

## 全球保健食品品牌「ROKIT America」在Coupang酷澎與消費者見面

2025. 9. 26.



根據市場調查機構Euromonitor的數據，全球保健食品市場截至去年規模已達 1334億美元，且隨著需求增加，正在快速成長。美國是保健食品業界中最大的市場，擁有許多高品質、引領潮流的保健食品品牌。透過Coupang酷澎的火箭跨境美國館，消費者能接觸到更多元的保健食品。Coupang Newsroom團隊特別專訪了全球保健食品品牌ROKIT America代表李敏九（音譯）。ROKIT America是以韓國為總部的生技公司ROKIT Healthcare所成立的子公司，所有產品皆以研究與臨床實驗為基礎研發。

**ROKIT America將抗老化成分NMN推廣至韓國**





「如果老化是可以控制的，那會怎麼樣？如果不需要等到身體出問題才行動呢？」這個想法正是全球保健食品品牌ROKIT America代表李敏九創業的起點。當被問到他最引以為傲的時刻時，他回答說：「2019 年，我們是最早在韓國市場引進NMN產品的公司之一，這點讓我最為自豪。」

如今在保健食品業界中，NMN已是廣為人知的抗老化成分，但在當時，NMN在韓國還是一種很陌生的概念。「什麼是NMN？安全嗎？」「是正品嗎？」自從進入韓國市場以來，ROKIT America每天都要回答許多這樣的問題。



面對韓國顧客的初期反應，ROKIT America決定專注於在地化，並在此過程中得到了Coupang酷澎的幫助。ROKIT America的產品規劃專家Lucia Kim談到Coupang酷澎時表示：「美國有許多經過驗證的優質成分和產品，但我們認為，用精確的方式將這些資訊傳達給韓國顧客也同樣重要。在這方面，Coupang酷澎是最佳的合作夥伴，因為它擁有快速的配送速度、直觀的購物體驗，以及嚴格的標準。」

此外，為了滿足韓國顧客的期望，ROKIT America從劑型、資訊傳達乃至於客服方式都進行了徹底的重新審視。相比銷售，他們更注重於解答顧客的疑問，並增加研發投資。最終，ROKIT America成功在韓國市場站穩腳步，並獲得了許多理解並持續使用NMN產品的忠實顧客。

### 「銷售額成長超過300%」 透過 Coupang酷澎打響進軍亞洲市場的第一砲

自2019年推出首款產品以來，ROKIT America 在全球市場上持續穩定成長。李代表表示：「進軍韓國市場最有效的通路就是Coupang酷澎」。他將Coupang酷澎視為能夠拓展亞洲市場的關鍵服務。

與Coupang酷澎開始合作後，ROKIT America在初期僅推出了一種產品，但接下來很快地就追加推出了5款抗老化保健品。得益於此，2025年上半年的營收與前一年同期相比成長了超過300%（資料來源：ROKIT America）。特別是NMN 和非瑟酮（Fisetin）的組合在Coupang酷澎的顧客之間以「細胞排毒」的概念廣受歡迎。ROKIT America的研發專家Gabriel Macon解釋說：「這兩款產品能幫助清除老化細胞並促進新細胞生成，因此一同服用時效果更佳。」

除此之外，還有槲皮素（抗氧化）、白藜蘆醇（心血管健康）、NR（粒線體健康）、S-乙醯穀胱甘肽（細胞解毒）等多種商品正透過Coupang酷澎火箭跨境販售中。今年下半年，還將全新推出3款「生物駭客系列」產品。ROKIT America的所有產品皆在美國生產，並經過品質檢驗測試後才進行銷售。

ROKIT America堅信，健康不應等到惡化後才來補救，最為重要的是要從現在就開始健康管理。他們憑藉著這份信念，致力於研究並打造出優質產品。如今，他們正透過Coupang酷澎火箭跨境服務，與重視健康議題的韓國顧客緊密連結。未來，Coupang酷澎也計畫以快速、可靠的方式，持續為顧客引進經過驗證的全球品牌。只要有Coupang酷澎相伴，您隨時都能享受健康生活。