

清真食品、化妝保養品、生醫 產品拓銷建議及實例分享



元麗生技股份有限公司

主講：徐榮川總經理 / Yacub Hsu

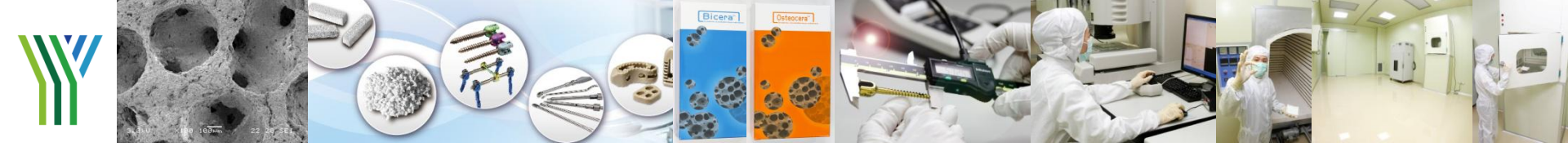
يعقوب حسن ابراهيم سو

Tel : 04-23551128

Fax: 04-23550577

E-mail: yacub@cst.org.tw

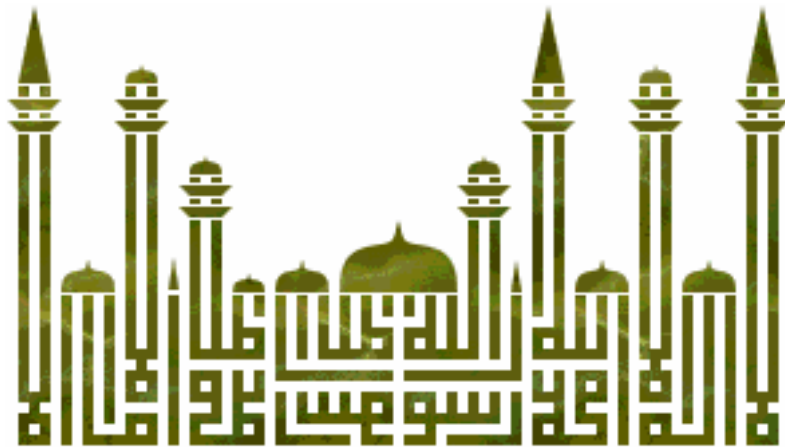


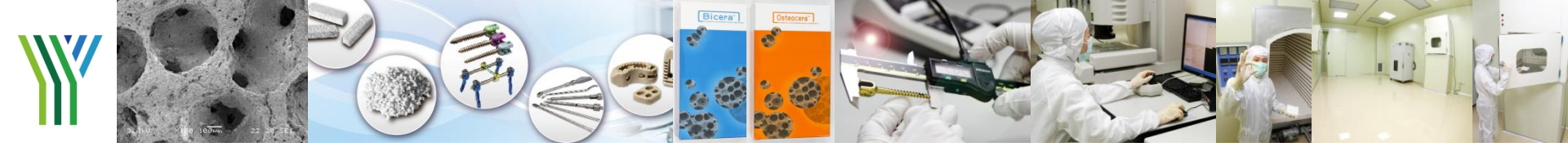


السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Assalamu Alaikum Wa
Rahmatullahi Wa Barakatuhu.

願 主賜福大家幸福平安與慈憫



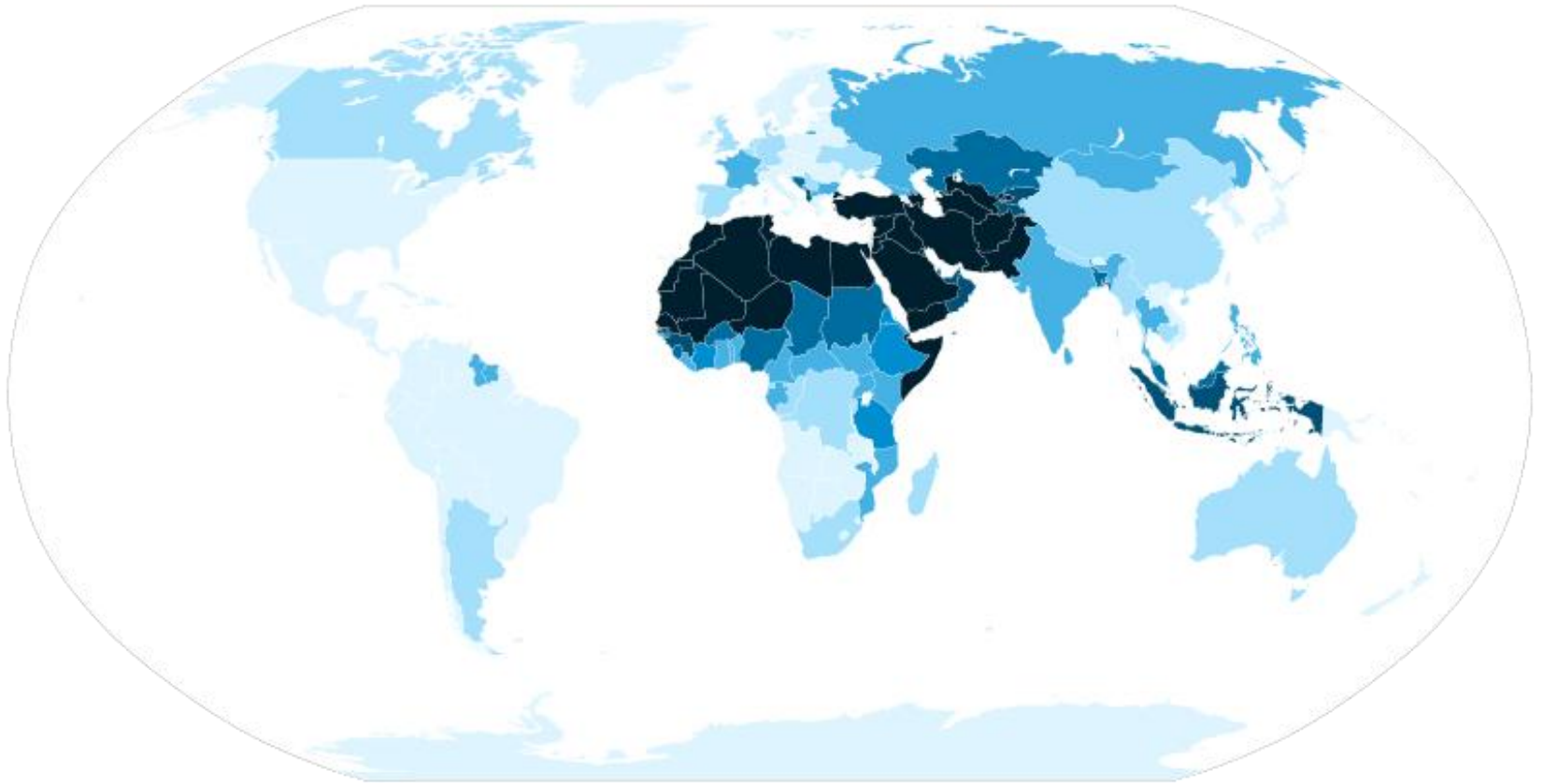


大綱

- 1) 伊斯蘭市場有多大—您無法想像全球的穆斯林人口
- 2) 伊斯蘭市場習性
- 3) 如何進入伊斯蘭市場
- 4) 如何切入伊斯蘭食品市場
- 5) 如何切入伊斯蘭化妝品市場
- 6) 如何切入伊斯蘭生醫市場
- 7) 市場營運小建議大叮嚀
- 8) 結語



伊斯蘭市場有多大 您無法想像全球的穆斯林人口



世界穆斯林人口的百分比（皮龍研究中心 Pew Research Center 2009）



(一) 伊斯蘭市場有多大—您無法想像全球的穆斯林人口

- 全球242個國家及地區中，穆斯林分布全球**204個國家**，在2012年年底公佈的《皮龍研究中心》-- 全球穆斯林人口已突破**十六億**大關，占全球69億人口的23.4%。(平均每四人就有一個穆斯林)，依據CIA全球人口最新估算(2013/10/01)，全球穆斯林人口已達**20億4千萬**，**全世界人口71億**，**佔世界人口28.2%**，(穆斯林人口增加率1.84%~2.13%，穆斯林人口生育率為2.4%~8.1%)



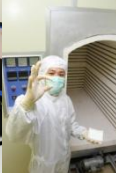
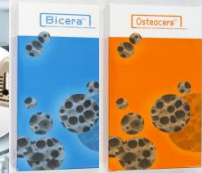
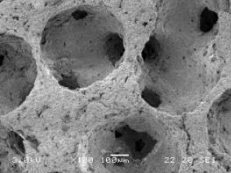


(一) 伊斯蘭市場有多大—您無法想像全球的穆斯林人口

- 穆斯林人口占多數的國家有**五十七個**。人口年輕化，平均年齡最低。全球的人口總體平均年齡是28歲，而**穆斯林的平均年齡是23歲，半數穆斯林都是23歲以下的年輕人**。

各州人口 (百萬)	2013年的總人口 (百萬)	穆斯林百分比	2013年穆斯林人口 (百萬)
Africa 非洲	1070.3	53.12%	568.55
Asia 亞洲	4284.7	31.92%	1364.79
Europe 歐洲	739.81	7.54%	55.8
North America 北美	464.9	1.80%	7.97
South America 南美	483	0.41%	2.04
Oceania 大洋洲	36.54	0.38%	1.5





伊斯蘭（清真）市場版圖有多大





(二) 伊斯蘭市場習性

以往臺商對穆斯林市場較為生疏，想要深耕穆斯林商機，必須應先瞭解其**共同的宗教與文化**如何影響穆斯林的日常生活，方能掌握與滿足消費者的需求。穆斯林市場的文化同質性來自於其信仰的**伊斯蘭教**，對穆斯林而言，**伊斯蘭教法**是一種生活方式，規範著生活中的衣食住行，因此延伸出許多特殊的穆斯林商機；任何想經營這個市場的廠商都不能忽略這些宗教文化所延伸出的消費習慣。與穆斯林商機相關的產業範圍相當廣泛，與清真認證相關的產業包括生鮮食品、加工食品、保健、食品、藥品、美妝品、保養品、個人護理用品、精密機械、物流運輸等等

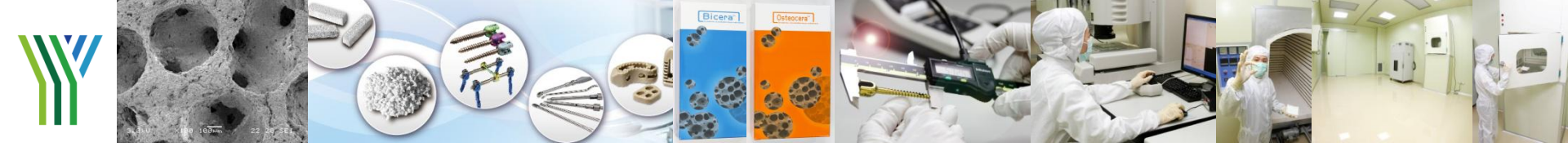




(二) 伊斯蘭市場習性

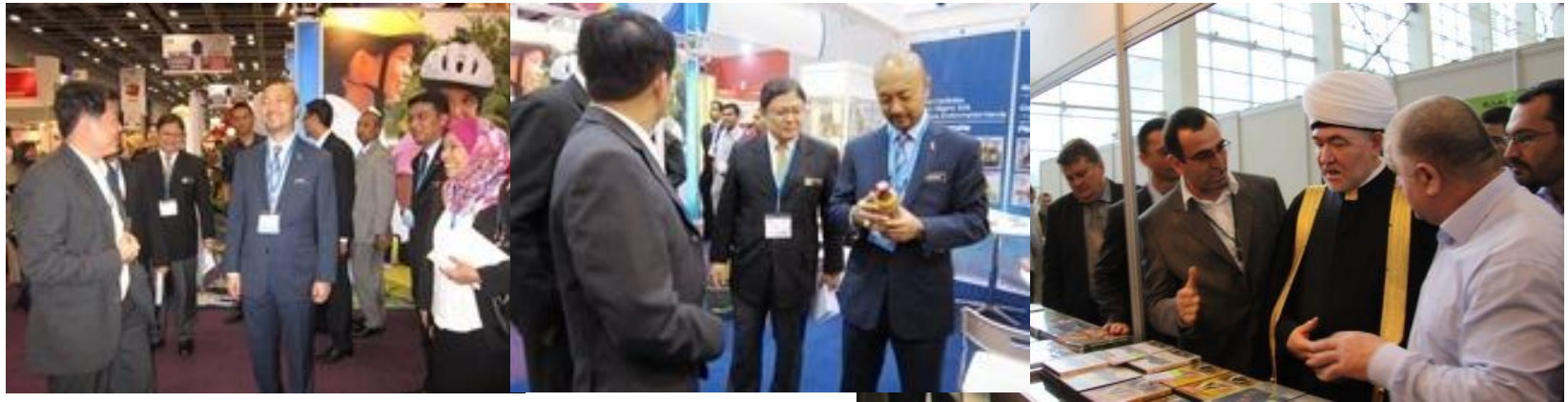
因為有著共同的信仰和延伸而來的文化及生活習性，穆斯林行銷概念已超越國界自成市場；這些獨特的消費需求為許多民生消費產業發展出獨特商機，值得企業拓展新興市場時，針對穆斯林特殊的需求發展相應的環境、產品及服務。

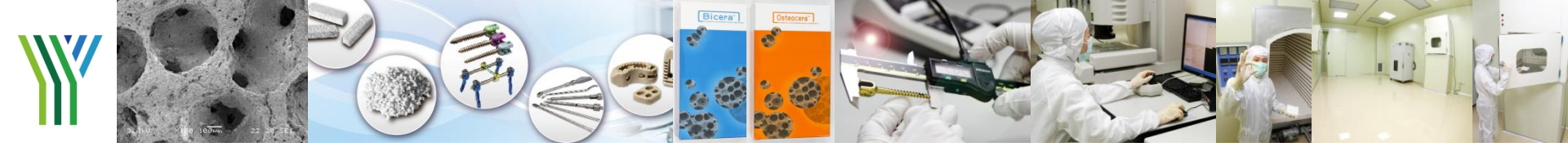




(二) 伊斯蘭市場習性

穆斯林非常注重社群生活，凡事皆以與他人（包括與家人、朋友、鄰里以及社區）維持良好關係為重。他們認為社群的重要與自身生活的進步有關，人不能離群而居，凡事需要互相合作，互相分享，才不會感到孤獨。此價值觀延伸到消費行為上，穆斯林相當重視同儕推薦 (Muslim to Muslim)，產品以口碑的方式進行宣傳為一有效傳播媒介。





(三)如何進入伊斯蘭市場

- 開啟伊斯蘭市場大門的鑰匙
 - 取得清真Halal認證，目標設定全廠Halal認證
- 市場調查選擇進入的商品與相關展覽
 - 展覽與市場的幅員範圍；文化與飲食習慣
- 如何接觸與建立通路
 - 進入市場方式／通路規劃／進入障礙
- 市場商務習慣
 - 選擇契合的合作夥伴。

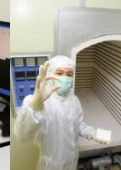
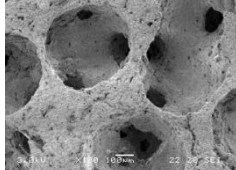




(四)如何切入伊斯蘭食品市場

- 由於清真產業的主力商品是食物，而這類產業在經濟衰退中，生意仍可蒸蒸日上。而全球伊斯蘭食品市場產值超過6325億美元。**依產品別每年複數成長率更達14%~50% 以上**。(2009年至今統計資料分析)，全球整體伊斯蘭市場超過二兆美金
- 目前國際比較知名的專業伊斯蘭食品展值得業界嘗試參展的重要展覽如下：





(四)如何切入伊斯蘭食品市場

	展覽名稱	國家地區	市場幅員
	Gulfood Exhibition	阿聯酋/杜拜 Dubai	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；東歐；中亞國家；南亞國家等等
	Halal Food Middle East	阿聯酋/沙迦 Sharjah	GCC國家；週邊阿拉伯國家
	MIHAS	馬來西亞/吉隆坡KLCC	東盟國家；部分阿拉伯國家；中亞國家；南亞國家等等
	Halal Expo Moscow	俄羅斯/莫斯科	CIS國家(獨立國協)；阿拉伯國家；東歐；中亞國家等等
	Kazakhstan International Halal Expo	哈薩克斯坦/阿斯塔納市	CIS國家(獨立國協)；中亞國家等等
	Halal Food Asia	巴基斯坦/卡拉奇(喀拉蚩)	部分阿拉伯國家；中亞國家；南亞國家等等
	Halal Expo-Dubai	阿聯酋/杜拜 Dubai	GCC國家；週邊阿拉伯國家等等





(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場

- 進入伊斯蘭化妝品市場，除了確實符合Halal清真認證的程序與原物料、製成、倉儲、運送等等管控與執行外，須注意伊斯蘭化妝市場對化妝品之定義：化粧品指用於人體外部任何部位（皮膚、毛髮、指甲、口唇和外陰部）或牙齒及口腔粘膜的物質或製品，主要起到清潔、香化或保護作用，以達到良好狀態、美容或消除體臭為目的。
- 著色劑必須採用染料顏色索引號（CI號），沒有相應的CI號時，使用INCI名稱（化粧品成分國際名稱）
- 對噴霧劑產品和易燃產品有特殊警告規定
- 功效宣稱用語不得具有誤導性。
- 建議使用可以確保視力正常的人在距離約30釐米處能輕鬆識讀的字型號。





(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場

- 含有甲醛防腐劑的產品必須受到一定的限制，並且必須在標籤上註明『不能用於嬰兒及對甲醛過敏的人群』。
- 一般廠商目前對於清真產品的組成及定義普遍上還是有所誤解，認為清真的範圍僅侷限於食品方面，對化妝品內含物成份的有所輕忽。
- 大部分的護膚保養產品皆含有非清真 (haram) 成份，如含有酒精和豬體衍生物(pig residues)，或來自於伊斯蘭教所禁止的動物的油脂如油酸 (oleic acid)、膠原蛋白 (collagen)、角蛋白 (keratin)、硬脂酸 (stearic acid)、明膠 (gelatin)、甘油 (glycerin)及使用色素來源等等在美妝或護膚保養產品裡是非常普遍的成分。





(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場

- 目前市場已有一些地方性的化妝品清真認證標準，先前缺乏一個全球認證的標準。所以隨著這股全球性需求及區域性發展，海灣合作理事會(Gulf Cooperation Council, GCC)的Health and Standardization Authorities已進行組織國際性的清真認證管理局，建立標準流程認證以測試健康品及化妝品是否符合伊斯蘭教教義的原則。而**國際清真完善聯盟(The International Halal Integrity Alliance, IHIA)**目前也著手進行一套全球標準程式，並於2010年夏天公佈相關規範標準。
- 截至目前為止，全球約已有100家企業銷售約400種符合伊斯蘭教義的清真認證產品，其中也包括部份的化妝品。

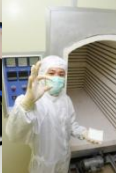
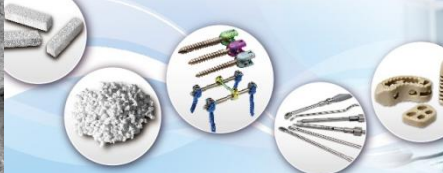
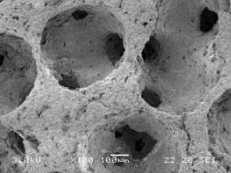




(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場

- 許多企業也陸續針對此市場需求，發展多元化符合伊斯蘭教義的清真認證產品，如最近**高露潔(Clogate)**所推出的**Muslim-friendly**牙膏及**One Pure**推出的護膚保養品系列。以全球約20億的回教人口，約佔世界總人口的四分之一而言，清真化妝品市場仍是處於有潛力的待開發階段。
- 就一些可考究的資料顯示，**中東地區的化妝品、香水及個人保養產品在清真(Halal)市場(2006)**每年約有**5.51億美元**的產值提升到**14億美元(2011)**，在國際市場上(2009)，推層出新的清真化妝品受到顧客廣泛歡迎，每年新上市的清真化妝品不下二百多種，年產值不斷提高，**達到140億美元**，每年複數成長率**20~30%**。





(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場



您知道哪一個是穆斯林嗎？



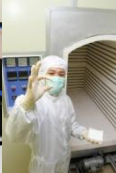
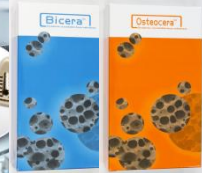
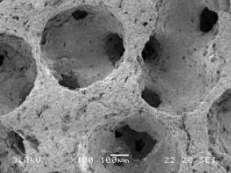


(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場



您知道哪一個不是穆斯林嗎？





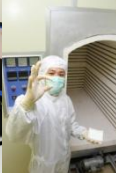
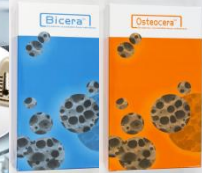
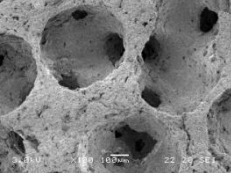
(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場



➤ 目前伊斯蘭化妝品市場前十名知名品牌如下：

品牌名稱	品牌名稱	品牌名稱	品牌名稱	品牌名稱
One Pure	Shifa Cosmetics	FX Mineral Cosmetics	Saaf	Inika
Halal and Organic	Amara Halal Cosmetic	Miracle Halal Mineralz	Hussana	Mihri





(五)如何切入伊斯蘭化妝品市場

➤ 目前國際比較知名的專業伊斯蘭化妝品展值得業界嘗試參展的重要展覽如下：

展覽名稱	國家地區	市場幅員
Beauty World Middle East (Gulf Beauty)	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；東歐；中亞國家；南亞國家等等
Cosmobeaute Asia	馬來西亞/吉隆坡	東盟國家；部分阿拉伯國家；中亞國家；南亞國家等等
International Beauty Expo (IBE)	馬來西亞/吉隆坡	東盟國家；部分阿拉伯國家等等
MIHAS	馬來西亞/吉隆坡	東盟國家；部分阿拉伯國家；中亞國家；南亞國家等等
Autumn Perfume Exhibition	科威特	GCC國家(展期11-12D)
Cosmobeaute Indonesia	印度尼西亞/雅加達	東盟國家
Beauty Eurasia	土耳其/伊斯坦堡	週邊阿拉伯國家；東歐；中亞國家等等
Halal Expo Moscow	俄羅斯/莫斯科	CIS國家(獨立國協)；阿拉伯國家；東歐；中亞國家等等
Kazakhstan International Halal Expo	哈薩克斯坦/阿斯塔納市	CIS國家(獨立國協)；中亞國家等等
Halal Expo-Dubai	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家等等





(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

- **伊斯蘭生醫市場**，市場每年平均成長率**8.8~10.9%**，以GCC國家而言，雖然人口相較較少，但相關醫療區塊，無論藥品或儀器或設備或醫護人員，**90~99%倚賴國外進口與引入**。
- 現在GCC國家幾乎都在興建新型大型醫院及廣設社區式醫療院所，鼓勵私人醫療院所設立，並加強引進國外醫護人員，以提高醫護人員之不足。
- **GCC國家預定於2014年開始將採行聯合集體採購醫療藥品之制度**。
- GCC國家部分國家例如阿聯酋及沙烏地等採取**強制醫療保險制度**，以補足過去社會福利制度之不足，因此，所有私人醫療院所，必須通過國際認證，否則必須關閉歇業。





(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

- 阿聯大公國醫療產業預估未來五年內將成長14%。根據杜拜商工總會統計，醫療產業目前約占杜拜非石油產業GDP的6%，產值將由2005年的32億美元，躍升至2015年的119億美元。
- 2008年沙烏地政府為醫療保健撥款累計119億美金，預計在2016年支出超過200億美金。健康照護和醫療設備的市場，在2007年為130億美元，預估到2016年將達200億美元
- GCC國家普遍存在成人過度肥胖問題（肥胖率平均32~42%），因『三高』問題嚴重，心臟病、高血壓、腎臟與心血管疾病等等預防與治療，各國紛紛成立專責機構。





(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

- 沙烏地阿拉伯的醫療產業在2010到2012年間仍預估有12%的年成長率，且在未來一段期間內將持續地成長，成長主要是來自於大眾及私人企業對於建立醫院和診所的投資增加，其他主要的進口儀器還包含注射筒、注射針、導管、電子醫療儀器、牙科用或獸醫用設備、X光機、繃帶、無菌產品、滅菌、障礙者專用輪椅、氧氣裝置、呼吸器、和外科設備等。
- 為了降低醫療設備的價格，國家藥品及醫療設備聯合購買公司(The National Company for Unified Purchase of Medicines and Medical Appliances)在2007年由沙烏地政府設立，擔任政府健康機構的主要供應者。

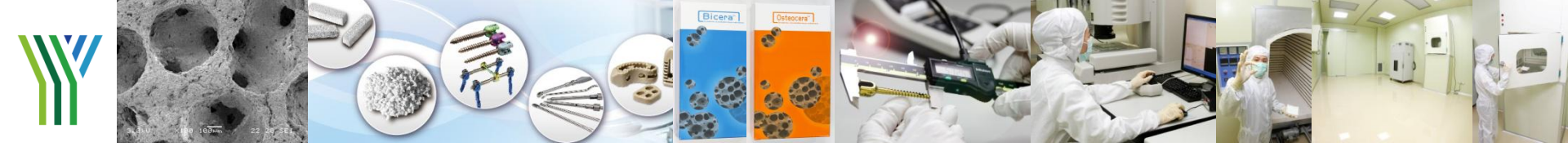




(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

- 沙烏地阿拉伯食品藥物管理機關 (The Saudi Food and Drug Authority) 負責制定及執行醫療器材法規，初步先建立製造商和供應商的認證程序，此外，沙烏地阿拉伯是亞洲醫療器材法規調和會 (Asian Harmonization Working Party, AHWP) 的組織成員之一，可預期沙烏地阿拉伯對於醫療器材法規調和的積極參與，將可降低台灣廠商想要進入其市場的困難度。
- 藥品類必須注意其成分，特別是膠囊的原料與製造過程，是否取得符合伊斯蘭教義的清真認證。

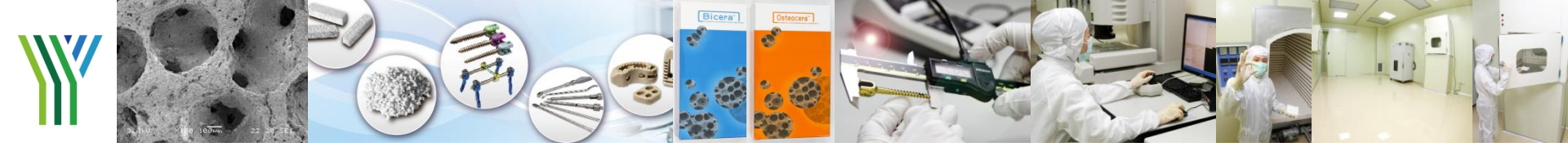




(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

- 醫療器材產業風險管理制度，分類為低風險 (Class I)：如生醫耗材、手術器械；中風險 (Class II)：如醫療電子(電子體溫計、血壓計)、**生醫材料(隱形眼鏡)**；高風險 (Class III)等三類。
- **醫療電子產品應朝微小化發展、朝消費化及居家化發展、朝數位醫療發展，才有機會在醫療領域中再創佳績。**
- 第三類 (Class III)高風險，即便有CE、FDA、GMP(醫療級)，**建議利用與當地教學醫院及醫學院或相關醫學協會合作，較能順利進入當地醫療體系與取得當地相關證照**
- **醫藥產品，進口須經當地衛生部批准。**





(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

➤ 以沙烏地SFDA目前規定，可先申請**臨時營銷許可**，是對所有醫療器械，為了在沙烏地市場上銷售。允許醫療設備可在沙烏地市場放置（和/或）投入使用，但相關商品必須符合暫行規定的適用條文。

暫行規定適用於下列各方和產品：

- A) 製造商，授權代表，進口商和分銷商。
- b) 所有的醫療器械及其配件，將提供的沙烏地市場。
- C) 隱形眼鏡和激光手術設備及其附件、化妝品必須不屬於醫療用途。





(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

◆ 醫療器械國家註冊（沙烏地）

- 在KSA境內的製造商，國際製造授權代表，進口商和分銷商預計收入在『**全國醫療器械註冊表**』（**MDNR**），申請並列出所有的醫療設備，已經在沙烏地市場，才可以申請『**醫療器械建立許可證**』必須了解MDNR不是一個審批制度。

◆ 醫療設備MDEL執照

- 本地製造商參與分銷活動或進口商或分銷商及授權代表參與活動，應當申請**醫療器械建立許可證（MDEL進口或分銷商）**



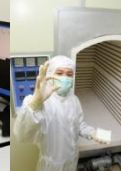
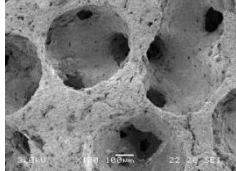


(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

◆ 醫療器械上市許可

- 製造商或其授權代表應取得書面的『醫療器械銷售許可證』，提交希望在市場上銷售的醫療器械相關資料，上市許可由國家食品藥品監督管理局（SFDA）發出。
- 國際製造商提交希望在市場上銷售的醫療器械相關資料，必須說明或確認告知預定在沙特阿拉伯設立辦事處所或指定的授權代表。
- 目前國際比較知名的專業展值得業界嘗試參展的重要展覽如下：





(六)如何切入伊斯蘭生醫市場

展覽名稱	展覽國家地區	市場幅員
摩洛哥國際醫療製藥保健展覽會 MEDICAL EXPO	摩洛哥/卡薩布蘭卡	西北非地區
土耳其醫藥醫療保健展覽會 Labtech / Expothermal	土耳其/伊斯坦堡	歐亞地區
阿拉伯國際醫療設備展覽會 ARAB HEALTH	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；東歐；中亞國家；南亞國家等等
杜拜國際麻醉學大會及展覽會 (ICAP)	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；東歐；中亞國家；南亞國家等等
杜拜國際製藥技術展覽會 DUPHAT	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家等等
中東實驗室生化分析檢測儀器設備展覽會 ARAB LAB	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；南亞國家等等
科威特國際醫療醫院製藥保健展覽會 Kuwait Medica	科威特/科威特市	GCC國家
中東獸醫用品展覽會及交易會 VETME	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；南亞國家等等
沙烏地國際醫療展 MEDEXPO Saudi Arabia	沙烏地/吉達	GCC國家
沙烏地國際醫療展 Saudi Health	沙烏地/利雅德	GCC國家
土耳其國際微創脊柱介入治療外科協會及展覽會 ISMIS	土耳其/伊斯坦堡	歐亞地區
中東（杜拜）激光美容與皮膚護理展覽會 Derma Dubai	阿聯酋/杜拜	GCC國家；週邊阿拉伯國家；北非及非洲國家；南亞國家等等



(七)市場營運小建議大叮嚀

開發伊斯蘭市場建議：

- 仔細做好所有開發市場的前期工作，包括有實際效果的市場考察，拜訪主要客戶等等，**認真品質把關**，注意產品的地區包裝特點與文化差異。
- 與當地代理公司以及客戶保持良好的關係，定期拜訪客戶，多接觸客戶，多瞭解當地的行情，做到心中有數，關係良好。





(七)市場營運小建議大叮嚀

- 掌握主動的談判條件，詳細瞭解產品的特點和優勢，選擇當地良好信譽的市場開發商和代理公司，在與中東商人談判時一定要詳細瞭解該客戶的全面的資料。**(切記談判的語言中沒有『妥協』，只有互利與合作)**
- 這邊的客人是慢慢培養出來的，剛開始下單不會很大，但隨著時間和信任度增加，他們就有可能成為大客戶。合作夥伴都是一點一滴積累起來的。



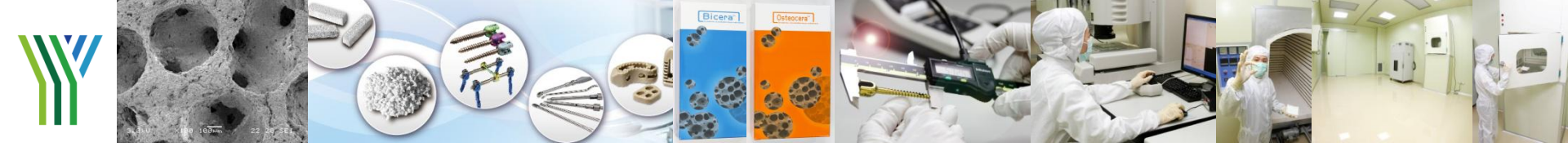


(七)市場營運小建議大叮嚀

與阿拉伯客戶交往注意要點：

- 阿拉伯人對家族成員及朋友的交往非常重視，良好的關係可以對生意的成功有著至關重要的影響，所有日常友好的禮尚往來與誠信必不可少。
- 阿拉伯人從商精明，他們對於任何客戶都表現出他們的友好熱情，待人熱忱，不會流露出任何蔑視，他們能侃侃而談，但涉及到價格關鍵因數，如果拿不出來信服的理由說服他們，價格上是不會絲毫退讓。

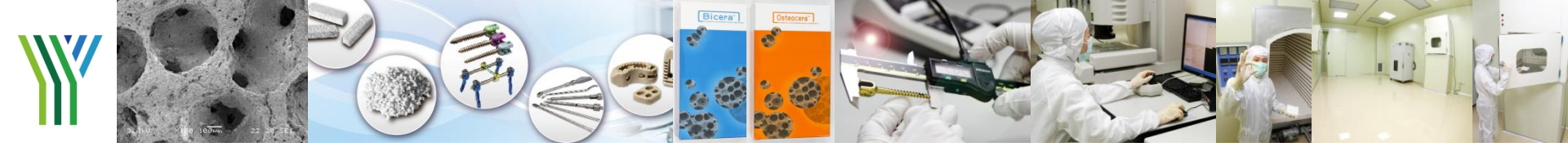




(七)市場營運小建議大叮嚀

- 與穆斯林或阿拉伯人來往時，有些身體語言必須特別注意的，千萬記得不要讓腳底朝向對方或腳高過於頭翹起，那是有蔑視與挑性不屑的意味存在，千萬不要拿他們的家人與宗教開玩笑，再好的朋友或夥伴，都可能起衝突的。
- 阿拉伯人性格急躁，對於正常的貿易交貨期限要求的比較嚴，對於樣品和品質的一致性非常敏感，一旦疏忽延誤交期和有品質問題，供貨方不是要面對降價就是索賠，這一點非常重要。





結語

- ◆請務必先拋開過去對伊斯蘭或穆斯林的西方媒體所塑造的印象與思維（其實穆斯林是很單純與可愛的），唯有重新認識正確的伊斯蘭與穆斯林，才能真正了解市場與掌握市場脈絡
- ◆伊斯蘭國度的市場相當巨大，而且許多是尚未開拓的市場。在此之前，許多歐美或其他國家之企業未進入此市場的原因，可能在於其對清真制度的存在所致。配合因應清真制度，對具有高度技術能力與生產管理能力的台灣企業而言，不可能無法因應。





結語

- ◆ 進入伊斯蘭市場時，同樣須面對國家之間、企業之間相互競爭的階段。一旦進入了伊斯蘭國家，透過累積清真制度相關的專業知識與市場操作模式的了解，日後在其他伊斯蘭國家立足、行銷便會變得較為容易，亦能適時切入重點與核心。
- ◆ 伊斯蘭市場就企業經營--分散市場風險而言，較不受區域性經濟上下起伏影響。
- ◆ 唯有尊重不同文化與信仰，才能深入瞭解市場核心，抱著相識滿天下結交各地好友，秉持著正確的商道經營人脈順利進入目標市場指日可待。





結語

◆ 伊斯蘭產品的市場雖極具發展潛力，但唯有掌握該市場發展的重要關係因素：

1. 現在及未來市場需求
2. 關稅及非關稅貿易限制
3. 各國競爭優勢與產業結構以及市場的特殊性及適合性等等

確實掌握上述重要因素，才有機會打開伊斯蘭市場，將通過符合認證標準的伊斯蘭產品成功銷往伊斯蘭市場，針對伊斯蘭市場拓展的重要建議如下：





結語

- ◆投入市場研究，深入瞭解當地消費市場習慣。即使同是信仰伊斯蘭（回教），各個國家的消費者仍有不同的消費偏好，不同所得的消費層級亦有明顯的產品要求，因此前往當地生活或與當地消費者深談，才能收集到最前線的消費訊息以明定公司產品的定位延伸出正確行銷策略。
- ◆透過親自拜訪以擁有良好的人際關係並建立信任基礎，『信任』在貿易過程中扮演極重要的角色，透過信譽良好的代理商或當地進口商，可協助公司快速推進當地的銷售通路。

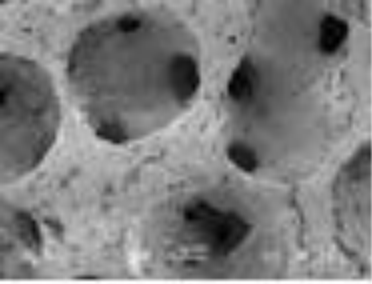




結語

- ◆ 積極參與重要相關展覽，並且事前邀請市場重要或潛在的合作商，有利於公司在重要展覽中拓展公司與品牌知名度，建立適宜的合作關係，同時獲得當地趨勢訊息。
- ◆ 目前國際上並無專責單位明確且完整的收集伊斯蘭產品及相關市場及發展趨勢的統計資料，加強密集的聯繫與拜訪市場重要或潛在的合作商，有助於出口並獲得當地的最新資訊及相關規定。





謝謝您的聆聽

敬祝大家生意興隆闔家安康

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Assalamu Alaikum Wa

Rahmatullahi Wa Barakatuhu.

