

화장품 시장의 위기 “中 짝퉁” 나노기술로 잡는다

- ▶ 화장품 시장의 기회이자 위기의 진원지 중국, 한국 화장품 인기로 모조품 활개
- ▶ 나노신소재 선도기업 나노브릭의 '엠태그', 위조방지 솔루션의 첨병이 될 것

"1 선 도시에서는 진품을 판매하고 2, 3 선 도시에서는 50%만 진품을 판매하고, 4, 5 선 이하 도시는 위조 화장품만 판매한다." 이는 중국 화장품 업계에서 오래 일해 온 관계자의 이야기다(출처: 중국 위조상품 유통분석 화장품 편, KOTRA 17-085).

이처럼 중국은 화장품 시장의 큰 기회이자 위기의 진원지로 인식된다. KOTRA 자료에 따르면 중국의 화장품 시장 규모는 2007년부터 2016년까지 연평균 21% 성장하여, 2016년도 말 5,830억 위안(한화 약 100조 원)으로 세계 2위에 이른다. 그러나 명(明)과 음(陰)은 존재한다. 중국 내 한국 화장품의 인기가 급증하면서 모조품, 모방품 등이 활개를 치며, 국내 기업들의 피해가 초래되고 있다.

중국 최대 전자상거래 기업 알리바바도 2017년 짝퉁과의 전쟁을 선포했다. 자사 플랫폼에서 거래되는 모조품 판매업체를 제소하는 등 적극적인 자세를 취한 것이다. 최근에는 블록체인 기술을 활용하여 위조품 방지에 나섰다.

위조품이 증가하자 이를 방지하는 솔루션도 진화했다. 홀로그램, QR 코드, 디지털 워터마킹 기술을 비롯하여 최근에는 나노신소재를 활용한 제품 등 다양한 솔루션이 나오고 있다. 또한, 이를 활용하는 제품군도 고가의 브랜드부터 수출향 화장품, 의약 제품, 최근에는 성주 참외 등 지역 특산물까지 다양하다.

글로벌 컨설팅社 Grand View Research에 따르면 전 세계 위/변조 방지 패키징 시장규모는 2015년 801.4억 달러(한화 약 86조 원)로 추산되고 있다. 특히 의약품 및 화장품 섹터의 성장이 기대되며, 불법 위조 사례가 많은 중국 시장에 제품(화장품, 제약 등)을 수출하는 국내 기업의 위조 방지 솔루션의 수요가 증가하고 있다.

국내 화장품 업계 관계자는 "중국, 홍콩, 대만 등 중화권 국가들에 화장품 수출이 활발히 진행되고 있는 가운데 모방품, 모조품 또한 범람하고 있다."면서, "자사 제품의 지적재산권 보호를 위해서 전담팀을 꾸려 정품 보호를 위한 해법을 강구하고 있다."고 밝혔다.

이에 최근 나노신소재를 활용한 위조방지 솔루션 '엠태그'가 주목받고 있다. 엠태그는 나노신소재 선도기업 나노브릭(대표이사 주재현)의 제품으로 자기장에 의해 색이 변하는 특성을 활용하여, 일상 속에서 접하는 자석을 통해 정품 여부를 판단할 수 있는 솔루션이다. 엠태그는 그 독창적인 기술을 인정받아, 국제위조방지연합(IACC), 중국위조방지산업협회(C TAAO)의 공식멤버로 등록되었으며, 2016 ASEM 공식 정품인증 솔루션으로 적용된 바 있다.

마유 성분을 화장품에 도입해 '마유크림' 열풍을 만든 클레어스코리아는 자사 제품의 모조품을 막기 위해 나노신소재 정품솔루션 엠태그를 도입하였다. 향후 기업들의 위조방지에 대한 수요가 점차 증가하는 가운데, 나노브릭의 엠태그 제품에 대한 귀추가 주목된다.

그림1. 게리송 마유크림 제품 및 엠태그 예시 사진



자료: 클레어스코리아, 나노브릭