

한국 총판

전략 협력 소개

한국 의료미용 중국 진출 최강 진입로 만들기

<https://www.soyoung.com/>



신양

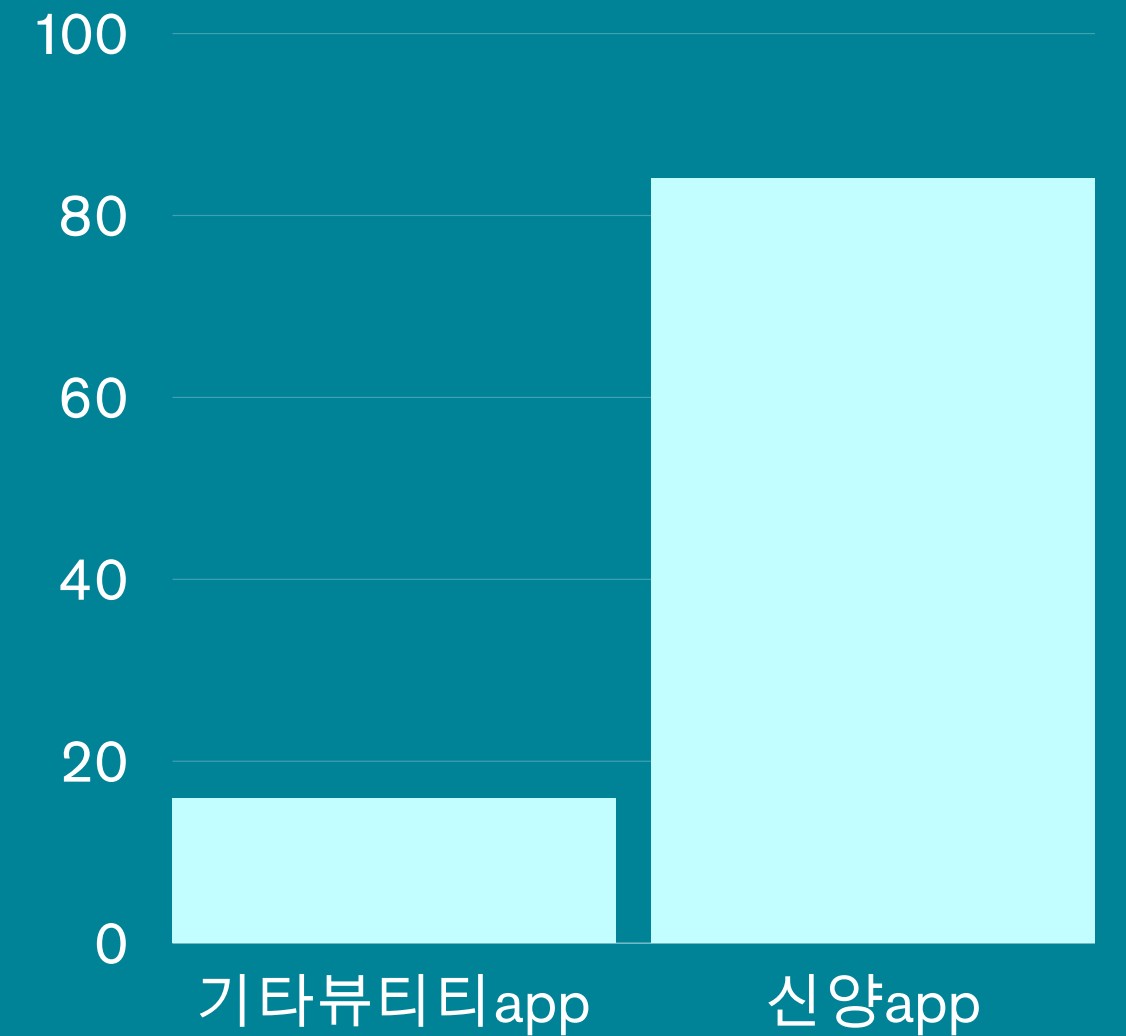
중국 의료 미용 산업을 이끄는 과학 기술 유니콘

- 2013년에 설립되었으며, 본사는 베이징에 있다.
- 세계 최초로 상장된 의료미용 디지털 플랫폼 회사
- 2019년 5월, 미국 나스닥 거래소 상장 성공(주식코드:SY)
- 의료 서비스, 전자상거래, 콘텐츠 커뮤니티와 AI 기술을 통합한 의료미용 슈퍼 플랫폼
- 앱 누적 다운로드 수: 1억 9,300만 건 이상
- 입주인증기관 : 26,000개 이상(병원/외래부 포함)
- 협력의사 수: 47,000명 이상
- 수술 후/체험평가 다이어리: 471만편 이상, 중국 이용자들이 선호하는 참고 플랫폼
- 서비스 커버리지: 중국 전역 348개 도시, 한국, 일본, 태국, 싱가포르 등으로 확대



신양 APP상업 규모

비율



분류

커버도시	348개
인증기관	26000처
의사	47000+명
평가일기	471+만평
누적 다운로드 사용자	1.93억

순위

온라인 거래 금액	1위
온라인 주문 수	1위
가입자 수	1위
일/월 활성 사용자 수	1위
인증 뷰티 기관 수	1위
인증기관, 도시 수	1위

협력의 대표병원(일부)



toxnofill



ZOOM는 신양 한국 단독 비즈니스 파트너로

관련적 신분

- Zoom은 신양이 한국에서 유일하게 지정한 비즈니스 확장 합작회 사이다.
- 신양의 한국시장 병원도킹, 입점수행, 시장진출 전과정, 홍보유지 등을 담당한다.

전략적 의의

- 중국 최대의 미용 의료 플랫폼과 한국의 우수한 의료 기관 사이의 다리를 놓다
- 국내 병원 브랜드의 디지털 해외 진출 + 현지화 운영 지원

강화 방향

- 병원 자원 통합과 표준화가 시작되다.
- 플랫폼 콘텐츠 구축(의사, 프로그램, 수술 후 평가 등)
- 국경 간 정책 연계 및 협력 실행 지원
- 국내 인플루언서 협업

링크제휴 서비스

병원 입주 실행

- 병원 선별, 자료 준비, 자질 번역부터 플랫폼 출시까지 전 과정 지원
- 병원에 협조하여 신양표준화 병원 페이지를 만들고, 의사, 항목, 사례 등의 정보를 전시하다.
- 키워드 태그 빠른 매칭으로 검색 노출 경로 최적화

콘텐츠 현지화 및 브랜드 패키지

- 중→한/한→중 다국어 콘텐츠 작성 및 시각 구현 지원
- '의사 개인브랜드 IP' 구축, 스타닥터 코너 및 명의 인증 만들기
- 병원에서 고전환 수술 후 일기 작성, 의사 소개, 사례 이야기 안내



KOL/블로거 협업 프로모션 및 외부 트래픽 도입

- 인플루언서 병원 방문 영상 기획 및 실행 / 수술 후 일기 / 입소문 심기 협력
- 중국 의료미용유명인/KOL을 초청하여 직접 매장을 방문하는 체험을 진행하며, 내용은 샤오홍슈와 틱톡에서 동시에 발표됩니다.
- 종초 콘텐츠로 새로운 산소를 공급하는 플랫폼을 활용하여 병원/의사의 플랫폼 내 검색 가중치와 관심도 제고
- 외부 콘텐츠 → 플랫폼 예약 → 오프라인 거래로 이어지는 데이터 폐쇄 루프 구현

중국어 컨설팅 운영 및 전환 메커니즘 구축

- 병원이 중국어 온라인 고객 서비스 계정을 만드는 것을 돕다.
- 화술고, 예약절차 안내, 고객관계관리(CRM) 기반 지원

사용자의 '추천'에서 '내원 예약'으로의 온라인 폐쇄 루프를 실현하다.

데이터로 실현 효과 증명

1



200개 이상의 한국 정규 의료 미용 병원/기관 및 전문의가 성공적으로 신양을 출시했다

2



콘텐츠 체계를 표준화하여, 플랫폼의 신뢰도와 콘텐츠 전환을 높인다.

3



전환 효과가 현저히 향상되어, 20개 이상의 병원이 중국인 고객의 월 방문자 수 10명 이상을 달성하였다.

4



한중 협진활동, 강력한 오프라인 유입 폐쇄 루프 구축, 하루 거래 GMV 100만 위안 돌파

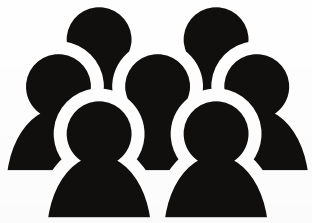
입점뿐만 아니라 장기적인 협력 파트너

- ✓ **정확한 포지셔닝, 전문적인 실행**
중한 양국의 의료미용 시장 논리를 깊이 이해하고, 쌍방의 언어, 문화, 플랫폼 규칙을 일치시킨다.
- ✓ **원스톱 서비스 클로즈드 루프**
입점, 콘텐츠, 운영, 이벤트, 고객전환——-올인원
- ✓ **국경을 초월한 다리 역할**
한국 의료브랜드의 중국진출에 대한 신뢰배서+수행능력
- ✓ **지속적 최적화와 상생**
우리는 일회성 파트너가 아니라 장기적인 브랜드 해외 진출의 전략적 파트너다.



인플루언서 협력 분야

자원 비축



우리는 중국과 한국에서 온 6000명이 넘는 활발한 인플루언서 자원을 보유하고 있으며, 샤오홍슈, 틱톡, 웨이보 등 주류 플랫폼을 아우르고 있다. 이는 미용, 스킨케어, 미용, 생활 방식 등 여러 수직 분야를 포함하고 있다.

전문 전략



KOL과 KOC 자원을 통합하여, 우리는 브랜드를 위해 효율적이고 진실하며 영향력 있는 콘텐츠 마케팅 매트릭스를 구축하고, 브랜드가 홍보부터 전환까지 전 과정을 통해 전파될 수 있도록 지원한다.



샤오홍슈(小红书) 홍보 전략



Little Red Book Strategy KFS Model

KOL
Work with KOL/KOC
打造优质内容

FEEDS
Explore Ads Placement
广告位 6+10n
爆文打造
科学测试

SEARCH
Search Ads Placement
广告位 3+10n
抢占赛道
影响心智

02 Our Solutions

Concept:

KOL(핵심 오피니언 리더)을 활용하는 핵심 목적은 방대한 팬 기반을 활용하여 브랜드 인지도를 빠르게 구축하고, 제품이 즉시 판매를 촉진하는 것이 아니라 더 넓은 대중 속에서 눈에 띄고 주목받을 수 있도록 하는 것이다. 동시에, KOC(핵심 의견 소비자)와의 종자 마케팅 활동을 통해 제품을 실제 사용자에게 발송하고, 실제 경험을 공유하도록 장려하며, 점차 소비자들 사이에서 신뢰와 평판을 구축한다. 이러한 "KOL의 볼륨 확대 + KOC의 신뢰 구축" 조합 전략은 샤오홍슈 등 플랫폼에서 다층적인 영향력을 형성하여 브랜드가 인지에서 전환까지 자연스러운 폐쇄 루프를 실현하는 데 도움을 준다.

PHASE 1

KOL과 KOC 협업:
KOL과 KOC는 시청자와 공감할 수 있는 질 높은 콘텐츠를 만든다.

PHASE 2

정보 흐름 광고:
정보 흐름 광고를 통해 이 콘텐츠를 홍보하여 관심을 끌고 인지도를 높인다.

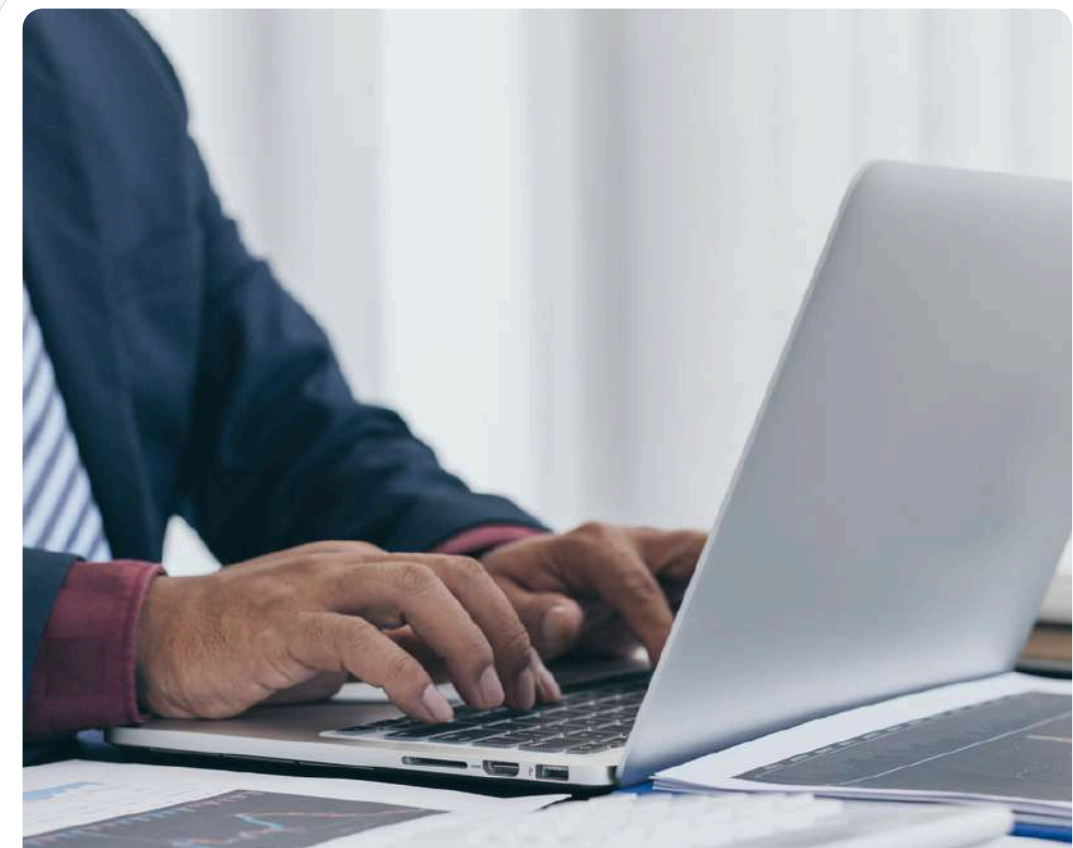
PHASE 3

검색광고:
검색 광고는 특정 키워드를 대상으로 하여, 사용자가 결정을 내리고 싶을 때 브랜드가 검색 결과의 상단에 나타나도록 도와 브랜드 기억도를 강화한다.

샤옹슌슈 KOL/KOC 제휴 안내

KOL은 샤옹슌슈에서 KOC와 역할이 다르기 때문에 목표를 명확히 하는 것이 중요하다. 브랜드 인지도를 높이고 싶다면 KOL이 더 큰 목소리를 낼 수 있고, 목표가 신뢰와 사용자 관계를 구축하는 것이라면 KOC가 더 설득력이 있다. 명확한 목표는 KOL, KOC 또는 이 둘의 조합에 집중해야 한다고 판단하는 데 도움이 되며, 이를 통해 자원 투입이 잘 되지 않는 상황을 피할 수 있다.

- ▶ 마케팅 목표를 정의한다
- ▶ 브랜드를 위해 적합한 인플루언서를 찾다
- ▶ 인플루언서들을 검토한다
- ▶ 현실화된 콘텐츠를 맞춤형으로 기획한다



인플루언서 협업 프로세스

PHASE 1

브랜드 마케팅 진행 상황에 따라 매월 초대된 인플루언서 수, 활동 시간 및 유형(KOC 및 KOL 포함)을 계획하고, 각 단계에 따라 적절한 인플루언서 등급 및 목표 시청자를 설정하여 정확한 출시와 마케팅 효과를 최대화한다.

PHASE 2

인플루언서에게 브랜드 및 제품에 대한 자세한 소개 자료를 제공하고, 필수 라벨과 키워드를 명확히 지정하여 내용 노출이 정확하도록 하며, 체험 활동의 일정 및 장소 정보를 상세히 알리고, 관련 주의사항을 제공하여 활동이 원활하게 진행되도록 보장한다.

PHASE 3

브랜드 지침에 따라 내용을 엄격하게 검토하고, 상세한 수정 의견을 제공한 후 내용 최종 초안을 확인하고, 최종 내용을 샤옹홍슈 플랫폼에 업로드하여 게시된 내용의 링크를 수집하고 정리한다.

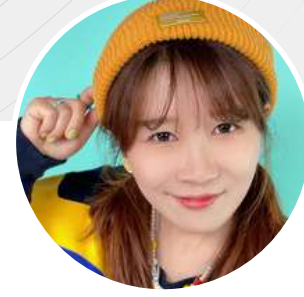


● 协作的 적이 있는 인플루언서 및 사례



Taoyii桃一

粉丝数：51.7万



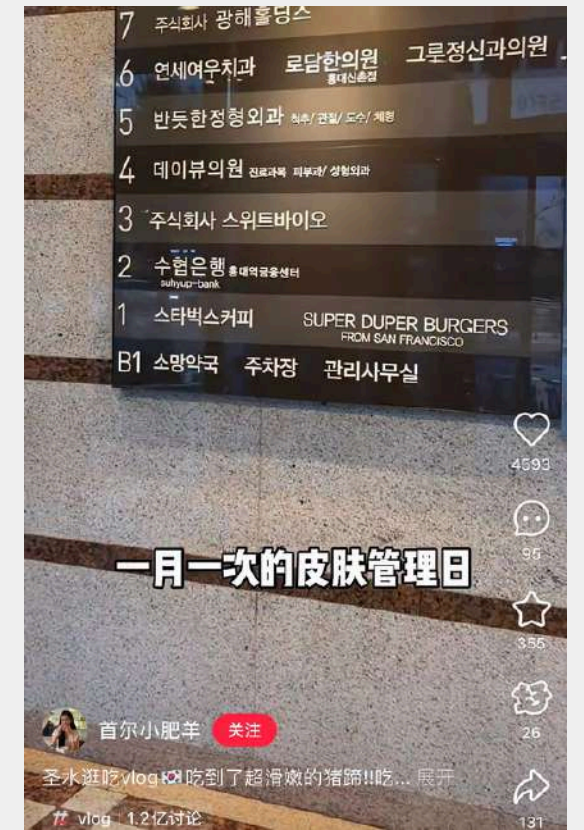
其其野

粉丝数：41.8万



首尔小肥羊

粉丝数：41.4万



● 协作的 적이 있는 인플루언서 및 사례



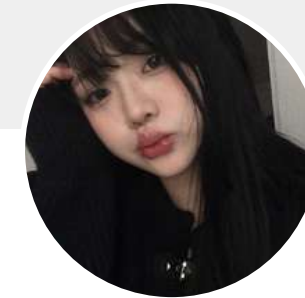
○爆果奶

粉丝数：18.3万



明天星期五

粉丝数：7.7万



其其野

粉丝数：7.2万

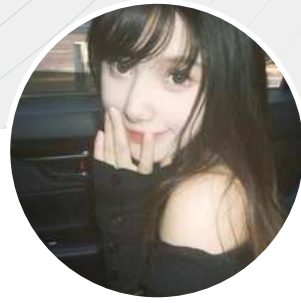


● 合作한 적이 있는 인플루언서 및 사례



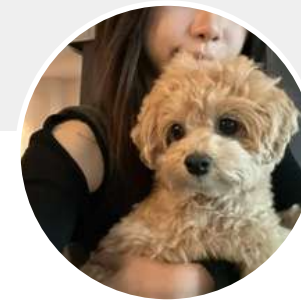
卷卷椰

粉丝数: 6.2万



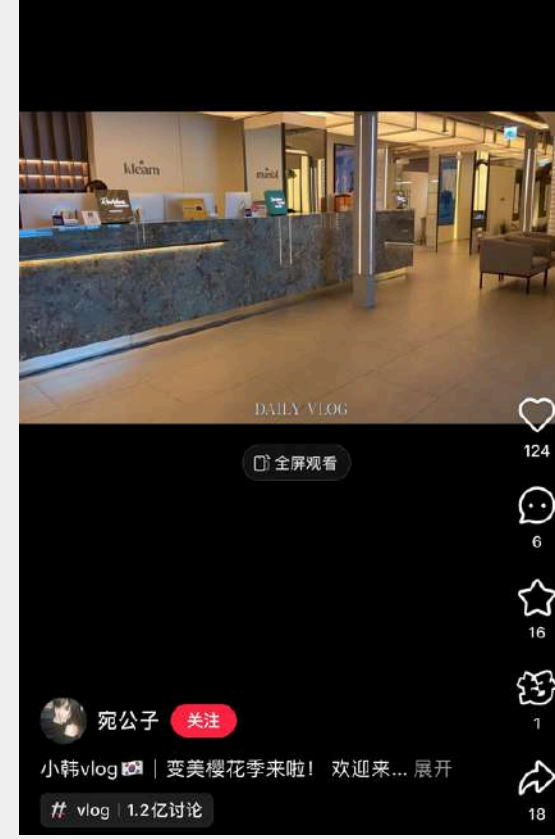
宛公子

粉丝数: 5.9万



马猜猜

粉丝数: 5.7万



● 合作한 적이 있는 인플루언서 및 사례



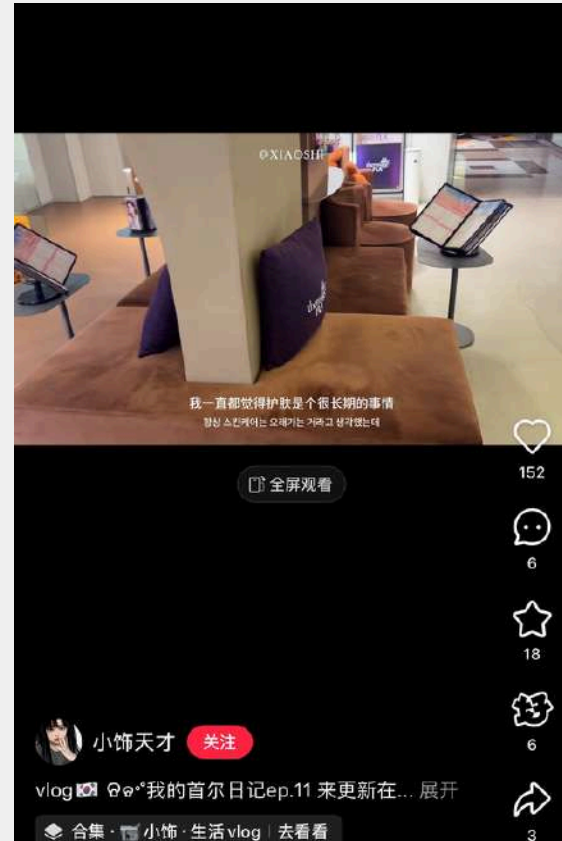
山口阿姨
粉丝数: 5.8万



景超悦
粉丝数: 3.6万



小饰天才
粉丝数: 3.4万



● 协作的 적이 있는 인플루언서 및 사례



大松多肉

粉丝数: 3.3万



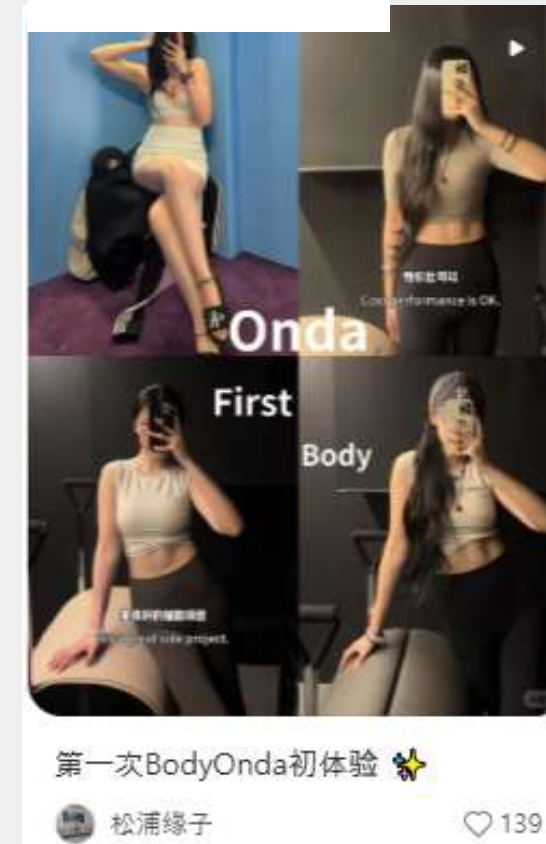
小饰天才

粉丝数: 2万



松浦缘子

粉丝数: 1.3万





KOL(키 오피니언 리더)

방대한 팬 기반을 활용하여 브랜드 노출을 신속하게 향상시키고, 단기 판매 전환이 아닌 브랜드 인지도를 구축하여 제품이 눈에 띄고 주목받도록 하는 것을 목표로 한다.

KOC(키워드 소비자)

일반인 사용자 마케팅에 적합한다
제품을 테스트용으로 보내, 실제 경험을 공유한다
브랜드 신뢰와 입소문을 심어준다

KOL 영향력과 KOC 피드백을 반영하여

샤옹홍슈 등의 플랫폼에서 다층적인 브랜드 영향력 폐쇄 루프를 구축한다.