

HIKITTEN CBP

하이키티 CBP

-특허원료 초유단백질분획물 (CBP) 3,000mg 함유



제품 개요

항목	내용
제품명	하이키톤 CBP
유형	캔디류
주요 성분	초유단백분말(CBP), 우유칼슘, 산양유단백분말
특징	CBP 및 우유 칼슘 기반 영양 설계
대상	성장기 어린이부터 성인까지

→하이키톤 CBP는 성장기 어린이를 위한 영양 설계를 기반으로 개발된 어린이 영양 제품입니다.



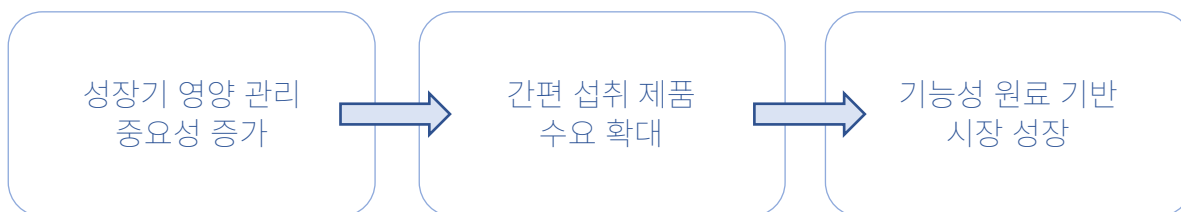
제품 개발 배경

-Growing Children Nutrition Needs

성장기 어린이를 위한 영양 관리에 대한 중요성이 지속적으로 증가하고 있습니다.

특히 바쁜 일상 속에서 균형 잡힌 영양 섭취가 어려운 환경에서
간편하게 섭취할 수 있는 어린이 영양 제품에 대한 수요가 확대되고 있습니다.

이에 따라 기능성 원료 기반의 어린이 영양 제품 시장이 꾸준히 성장하고 있습니다.



핵심 원료 및 차별화 포인트

-WHY HIKITTEN CBP

1

초유단백분말 (CBP)

초유에서 추출한 기능성 단백질로
성장기 영양 공급을 위한 핵심 원료

* 과거 특허 기반 원료

2

네덜란드 퀴리고트 인증 산양유분말

청정 환경에서 관리된 퀴리고트 인증받은
산양유만을 사용한 프리미엄 단백질 원료

3

뉴질랜드산 우유칼슘 + 비타민 D

청정 환경에서 자란 원유 기반
성장기 어린이를 위한 프리미엄 칼슘 설계

비타민 D를 함께 배합하여
칼슘 흡수 및 뼈 건강 형성에 도움

4

우유맛 츄어블 제형

알약 섭취가 어려운 어린이도
부담 없이 섭취 가능한 기호성 설계

HACCP 인증 제조시설 기반
안전한 생산 공정으로 품질 신뢰성 확보

제품 성과 및 시장 검증

- 1) 핵심 성과
 - 출시 이후 빠른 시장 반응 확보 / 6개월 내 50만 정 판매 달성
- 2) 유통/판매 근거
 - 신라면세점 입점
 - 스마트스토어, 쿠팡, 도매몰 등 온라인 채널에서 지속적인 판매 및 누적 판매량 증가
- 3) 소비자 반응
 - 리뷰 기반 제품 경쟁력 확보
 - 긍정적 소비자 리뷰 축적 및 재구매·다량 구매로 이어지는 소비 패턴 형성
- 4) 해외 확장 가능성
 - 해외 시장 진출 가능성 확인
 - 베트남 시장 내 판매 문의 및 샘플 수출
 - 글로벌 확장에 대한 초기 수요 확인
- 5) 확장 메시지
 - 단일 제품으로 시장성 검증 완료
 - 국내 판매 성과 및 해외 수요를 기반으로 라인업 확장을 통한 추가 성장 가능성 확보

상품 리뷰

★★★★★ 301

☺ 200명 이상 만족했어요



맛	고소한 편이에요	61%
효능	아주 만족해요	74%



포도&동영상 359건



리뷰 519건

AI 리뷰 요약

맛: 88% (48/55)
효과: 77% (39/50)
유통기한: 78% (39/50)

맛: 고소한 편이에요
효과: 아주 만족해요
유통기한: 78% (39/50)



제품 성과 기반 성장 전략

핵심 성과

시장 흐름

확장 방향

출시 이후 6개월 내 50만정 판매 달성 온라인 중심으로 판매 지속 + 리뷰 꾸준히 증가 단일 제품에서 벗어나 라인업 확장 필요

신라면세점 입점 및 유통 채널 확보 재구매·묵음 구매 증가 → 제품 신뢰 형성 기능별 제품 확장을 통한 브랜드 확장 필요

국내 판매 기반 확보 및 해외 관심 유입 (베트남 등) 샘플 요청 및 구매 진행 → 해외 반응 확인 글로벌 시장 대응을 위한 제품 및 제형 확장 필요

→ 기존 제품 성과를 기반으로 기능별 라인업 확장을 통한 추가 성장 전략이 필요



하이키튼 프리미엄 성장기 영양 라인업 전략

-성장기 어린이 및 청소년을 위한 프리미엄 기능성 영양 브랜드로 확장

① 성장 (Growth Line)

성장기 핵심 영양 중심

초유 유래 단백질(CBP) 기반으로 성장기 어린이의 뼈 성장 및 발달을 고려한 영양 설계

성장기 필수 영양소를 균형 있게 구성하여 일상 속에서 지속적인 영양 보충이 가능하도록 설계



[하이키튼 IGF-1/CBP 라인]

② 뼈 건강 (Bone Line)

성장기 골격 형성을 위한 칼슘 중심 복합 영양 라인

뉴질랜드 청정 초원 유래 우유칼슘과 마그네슘, 비타민 D를 함께 배합하여

칼슘 흡수율을 고려한 설계로 성장기 뼈 건강 및 골격 형성을 체계적으로 지원



[하이키튼 칼마디]

③ 두뇌/집중력 (Brain Line)

두뇌 발달과 학습기 집중력 관리를 위한 기능성 영양 라인

오메가3 기반 설계를 통해 성장기 어린이 및 청소년의 두뇌 발달을 고려하고 학습기 집중력 및 일상 컨디션 관리에 도움을 줄 수 있는 프리미엄 기능성 제품군으로 확장



[하이키튼 오메가3]

④ 면역 (Immune Line)

성장기 면역 관리를 위한 프리미엄 기능성 케어 라인

기능성 원료를 기반으로 외부 환경 변화에 대응할 수 있는 면역 관리 설계

일상 건강 유지 및 컨디션 관리까지 고려한 프리미엄 면역 케어 제품군으로 확장



[하이키튼 그린프로폴리스]

라인업 확장을 위한 현실적 한계

-라인업 확장을 위해서는 추가적인 자원 및 실행 기반이 필요한 상황

⇒ 제품 개발 비용

- 1) 신규 제품 개발 및 생산에 따른 초기 비용 부담
- 2) 라인업 확장을 위해서는 원료 수급, 제형 개발, 패키지 제작 등 다양한 비용이 선투입되는 구조

⇒ 전문 인력 부족

- 1) 상품 기획·디자인·마케팅 인력 부족
- 2) 현재 제조·유통 중심 운영 구조로 라인업 확장에 필요한 기획 및 브랜딩 역량 보완 필요

⇒ 마케팅 및 브랜드 확장

- 1) 신규 제품에 대한 시장 인지도 확보 필요
- 2) 기존 제품은 판매 기반이 형성되어 있으나 확장 제품은 별도의 마케팅 및 브랜드 구축이 필요한 단계



지원사업 활용 계획 및 기대 효과

➡ 기획상품 제작 계획

- 1) 하이키튼 성장기 라인업 제품 개발 및 출시
- 2) CBP 기반 기존 제품을 중심으로 젤리형, 스틱형 등 제형 확장 제품 개발
- 3) 성장·빠·두뇌·면역 기능별 라인업 제품 기획 및 상품화 진행

➡ 제작 및 출시 실행 계획

- 1) 제품 개발부터 출시까지 전 과정 통합 추진
 - a. 제품 기획 및 제형 개발
 - b. 패키지 디자인 및 브랜드 리뉴얼
 - c. 온라인 채널 중심 출시 및 판매 진행
- 2) 지원사업을 통한 제작·디자인·마케팅 단계 실행

➡ 마케팅 및 브랜드 확장

- 1) 기존 제품 성과 기반 매출 확대 및 브랜드 성장
 - a. 단일 제품 → 다품목 구조 전환
 - b. 온라인 및 해외 시장 확장 기반 확보
 - c. 하이키튼 브랜드의 프리미엄 이미지 강화
- 2) 지속 가능한 성장 구조 구축

