



서울국제소싱페어 사무국

| 국내문의 | T. 02-6000-1112, 1116, 1108 F. 02-6944-8303 E. sipremium@coex.co.kr
 | 해외문의 | T. 02-6000-8126 F. 02-6944-8302 E. sipremium.info@coex.co.kr



제 27회 서울국제소싱페어

2017. 3. 23(목) - 26(일) | 코엑스 1층



Interview

참가업체와 바이어의 든든한 사업파트너 서울국제소싱페어 참여 후기

참가업체 인터뷰

“ 대형 유통사 L사의 MD를 만나보기 위해 수많은 제안과 미팅을 시도했지만 번번히 실패했었습니다. 그렇게 만나보기 어렵던 MD를 소싱페어 구매상담회를 통해 만나게 되었고, 거래를 위한 추후 미팅도 지속적으로 이루어지고 있어 기대감이 큼니다. ”

- 주식회사 포코스 -

“ 소싱페어는 새로운 거래처를 확보하여 영업의 기회를 확대하는 의미 이상의 전시회입니다. 전국에 있는 거래처들에게 신제품을 보여주는 품평회 장소이기도 하며, 동종 또는 유사업종에 계신분들과 소통하는 장이기도 합니다. 무엇보다 다양한 분야에서 활동하는 업체와 제품을 한 곳에서 만나볼 수 있어 변화하는 트렌드를 파악하기에 가장 적합한 전시회라고 생각하여 벌써 8년 째 참여하고 있습니다. ”

- (주)웨미리 -



바이어 인터뷰

“ 서울국제소싱페어에 참여한 업체의 상품들은 충분한 경쟁력이 있는 제품들로 구성되어 있었습니다. 단, 디자인적 요소와 마케팅 전략에 대한 결합이 추가된다면 더욱 좋은 성과를 낼 수 있을 것으로 기대되며, 전반적인 상담시간이 짧게 느껴질 정도로 의미 있는 전시회였습니다. ”

- 쿠팡 -

“ 이번 서울국제소싱페어를 통해 상담한 업체 대부분이 우수한 상품력을 지니고 있음에도 불구하고 유통/판매/마케팅에 있어 현실적인 어려움을 겪고 있었습니다. 이번 페어는 이러한 업체고충과 상품에 대한 이야기를 듣고 의견을 나눌 수 있었던 유익한 시간이었습니다. ”

- SK 플래닛 -

Why?

참여사가 선정한 서울국제소싱페어 참가이유

1. 국내 대형유통망 MD를 만날 수 있는 기회
롯데, CJ, SK, GS 등 국내 유수의 대형 유통사 소속 구매담당자(MD)와 구매 상담회 주선 비즈니스 상담 외에도 마케팅에 어려움을 겪는 중소기업 대상 마케팅 컨설팅 병행
2. 해외 빅바이어 대상 수출판로 개척의 기회
해외마케팅 전담부서(GBU)를 구성하여 해외 빅 바이어 초청 및 수출 상담회 진행
3. 관련산업 최대 규모의 전시회
지난 전시회 기준 최다부스, 최다 참관객을 동원하며 동종산업 최대 규모의 전시개최 (2016년 기준 410개사)

Show Overview

전시회 개요

명칭	제 27회 서울국제소싱페어	예상규모	약 550개사 700부스 약 20,000명 바이어
장소	코엑스(Coex) 1층	부대행사	해외바이어 수출 상담회, 대형유통망 MD구매 상담회, 대형유통망 입점설명회, 참관객 경품행사
기간	2017. 3. 23 (목)~ 26(일)/4일간	후원	산업통상자원부, 중소기업진흥공단, 인천광역시, 강남구

전시 품목

구분	주요품목
판촉/선물	· 비즈니스선물_ 명함지갑, 머니클립, 볼펜세트, 수첩, 레이저포인터 등 · 생활잡화_ 열쇠고리, 손톱깎이 세트, 거울, 홍보용 티슈/물티슈 등 · 상패_ 상패, 휘장, 트로피 등
문구/사무	· 일반문구_ 필기구, 노트, 바인더, 다이어리, 캘린더, 메모지 등 · 사무용품_ 책상정리용품, 서류관련용품, 명함첩, 명함박스, 복엔드 등 · 디자인 문구_ 팬시용품, 캐릭터상품, 스탬프, 스티커, 편지지, 카드 등
스마트/IT	· 스마트기기 관련제품_ 스마트기기용 액세서리, 보호필름, 케이스, 거치대 등 · 컴퓨터 주변기기_ USB, 입력기기, 컴퓨터 주변기기용 액세서리, UV프린터, 3D프린터 등
주방/가전	· 주방용품_ 밀폐/보온용기, 조리기구, 테이블 웨어, 제수용품 등 · 가전제품_ 리빙가전, 주방가전, 욕실가전 등
홈/인테리어	· 리빙용품_ 수납/보관용품, 시계, 조명, 청소용품, 소가구 등 · 욕실용품_ 수건, 구강용품, 비누, 청소용품, 미끄럼 방지제품 등 · 인테리어 소품_ 인테리어 용품, 방향제품, 홈데코 소품 등
미용/화장품	· 화장품_ 기초화장품, 기능성 화장품, 유기농 화장품, 메이크업 제품, 향수 등 · 미용 소도구_ 헤어스타일링 기기/용품, 네일케어 제품, 거울, 브러쉬 등 · 헤어 제품_ 헤어 액세서리, 헤어기구, 두피관리제품/증모제, 가발 등 · 아로마 제품_ 향초, 오일, 입욕제, 방향제, 기능성 아로마 용품 등
패션/액세서리	· 패션소품_ 우산, 넥타이, 스카프, 지갑, 장갑, 모자, 단체 맞춤형 등 · 공예품/액세서리_ 주얼리, 도자기공예, 목공예, 금속공예, 펠트공예, DIY용품 등
건강/레저	· 스포츠/레저용품_ 휘트니스 용품, 레저용품, 모자, 선글라스, 기능성 의류, 텀블러 등 · 의료기기_ 가정용 의료기, 음이온 기기, 원적외선 치료기 등 · 건강식품_ 건강기능식품, 보조식품, 영양보충식품, 한방식품, 다이어트식품 등

★ 특별관 소개

제 27회 서울국제소싱페어에서는 소비자 트렌드와 소비성향을 가장 잘 반영한 상품군을 모아 특별 전시관을 구성했습니다.

| 전시품목 |

- 가치 있는 소비를 중시하는 사람들을 위한 **핸드메이드 상품**
- 알찬 여가시간을 보내기 위한 **이색 취미상품**
- 내 집 꾸미기, 나만의 인테리어를 위한 **DIY상품**
- 건강한 라이프스타일을 즐기 위한 **힐링상품**

비즈니스 매칭 프로그램

해외바이어 수출상담회

| 프로그램 개요 |

전시회 참가업체와 주최측에서 초청한 해외바이어들이 전시기간 동안 전시장 내에서 수출상담을 진행하는 프로그램

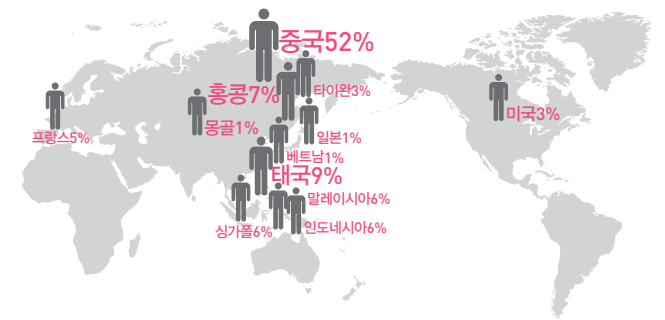
| 개최결과 |

12개국 46개사 78명 바이어 참여

총 439건 582억 원(4,848만 불) 상담진행



| 국가별 수출 상담회 참여현황 |

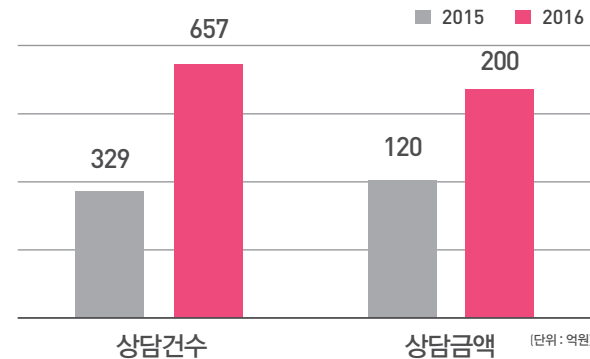


대형유통망 MD 구매상담회

| 프로그램 개요 |

국내 대형 유통망(대형마트, 백화점, 온라인 쇼핑몰 등) MD와 전시 참가업체가 유통/입점 관련 비즈니스 상담을 진행하는 프로그램
비즈니스 상담 이외에도 마케팅에 어려움을 겪는 중소기업 대상 유통 컨설팅을 병행

| 대형유통망 MD 구매상담회 개최결과 |



| 주요 참여 MD리스트 |



참여 바이어군

구분	참여바이어 리스트
대기업	삼성전자, JW메리어트호텔, 기아자동차 등
대형 유통사	롯데마트, CJ홈쇼핑, NS홈쇼핑, 홈플러스 등
백화점	롯데백화점, 신세계백화점, 현대백화점 등
금융사	국민은행, 우리은행, 수협중앙회, 농협 등
공공기관	주한미국대사관, 중소기업유통센터 등
해외	중국/싱가포르/태국 문구협회, John Little(싱가포르) 등

Exhibit Items



판촉/선물

| 전시품목 트렌드 |

시대 흐름에 따른 판촉물의 변화

과거 판촉물의 대명사로 불리던 달력, 다이어리의 기능을 스마트폰이나 태블릿 PC가 대신 하는 것 처럼 시대 흐름에 따라 판촉물도 변화하고 있다. 대형마트의 일회용 비닐봉투 사용금지로 인한 판촉용 장바구니 수요 증가 등 시기에 맞는 실용적인 아이템이 판촉물로 인기를 얻고 있는 추세이다.

선물의 고급화

국민 소득수준이 향상되고 소비자 안목이 높아짐에 따라 선물시장의 고급화가 지속되고 있다. 일회용 저가제품보다는 지속적으로 사용 가능한 고품질의 제품을 선택함으로써 변화하는 소비시장에 대응하고 있다.

| 주요 전시품목 |

휴대용 의자, 에코백, 액정 크리너, 고급사무용품 등

| 주요 참가업체 |

(주)시디즈, 꿈쟁이, (주)씨엠에이글로벌 등



문구/사무

| 전시품목 트렌드 |

프리미엄문구 강세

제품의 품질이나 성능, 디자인 등 제품정보 습득이 손쉬워지면서 가격이 조금 비싸더라도 본인의 기준에 부합하는 제품을 선택하려는 소비성향이 나타나고 있다. 이러한 성향이 문구업계에도 반영되어 불과 몇 년 사이에 형성된 프리미엄 문구시장이 가파르게 성장하고 있다.

기능성 문구출시

기본적인 문구기능에 부가기능을 겸비한 제품들이 출시되어 좋은 반응을 얻고 있다. 열록 제거 펜, 자석패드, 거치겸용 다이어리 등 기존의 틀을 벗어난 제품들이 지속적으로 출시되고 있는 상황이다.

| 주요 전시품목 |

고급 사무용품, 디자인 포스트잇, 다기능 펜 등

| 주요 참가업체 |

이미지서포터즈브이백, 동아연필(주), (주)제이랜드인터내셔널 등



스마트/IT

| 전시품목 트렌드 |

대용량 보조배터리 인기지속

지난해에 이어 올해도 보조배터리 시장전망이 밝다. 배터리 일체형 스마트폰 출시가 계속되고 있으며, 넓은 화면과 고화질 디스플레이 시장이 더욱 확장되면서 대용량 보조배터리의 역할은 더욱 커질 것으로 전망된다.

스마트폰 관련 액세서리 출시 활발

스마트폰 신제품이 지속적으로 출시되면서 그 제품의 특성과 가치를 최대한 활용할 수 있는 액세서리 출시가 활발하게 이루어지고 있다. 스마트기기의 디자인이나 기능이 다양화되면서 고유 디자인을 해치지 않는 케이스, 스마트폰 재생에 최적화 된 헤드셋, 블루투스 기능을 활용한 웨어러블 디바이스 등이 소비자들의 좋은 반응을 얻고 있다.

| 주요 전시품목 |

보조배터리, 스마트폰 강화유리, 거치대, 케이스, 스마트 워치 등

| 주요 참가업체 |

(주)나인브릿지, 엔애크코리아주식회사, 제이스토리 등



주방/가전

| 전시품목 트렌드 |

냉장고 저장용기 인기

경기불황과 함께 요리채널의 인기가 지속됨에 따라 외식 대신 냉장고 안의 재료들로 식단을 꾸리는 이른바 '냉장고 파먹기'가 인기이다. 이에 따른 소분 포장용기, 식재료 파먹이 쉬운 투명용기, 냉동전용 용기 등의 수요가 증가하고 있다.

멀티플레이 가전의 활약

멀티기능을 갖춘 가전제품은 비용절감과 공간 활용도를 극대화 할 수 있기 때문에 혼자서 다양한 제품을 두루 갖추기 어려운 1인 가구를 중심으로 인기를 얻고 있다.

| 주요 전시품목 |

밀폐용기, 진공 포장기, 탈취/공기정화기 등

| 주요 참가업체 |

(주)대성글로벌, (주)대동씨엔지, (주)네이처닉, (주)에어비타 등



Exhibit Items



홈/인테리어

| 전시품목 트렌드 |

향 소비의 증가

불쾌한 냄새를 제거하는 기능성 제품과 좋은 향기를 취하는 방향제에 소비를 아끼지 않는 사람이 늘고 있다. 이미 국내 향기시장 규모는 2014년 기준 2조 5천억 원 규모로 매년 10% 이상 성장하는 추세이며, 제품군도 대중적인 향기제품에서 각자의 취향에 맞는 '니치향기'와 관련된 제품까지 다양화 되고 있다.

패스트리빙

패스트리빙이란 최신트렌드를 반영해 빠르게 제작하고 빠르게 유통시키는 '패스트패션'과 같은 의미로 유행과 계절에 민감하게 반응해 재빨리 신상품을 구성하는 리빙제품군을 의미한다. 저렴한 가격으로 효과적으로 기분전환을 하고 공간 꾸미기를 통해 미적 취향을 고취시키는 소비자들이 늘면서 '패스트리빙'이 주요한 트렌드로 자리잡고 있다.

| 주요 전시품목 |

섬유향수, 디퓨저, 캔들, 인테리어시계, 거울, 디자인 액자 등

| 주요 참가업체 |

세협계기공업사, (주)에코프렌즈, 주식회사 캔들라이트아시아 등



미용/화장품

| 전시품목 트렌드 |

뷰티다바이스 전성기

피부과, 성형외과에서 받는 간단한 시술이 일상화되는데 반해 경기 불황이 이어지면서 저비용으로 피부관리를 할 수 있는 가정용 제품으로 수요가 집중되고 있다. 클렌징부터 마사지기까지 하나로 해결하는 진동 클렌저, 가정용 고주파 피부관리기, 휴대용 피부 화이트 트레이닝 기기까지 종류도 기능도 진화하는 뷰티 다바이스들이 앞다투어 출시되고 있다.

미용 소도구 인기

일반 소비자의 미용문화가 지속적으로 전문화되면서 화장품 이외의 관련 소도구 제품의 수요가 함께 증가하고 있다. 전문 샵에서만 사용하던 브러시, 네일케어 제품, 마스크팩 관련 제품 등의 소비가 대중화되고 있는 추세이다.

| 주요 전시품목 |

필링기, 클렌징 브러시, 천연비누, 마스크 팩, 미용소도구 등

| 주요 참가업체 |

(주)정훈기공, 주식회사 코리아뷰티, (주)유알지, 바닐라 프로젝트 등



패션/액세서리

| 전시품목 트렌드 |

친환경 패션

환경과 건강에 대한 관심이 높아지면서 천연염색, 한지섬유, 한지가죽과 같은 지속가능하고 친환경적인 패션아이템이 등장하고 있다. 한지가죽의 경우 원단이 가벼워 일상생활에 사용하기 적합하고 항균력 까지 갖추고 있어 해외에서도 좋은 평가를 받고 있다.

우산의 변신

우산이 여러 가지 생활 편의기능과 결합하며 진화하고 있다. 어린이 사고방지를 위한 자체발광 LED우산, 우산을 접고 펼칠 때 손 덜 필요가 없는 전자동우산, 분실방지 기능이 탑재된 블루투스 우산까지 우산의 실용성을 극대화한 제품들이 출시되고 있다.

| 주요 전시품목 |

한지가죽을 이용한 패션소품, LED우산, 전자동 우산, 공예 액세서리 등

| 주요 참가업체 |

웨이리(주), (주)오성우산, (주)신광하이테크, 한산엔터프라이즈 등



건강/레저

| 전시품목 트렌드 |

홈케어 마사지 열풍

장년·노년층을 비롯해 직장인, 익스트림 스포츠를 즐기는 젊은 연령층까지 남녀노소를 불문하고 마사지가 대중화되면서 홈케어 마사지기가 좋은 반응을 얻고 있다. 사용자 편의를 고려해 크기와 작동법을 간소화한 웨어러블 마사지기 등 사용자 후대가 간편한 제품들이 인기이다.

스포츠 리커버리 제품 인기

많은 사람들이 운동을 생활화하면서 운동 후 회복에 대한 관심도 증가하고 있다. 제품의 종류도 상황에 맞게 골라 쓸 수 있도록 다양하게 출시되어(발열제품, 냉각제품, 스프레이형 제품 등) 높은 판매고를 기록하고 있다.

| 주요 전시품목 |

휴대용 안마기, 스포츠 젤, 건강팔찌, 음이온 기기 등

| 주요 참가업체 |

(주)엠아이텍, 한국백스팜제약 주식회사, (주)핑플, 파마누코 등



★ 특별관 소개

핸드메이드/DIY

| 전시품목 트렌드 |

‘포미(FOR ME)’ 소비트렌드

경기침체의 영향으로 소비심리가 위축되는 반면 개인별로 가치를 두는 제품에 과감한 투자를 아끼지 않는 ‘포미’ 소비 트렌드가 증가하고 있다.

‘포미’ 소비란 자신이 가치를 두는 제품에는 다소 비싼 제품이더라도 과감히 투자하는 소비 행태를 일컫는데, 이러한 소비 성향을 지닌 사람들이 핸드메이드 제품이 지닌 개성과 퀄리티에 가치를 두면서 지속적인 수요를 창출하고 있다.

셀프 인테리어 제품 인기

많은 방식이 먹거리를 소재로 한 ‘쿡방’에서 집과 인테리어를 소재로한 ‘집방’으로 옮겨가고 있다. 누구나 손쉽게 설치가 가능한 셀프 인테리어 제품부터 기본전환을 위한 독특한 인테리어 소품 등의 소비가 증가하고 있는 추세이다.

| 주요 전시품목 |

핸드메이드 액세서리, 공예품, 셀프 인테리어용품 등

| 주요 참가업체 |

베이모드, 아리지안, 미채, 예코루트, 우드인스토리 등



취미/라이프스타일

| 전시품목 트렌드 |

취향공동체

대세를 따르기보다 자기만의 라이프스타일을 추구하는 소비자가 증가하고 있다.

고급-저급, 어른-아이, 남성-여성의 이분법적 취향 구분이 무너지고 기존 고정관념에서 벗어나 자신만의 라이프스타일을 추구하는 키덜트족, 유니크족, 걸리시족 등 소비자들이 이색적인 취미를 즐기는 것이 점차 대중화되고 있다.

힐링 라이프스타일

최근 몇 년 사이 건강에 대한 관심은 신체적 건강을 넘어 마음의 건강으로 이어지고 있다. 건강이 단순히 병을 고치는 개념이 아닌 건강하게 살아가는 것 자체로 생활화되면서 바쁜 생활 속에서도 건강한 신체유지와 휴식에 투자를 아끼지 않는 경향을 보인다. 특히 스트레스 해소를 위한 이색 힐링 상품들도 속속 등장하며 좋은 반응을 얻고 있다.

| 주요 전시품목 |

퍼즐, 드론, 홈 갤러리, 플라워/가든용품 등

| 주요 참가업체 |

스콜라스, 거인커뮤니케이션즈, 우인인터내셔널, 키즈라이더코리아 등



한눈에 보는 서울국제소싱페어

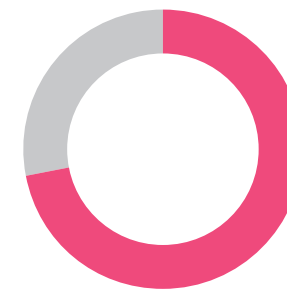
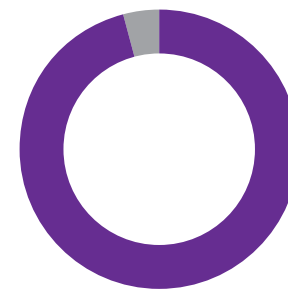
서울국제소싱페어 헤드라인

	‘서울국제소싱페어’를 통해 본 소비재 시장 트렌드 한국경제 TV 2016. 3
	‘서울국제소싱페어’, 이색 향(香) 아이디어 제품 쏟아진다 국민일보 2016. 3
	코엑스 “서울국제소싱페어서 320억 현장계약 체결” 머니투데이 2016. 3
	시장 확대한 서울국제소싱페어 주간무역 2016. 3
	중소기업, ‘서울국제소싱페어’ 기회로 삼자 디지털타임스 2016. 3.
	올해 소비재 시장 트렌드와 제품 한곳에 문화저널21 2016. 3
	제2의 락앤락 꿈꾼다. 신개념 제품 봇물… 성장예열 서울경제 2016. 3 ‘서울국제소싱페어 2016’, 친환경 제품 봇물 서울경제 2016. 3
	서울국제소싱페어 2016, 역대 최대규모 구매상담 뉴시스 2016. 3 서울국제소싱페어 2016, 국내 최대 소비재 전시회 뉴시스 2016. 3

그래프로 보는 서울국제 소싱페어

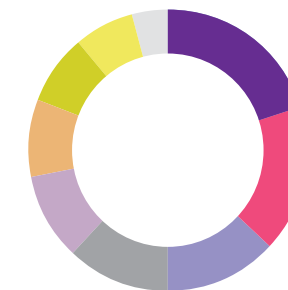
2016년 참관객 비율

■ 해외_바이어	96%	■ 국내_바이어	72%
■ 해외_일반관람객	4%	■ 국내_일반관람객	28%



전시품목별 참가비율

구분	업체수	비율
■ 판촉/선물	84	20%
■ 문구/사무	36	9%
■ 스마트/IT	49	12%
■ 주방/가전	52	13%
■ 홈/인테리어	71	17%
■ 미용/화장품	33	8%
■ 패션/액세서리	41	10%
■ 건강/레저	29	7%
■ 기타	15	4%



Participation Guidelines

참가신청 안내

| 참가절차 |



- ▶ 2017. 1. 31까지
- ▶ 신청서 접수 후 2개월 이내 납부 (참가비 총액의 50%)
- ▶ 신청서 제출일로부터 30일 이내 참가등록비 납부 (50만원/참가비 내 포함)
- ▶ 2017. 2. 10 까지 (잔금 50%)

참가비 완납은 신청일 관계없이 2017.2.10까지

| 부스규격 및 제공내역 |

구 분	조립부스	독립부스
예시이미지		
추가 선택사항	코너부스(2면 오픈부스) 배치 희망 시 코너부스 추가 선택(선착순)	
제공내역	<ul style="list-style-type: none"> - 상호간판_ 국/영문 상호와 부스번호 부착 - 바닥처리_ 파이텍스 마감 - 제공비품_ 안내데스크 및 의자 1조 (부스규모와 상관없이 업체 당 1조 제공) - 조 명_ 조명등, 형광등 - 벽면규격_ 폭1m x 높이 2.4m, 페인트패널을 알루미늄프레임으로 조립 	<ul style="list-style-type: none"> - 바닥 면적만 제공(3m x 3m) (바닥마감, 전기, 조명, 벽체 등 별도시공)

| 부대시설내역 |

구 분	내 용
전기	주간용과 24시간용이 있으며, 단상 220V(60HZ), 삼상 220V(60HZ), 삼상 380V(60HZ)로 구분
전화	시내/외 전화와 국제전화로 구분 (통신비 별도정산 없음)
급·배수 및 압축공기	전시품 작동을 위해 급·배수 및 압축공기 필요시 신청
인터넷 전용선(LAN)	인터넷 필요시 신청
고객 관리 시스템	바코드리더기 및 부스방문고객 명단제공

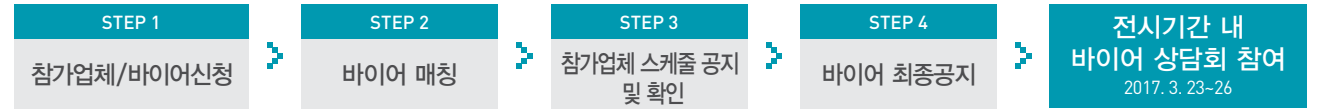
| 참가신청서 접수방법 |

제출서류 : 참가신청서 1부(날인필요), 사업자등록증 1부
제출방법 : 이메일/팩스/우편(등기) 중 택1
제출처 : 서울시 강남구 영동대로 513 코엑스 4층 서울국제소싱페어 사무국

Tel. 02-6000-1112, 1116, 1108
Fax. 02-6944-8303
E-mail. sipremium@coex.co.kr

비즈니스 매칭 프로그램 안내

| 진행절차 |



▶ Step 1~4까지의 과정은 전시회 개최 전에 진행되기 때문에 조기신청 시 유리

| 프로그램 개요 |

구 분	해외바이어 수출상담회	대형유통망 MD구매상담회
진행일정	2017. 3. 23(목) - 24(금) / 1-2일차	2017. 3. 25(토) - 26(일) / 3-4일차
참가대상	[바이어] 해외 초청 바이어 [셀러] 서울국제소싱페어 참가업체	[바이어] 대형유통망 소속 MD [셀러] 서울국제소싱페어 참가업체
참가비용	전시회 참가업체 대상 무료 ※ 전시회 참가업체만 참여 가능 ※ 스케줄 매칭이 성사된 업체에 한하여 구매상담회 참여	

| 만족도 조사결과 |

