

# 제27회 서울국제소싱페어

The 27th Seoul International Sourcing Fair

2017. 3. 23(목) - 26(일) Coex 1층



-  **스페셜 리포트 Special Report**
  - 2016년 향기 트렌드 엿보기
  - 향기트렌드 관련 주요제품소개
-  **엠디스 픽 MD's Pick**
  - 소싱페어 참여 MD인터뷰
  - MD추천기업 소개
-  **바이어스 가이드 Buyer's guide**
  - 2016년 소싱 트렌드 : 홈/인테리어
  - 트렌드 관련 참가기업 소개
-  **초이스 인 소싱페어 Choice in Sourcing Fair**
  - 소싱페어 참가기업 인터뷰
-  **원 페이지 브리핑 1page briefing**
  - 그래프로 보는 2016 서울국제소싱페어
  - 소싱페어사무국 공지사항



2016년 향기 트렌드 엿보기

# 2016년 봄에 불어온 향기(香) 바람

향기관련제품에 소비를 아끼지 않는 소비자 증가  
국내 향기시장 규모 2014년 이후 매년 10%씩 성장

2016년 봄을 맞아 향기관련 제품들이 연이어 등장하고 있다.

특히 지난 3월에 개최된 서울국제소싱페어에서는 향기 스타일링 트렌드를 엿볼 수 있는 중소기업 제품이 대거 전시되어 많은 바이어와 소비자들의 이목을 집중시켰다.

국내 향기시장 규모는 2014년 기준 2조 5천억 원 규모로 매년 10%이상씩 성장하는 추세다.

불쾌한 냄새를 제거하는 기능성 제품 뿐만 아니라 좋은 향기를 취하는 방향제품, 유해 바이러스로부터의 보호를 위한 향균제품 등 향기관련 제품에 소비를 아끼지 않는 사람들이 늘고있는 것이다.

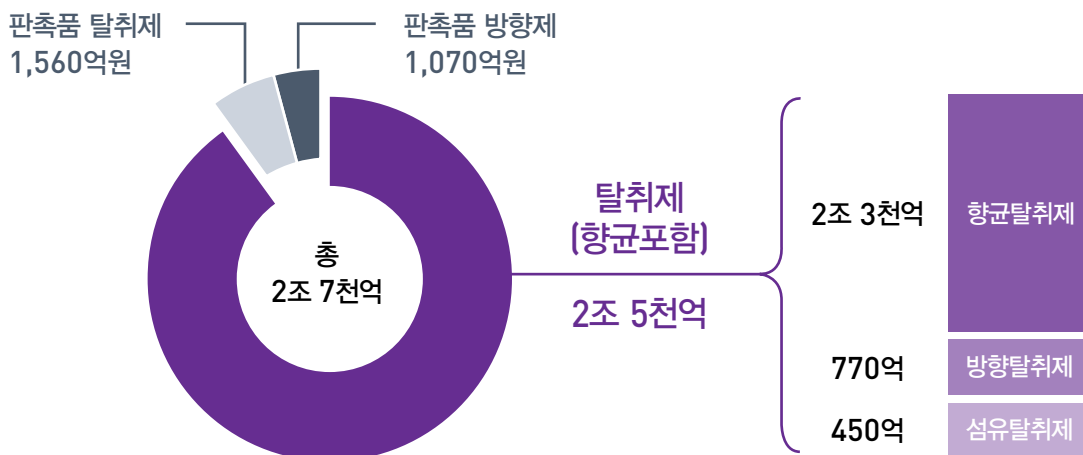
지난 소싱페어에 참여한 향기관련제품 취급사의 추이를 살펴보면 향기 관련 제품의 인기를 더욱 실감할 수 있는데, 2015년 대비 2016년 향기 제품 취급업체수가 두배 증가했다.

제품군도 디퓨저, 캔들과 같은 순수 방향제품에서 섬유탈취기능과 니치향기가 결합한 섬유향수, 항바이러스기능을 갖춘 화장실 향수, 발향기능이 탑재된 스마트폰 거치대 등 그 기능과 종류가 다양해지고 있다.

## ■ 제 26회 서울국제소싱페어 향기제품 취급 주요 참가기업

바이오세상, 에코프렌즈, 캔들라이트아시아, 에스앤피웍스, 향기공장, 공덕상회, 지엘인터내셔널, 썸니즈 등

## ■ 국내 향기시장규모 (출처 : 산업통상자원부)





### 향기트렌드 관련 주요제품 소개



#### 섬유향수

[주]에코프랜즈 [www.unifact.co.kr](http://www.unifact.co.kr)

향기의 역할이 방향, 탈취를 넘어서 향기인테리어와 향기치유, 향기표현으로 까지 자리매김하고 있다. [주]에코프랜즈의 유니팩트 섬유향수 (리빙퍼fum)는 수석 조향사의 명품 배합비로 탄생한 향기와 방향, 향균, 탈취 기능을 하나에 담은 런칭 4개월만에 1만개 이상 판매를 기록한 상품이다.

유기농 인증 천연오일(라벤더, 시트로넬라, 편백잎)을 사용해 신경안정 및 스트레스 완화효과까지 가져다 준다. 주요 원료인 오일은 추출방식부터 공정까지 까다로운 고급화장품 원료를 사용하였고, 99.9%의 향균/탈취효과를 입증했다. 세탁이 힘든 침대, 소파, 커튼, 가구 등 모든 공간에 사용 가능해 실용성이 높은 제품이다.



#### 토일렛 퍼fum(Toilet Perfume)

[주]바이오세상 [www.perfumedesign.co.kr](http://www.perfumedesign.co.kr)

토일렛 퍼fum(Toilet Perfume)은 화장실 에티켓 향수로 미국에서 시작해 제품시장을 선도하고 있으며, 우리나라에서도 제품에 대한 이슈가 지속적으로 확대되면서 생필품으로 자리매김할 것으로 전망되는 제품이다.

[주]바이오세상에서 선보인 토일렛퍼fum '클로저(CLOSER)'는 화장실 변기용 방향제로 변기사용 전 분사하여 사용하는 제품이다. 향수를 뿌리면 물 위에 클로저가 보호막을 형성하여 세균을 막아주고 올라오는 냄새를 차단해 향을 유지시키는 기능을 한다.

특히 위해우려검사를 통해 인증 받은 제품으로 항바이러스로 특허 받은 '패모 추출물'이 첨가되어 누구나 안심하고 사용할 수 있다.



#### 향기나는 스마트폰 거치대

썸니즈 [www.aromapooding.com](http://www.aromapooding.com)

향기에 대한 소비자 관심증대, 스마트폰 사용증가... 이 두가지 사회현상을 배경으로 차량용 스마트폰 거치대와 방향제가 결합된 썸니즈의 알로이가 탄생했다.

썸니즈의 알로이는 쉽고 빠른 스마트폰 거치, 이중구조의 안전성, 프리미엄 향기 제공 이라는 기능적인 면과 굿디자인 수상경력으로 미적인 면까지 충족시키는 제품이다. 제품거치방식은 제품 앞면의 거치대를 열고, 스마트폰을 놓고, 뒤쪽 썸니즈에 기대어 주기만 하면 된다. 방향제 겸용 제품인 만큼 향기선택에도 신중했다. 영국의 유명 향료회사 CPL Aromas사의 프리미엄 향 원료로 제작된 향기캡슐은 차량 내부에 은은하고 깊이있는 향을 선사한다.



소싱페어 참여 MD 인터뷰

온라인/모바일 마켓플레이스의 중심

(주)티켓몬스터 MD의 추천과 조언



- 국내최초 소셜커머스  
- 현재 1,700만 회원 보유

Q1. 본격적인 인터뷰에 앞서 간략한 회사 소개 부탁드립니다.

A1. 저희 티켓몬스터는 2010년 5월 10일 국내최초 소셜커머스 온라인/모바일 마켓플레이스로 시작해 2011년 3월 100만 회원을 돌파, 상반기 매출액 1,000억원 돌파, 2014년 1,575억원 매출액을 달성한 기업입니다. 취급 상품군으로는 맛집, 네일샵 등 지역상품 중심판매에서 생활 주방용품, 컬처, 여행/레저 등 다양한 카테고리로 비즈니스를 확대했고, 전자상거래 업계최초 무제한 무료 반품서비스 도입, 간편결제서비스(티몬페이) 도입, 사업구조 당일발송 슈퍼마트를 오픈하여 지속적인 성장을 이루고 있습니다.

Q2. MD 업무를 진행하시면서 제품이나 기업을 선정(소싱)하실 때 가장 중요하게 생각하는 부분은 무엇인가요?

A2. 당연히 상품력을 가장 중요하게 생각합니다. 하지만 '상품력'이란 단순히 상품의 '품질이 좋다'가 아닌 소비자에게 구매의 즐거움을 가져다 줄 수 있는, 생활에 실질적으로 필요하고 이용에 편리함을 가져다 줄 수 있는 '기능'과 기 또는 브랜드만의 '디자인'을 가지는 것이 가장 중요하다고 생각합니다.

Q3. 제 26회 서울국제소싱페어를 통해 만나본 상품 중 가장 기억에 남는 제품이나 기업은 어디가 있을까요? 해당 제품이나 기업이 기억에 남는 이유는 무엇인가요?

A3. 유아식기 기업이 가장 기억에 납니다. 소비자에게 어필할 수 있는 상품의 품질(관련 인증 및 시험성적서 보유)과 한눈에 들어오는 특색있는 디자인의 제품을 취급하는 곳이었는데요, 자사 브랜드로도 충분히 온라인 시장에 어필할만한 상품력을 갖춘것이 특징이었습니다. 하지만 일부 참가기업들은 타 기업의 브랜드명으로 일부 오프라인 매장을 통한 판매경로만을 고민하고 있었는데, 그 고민이 안타깝게 느껴졌습니다. 온라인 시장의 경우 좋은 상품력과 품질력을 가진 중소기업분들의 상품을 적극 홍보/판매할 경로를 갖추고 있습니다. 따라서 신규상품을 론칭 시 온라인 판매경로도 긍정적으로 고려하셨으면 좋겠습니다.

Q4. 제 26회 서울국제소싱페어 참가기업 및 소비재 관련 중소기업들에게 조언해주고 싶은 말씀 혹은 전시회 참가 기업들이 준비해야 할 사항이 있다면 말씀 부탁드립니다.

A4. 온라인 시장을 막 진출하시는 기업체의 경우 '이미지(image)'에 크게 의미를 두지 않는 경우가 많습니다. 제품이 아무리 좋아도 제품이 '좋아 보이지' 않으면 구매로 이어지는 것은 매우 어렵습니다. 오프라인과 달리 온라인은 고객에게 상품의 어필을 이미지를 통해 보여주고 설명해줘야 하기에 '상품디자인 및 패키지디자인', '웹디자인'의 역할도 중요하게 생각하셨으면 합니다.



MD 추천기업 소개

내 아이를 위한  
엄마의 건강한 선택

(주)흙케어의 친환경 브랜드,  
베지터블 베이비



- 친환경 제품 전문기업  
- 2006년 친환경 베지터블 베이비 런칭

**Q1. 이번 제 26회 서울국제소싱페어 참여 MD 중 티몬에서 귀 사의 제품에 대해 좋은 평가를 했습니다. 소비자에게 어필할 수 있는 상품의 품질(인증서, 시험성적서 등)과 디자인을 높게 평가하였는데요. 귀사의 주력 상품군은 어떤 것인가요?**

**A1.** 베지터블베이비 완구와 식기,조리기가 가장 대표상품이라 할 수 있습니다. 옥수수 전분에서 얻은 포도당을 발효시켜 PLA(Poly Lactic Acid)라는 소재로 만들어지는데요, PLA는 무한히 재배할 수 있는 옥수수를 원료로 하므로 석유화학계 플라스틱을 대체할 수 있는 석유자원 절약성 소재입니다. 옥수수가 원료이므로 환경호르몬과 유해물질이 발생하지 않고 사용 후 폐기 시에 분해가 되어 인체는 물론이고 자연에도 무해한 자연친화적 소재입니다.

**Q2. 회사 연혁을 살펴보니 벌써 친환경 제품으로 10년간 한 길을 걸어오셨네요. 요즘같은 불황에 친환경제품 시장상황은 어떠 한가요? 급변하는 시장상황에 대응하는 흙케어만의 노하우가 있나요?**

**A2.** 친환경 소재의 특성상 일반 제품 대비 약간 가격이 높은 측면이 장벽이 될 수는 있긴 하나 요즘 친환경 제품에 대한 수요가 늘고있어 많이 어려운 상황은 아닙니다. 국내/외 전시회도 계속하여 참가하여 제품홍보도 지속적으로 하고있는 상황입니다. 전시회 참가는 상품을 알리는 절호의 기회이며, 또한 해외 바이어를 만나 네트워크를 만들 수 있는 최적의 기회입니다. 전시회 뿐만 아니라 사전 마케팅을 위해 다년간에 걸쳐 보유하고 있는 바이어들의 연락처로 이메일, 팩스, DM 등을 통해 의미 있는 미팅을 이어 나가고 있습니다.

**Q3. 흙케어에서 취급하는 친환경 제품군도 굉장히 상당히 다양한데요. 요즘 인기품목은 어떤 것들이 있을까요?**

**A3.** 이유식기와 유아용 딸랑이가 인기 제품입니다. 특히 완두콩 식기세트는 친환경성을 인정받아 국가공인 환경표지인증(한국환경산업기술원의 환경표지인증)을 획득하였습니다. 외관 역시 완두콩 모양으로 디자인하여 아기의 호기심을 자극하도록 설계했으며, 기능면에서도 옥수수를 원료로 하지만 내열온도 100도 3분 이내의 전자레인지 사용, 열탕소독이 가능한 제품입니다. 기존 PLA 제품의 낮은 내열온도의 문제를 개선한 내열온도 강화 제품이라 할 수 있습니다.

**Q4. 마지막으로 귀사의 향후 행보에 대해서 설명해주세요.**

**A4.** 유아용품 뿐만 아니라 애견용 미용제품의 브랜드 이미지를 제고하고 이를 통하여 대형마트 매출에만 집중되어 있던 포도폴리오를 온/오프라인과 수출 활성화로 다각화 하고자 합니다. 또한 '친환경 기업'이미지를 일관성 있게 유지하기 위해 애견용 패드 패키지 개발을 통해 자사의 존재를 국내외 세계시장에 알리고 고객의 요구에 맞는 시장을 선도할 포부를 가지고 있습니다.



2016년 소싱 트렌드 : 홈/인테리어

# 쿡방보다 집방!

## 인테리어 투자로 나만의 개성 있는 집을 꾸미는 '집방' 인기 인테리어 소품부터 셀프 인테리어 재료까지... 소비자 영역확장

경제위기, 장기불황...

팍팍한 주머니 사정에 집에서 여가를 보내는 시간이 늘어나면서 많은 사람들이 집안 인테리어에 관심을 돌리고 있다. 더욱이 1인가구가 전체가구의 25%를 넘어서면서 나만의 개성을 반영한 '집 꾸미기' 열풍에 가세하고 있다. 이러한 트렌드는 TV방송만 봐도 알 수 있다. 작년까지 TV를 틀면 어디서든 볼 수 있었던 요리하는 방송 '쿡방'은 어느덧 집 꾸미는 방송 '집방'으로 채워져 가고 있다.

집방의 인기 속 소싱 트렌드는 어떨까?

가장 두드러지는 품목군을 세 가지로 압축해보면 향기 인테리어, DIY/셀프 인테리어, 인도어가든 용품 으로 구분할 수 있다. 본 소식지의 스페셜 리포트에서 다루었듯이 향기(香)소비에 투자를 아끼지 않는 사람들이 증가함에 따라 향기관련 각종 제품들이 쏟아져 나왔다. 예전에는 소싱페어에서 찾아보기 어려웠던 DIY/셀프 인테리어관련 상품도 눈에 띄었다. 줄눈시공제품, 욕실천정재, DIY우드소품 등이 참여해 관심을 받았고, 2016년 인테리어 트렌드로 떠오른 인도어가든 관련 스마트 LED화분, 식물재배 키트, 벽걸이 꽃병 등이 소개됐다.

방송과 전시회를 통해 알아본 집방트렌드는 집안에서 느끼는 만족감을 증대시키는 수단이자 자기 개성 표현의 방법으로 밝은 전망이 기대되는 트렌드다.

### 트렌드 관련 주요기업 소개



인테리어 분야에서 줄눈 리폼인테리어 특화 사업을 추진중인 회사로 줄눈리폼시공 및 관련제품 유통을 전문적으로 하고 있다. 그간 2만 5천건 이상의 시공경험을 바탕으로 전문성을 인정받았으며, 소재 역시 100% 친환경 제품으로만 사용하기때문에 안심하고 사용할 수 있다.

T. 1661-0235  
E. show5419@naver.com  
W. www.ecorootkorea.com



누구나 한번쯤은 식물을 키워보아야겠다는 생각으로 식물을 구입하지만 금방 시들어 버리는 모습을 보면 실망을 하곤 한다. LED화분 키움 by G는 저면관수식 화분으로 식물재배 및 관리가 용이하여 실내공간에 심리적 안정감을 주는 제품이다.

T. 053-426-4871  
E. guinad@naver.com  
W. www.guinad.com



특수 우레탄 소재로 개발된 걸이꽃병을 제작했다. 우레탄은 친환경 소재로 무독성이라 아이들에게도 안전한 제품으로 플러스디자인의 제품은 특허청 주관 세계대회에서 3개 부문을 수상할 정도로 우수성을 인정받았다.

T. 031-337-4567  
E. subin1121@naver.com  
W. http://plusdesign1.com



소싱페어 참가기업 인터뷰



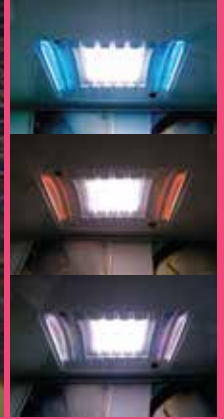
ECO Bath  
ECO Bath Ceiling System

— 에코바스 박원택 —

www.eco-bath.co.kr



<뮤직바스>



<카멜레온>

**Q1. 요리하는 프로그램 ‘쿡방’이후로 나만의 공간, 내집을 꾸미는 ‘집방’의 인기가 뜨겁습니다. 친환경 욕실 인테리어를 선도하는 ‘에코바스’에서는 이러한 ‘집방’ 열풍을 체감 하시는지요?**

A1. 소싱페어 뿐만 아니라 최근 여러 전시회에 참가 하면서 많은 분들이 저희 에코바스에 관심을 보여주셨습니다. 여러 인테리어 업체 분들, 건축 자재 회사 등 기업체들도 큰 관심을 보여주셨지만 인테리어를 셀프로 하시는 개인 고객층 역시도 적지 않았습니다. 요즘은 셀프 인테리어족들이 늘어나고 있고, 이러한 추세에 따라 업체를 통해 시공이나 자재를 알아보기 보다는 직접 발로 뛰면서 찾아다니는 분들이 많다는 것을 피부로 느낄 수 있었습니다.

**Q2. ‘에코바스’가 생각하는 욕실인테리어의 트렌드가 있다면 무엇일까요?**

A2. 최근 욕실 인테리어의 첫번째 키워드로 ‘소재’를 생각할 수 있습니다. 기존의 인공 화학 소재보다는 어린이들이 있는 집에서도 안심하고 사용이 가능한 친환경 자재에 대한 선호도가 높아지고 있습니다. 건강에 관심을 갖는 사람들이 늘어나면서 먹거리도 유기농을 찾는 것처럼, 집 인테리어 또한 친환경 소재를 찾는 분들이 늘어나고 있는 것인데요, 친환경소재는 건강 뿐만 아니라 인테리어 효과까지 얻을 수 있어 많은 분들이 선호하는 트렌드라 할 수 있습니다. 소재와 함께 많은 관심을 보이는 부분이 바로 욕실 ‘분위기’입니다. 침실이나 거실 뿐만 아니라 최근 욕실 분위기 역시도 관심이 많이 집중 되는 추세입니다. 또한 다른 사람들이 다 하는 인테리어는 의미 없어 하시는 분들도 많이 계시기도 하구요.

**Q3. 에코바스의 제품들을 보니 제품라인이 상당히 다양한데요. 한창 증가세를 보이고 있는 1인가구를 위해 추천해주고 싶은 제품이 있을까요?**

A3. 요즘 1인가구의 연령대를 통계적으로 살펴보면, 2~30대의 연령층이 대부분입니다. 이러한 청년층의 인테리어 주 관심사는 남들과는 다른 차별화된 인테리어를 추구하는 것인데요, 이런 분들에게는 ‘카멜레온’을 추천해드리고 싶습니다. 카멜레온 천정은 사용하시는 분의 취향에 맞게 LED 조명의 색 변경이 가능하여 기존 욕실과는 차별화 된 독특한 분위기의 욕실 연출이 가능합니다. 또 요즘 음악을 좋아하는 분들도 많이 계시는데, 욕실에서 씻을 때 좋아하는 음악을 틀어 두고 씻는 분들을 위해 ‘뮤직바스’ 제품도 적극 추천합니다. 뮤직바스는 휴대폰과 블루투스로 연동하여 욕실에서 음악 재생이 가능하기 때문에 전자기기가 습기에 노출되어 고장날 염려를 줄일 수 있는 제품입니다.

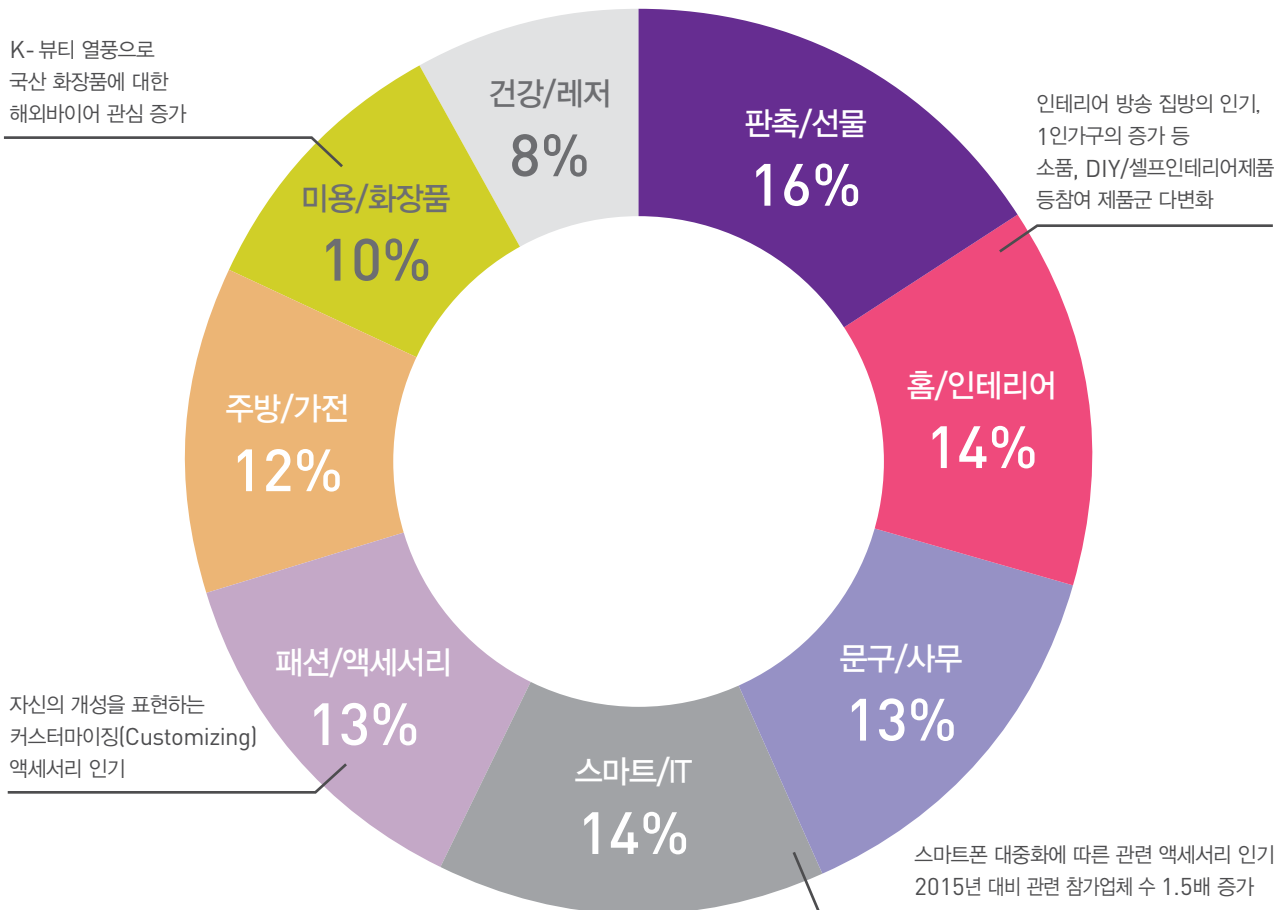
**Q4. 마지막으로 ‘에코바스’만의 차별화된 기업 철학이나 제품 특징에 대해 설명 부탁드립니다.**

A4. 에코바스는 최고의 기술력을 추구함과 동시에 고객의 건강을 우선시 하는 기업정신을 토대로 하여, 기능성 친환경 제품인 유닛(unit) 천정을 생산하고 있습니다. 이러한 기업 정신을 바탕으로 생산되는 제품은 욕실 정화 기능과 방향 기능을 동시에 보유한 제품이며 소재 특성상 때가 잘 타지 않고 인체에 무해합니다. 또한, 제품 뒷면에 흡음제를 부착하여 기존 욕실의 단점인 층간 소음 역시도 잡아주는 역할을 합니다. 저희 에코바스는 항상 새로운 디자인을 도입해 천정재의 진화를 추구하며, 사람이 살기 좋은 세상을 만들고자 늘 노력하고 있습니다.



## 그래프로 보는 2016 서울국제소싱페어

### ■ 2016년 소싱페어 참여 품목군



## 소싱페어사무국 공지사항

### 2017년 서울국제소싱페어 참가업체 모집안내

저희 서울국제소싱페어 사무국에서는 2017년 3월 23일(목)부터 26일(일)까지 코엑스 1층에서 개최예정인 제 27회 서울국제소싱페어 참가업체를 모집하고 있습니다.

신청 순서에 따라 부스배치 및 바이어 구매 상담회 참여, 사전홍보 등 다양한 혜택을 제공하고 있으니 관련 기업 담당자 분들의 많은 관심과 참여 바랍니다.

자세한 사항은 전시회 공식홈페이지 [www.sippremium.com](http://www.sippremium.com) 을 참고하시거나 전화 02-6000-1112, 1116, 1108로 문의 주시면 자세한 사항 안내해드리도록 하겠습니다.