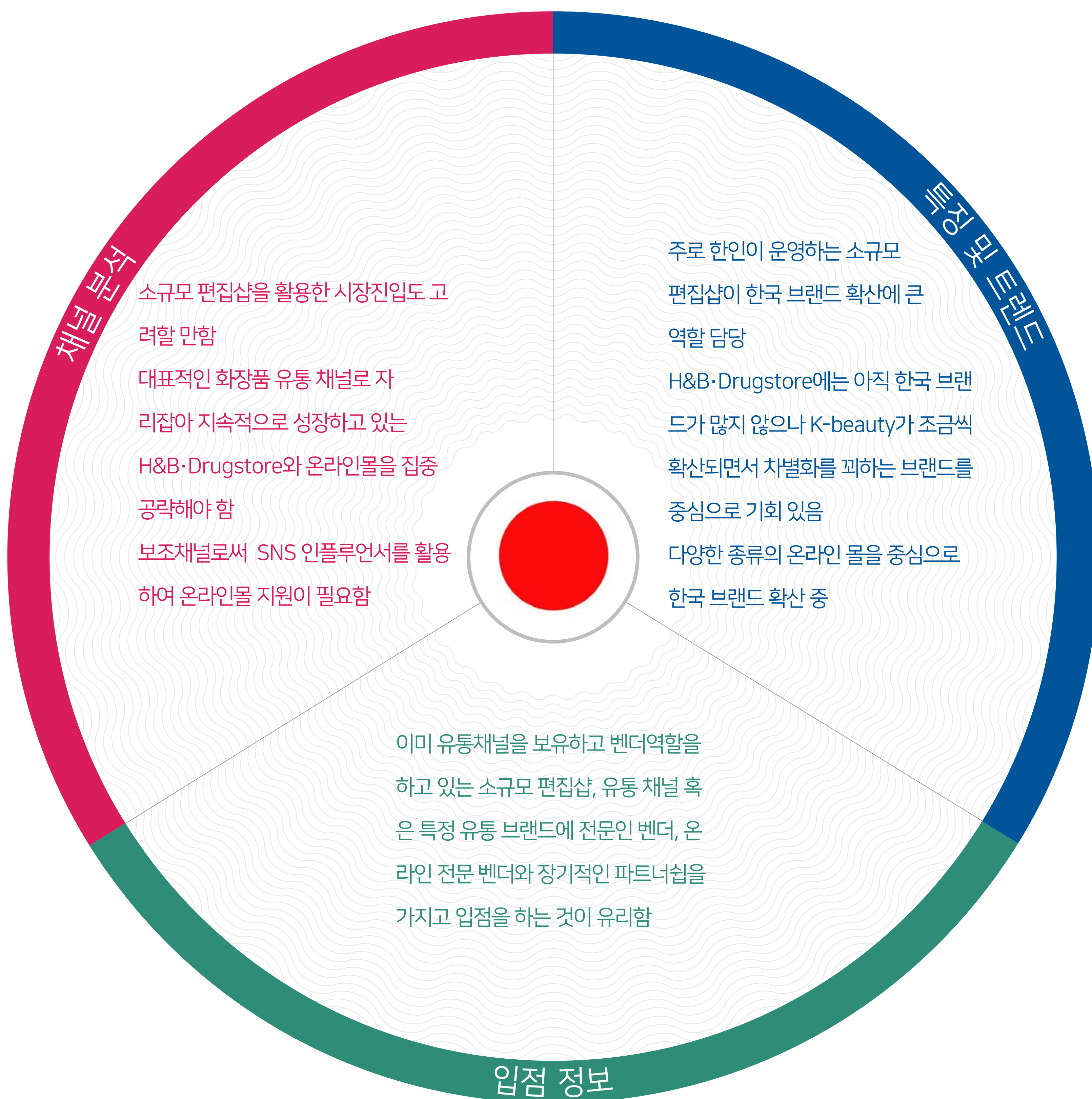


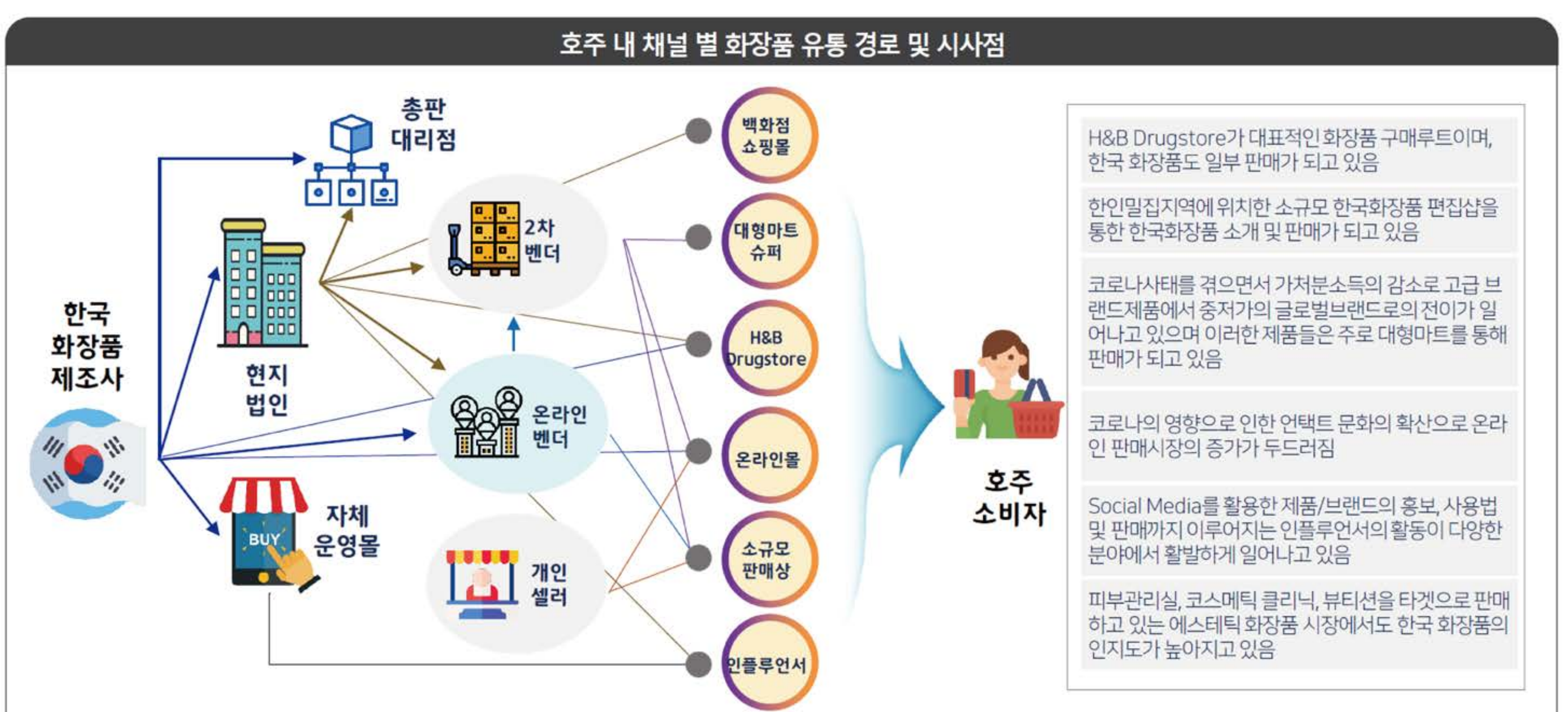


호주에서 실시한 화장품 유통구조와 유통채널  
입점 및 입점 유지조건에 대한 분석결과이다.



특징 및 트렌드

- 주로 한인이 운영하는 소규모 편집샵이 한류 콘텐츠와 연계하여 한국 브랜드 확산에 큰 역할 담당하고 있다
- 대표적인 화장품 판매 경로는 H&B·Drugstore이나 마스크팩을 제외하고는 아직 한국 브랜드가 많지 않으나 조금씩 확산되는 추세이다
- 코로나 사태의 영향으로 온라인몰 판매가 급증하며 다양한 온라인몰을 중심으로 한국 브랜드 확산 중이다



채널 분석

- 한인이 운영하는 소규모 편집샵은 수입, 도매, 유통벤더, 소매상 운영까지 한국 화장품 유통의 교두보 역할을 하고 있다
- H&B·Drugstore는 주요 유통채널이지만 아직 입점 된 한국 브랜드는 많지 않으며 K-beauty의 확산과 더불어 조금씩 증가하는 추세이다
- 팬더믹으로 온라인 시장이 급성장하고 인플루언서를 통한 마케팅 또한 활발히 진행 중이다

호주 소매점 채널 별 시장 기회	
백화점·소평몰	대형 쇼핑물 위주의 쇼핑문화가 정착되어 있어 있지만, 쇼핑물 또는 백화점에서 화장품 판매는 감소추세 특히 한국 화장품은 대기업 제품 위주로만 입점 된 상태
대형마트·슈퍼마켓	마켓의 특성에 적합한 제품이 우세하고 있으며 한국제품은 전무한 상태
H&B·Drugstore	거의 모든 쇼핑물에 입점해 있으며 타 오프라인 채널과 마찬가지로 달리 시장규모는 감소추세이지만 가장 중요한 오프라인 유통채널로 자리잡음 아직 입점 된 한국 브랜드는 많지 않으나 K-beauty의 확산과 더불어 조금씩 증가하는 추세 호주에 소개되지 않은 차별화된 중소기업 제품을 원하는 H&B 존재
온라인몰	팬더믹으로 온라인 시장이 급성장 추세이며 다양한 몰 존재 한인이 운영하는 한국 화장품 몰을 제외한 화장품 전문몰에는 한국 화장품 브랜드가 없으나 종합몰을 중심으로 K-beauty확산 중 아시아인을 타겟으로 하는 한국 화장품 전문몰의 인기가 높음
SNS 인플루언서	주로 프로모션만 진행하며 직접 판매는 하지 않으나 판매사이트 가는 링크는 제공 한국 인플루언서는 아니지만 영향력 있는 인플루언서와 그 시장은 점점 커지는 추세
소규모 편집샵	주로 한인이 운영하는 소규모 편집샵을 중심으로 한류와 연계하여 현지 아시아인, 관광객을 중심으로 K-beauty 확산 중 한국 브랜드의 현지 정착에 결정적 역할을 수행 수입, 도매, 유통 벤더, 소매상 운영까지 한국 화장품 유통의 교두보 역할

입점 전략 제안

- 제품의 성격, 타겟 시장, 보유자원에 따라 적절한 유통 채널을 선택하고 유통 채널에 전문 벤더 혹은 전문 벤더와 연결된 수입업자와 파트너십을 통하여 유통 입점을 시도하는 것이 바람직하다

