

101 年度 優質平價新興市場推動方案

新興市場消費需求深度調查案—1-2月重要研究發現與商機摘要表

研究主題	健康美麗商機
研究國家	中國大陸、印度
研究產品別	美容保養品、機能性食品、機能性服飾
1-2月重要研究發現與市場缺口說明	
一、創新研發	
(一)美容保養品	
<p>台灣廠商在新興市場將遭遇到是全球知名品牌之競爭，例如 P&G、L'Oreal、Unilever、Colgate、Avon 等，對手的推廣資源豐厚且品牌經營能力強，確實為台灣廠商帶來競爭壓力。但化妝品市場仍然有台灣廠商之空隙，像面膜與眼膜這類日常消耗保養品，需要使用次數多，且不需要強勢品牌保證(沒有強烈品牌忠誠)，這類商品正是台灣廠商優質平價的機會點。</p>	
(二)機能性食品	
<ol style="list-style-type: none">1. 在保健食品原料或機能性成分開發上，我國相當擅長發酵技術的開發與應用，尤其擅長中草藥藥材的發酵技術，這方面在冬蟲夏草、靈芝、巴西磨菇均已有很好的應用，國內亦陸續有公司擴廠發酵設備。中草藥常見應用於保健、美容保養品及農業生技上，在我國中草藥相關健康食品的成份使用方面，靈芝與人蔘為兩大主流成份，且廣泛應用在免疫調節、護肝功能(化學損傷)、抗疲勞功能，及延緩衰老功能，現今廠商比較有名的為葡萄王生技公司的靈芝王產品。2. 台灣樟芝在國家型科技計畫的支持下，已累積相當多的科學研究數據，為國內具發展潛力之保健食品素材。樟芝為台灣特有原生真菌且護肝功效卓越，因此成為陸客來台指定伴手禮，國內很多業者看好大陸市場潛力及龐大商機，紛紛投入樟芝保健食品生產行列，同時亦佈局大陸市場	

包括申請大陸保健食品字號、申請保肝專利、尋找通路或代理商...等。

(三)機能性服飾

台灣目前在機能性服飾的產業能量方面，除了在上游原料及紡紗技術上已具有國際水準外，在布料開發及成衣的發展上已逐漸往自有品牌模式經營。在布料品牌方面，主要包含：宏遠—EverTek、新光合纖—ZhuTech、福懋—Abletex、昶和纖維—Anti—Microbial Fabric、力寶龍(力麗集團)—SecoTec。這些品牌產品多從事於防曬、防風、防寒、竹炭、防水、抗菌除臭及吸濕排汗等布料的應用。

二、國際行銷

(一)中國大陸市場

1. 美容保養品

- (1) 在美容保養品的部份，針對各地氣候的不同，廠商在研發方面需開發不同的產品型態，推出不同之產品型態，像是南方可推出乳液、北方可推出乳霜等，而創新型態的推出更可提高消費者對新產品的接受度。
- (2) 主打醫學等級之化妝品，由於台灣醫學美容盛行，帶動相關產品的技術開發，許多台灣生技廠商跨足美容化妝品，主要開發漢方草藥、膠原蛋白、玻尿酸等相關藥妝產品。廠商可利用中國大陸醫學美容成長迅速之契機，切入藥妝市場，推出高價之產品，避免大眾化化妝品之低價競爭。目前牛爾已有推出 NARUKO 品牌主打天然的產品研發，強調專為華人肌膚特性設計之產品，後續效果值得關注。

2. 機能性食品

針對機能性食品部份，建議可開發具台灣特色之適地化機能性食品。台灣廠商在進入中國大陸市場時，可根據當地需求，開發沖泡式或是即食性之美肌美顏/窈窕塑身產品，主要在於地方上的飲食口味差異，像是南甜北鹹、東酸西辣，配合消費者口味跟口感方面有未被滿足之地方，可以朝向開發美味，且符合當地需求之相關產品。

3. 機能性服飾

- (1) 以外出機能服飾的市場開拓上來看，中國大陸整體市場對於功能選擇上以彈性舒展、保暖、雕塑身材和吸濕排汗速乾為主要功能需求。偏好之型態為休閒輕便襯衫、背心、休閒輕便 T-shirt 為主。而台灣廠商可切入彈性、保暖之休閒輕便襯衫，也可主推雕塑身材之產品，可主推背心或是休閒輕便 T-shirt。
- (2) 內著機能服飾在中國大陸整體市場主要功能以雕塑身材和彈性舒展為主要功能需求，偏好之型態為調整型內衣和調整型內褲為主。台灣廠商可切入雕塑身材之調整型內衣褲，也可主推吸濕排汗速乾與抗菌之產品。
- (3) 可與 Benchmark GORE-TEX 進行品牌策略，台灣廠商可整合推出幾大系列的布料品牌，例如保暖系列、抗菌系列、涼感系列，與品牌商聯合掛牌，強化台灣纖維布料的 brand 印象，讓消費者在購買服飾時，會考慮根據布料品牌購買。

(二)印度市場

1. 美容保養品

- (1) 在美容保養品的優質化產品定位策略中，可以標榜防止肌膚受到溫度或污染刺激以及促進新陳代謝、賦活肌膚等功效的乳霜保養品為印度整體市場的首推產品；在孟買可以肌膚光澤及柔嫩白皙且輔助防止肌膚受到溫度或污染刺激功效的乳霜保養品為首推產品；在清奈則可以具防止肌膚受到溫度或污染刺激功效的乳霜狀滋養護膚面部保養品為首推產品。另一項優質化產品則可以標榜肌膚白皙、柔嫩肌膚、使肌膚有光澤且又能有控油效果的水狀面膜為首選產品，其中在孟買可以具有能使肌膚柔嫩、白皙及有光澤功效的水狀或耳掛式面膜產品為主；在清奈則可以肌膚白皙及有光澤為主，並再添加具有控油功效的片狀撕除式面膜。
- (2) 在平價化產品定位策略中，可以防曬、控油及消除黑眼圈等功效為主，

並外加曬後舒緩修護及涼感功效的特定修護乳液為整體印度的首推產品，其中在孟買可以具有防曬、抗菌及去斑等特定修護乳液為首推品項；在清奈則以防曬品添加具有曬後舒緩修護及具有涼感功效的免沖洗凝膠產品或乳霜產品，或以控油產品再添加具有消除黑眼圈及具有涼感功效的免沖洗凝膠產品或乳霜產品。

- (3) 在通路布局上，針對優質化滋養護膚品而言，孟買地區可以朝藥妝店/藥局或大賣場進行鋪貨；在清奈地區可以朝百貨公司/購物中心或藥妝店/藥局進行鋪貨。至於優質化面膜產品而言，孟買地區主要仍朝藥妝店/藥局或大賣場進行鋪貨；在清奈地區可以朝藥妝店/藥局或百貨公司/購物中心。最後在平價化特殊修護產品而言，孟買地區主要朝藥妝店/藥局或大賣場；清奈地區主要朝百貨公司/購物中心或藥妝店/藥局鋪貨。

2. 機能性食品

- (1) 在機能性食品的優質化產品定位策略中，可以沖泡式燕麥或穀粉為首推產品，其中在孟買可以具有降血糖血脂功效的纖維餅乾為首推品項；在清奈則朝具有降血糖血脂功效的沖泡式燕麥及穀粉為首要推展品項。
- (2) 在平價化產品定位策略中，將可以具有窈窕瘦身的餅乾及沖泡式代餐為首推產品，其中在孟買可以窈窕瘦身的餅乾類食品為首推產品；在清奈則可以朝窈窕瘦身的沖泡式代餐為首推產品。
- (3) 在通路布局上，針對優質化降血糖血脂功效的機能性食品，孟買地區可以朝大賣場進行鋪貨；在清奈地區可以朝百貨公司/購物中心進行鋪貨。至於在平價化窈窕瘦身機能性食品而言，孟買地區主要朝雜貨店或大賣場進行鋪貨；清奈地區主要朝百貨公司/購物中心進行鋪貨。

3. 機能性服飾

- (1) 在機能性服飾的優質化產品定位策略中，可以朝具有雕塑身材的塑型胸罩為首推產品，其中在孟買可以具雕塑身材功效的隱形胸罩為首推

品項；在清奈則朝具易於清洗及雕塑身材功效的塑型胸罩為首要推展品項。

- (2) 在平價化產品定位策略中，將以快乾、防皺的傳統服飾或休閒衫為首要推動產品，其中在孟買具防皺及抗菌功效的休閒服飾為首推產品；在清奈則以具有快乾及防皺功效的傳統服飾為首推產品。
- (3) 在通路布局上，針對優質化的內著機能性服飾而言，孟買地區可以朝大賣場或百貨公司/購物中心進行鋪貨；在清奈地區可以朝品牌專門店或百貨公司/購物中心進行鋪貨。至於在平價化外著機能性服飾而言，孟買地區主要朝大賣場或百貨購物中心進行鋪貨；清奈地區主要朝品牌專門店及百貨公司/購物中心進行鋪貨。

三、需求缺口

(一) 中國大陸消費者需求缺口

1. 美容保養品

- (1) 以滋養護膚保養品來看，「保濕水嫩」、「肌膚白皙」和「促進新陳代謝，賦活肌膚」為受訪女性選擇使用滋養護膚臉部保養品的主要三個功能。其中，各城市女性雖然在最主要使用的功能需求上有所不同，但皆以「保濕水嫩」和「肌膚白皙」功能扮演最關鍵的兩個元素。
- (2) 以特殊修護保養品來看，「細緻毛孔」和「防曬」為受訪女性選擇使用特殊修護保養品的主要二個功能，再次者為「去角質」、「控油」和「抗菌」，顯示中國大陸年輕女性在特殊修護保養品的需求是相當多元且細緻化。其中，「細緻毛孔」和「防曬」為最具市場需求規模的功能項目。以面膜產品來看，「肌膚白皙」、「保濕水嫩」、「柔嫩肌膚」為受訪女性選擇使用面膜的主要三個功能，再次者為「細緻毛孔」和「防皺抗老、改善鬆弛」。

2. 機能性食品

- (1) 以窈窕瘦身保健食品來看，在產品型態上，「沖泡式代餐(穀粉、穀片、粥類、濃湯)」、「茶類即食飲料」和「茶包茶袋類」為受訪女性在使用

窈窕瘦身保健食品上主要偏好的三種型態，再次者為「膠囊錠劑」和「沖泡飲粉末」。

- (2) 以美肌美顏保健食品來看，在產品型態上，「沖泡式代餐(穀粉、穀片、粥類、濃湯)」、「茶類即食飲料」和「膠囊錠劑」為受訪女性在使用美肌美顏保健食品上主要偏好的三種型態，再次者為「沖泡飲粉末」和「茶包茶袋類」。

3. 機能性服飾

- (1) 以外出機能性服飾來看，以全體受訪者調查結果發現，「彈性舒展」和「保暖」為受訪女性選擇使用外出機能性服飾的主要二個功能，再次者為「雕塑身材」、「吸濕排汗速乾」、「抗菌」和「透濕防水」，顯示提供舒適感和保暖功能的女性外出機能性服飾為目前市場最具需求規模的一塊。
- (2) 以內著機能性服飾來看，以全體受訪者調查結果發現，「雕塑身材」、「彈性舒展」為受訪女性選擇使用外出機能性服飾的主要二個功能，再次者為「保暖」、「抗菌」和「吸濕排汗速乾」，其中有超過七成的受訪者希望透過內著機能性服飾達到「雕塑身材」的功能，以此結果顯示「雕塑身材」為內著機能性服飾市場最具需求規模的項目。

(二)印度消費者需求缺口：

1. 美容保養品

以滋養護膚保養品來看，「肌膚白皙」和「使肌膚有光澤」為同孟買和清奈年輕女性使用滋養護膚面部保養品的主要兩個功能。以特殊修護保養品來看，「防曬」和「控油」為同孟買和清奈年輕女性使用特殊修護保養品的主要兩個功能。以面膜保養品來看，孟買女性以「使肌膚有光澤」為主要功能需求，清奈則以「肌膚白皙」與「控油」為主要需求。

2. 機能性食品

以窈窕瘦身保健食品和降血糖血脂保健食品來看，孟買和清奈兩地的年輕女性在型態需求上有明顯不同；孟買女性以「餅乾」為主要型態需求，

清奈則以「沖泡式代餐」為主要型態需求。

3. 機能性服飾

- (1) 以外出機能服飾來看，孟買和清奈年輕女性在選擇外出機能服飾的功能表現相當不同，除「防皺」功能同為兩地主要的功能需求之一，孟買受訪女性對於「抗菌」、「防紫外線 UV」和「涼感」功能需求較高，清奈則對於「快乾」、「吸濕排汗」、「防水」和「防污加工」功能有較高的使用需求。
- (2) 以內著機能性服飾來看，孟買和清奈女性在使用內著機能服飾的主要功能需求表現有明顯的不同。「涼感」、「雕塑身材」和「抗菌」為孟買年輕女性購買內著機能服飾的主要功能項目，清奈則對於「防污加工」、「雕塑身材」和「彈性舒展」功能有較高的使用需求。