

## 메가쇼 2018 시즌1 결과보고 및

## 메가쇼 2018 시즌2 참가안내

2018년도  
메가쇼 일정

**SETEC** 3. 15일(목)→3. 18일(일)

**SETEC** 8. 30일(목)→9. 02일(일)

**KINTEX** 6. 14일(목)→6. 17일(일)

**KINTEX** 11. 15일(목)→11. 18일(일)

# CONTENTS

## I. 메가쇼 2018 시즌1 결과보고

### 1. 메가쇼2018시즌1

1-1. 전시개요 및 구성

1-2. 전시장 도면

### 2. 대형유통사 1:1 구매·수출상담회

2-1. 상담회 개요 및 목적

2-2. 구매&수출 상담회 결과

2-3. 구매&수출 상담회 진행과정

2-4. 매칭테이블

2-5. 구매&수출 상담회 참여유통사

### 3. 신제품 쇼케이스&바이어 라운지

3-1. 바이어 라운지 · 쇼케이스

### 4. 바이어북 & BIZ 메가쇼

4-1. 온라인 디렉토리 '바이어북'

4-2. BIZ 메가쇼

4-3. 바이어 프로모션

### 5. 메가쇼 PICK 시리즈

5-1. 메가쇼 PICK

5-2. PICK 프로모션

### 6. 참관객 분석

6-1. 일반 참관객

6-2. 바이어

### 7. 참가기관 및 참가기업 우수사례

### 8. 전시장 및 부스 참고사진

## II. 메가쇼 2018 시즌2

### 1. 개요 및 참가 안내



# 1. 메가쇼 2018 시즌 1 개요

## 1-1. 전시개요 및 구성

- 일 시 : 2018. 6. 14(목) ~ 17(일), 4일간
- 장 소 : 킨텍스(KINTEX) 제 2전시장 7, 8홀
- 주 최 : **메가쇼\***
- 후 원 : **sba**
- 전시규모 : 400개사 600부스
- 관람객수 : 82,356명
- 전시구성 : 메가 리빙쇼 / 메가 뷰티&헬스쇼 / 메가 푸드쇼  
메가 라이프스타일쇼 / Mr. 메가쇼
- 특별구성 : 뷰티관, 패션관, 일렉쇼
- 동시개최 : 대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회  
바이어 대상, 참가기업 신제품 '쇼케이스'

**메가 리빙쇼**

가구, 인테리어, 주거 살림, 생활용품,  
주방용품 등

**메가 뷰티&헬스쇼**

화장품, 패션잡화, 네일, 이미용제품,  
주얼리, 여성용품, 위생용품, 건강용품,  
메디컬 서비스 등

**메가 푸드쇼**

농수산 브랜드, 가정식 트렌드, 식재료,  
우수 특산물, 해외 식품, 수입맥주 등

**메가 라이프스타일쇼**

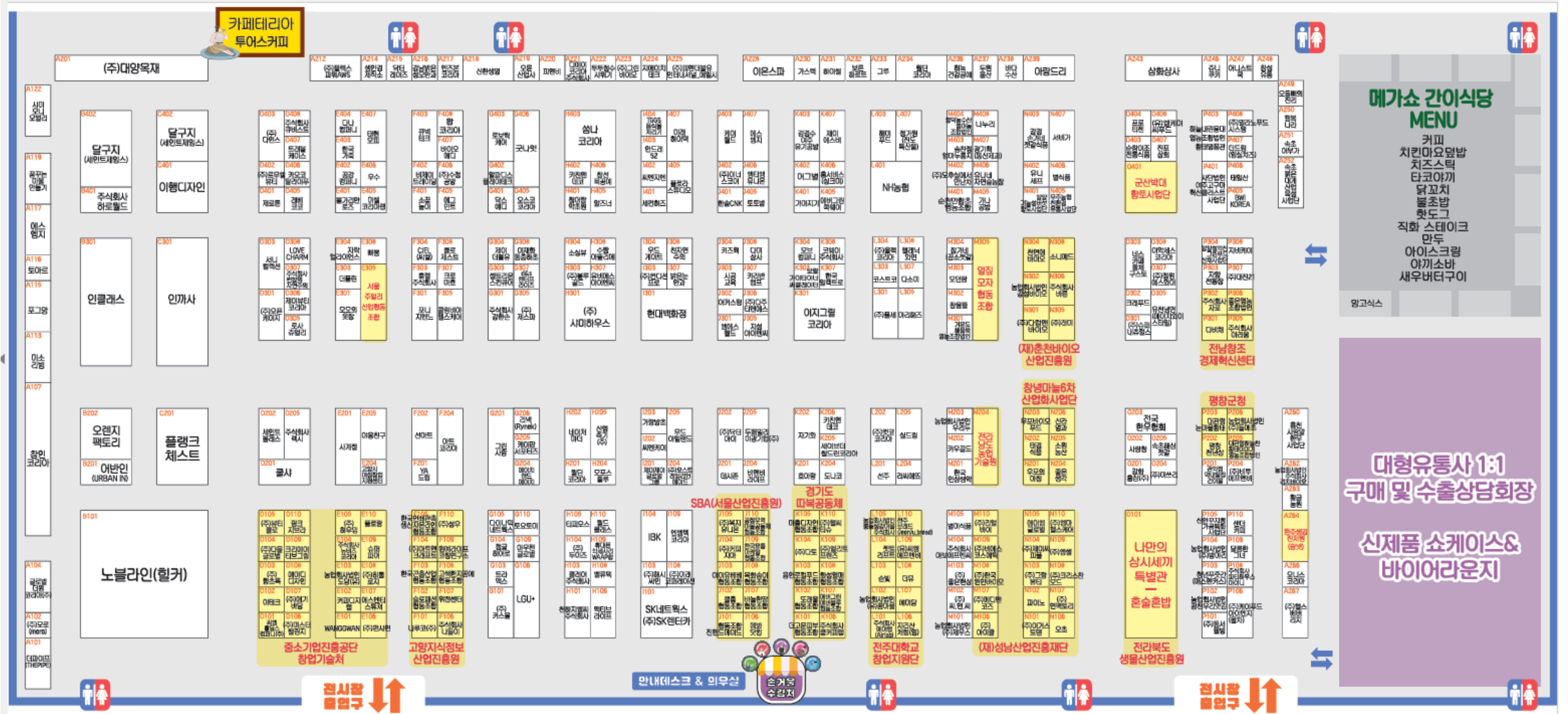
홈인테리어, 인테리어 소품,  
셀프인테리어, 패브릭, 조명, 펫, 컬처,  
파티용품, 여행 등

**Mr. 메가쇼**

생활가전, 컴퓨터/모바일 악세서리,  
IT디바이스, 스마트모빌리티, VR/드론,  
음향기기, 기타전자제품 등



## 1-2. 전시장 도면







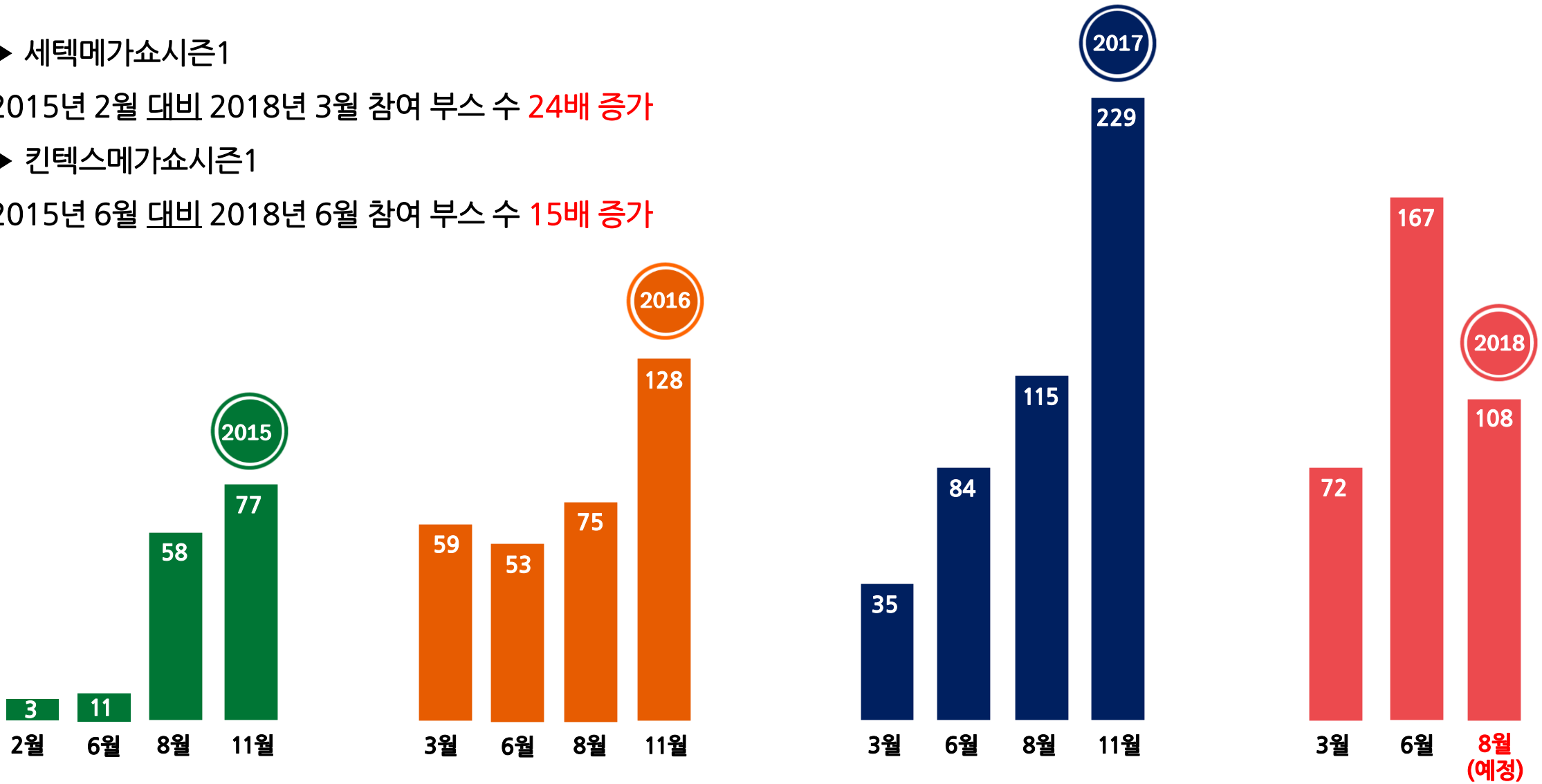
# 역대 기관 및 지자체 참가 부스 수 현황

▶ 세텍메가쇼시즌1

2015년 2월 대비 2018년 3월 참여 부스 수 **24배 증가**

▶ 킨텍스메가쇼시즌1

2015년 6월 대비 2018년 6월 참여 부스 수 **15배 증가**



## 2. 대형유통사 1:1 구매 및 수출 상담회

### 2-1. 상담회 개요 및 목적

- 일 시 : 2018. 06. 14(목) ~ 06. 15(금)
- 장 소 : 일산 KINTEX 제2전시장 7·8홀 內 구매 및 수출 상담회장
- 상담 규모 : 대형유통사 54개사, 참여 MD 총 104명
  - ▷ 구매상담회(내수판로 목적) - 33개사
  - ▷ 수출상담회(수출 목적) - 21개사
- 상담 세션 : 총 736건 상담세션
- 상담거래액: 280억원
- 참가 대상 : 메가쇼 참가기업 142개사(메가쇼 전체 참가사 중 약 35%참여)

### ※ 구매 및 수출 상담회 추진 목적 ※

- ▷ 메가쇼 참가기업 대상으로 대형 유통사와의 실질적인 계약 성사 및 판로 개척 기회제공
- ▷ 제품 소싱에 대한 실패 확률을 최소화한 테스트 마켓의 역할
- ▷ 중소기업에게 내수 판로개척 및 수출 기회 제공
- ▷ 참가기업의 우수한 제품을 선정하여 구매 담당 MD에게 가장 적합한 제품 연결
- ▷ 참가기업에게 B2B와 B2C가 융합된 복합 플랫폼 제공
- ▷ 기업의 내수판로 확보 혹은 수출을 위하여 보완해야 할 점 등에 대해 공유
- ▷ 대형 유통사와의 장기적 비즈니스 네트워킹 형성 기회 마련

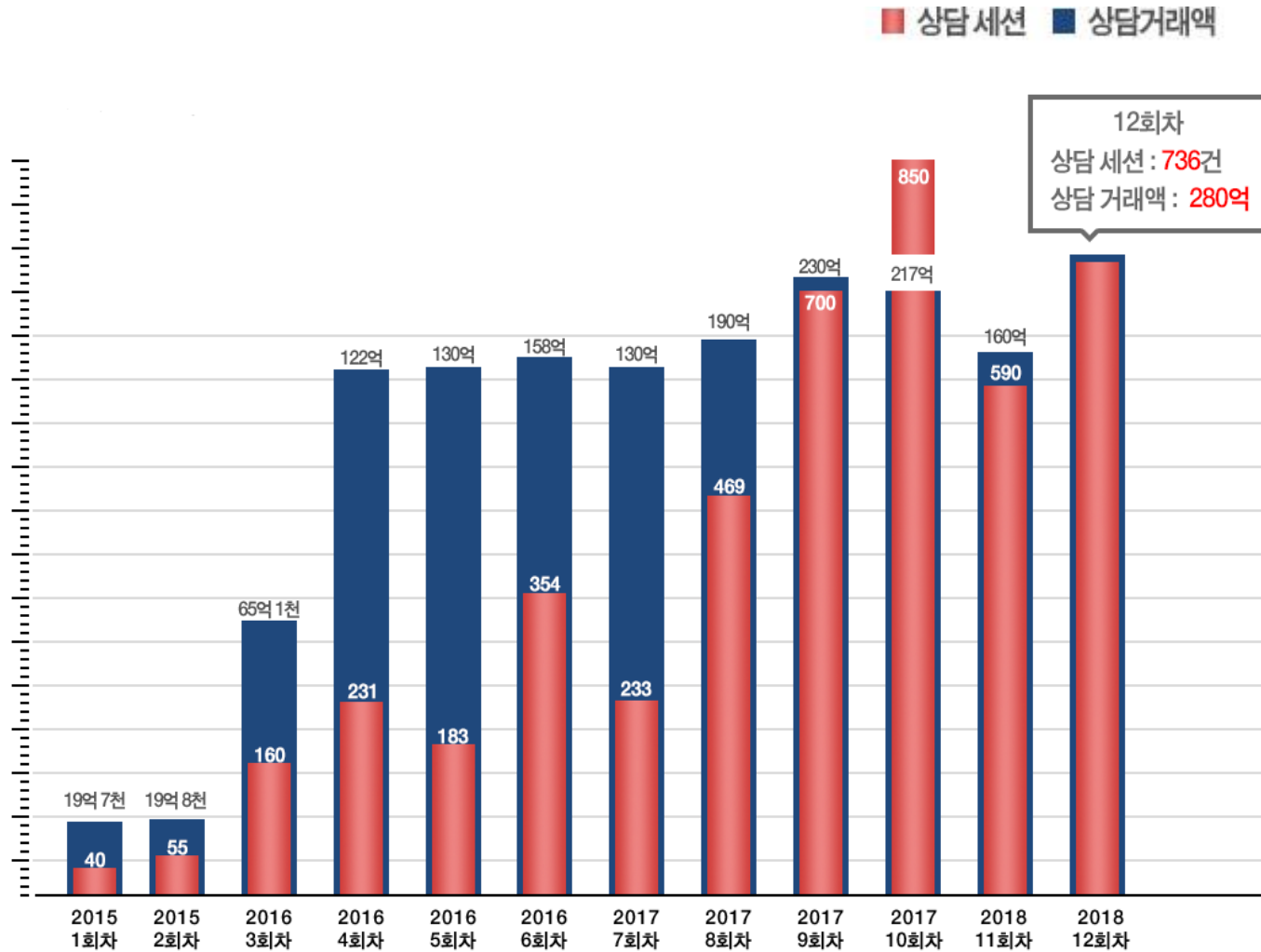




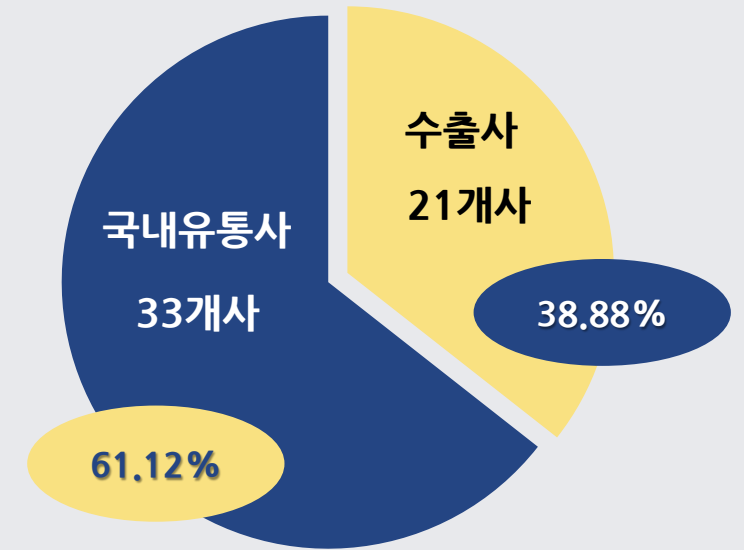
세텍메가쇼 2017 시즌2 <1:1 구매상담회> _ 9회차 결과			메가쇼 2017 시즌2 <1:1 구매 및 수출 상담회> _ 10회차 결과			
8월	일 시	2017.8.24(목) ~ 25(금), SETEC 2전시장		일 시	2017.11.16(목) ~ 17(금), KINTEX 7홀·8홀	
	개최규모	유통사 49개사, MD 70명 참석		개최규모	유통사 48개사, MD 90명 참석	
	상담결과	참가기업수	130개사 참가	상담결과	참가기업수	159개사 참가
		상담세션	총 700건 상담진행		상담세션	총 850건 상담진행
상담거래액		230억원 달성	상담거래액		218억원 달성	
세텍메가쇼 2018 시즌1 <1:1 구매 및 수출 상담회> _ 11회차 결과			메가쇼 2018 시즌1 <1:1 구매 및 수출 상담회> _ 12회차 결과			
3월	일 시	2018.3.15(목) ~ 16(금), SETEC 1전시장		일 시	2018.6.14(목) ~ 15(금), KINTEX 7홀·8홀	
	개최규모	유통사 47개사, MD 56명 참석		개최규모	유통사 54개사, MD 104명 참석	
	상담결과	참가기업수	95개사 참가	상담결과	참가기업수	142개사 참가
		상담세션	총 590건 상담진행		상담세션	총 736건 상담진행
상담거래액		160억원 달성	상담거래액		280억원 달성	

## II. 메가쇼 2018 시즌 1 결과보고

### ▶ 역대 구매 및 수출 상담회 결과 도표(총 12회차)



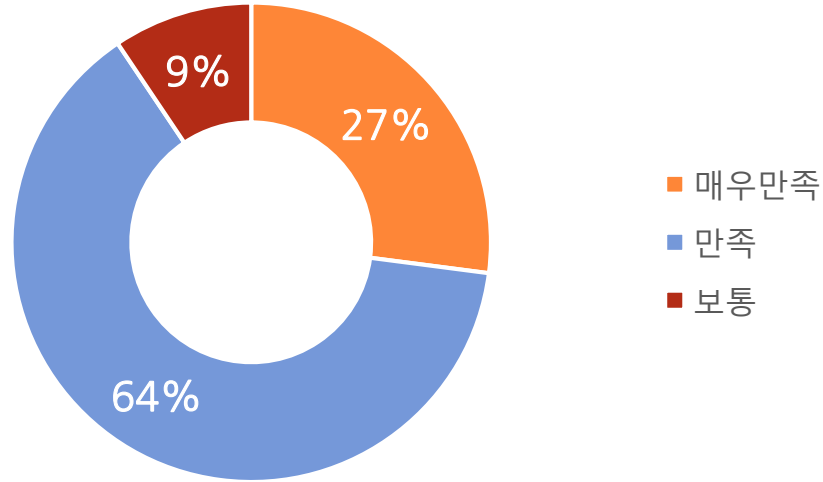
### ▶ 12회차 참여 유통사 및 수출사 비율



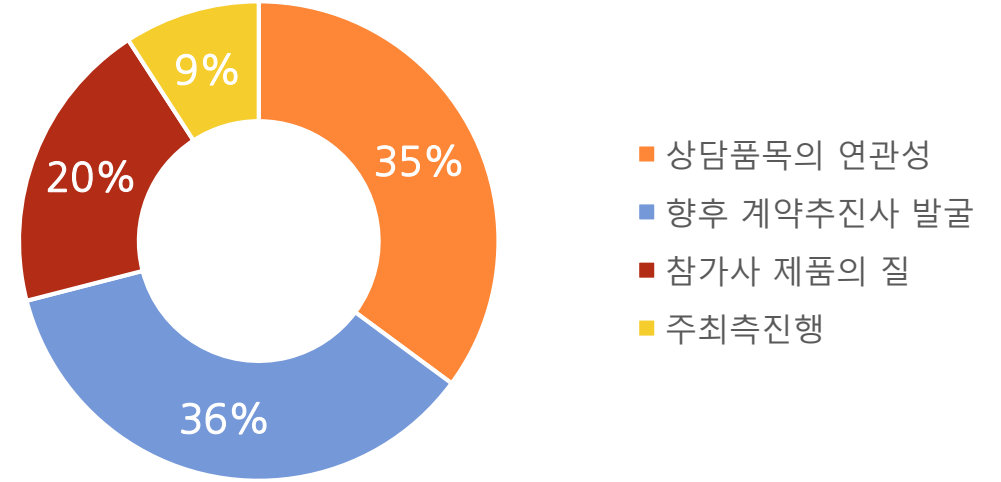
12회차 구매 및 수출상담회는 유통사 54개사, 104명의 MD가 참석한 역대 최대 규모였습니다. 국내 내수 판로 목적의 유통사 33개사와 수출을 목적으로 하는 수출사 21개사 대상으로 메가쇼 참가기업의 우수한 제품을 매칭하였으며, 서로가 원하는 품목을 고려한 덕분에 유통사와 참가기업 모두의 니즈를 충족시키는 성공적인 B2B 상담회로 마무리하였습니다.

차후에는 유통사 및 수출사의 규모 확대와 더불어 중소기업들의 내수 판로 및 해외 진출을 함께 고민하고 다양한 채널을 모색하여 진행될 것입니다.

## ▶ 참여 MD 만족도 조사결과



## ▶ 참여 MD 상담 평가 조사결과

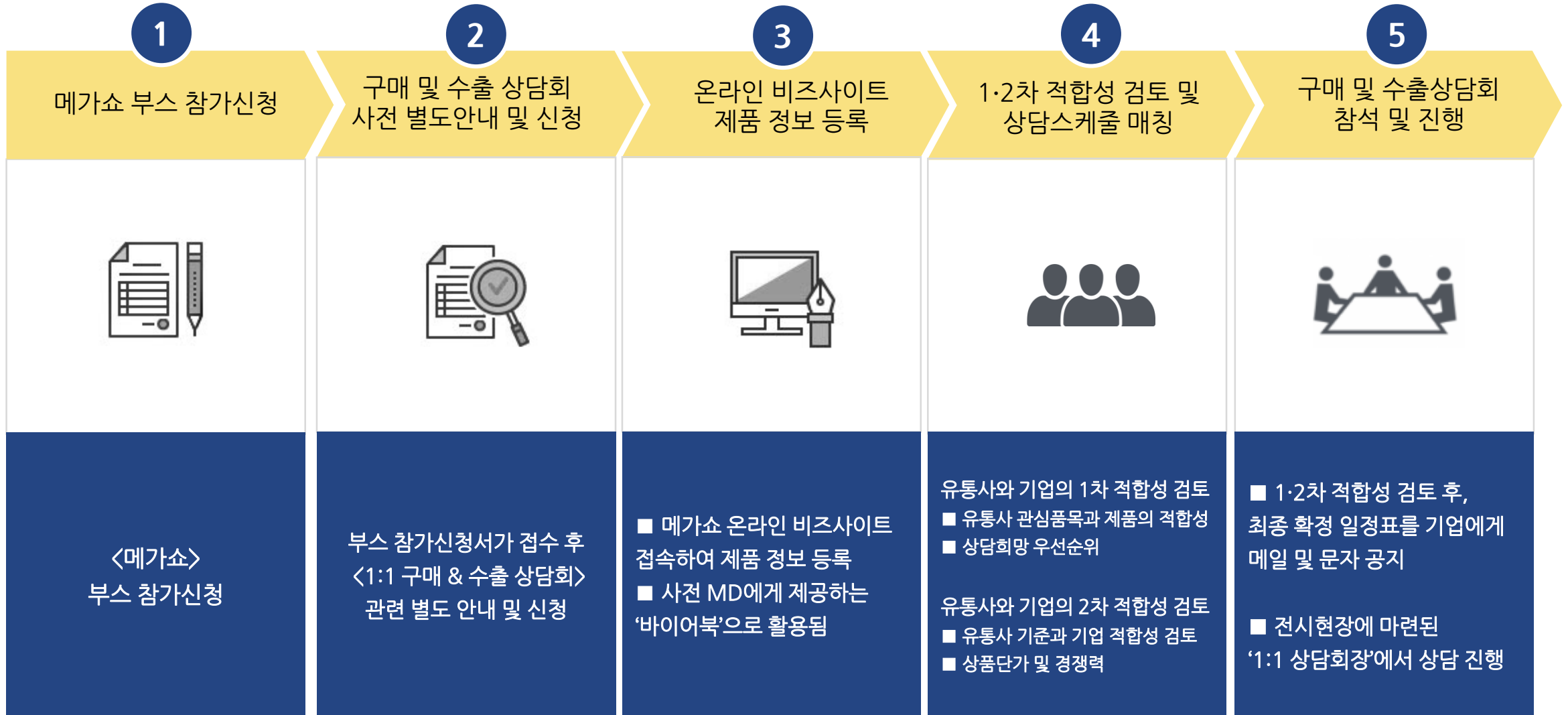


### 참여 MD의 만족도 91%, 왜?

- 참여MD의 주력 품목에 맞는 참가기업 매칭으로 실효성 있는 상담 진행
- 8만 명의 소비자 반응을 미리 볼 수 있는 최적의 장소
- 테스트 마켓 제공 및 소싱 리스크를 최소화 할 수 있는 최적의 전시
- 리빙, 생활, 주방, 식품, 뷰티, 패션 등 다양한 소비재 품목을 한자리에서 확인하고 트렌드를 파악할 수 있는 기회

### 향후 계약 추진을 및 상담품목의 연관성이 높은이유?

- 장기적 비즈니스 파트너로 성장할 강소기업을 만날 수 있는 기회의 장소
- 사전 정보 공유를 통해 실질적인 상담 성과 도출까지의 시간 최소화
- 현장 상담 및 전시 동시 진행으로 기업의 특징을 살린 '자사 부스'를 함께 보여 줄 수 있으며 짧은 시간 안에 실질적인 상담 가능
- 일반 소비자에게 제품에 대한 반응을 직접 MD가 현장에서 확인 할 수 있는 기회의 장



## 2-4. 구매 및 수출상담회 시간표(매칭테이블) \_ 6월 14일 ~ 15일

## 1. 메가쇼 2018 시즌 1 결과보고

# 구매상담회 - 14일(목) 일정표

## 메가쇼 2018 시즌 1 동시개최 대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회



유형사 시간	14일(목) 10:30-10:56	14일(목) 11:05-11:30	14일(목) 11:40-12:05	14일(목) 12:15-12:30	14일(목) 14:00-14:25	14일(목) 14:35-15:00	14일(목) 15:10-15:35	14일(목) 15:45-16:10	14일(목) 16:20-16:45	14일(목) 16:55-17:20
유형사	14일(목) 10:30-10:56	14일(목) 11:05-11:30	14일(목) 11:40-12:05	14일(목) 12:15-12:30	14일(목) 14:00-14:25	14일(목) 14:35-15:00	14일(목) 15:10-15:35	14일(목) 15:45-16:10	14일(목) 16:20-16:45	14일(목) 16:55-17:20
시간	10:30-10:56	11:05-11:30	11:40-12:05	12:15-12:30	14:00-14:25	14:35-15:00	15:10-15:35	15:45-16:10	16:20-16:45	16:55-17:20
업체명	14일(목) 10:30-10:56	14일(목) 11:05-11:30	14일(목) 11:40-12:05	14일(목) 12:15-12:30	14일(목) 14:00-14:25	14일(목) 14:35-15:00	14일(목) 15:10-15:35	14일(목) 15:45-16:10	14일(목) 16:20-16:45	14일(목) 16:55-17:20

# 구매상담회 - 15일(금) 일정표

유형사 시간	15일(금) 10:30-10:56	15일(금) 11:05-11:30	15일(금) 11:40-12:05	15일(금) 12:15-12:30	15일(금) 14:00-14:25	15일(금) 14:35-15:00	15일(금) 15:10-15:35	15일(금) 15:45-16:10	15일(금) 16:20-16:45	15일(금) 16:55-17:20
유형사	15일(금) 10:30-10:56	15일(금) 11:05-11:30	15일(금) 11:40-12:05	15일(금) 12:15-12:30	15일(금) 14:00-14:25	15일(금) 14:35-15:00	15일(금) 15:10-15:35	15일(금) 15:45-16:10	15일(금) 16:20-16:45	15일(금) 16:55-17:20
시간	10:30-10:56	11:05-11:30	11:40-12:05	12:15-12:30	14:00-14:25	14:35-15:00	15:10-15:35	15:45-16:10	16:20-16:45	16:55-17:20
업체명	15일(금) 10:30-10:56	15일(금) 11:05-11:30	15일(금) 11:40-12:05	15일(금) 12:15-12:30	15일(금) 14:00-14:25	15일(금) 14:35-15:00	15일(금) 15:10-15:35	15일(금) 15:45-16:10	15일(금) 16:20-16:45	15일(금) 16:55-17:20

2-5. 구매 및 수출상담회 참여 유통사(15년도-18년도)

▶ 구매상담회 참여 유통사



2-5. 구매 및 수출상담회 참여 유통사(15년도-18년도)

▶ 수출상담회 참여 유통사



### 3. 신제품 쇼케이스 & 바이어 라운지

3-1. 바이어라운지 · 쇼케이스 바이어 라운지에 **참가기업의 제품을 전시**하여, 3만여명의 바이어를 타겟으로 효과적인 제품 홍보 효과와 맞춤형 비즈니스 기회 제공

- 장 소 : 일산 KINTEX 제2전시장 7·8홀 內 구매 및 수출 상담회장
- 참여업체 : 총 150개사 참여

바이어 타겟 노출을 통한 효과적인 참가기업 제품 홍보와 비즈니스 기회 극대화

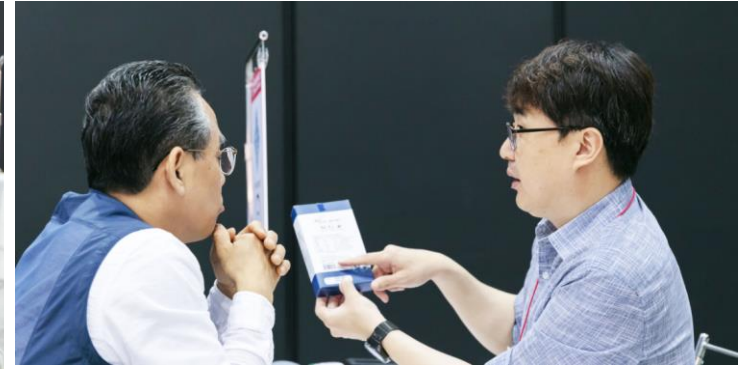
쇼케이스 전시를 통한 바이어의 부스 방문 유도, 실시간 현장 미팅 확대

바이어와 참가기업의 맞춤형 비즈니스의 장 제공





※ 구매 및 수출 상담회 참고 사진



※ 신제품 쇼케이스 참고 사진



## 4. 온라인 디렉토리 “바이어북” & BIZ메가쇼

### 4-1. 온라인 디렉토리 바이어북

바이어 전용 온라인 디렉토리 “바이어북”과 메가쇼 온라인 비즈니스 페이지 “BIZ메가쇼” 를 통해 참가사의 소싱에 대한 상세 정보를 바이어에게 전시 전 미리 전달, 현장에서 효율적인 부스방문 및 실질적인 거래 성과를 도출합니다.

#### ▶ 바이어북 - 3만 5천 바이어 대상 배포

신제품 쇼케이스와 바이어라운지 등 현장에서 제공되는 바이어 대상 프로그램 및 실제 소싱을 위하여 필요한 참가사 정보를 상세하게 수록

바이어들이 전시기간 중 참가사의 제품들을 미리 확인하고 현장에서 실질적인 거래상담이 가능함

URL : <http://www.ad-maker.co.kr/Qu9hLgm>

The screenshot shows the online directory interface. On the left, there's a red header with '신제품 쇼케이스 & 바이어 라운지' and '대형 유통사 1:1 구매 및 수출 상담회'. Below it, a text block describes the services: '전시현장 내 바이어라운지에서는 주요 참가사 200개 사의 신제품 샘플 전시 신제품 쇼케이스와 구매 및 수출상담회가 동시 진행됩니다. 또한 편안한 소싱을 위하여 현장에 방문하신 바이어분들께 무료 식음료 서비스를 제공하고 있습니다.' A floor plan labeled 'FLOOR PLAN' shows the layout of the exhibition hall with various booths like '메가리빙쇼', '메가뷰티관', '메가라이프', '메가푸드쇼', and '간이식당'. A red callout box highlights '바이어라운지 & 신제품쇼케이스' and '대형유통사 1:1 구매상담회장'. At the bottom, there's a 'FREE COFFEE COUPON' graphic.

The screenshot shows a product listing for '농업회사법인 강성바이오' (Agriculture Company Gyeongseong Bio) at booth N301. The listing includes a title '바이어북 주요 수록 정보' and a subtitle '종업원 수, 업력, 주력 판매채널, 사업형태, 제품단가/타겟 및 제품 상세정보'. Below this is a table of products:

품목	제품명	출시일	단가	주요 타겟 고객
발효현미	발효꽃현미	2016-04	7,000	30/40 주부
발효귀리	발효꽃귀리	2016-05	7,000	30/40 주부

Below the table, there's a '참가기업정보' (Company Information) section with the following details:

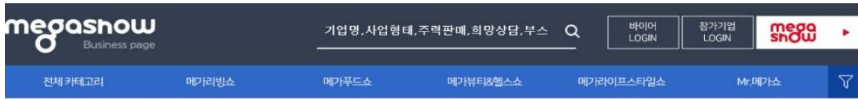
- 회사명: 농업회사법인 강성바이오
- 종업원 수: 5명 이상 10명 미만
- 업력: 5년 이상 10년 미만
- 주력 판매채널: 오픈마켓
- 사업형태: 제조
- 전년도 매출액: 5억 미만

On the right side of the listing, there's a promotional image for '발효꽃현미' (Fermented Flower Milled Rice) with the text: '소중한 가족에게 발효꽃현미로 맛과 건강을 선물하세요.' and '국내산 현미에 20여가지 영양식품에서 얻은 천연 발효 효미입니다.'

## 4-2. BIZ메가쇼

메가쇼 참가기업과 바이어를 대상으로 운영되는 메가쇼 비즈니스 페이지 "BIZ메가쇼"에서 참가기업 바이어북 정보를 제품 썸네일과 함께 편리하게 확인할 수 있으며 바이어 소싱 편리를 위한 다양한 기능을 활용할 수 있습니다

### ▶ BIZ메가쇼



#### 참가사 제품 소싱 정보

전체카테고리 메가리빙스 메가푸드스 메가뷰티&헬스스 메가라이프스타일스 Mr.메가쇼 | 더 보러 가기 >

**메가리빙스**  
(주)이너스코어

주요사업분야: 수입유통  
주력제품: 내추럴컷, 케미후, 큐시콜

**메가뷰티&헬스스**  
(주)에디앤코즈

주요사업분야: 제조  
주력제품: 실리프팅 이브마스 크림 1EA, 이브코

**메가뷰티&헬스스**  
주식회사 함사랑

주요사업분야: 온라인소싱을 운영  
주력제품: 필리 플로랄 샴푸, 자로토 스킨케어

**메가뷰티&헬스스**  
피프스 센스

주요사업분야: 제조  
주력제품: 플로랄 샴푸 500ml 12종, 클로

**메가푸드스**  
지리산차림(영)

주요사업분야: 제조  
주력제품: 찌막는생물기름50ml

**메가뷰티&헬스스**  
(주)리얼라이즈컴퍼니

주요사업분야: 수입유통  
주력제품: 코코넛 바디오일, 힐링 바디워시 5

**메가푸드스**  
(주)알라노푸드시스템

주요사업분야: 도매유통  
주력제품: 밀라노 토마토박, 이, 밀라노 크림떡

**메가푸드스**  
농협회사법인(주)제우스

주요사업분야: 제조  
주력제품: 새콤달콤 감귤즙, 바삭달콤 사과즙



#### 메가리빙스 (주)이너스코어

##### 지난 회차 참가기업

중입원수	10명 이상 30명 미만
업력	1년이상 5년미만
주력판매채널	백화점
사업형태	수입유통
전년도 매출액	5억이상 30억미만
희망상당채널	매세몰, 백화점, 오프라인매장, 편집샵
유통현황	롯데, 현대, 신세계백화점, CJ, 홈, 현대몰, GS물동
상당요청내용	입점문의

✉ 메시지 보내기   🛒 참가기업 담기   📄 리스트 보기

#### 상당요청 및 주력제품

NO	품목	제품명	출시일 (년-월)	제품단가	주요타겟고객
01	캄포도마	내추럴컷	2017-05	119000	프리미엄주부
02	캄포도마	케미후	201401	129000	프리미엄주부
03	캄포도마	큐시콜	201401	159000	프리미엄주부

#### 제품상세소개



#### ▶ 참가사소싱정보실시간확인

- 바이어북이 가장 먼저 업데이트 되는 채널로 최신 참가기업 정보를 실시간으로 확인 가능
- URL : [biz.megashow.co.kr](http://biz.megashow.co.kr)

#### ▶ 메시지발송기능

- 바이어는 소싱을 목표로 하는 참가사 담당자에게 메시지를 발송하여 기본정보교환 및 현장미팅 일정을 사전에 확정 가능

- 참가사는 바이어와 약속된 시간에 제품 시연 활동 및 현장 소비자 반응을 보여줄 수 있음 → 바이어의 소싱리스크를 최소화함으로써 높은 거래 성사율 도모

#### ▶ 참가기업담기

- '참가기업 담기' 버튼으로 현장에서 만나보아야 할 기업만 별도로 **리스트업 가능**
- 많은 참가기업 중 관심있는 기업만 볼 수 있어 소싱 편리성 제고

## 4-3. 바이어 프로모션

### ▶ Biz 메가쇼



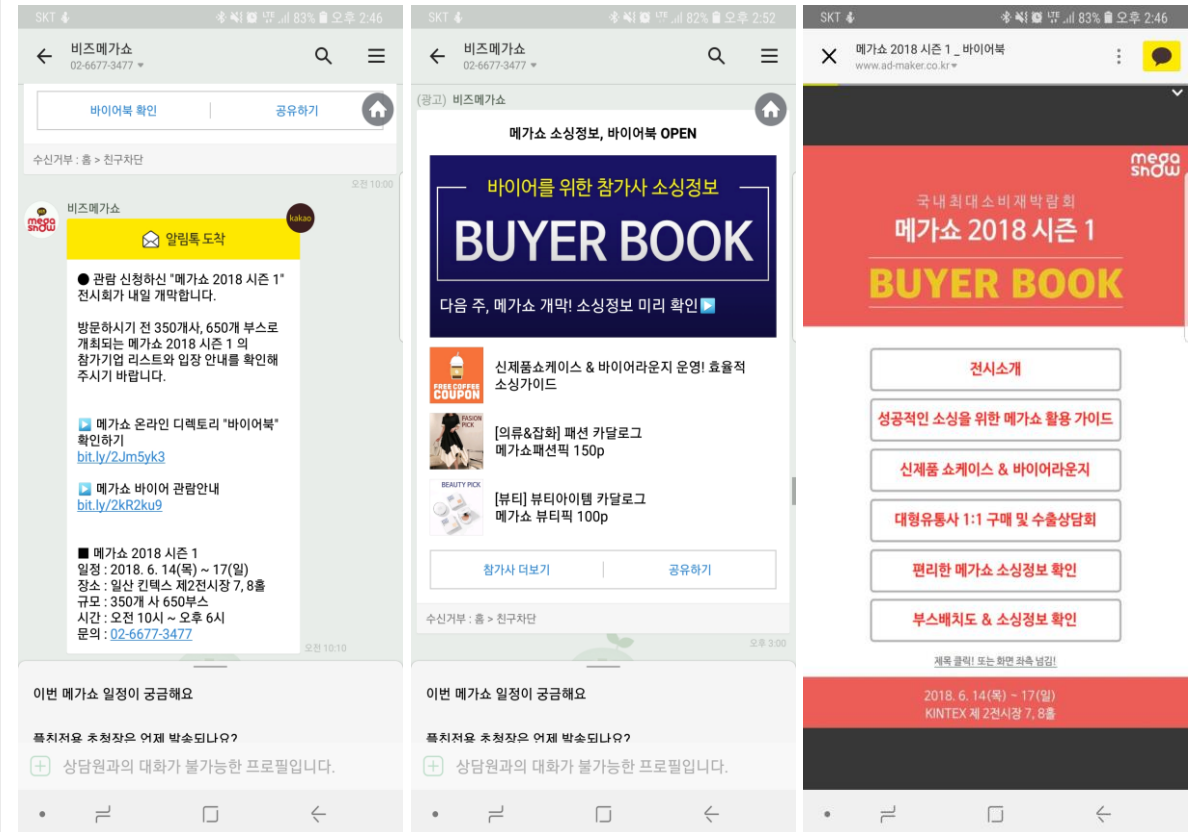
#### 참가사 제품 소싱 정보



3만5천여 명의 바이어 회원 대상  
메가쇼 비즈니스 페이지  
“비즈메가쇼” 홍보,  
총페이지뷰 1,597,315건

### ▶ 카카오 알림톡 발송

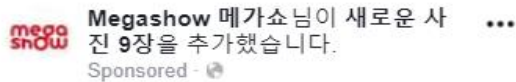
메가쇼에 등록된 3만5천여 명의 바이어 및 B2메가쇼 플러스친구 대상  
카카오알림톡으로 모바일 바이어북 및 쇼케이스 & 라운지 안내 발송



4-3. 바이어 프로모션

▶ 페이스북 채널 온라인 홍보

타겟 바이어 대상 페이스북 홍보 진행



국내 최대 소비재박람회 메가쇼, 6.14(목) ~ 17(일), 일산 킨텍스 7, 8 홀에서 개막! 매출을 올려줄 아이템 소싱을 위한다면 방문 필수! 방문 전 바이어로 사전등록하고 3가지 전용 혜택을 놓치지 마세요.

■ 바이어 사전등록 [goo.gl/iA5xqT](http://goo.gl/iA5xqT)

<바이어를 위한 3가지 혜택>

- 1. 온라인 디렉토리 "바이어북" 제공... 더 보기



1만 바이어가 방문하는 소싱의 메가, "메가쇼" 6월 14일(목) ~ 17일(일), 킨텍스 7, 8홀에서 개최! 바이어 사전등록하고 3가지 혜택 받기

[bit.ly/2spP3g3](http://bit.ly/2spP3g3)

- 메가쇼 바이어 사전등록 혜택
- 1. 참가기업 온라인디렉토리 (바이어 특별 한정 제공)
- 2. 200개사 신제품 쇼케이스
- 3. 바이어라운지 무료식음료 서비스

■ 국내 최대 규모의 소비재박람회 <메가쇼 2018 시즌 1> - 6. 14 ~ 17, 일산 킨텍스 제2전시장 7, 8홀 - 리빙, 푸드, 뷰티, 헬스, 라이프스타일, Mr.메가쇼

- 특별전시: 메가뷰어쇼, 메가뷰티관, 메가패션관, 메가일렉쇼

사전등록하고 바이어 전용등록대 통해 무료입장!

[bit.ly/2spP3g3](http://bit.ly/2spP3g3)



▶ 메가쇼 바이어 이메일 발송

3만 5천여 메가쇼 바이어 대상 이메일 발송



## 5. 메가쇼 PICK 시리즈

### 5-1. 메가쇼 PICK

기업정보 및 제품 정보를 모바일북으로 제작하여 관람객 관심사 및 제품 구매 시 실제로 필요로 하는 정보를 관람객의 시각에서 재구성하여 사전 노출함으로써 참가사 제품 브랜딩 극대화 및 관람객 사전 흥미 유발

#### ▶ 메가쇼 뷰티픽

참가사별 제품정보를 한눈에 파악할 수 있도록 구성할 뿐 아니라 기업이 흔히 사용하는 친편일률적이고 어려운 제품 설명 대신 실제 화장품 구매 시 자주 쓰이는 단어를 사용하여 보다 친숙하게 접근하고 흥미를 유발함

MEGASHOW'S BEAUTY PICK

부스 D105

뷰티클로

자세히 보기

부스 D105

뷰티클로

자세히 보기

건성

남녀모두

365

사계절

노니 프레쉬 밸런스 스킨토너

자세히 보기

알라에 센텔라 베라젤

자세히 보기

베베클로 보들보들 아토크림

자세히 보기

순수 살구씨 딥 클렌징 오일

자세히 보기

가격정보 14,500원

노니 프레쉬 밸런스 스킨토너

#속건조탈출  
#노니항산화에너지  
#민감성피부명탐  
#수부지 #갯성비템 #긴급진정팩  
#뉘토추천 #7스킨용찰떡  
#화장대 #필수템

고보습   피부진정   항산화  
약산성   무알콜   저자극

#### ▶ 메가쇼 패션픽

패션/잡화 제품 특성에 맞추어 가격, 색상정보 및 사진자료를 최대한 활용 참가사별 주력제품을 한번에 확인할 수 있는 페이지와 기업소개 페이지를 함께 구성

MEGASHOW'S FASHION PICK

부스 D301

오픈케이지

세계가 사랑하는 디자이너 브랜드,  
독보적 감각의 페미닌 부티크 오픈케이지

MEGASHOW'S FASHION PICK

부스 D301

오픈케이지

세계가 사랑하는 디자이너 브랜드,  
독보적 감각의 페미닌 부티크 오픈케이지

sera mix OPS   chamb ribbon PT   darin stripe bustier, darin stripe PT

자세히 보기   자세히 보기   자세히 보기

some pompom OPS   multy straw JK

자세히 보기   자세히 보기

sera mix OPS

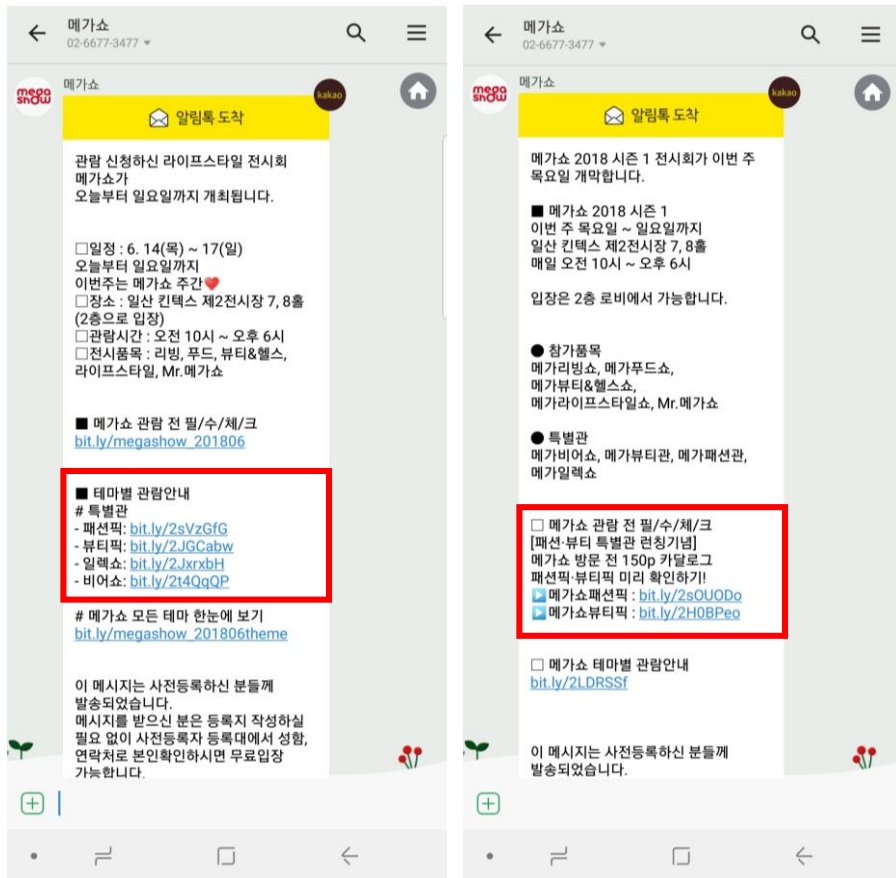
가격 : 8만원대  
색상 : 네이비

## 5. 메가쇼 PICK 시리즈

### 5-2. PICK 프로모션

#### ▶ 관람객 대상 카카오톡 알림톡

관람객에게 Direct로 발송되는 카카오톡 알림톡을 통한 관람안내 발송 시 뷰티픽&패션픽 직접 노출 및 테마별 관람안내 페이지에 동시노출, 35만 사전등록자 대상 총 3회 발송



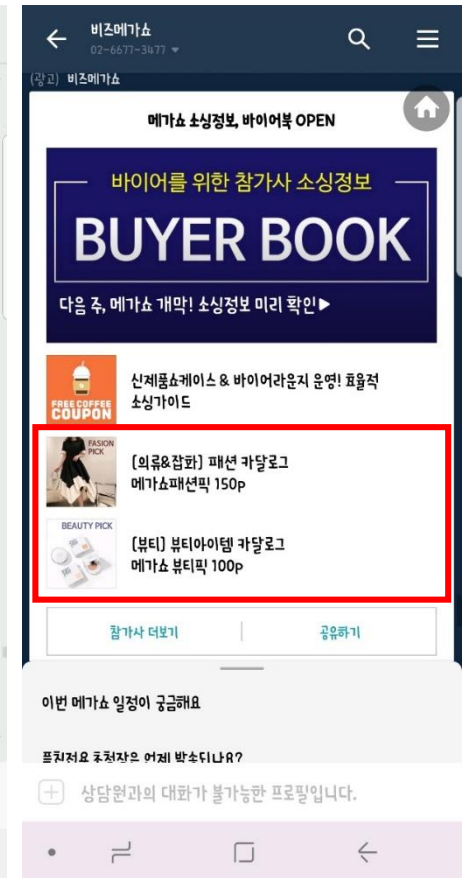
〈카카오톡 알림톡〉

#### ▶ 플러스친구 (관람객 & 바이어)

메가쇼 및 비즈메가쇼(바이어) 등록된 플러스친구 대상으로 PICK 시리즈 홍보 이미지와 함께 노출되므로 집중도가 높음



〈관람안내페이지〉



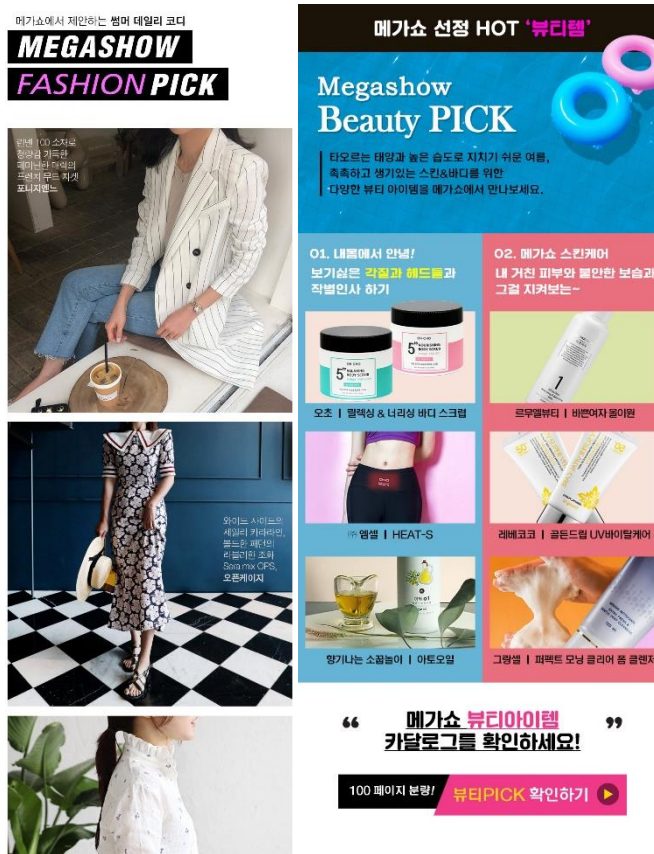
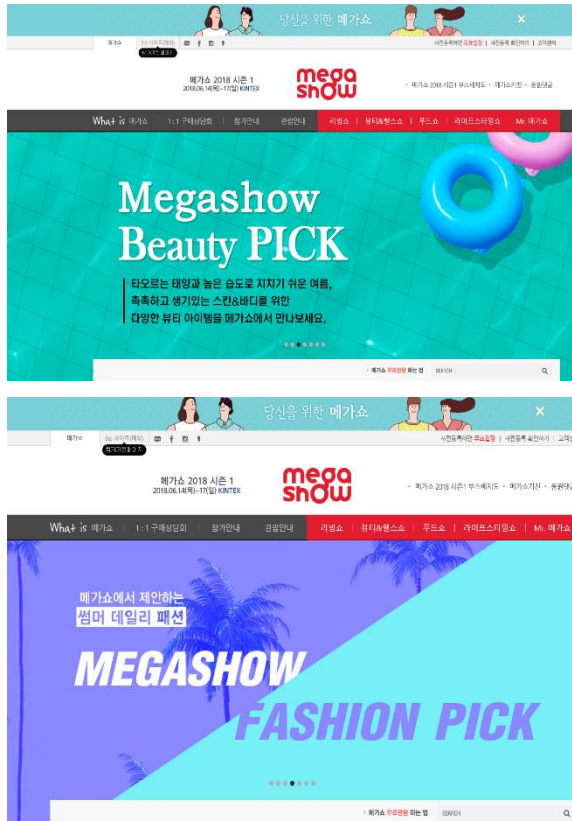


## 5. 메가쇼 PICK 시리즈

### 5-2. PICK 프로모션

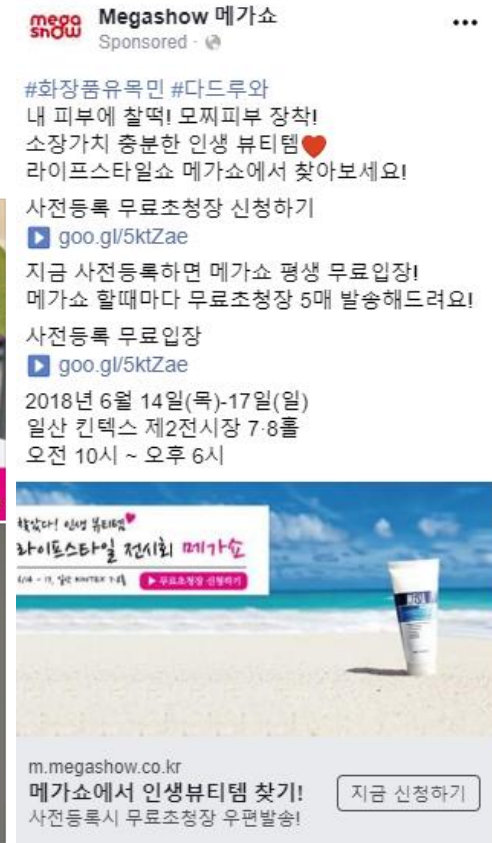
#### ▶ 메가쇼 홈페이지 노출 및 관람객 메일링 발송

PICK을 볼 수 있는 미리보기 기획페이지 제작,  
메가쇼 홈페이지 중 집중도가 가장 높은 메인 배너 노출 및 관람객 대상 메일링 발송



#### ▶ SNS채널 홍보

PICK 및 특별관 구성 내용을 타겟고객이 많이 이용하는 페이스북과 인스타그램에 홍보 진행

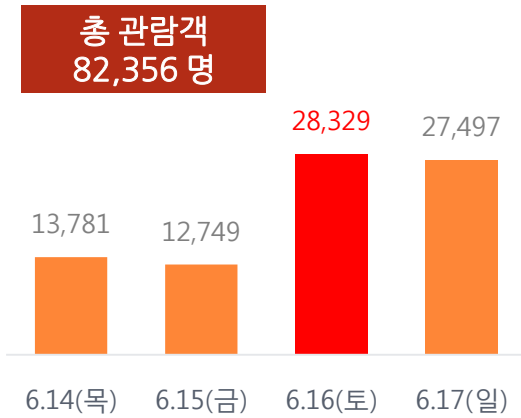


## 6. 참관객 분석

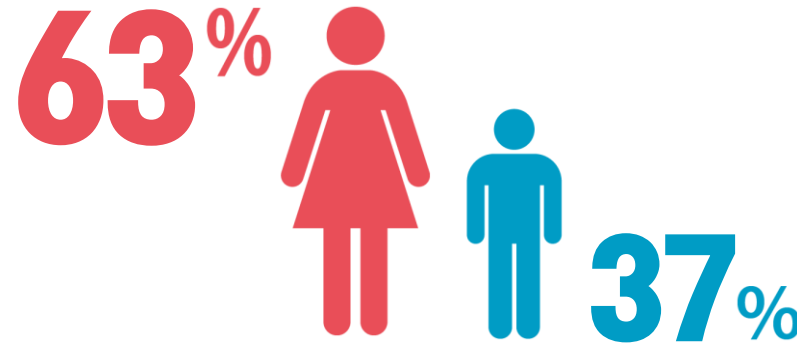
### 6-1. 일반 관람객

8만 2천여 명의 관람객 중 구매력 있는 2040 관람객이 70%를 차지하며, 이 중 과반수가 가계 소비를 주도하는 여성, 주부 관람객으로 되어있어 현 자사 제품의 경쟁력을 분석하고 시장성을 검증할 수 있는 테스트 마켓으로 활용 가능

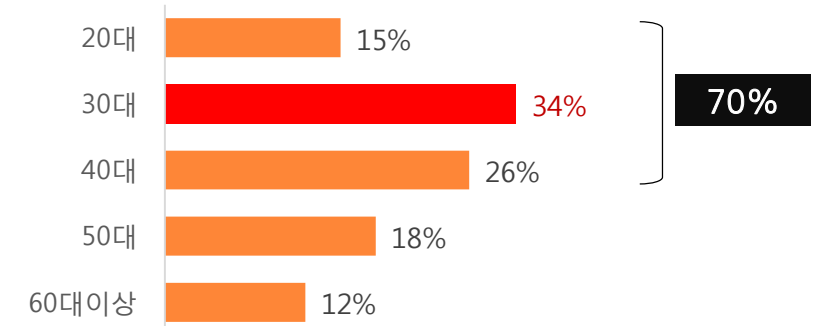
#### ▶ 일자별 관람객 방문



#### ▶ 성별 분석



#### ▶ 연령별 분석

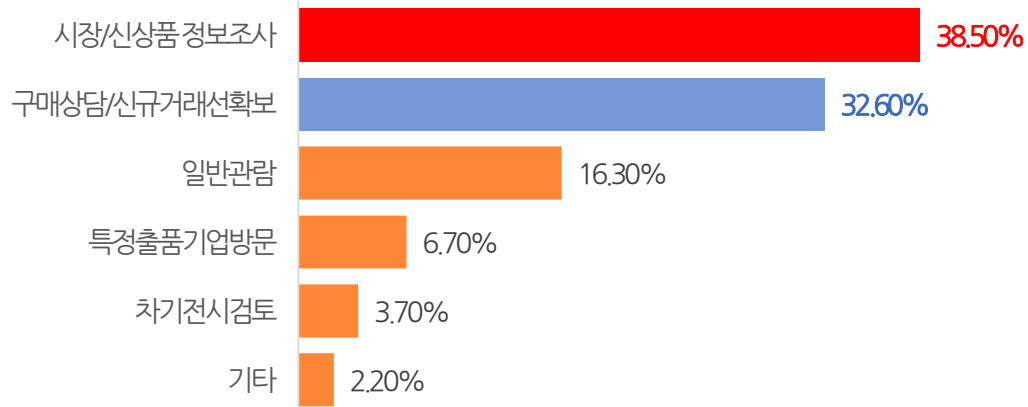


6-2. 바이어

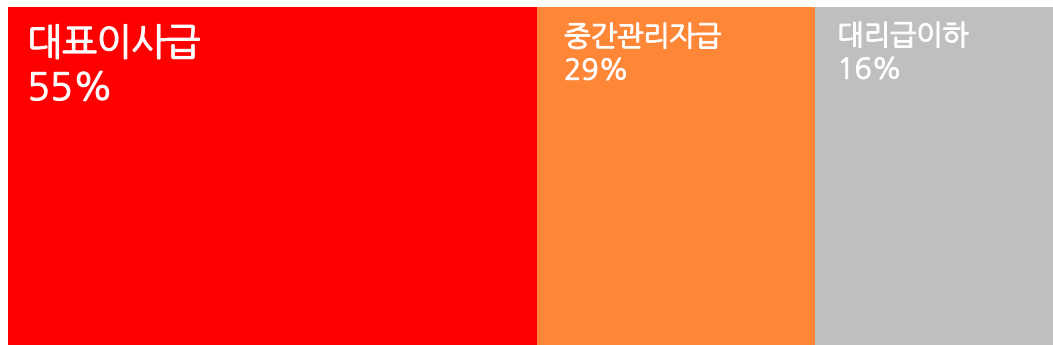
3만 5천 여명의 메가쇼 등록 바이어에게 참가기업 정보를 전달하고 있으며

1만 명의 바이어가 메가쇼에 방문하여 참가사를 직접 만나보고 제품을 소싱하고 있습니다

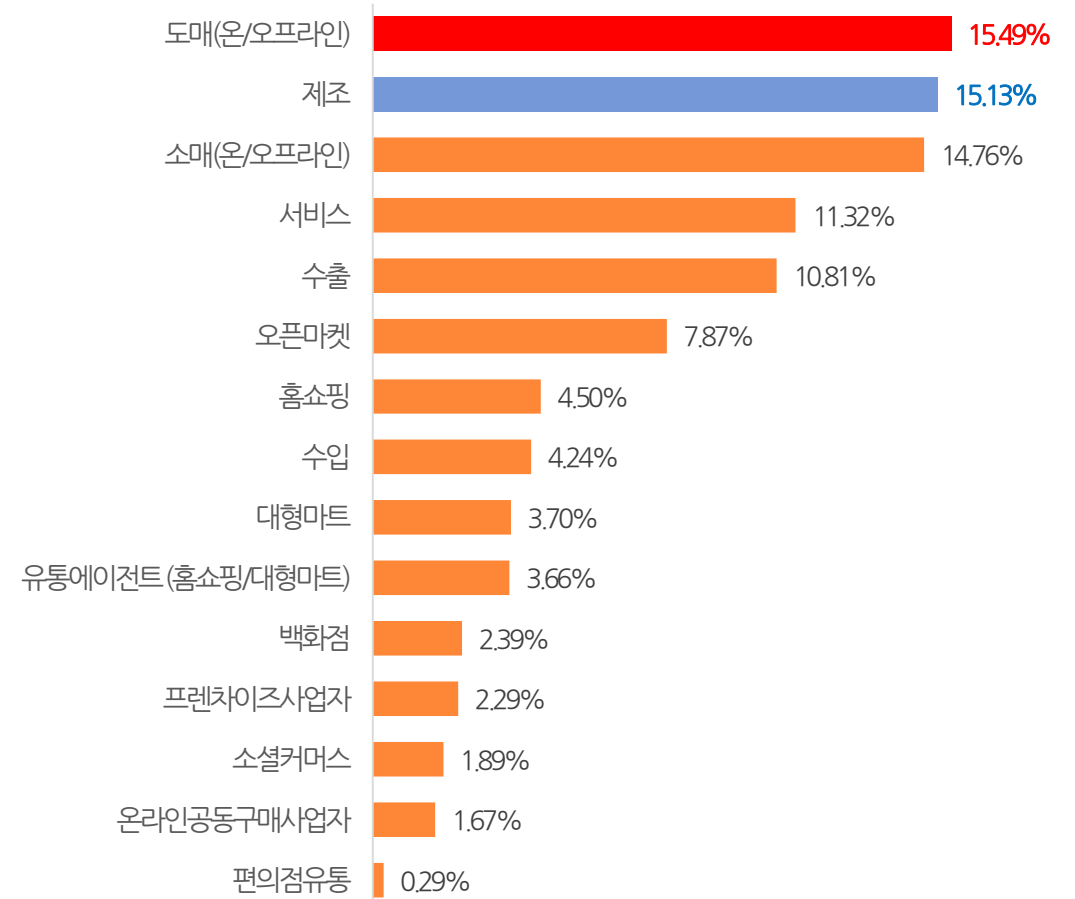
▶ 바이어 관람객 방문목적



▶ 결정권자 참관비율

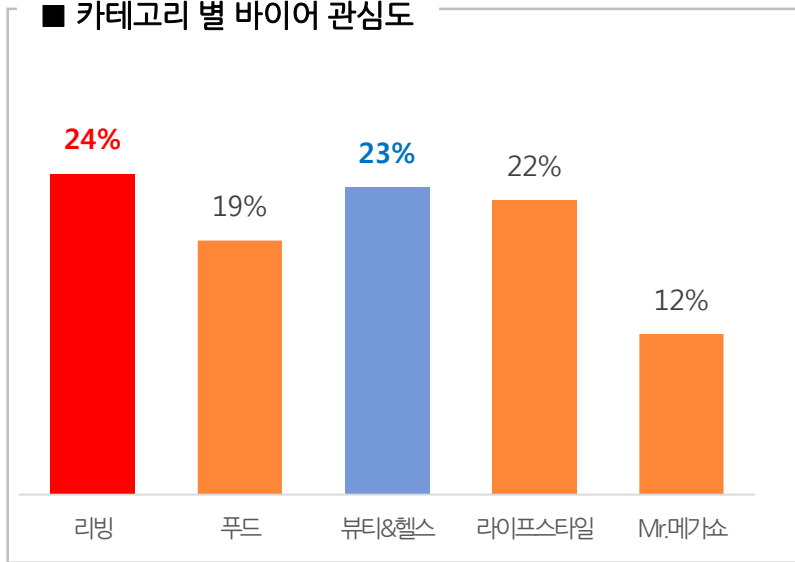


▶ 참관 바이어 주요사업분야

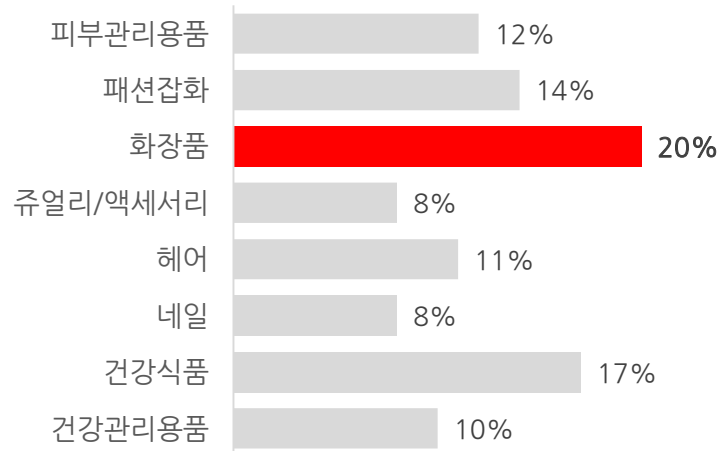


## 세부 품목 별 바이어 관심품목

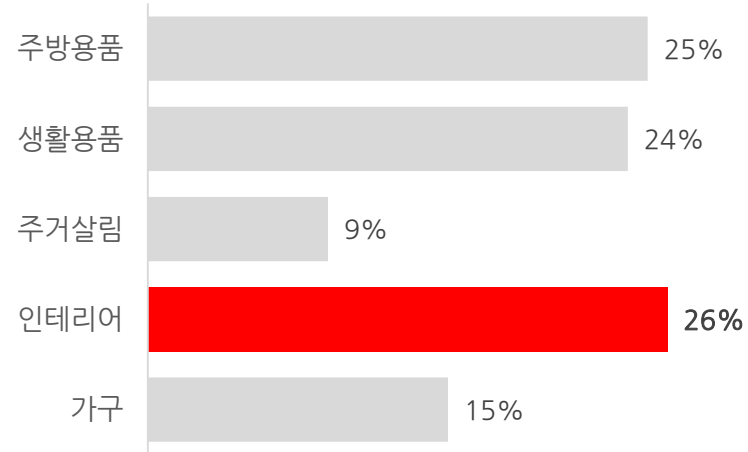
■ 카테고리 별 바이어 관심도



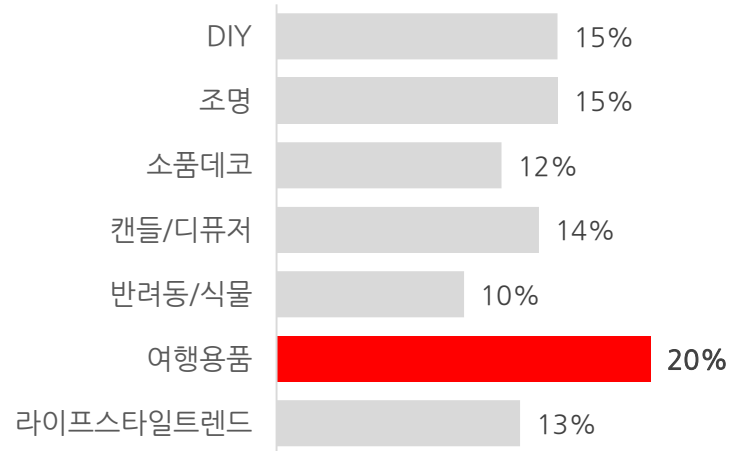
▶ 메가뷰티&헬스쇼



▶ 메가리빙쇼

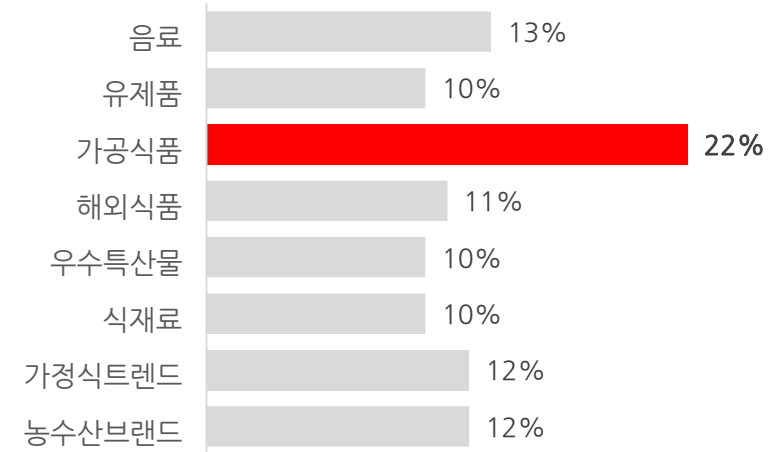


▶ 메가라이프스타일쇼

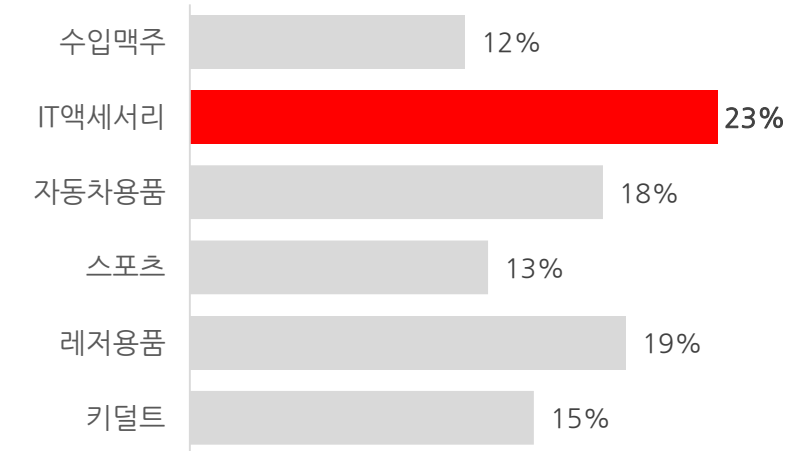


## 1. 메가쇼 2018 시즌 1 결과보고

▶ 메가푸드쇼



▶ Mr.메가쇼



CJ오쇼핑	현대홈쇼핑	GS SHOP	공영홈쇼핑	이마트	농협	(주)홈앤쇼핑	세이브존			
이랜드리테일	코레일관광개발(주)	롯데쇼핑	현대백화점	(주)위메프	NS홈쇼핑	메가마트	(주)중소기업유통센터			
신세계	BGF리테일	CJ제일제당	홈플러스	(주)이랜드리테일 김스클럽	한국우편사업진흥원	티몬	다이소몰			
롯데하이마트	교보핫트랙스	주연홈쇼핑	큐브나인	kth	아워홈	인터파크 아이마켓	카카오메이커스			
29cm	CLP	d.ST	라이프샐러드	네오비즈	TIM(주)	jwglobis	편샵	(주)에덴필드	주식회사 더블유쇼핑	기프트코리아
새로운유통	위메이커스	세도통상	서울우유협동조합	SK엠엔엠	훈컴	(주)엑심비지니스	티엔제이	(주)아크 유통사업본부	(주)빅드림	GORANI
코나아이(코나카드)	캔두코리아	카페24주식회사	지오상사	(주)한국네소날컴퍼니	(주)투썸플레이스	(주)지티엘	(주)제이아트컴퍼니	주식회사 티엔제이	(주)늘푸르다	바이오메이트
신목실업	티알앤아이	JW산업	TMD KOREA	DNG International	다니온	econ system	DBN	Mayucare Co.,Ltd	SERVEONE	가비아
주식회사 이루자	베리트리	주식회사 오코맥스	쇼인터레스트	뷰티바스켓	홈스토리	스타십벤딩머신	아이피커머스	성만엔터프라이즈	성원엔지니어링	주식회사 더엘스타
무니	술꾸러미	비밀의식탁	비숄소프트	본타코리아	바이슨	(주)씨아이그룹	다래커머스	베이비키즈	주식회사십년후에	샤이닝홈
(주)글리오	(주)두루모아	(주)라이프앤글로벌	(주)명품케이포	(주)보다나	(주)삼진	JH무역	goldpet	지니 글로벌	명화공업	만자마리&미성
대현하이텍	더블제이	태전로알무역	(주)네오비즈	(주)카노	(주)티지알앤	(주)환타스틱스	다라인	다잇수다	주식회사 스위트스팟	주식회사 더를
모빌테크	모지스	(주)세원씨엔에스	(주)신명에프앤비	누리쇼핑	누바	느린걸음	마부컴퍼니	메종드마리	송인터내셔널(주)	뮤즈코코
베이비키즈	베프	비드	주)금강산	리즈상사	리즈스토리	리호인터내셔널	바이오메이트	비케이커뮤니케이션즈	슈피겐코리아	주식회사 휴먼앤푸드
주식회사 홈가원	보광유니온	세이프인	보두리	ENALE NETWORKS	커피하우스B	AXYZ	(주)유니엠	베스트셀링	삼성물산	달고미
제이제이에스비	미소타(smile king)	백제산업	쉐누판축물	밸류	다빛테크	베리웨이	스카이몰	스케치룩	빅드림	만식슈
29cm	CLP	d.ST	라이프샐러드	네오비즈	TIM(주)	jwglobis	편샵	(주)에덴필드	주식회사 더블유쇼핑	기프트코리아

# 참가기관 우수사례

01

## 중소기업진흥공단

나흘동안 진행된 전시회장에서 성사된 바이어 대면 제품상담건수는 총 1,863건으로 그 중 긍정적으로 검토되는 상담수가 325건으로 상당한 수확을 얻었습니다. 또한 '대형유통사 1대1구매&수출상담회'를 통하여 현장에서 약 10건 정도 거래확정을 지었으며, 현재 다수의 기업이 복수의 유통사와 긍정적인 협의중에 있습니다. 업종별로 관심있는 유통사가 상이하였으나, 홈쇼핑, 이마트, 메가마트, 농협몰 등 대형 유통사 중심으로 높은 만족도를 보였습니다. 참가사 총 매출액은 약 1억2천만원정도이며, 참가사 중 패션제품인 나무시계를 출품한 기업인 미스터챌린지가 가장 훌륭한 성과를 창출했습니다. 연말까지 예상되는 총 매출액은 최소 3억 ~ 최대 7억까지 추정하고 있습니다. 만족도 조사결과 5.0만점에 4.35로 많은 유통사 바이어를 단시간내에 만날 수 있다는 점과 전시회 관람객이 많아 효율적인 제품 홍보나 시연을 통하여 현장 판매 및 홍보가 활발히 이루어졌으며, 거래제의를 하는 소비자 및 바이어를 많이 만남으로서 메가쇼의 B2B와 B2C 플랫폼에 상당한 만족감과 신뢰감을 가져간다는 답변이 주를 이루었습니다.



# 참가기관 우수사례

02

## 팜넷

메가쇼에 신규 제품으로 참여하여 정확한 매출 기여도를 산정할 수는 없으나, 다년간 메가쇼에 참가하는 입장에서 판매량은 매년 증가하고 있습니다. 4일간의 행사 결과를 분석해보았을 때, 전년도(17년도) 대비 참가한 기업의 판매량이 5~10% 이상씩 증가한 것으로 파악이 됩니다. 특히, 메가쇼 주최사무국에서 SNS홍보 마케팅을 비롯하여, 100여명의 서포터즈 운영 및 그들의 홍보활동의 역할이 두드러지게 좋은 성과로 이어졌던 부분이 크며, 그로 인해 기존 관람객의 신뢰가 회차를 거듭하며 점차 쌓여감에 따라 그에 따른, 구매율 증가도 판매량 증가의 직접적인 원인으로 분석하고 있습니다. 앞으로도 메가쇼에서 진행하는 홍보활동을 적극 이용하고 기대 성과를 달성할 수 있도록 진행하고자 합니다.



03

## 전남창조경제혁신센터

메가쇼에서 구매 및 수출상담회를 통해 상담이 약 30건 정도 이루어졌고, 참가사 중 다비채라는 업체는 우체국쇼핑 및 카카오 메이커스에 신규 입점 런칭을 준비중입니다. 전남센터 참가업체 대부분이 현장 상담을 통해 판로 연결 및 추가 개척을 진행중이며, 추후 지속적인 참가지원을 예정중에 있습니다. 이렇듯 다양한 바이어 상담을 통한 제품 품평 및 일반 관람객의 현장 제품 반응을 직접 느낄 수 있어 자사 및 타사의 제품 트렌드 등을 비교하여 파악할 수 있는 좋은 기회였습니다. 또한 현장에서 제품 홍보 및 판매가 동시에 이루어져 소매매출 부분에 대한 참여기업들의 만족도도 상당히 높았습니다.



# 참가기관 우수사례

04

## SBA 소공인특화지원센터

메가쇼에는 문래센터, 주얼리센터, 아스페뚜, 비비안골드, 마이티앤츠, 앤지배, 바이제이손 등 디자이너 수제화 업체등이 참여하여 패션관을 연출했습니다. 전시기간동안 참가사 총 매출액은 약 2,100만원으로 다양한 연령대의 참관객을 통하여 높은 현장 매출 성과를 가져갈 수 있었습니다. 특히 여성참관객수가 70%에 육박하는 만큼 패션 품목의 성장 가능성이 기대되며, 감각적인 디스플레이를 통해 다른 패션업체와의 콜라보를 연출하면 효과가 배로 늘 것이라 생각합니다. 또한 메가쇼는 집객 능력이 매우 우수한 전시회라는게 가장 큰 강점이라고 생각합니다.





# 참가기관 우수사례

05

## 창업진흥원

구매·수출상담회를 통한 참가사들의 총 계약건수는 10건으로, 초기 창업 기업이 사업화에서 어려워하는 판로확대 부분에 구매 상담회가 큰 기여를 한 것으로 판단됩니다. 기업들의 유통 및 판매 계약 달성에 직접적인 역할을 한 부분이 참가사들의 높은 만족도를 이끌어 내었습니다. 전시기간동안 창업진흥원 참가사들은 매출액은 약 8,000만원으로 추정됩니다. 자체적인 만족도 조사를 진행했을 때, 참가사의 97%가 재참가의사가 있다고 응답했으며, 88%이상이 전시회에 전반적으로 만족했고 특히나 구매·수출 상담회의 대해 79%이상이 '만족'이상의 좋은 반응을 보였습니다. 차후에도 수출상담회가 더욱 확대되어, 기업들의 글로벌 진출을 위한 도약의 계기로 삼을 수 있는 전시회가 되었으면 하는 바람을 가지고 있습니다.



# 참가기관 우수사례

06

## 경기농식품유통진흥원

참가업체의 구매상담회 성과를 말씀드리자면 ‘정용자 벌꿀’이 코레일관광개발에 입점이 성사되었으며, ‘아이비영농조합’의 경우 한국유통마케팅협동조합 및 세이브존, 메가마트와 상담을 진행하여 업무 협약중에 있습니다. ‘에버그린에버블루협동조합’은 생들기름 제품으로 메가마트 입점 계약을 성사했고, 한국유통마케팅 및 이랜드파크와도 입점 상담을 진행하였습니다. ‘광이원’도 현장에서 위메이커스를 포함한 다수의 바이어를 만나 상담을 진행했고, ‘토마토 주식회사’의 경우 바이어와 오프라인 분야에 전략 제휴사업이 성사되는 등 다양한 성과를 이루었습니다. 또한 메가쇼를 통해 많은 참관객들의 선호도와 의견을 수렴할 수 있어서 기업들이 내년 마케팅 계획을 수립하는데도 도움이 많이 될 수 있으리라 기대합니다.



# 참가기관 우수사례

07

## NHN 고도

전시기간동안 참가사들의 약 1,120건의 현장 매출이 발생했습니다. 그 중 고기류를 판매하는 청년푸줏간이라는 업체는 현장 판매용 물량을 모두 소진하는 등 판매율이 도드라졌습니다. 메가쇼를 통하여 실효성 있는 바이어 미팅이 성사되고, 참가업체 중 동물사랑 APS, 바디닭, 청년푸줏간 등은 제품 콜라보 및 온라인몰 입점 등 비즈니스 파트너십 체결 제의를 받았습니다. 여러모로 만족스러운 전시회였습니다. 앞으로 패션의류 품목으로 출품하는 참가사들에게는 소비자들이 편리하게 착장을 해볼 수 있도록 피팅룸이 제공된다면 더욱 시너지가 발생할 것 같습니다.



# 참가기관 우수사례

08

## 부산경제진흥원 신발산업진흥센터

구매상담회를 통해 YTN, 대구백화점, 큐브인터내셔널 등의 유통사와 미팅이 성사됐고 진행됐고 현재 발전적인 방향으로 업무 협의가 이루어지고 있습니다. 유통사 MD들의 적극성도 좋았고 서로간의 니즈가 맞아떨어졌기 때문에 긍정적인 성과를 기대하고 있습니다. 앞으로도 다양한 직군의 MD와 알찬 유통채널이 추가적으로 섭외되어 상담회의 기능이 더욱 강화되기를 기대해 봅니다. 메가쇼는 자사 신제품 소개 및 제품에 대한 바이어와 소비자의 의견을 다각도로 동시 수렴이 가능하다는 점과 현장에서 판매가 원활하다는 점이 좋았습니다. 종합소비재 전시회로서 많은 관람객이 방문하며, 다양한 연령대와 균형잡힌 성비가 도드라집니다. 또한 시장 트렌드를 한자리에서 공유할 수 있고 업종간 콜라보 아이디어를 도출해 낼 수 있었습니다.



# 참가기관 우수사례

09

## 성남산업진흥재단

참여업체 중 (주)연팩토리가 구매상담회를 통해 패션그룹형지의 편집샵인 아트몰링을 포함 코레일관광개발, 쿠팡 등에 입점을 긍정적으로 검토중입니다. 전시기간동안 성남산업진흥재단의 참가업체 총 매출은 1억 3600만원으로 확인됩니다. 소비자의 반응과 의견을 직접 청취할 수 있는 기회가 없었던 중소기업들이 메가쇼 전시회를 통해서 고객의 반응을 직접 보고 느끼며, 마케팅에 대한 새로운 접근의 필요성을 느꼈다는 의견이 다수였습니다. 앞으로도 판로개척에 어려움을 겪는 기업들을 지원할 수 있는 B2B플랫폼이 지속적으로 발전되길 기대합니다.



# 참가기관 우수사례

10

## 서울여성공예센터

참가업체 중 혜안이라는 업체가 가성비 좋은 악세서리와 애완용 소품으로 많은 관심을 받았습니다. 아직 시제품 준비 단계이거나 소매판매에만 목적을 둔 참가사들이 다수라 대량 주문에 대한 준비가 되지않아 구매상담회 및 수출상담회에 적극적으로 참여를 하지 못하여 그 부분이 아쉽습니다. 메가쇼를 통해 공예 핸드메이드에 대한 다양한 소비자들과 바이어들의 반응과 의견을 수렴할 수 있었던 자리였습니다. 실질적인 시장의 반응을 살펴볼 수 있어서 뜻깊은 자리였다고 생각합니다. 메가쇼가 보여주는 방향성과 주제에 따라 차기 일정도 고려해 볼 생각입니다.



# 참가기관 우수사례

11

## 춘천바이오산업진흥원

참가기업들 대부분이 만족하는 전시회였으며, 구매·수출상담회에 참여한 기업들은 신뢰가 가는 메이저 유통사의 컨설팅 효과에 대해 호평을 하였으며, 2차 미팅 등 꾸준히 긍정적인 논의를 진행하고 있습니다. 특히나 실질적인 바이어가 참여하여 기업과 비즈니스 미팅이 다수 진행됨으로서 기관의 입장에서는 훌륭한 상담회라고 내부적으로도 평하고 있습니다. 차기 메가쇼도 지속적으로 참여함으로써 메가쇼의 특징과 장·단점에 대해서도 파악하여 참가사들이 더욱 효과를 볼 수 있도록 할 계획입니다. 기존에 참가하던 전시회에 비하여 젊은 계층이 많이 방문하여 소비층의 패턴도 분석할 수 있었습니다. 앞으로도 구매상담회에 진성 바이어들이 대거 참여하고, 다양한 바이어들이 늘어나서 기업의 만족도가 점차적으로 더 증진되기를 기대하고 있습니다.



# 참가기관 우수사례

12

## 전라북도생물산업진흥원

메가쇼의 B2B프로그램인 ‘1:1구매&수출상담회’에서 많은 기업이 상담을 진행했는데, 그 중 김부각 업체인 ‘깃듬’이 호텔여기어때와의 계약상담이 진행되고 있고, 약도라지꿀차 업체인 ‘이고장식품’은 해피레인, ‘반딧불이양초명가’는 티몬 등의 상담 계약이 진행되고 있습니다. 가장 만족스러운 부분은 바이어 상담회의 운영이 원만하게 진행됐고 영세기업이 활용할 수 있는 바이어가 많다는 것이 가장 큰 장점인 것 같습니다. 참가사 총 매출액은 약 6천만원으로 행사가 끝나기 전부터 완판(Sold-Out)이 되는 기업이 많아 추가 주문을 받는 상황까지 있었습니다. 메가쇼는 관람객 모객이 잘돼 현장 매출 및 시제품 홍보/반응 조사가 용이하다는 것과 중소우수기업의 신제품관련 테스트 및 기업 마인드 개선에 도움이 된다는 것이 가장 만족스러운 부분입니다.





# 참가기관 우수사례

13

## 영주시농업기술센터

메가쇼는 B2B와 B2C를 모두 진행할 수 있는 전시회라는 점이 매우 만족스러웠습니다. 나홀동안 참여 농가들은 각 270만원, 420만원, 170만원 등의 현장 매출 성과를 냈고, 바이어와 구두계약이 성사되어 추후 미팅일정을 잡는 등 중소기업도 아닌 농가경영체로서는 상당히 높은 성과를 가져갈 수 있었던 기회라고 생각합니다. 현장에서 진행한 다양한 이벤트 중 '로또 명함이벤트'로 일반 소비자(B2C)와 기업명함을 받아 차후 메가쇼나 다른 전시회 등의 행사 때 안내메일이나 고정고객으로 만들 사후 계획까지 갖고 있습니다. 특히, 타 전시회에서는 사전에 준비하고 진행되는 모든 상황에서 컨설팅을 따로 진행해주지 않았는데 메가쇼는 준비하는 과정과 진행에 있어 항상 같이 진행하고 도와주셔서 많이 감사했습니다. 앞으로도 함께 성장하는 기회를 만들고 싶습니다.



14

## 경북해양바이오산업연구원

메가쇼는 타 전시회에 비해서 현장판매율이 높다는 것이 강점인 것 같습니다. 이번 메가쇼에서는 구매·수출 상담회에 참여하는 것을 주된 목적으로 하였고, 여러 가능성을 확인했던 계기였습니다. 참가사 중 식초, 효소등을 제조하는 양양그린푸드는 구매상담회에서 티켓몬스터, 해피레인, YTN, 옴니버스 등의 유통사와 상담을 진행하고 긍정적인 방향으로 논의중이며, 울진농원은 삼진글로벌넷과의 유통상담을 통해 솔뽕차의 OEM 타진 가능성을 확인할 수 있었습니다. 앞으로 더욱 다양한 유통사가 참여하여 알찬 매칭 결과를 가져갈 수 있기를 희망합니다.



# 참가기관 우수사례

15

## 조선대학교 창업지원단

구매상담회를 통해서 현장에서 계약이 1건 성사되었고, 계약관련하여 앞으로 예정된 2차 미팅은 3건이 있습니다. 참가 목적 자체가 **현장매출보다는 바이어 및 MD 미팅건에 초첨이 맞춰져 있었기 때문에** 대략 15건 정도의 상담이 진행되어 매우 만족스럽습니다. 이번 메가쇼를 통해서 **중소기업들이 많은 정보와 컨설팅 효과를 볼 수 있어서** 자주 이런 기회를 누렸으면 하는 바램이 있습니다.



16

## 충남도립대학교 산학협력단

메가쇼를 만나기 이전에는 판매를 위한 행사와 수출상담회 같은 자리를 별개로 찾아다녔었는데, 메가쇼는 **상품판매와 유통상담회를 동시에 진행할 수 있어** 좋습니다. 이번 참가로 **코레일 관광개발 사업단 입점을** 진행하고, **베트남 및 대만 바이어들에게 수출제의도** 받았습니다. 이 기회로 흔히 수출하던 중국이나 일본을 넘어 **동남아 수출도 기대해 볼 수 있게** 되었습니다. 기존에 참가하던 **농산물 전시 행사 및 명절선물전** 대비하여 **젊은 소비자층이 많아서 새로운 고객층을 확보할 수** 있었던 점도 큰 성과였습니다. 앞으로 **식품과 농산품 부스를 집중 확장하여 전통시장과 같은 분위기를** 형성시킨다면, 소비자의 구매욕을 더 증진시킬 수 있으리라 기대합니다.



# 참가업체 우수사례

## 식품 부문

1

### 광천우리맛김 / 김

구매 및 수출상담회를 통해 판로개척에 대한 조언도 얻고 신규채널에 입점하게 되어, 유통망이 점진적으로 확대되고 있습니다. 이번 상담회에서는 핸드앤핸드라는 업체가 기대효과가 큼니다. 국내 유통 및 수출업무도 진행하고 있어서 기대이상의 규모로 진행될 것이라 예상하고 있습니다. 메가쇼의 유통상담회는 국내 다양한 채널의 유통사의 진성 바이어를 한자리에서 만나볼 수 있다는 점입니다. 앞으로도 실질적인 유통/매입/위탁/OEM 등을 진행할 수 있는 바이어들이 참석하였으면 합니다. 감사합니다.



2

### 농업회사법인 토마토 / 음료

출품 제품 중 생과일 주스는 2018년에 단종하려고 했던 제품이었으나, 놀랍게도 현장에서 폭발적인 소비자들의 반응을 이끌어 낼 수 있었고, 새로운 런칭계획을 통해 현 매출액 대비 5배 이상인 연 10억 매출을 목표로 설정하였습니다. 메가쇼를 통해 제품 마케팅 전략 수립에 결정적인 정보를 획득한 덕분이고, 판매 소구점을 찾음으로서 오프라인에서 판매하던 매출의 약 100배정도의 성과를 올릴 수 있을 것으로 판단하고 있습니다. 구매·수출상담 미팅은 총 2건을 진행했고, 그 중 중국 및 동남아로는 견적서 및 견본이 발송되어 12월에 2차 미팅이 예정되어있는 상태입니다. 또한 벤더 업체 중 6곳이 제안을 해서 그 중 2곳과 입점 성사가 완료되어 자체 판매물 구축중에 있습니다. 다양한 판매 루트를 제공해주신 메가쇼에 다시 한번 감사드립니다.



# 참가업체 우수사례

## 식품 부문

3

### 홍천사랑말한우사업단 / 한우

대상 타겟인 주부가 많아서 소매가 매우 활발하게 이루어졌던 전시로 나흘간 매출은 총 6,200만원을 달성하였습니다. 특히 사전홍보의 한 부분인 보도자료 배포를 통해 많은 분들이 홍천사랑말한우사업단 제품을 보고 관심을 갖고 계셔서 도움이 많이 되었습니다. 이렇게 높은 매출이 달성될 줄 알았다면 부스 크기를 조금 더 늘려서 더 적극적인 판매를 진행했다면 현 매출액의 30%이상이 증가했을 것으로 예상합니다. 사무국의 응대와 대처가 많은 도움을 주었고 믿음이 갑니다. 앞으로 메가쇼를 참여할때는 자체적인 홍보에 좀 더 힘을 써서 더 큰 매출을 목표로 하겠습니다.



4

### 형제덕장 / 황태가공식품

황태를 가공해서 판매하는 기업으로 올해 22억원의 매출액을 예상하고 있는 제조기업 입니다. 일반 관람객뿐 아니라 별도로 진행된 '구매&수출상담회'에서는 기존 다른 B2B전문전시보다 훨씬 더 경력을 갖춘 실무 MD들이 상담을 진행했고 총 5개 유통사의 MD와 상담을 진행한 결과 4개의 담당 MD에게 긍정적인 답변을 얻을 수 있었습니다. 그 중 2개의 유통사에서는 보다 긍정적인 방향으로 진행되고 있고 금액으로 환산하면 약 2억원 가량의 상담거래액을 보고 있습니다. 앞으로도 메가쇼와 함께 자사의 보완점, 판로망을 함께 고민했으면 좋겠습니다.



# 참가업체 우수사례

## 패션 부문

1

### CLOTHEST(클로제스트) / 패션의류

메가쇼를 통하여 바이어와 일반 소비자들에게 브랜드 인지도를 높일 수 있는 좋은 기회였으며, 온라인 자사몰을 통한 반응보다 현장에서 직접 제품에 관련된 직접적인 반응을 볼 수 있는 것이 강점이라 생각합니다. 이로 인해 클로제스트가 추후 보여드릴 패션 신제품들도 메가쇼에서 받은 여러 피드백과 소비자의 의견을 수렴하여 방향을 찾게 되었습니다. 구매 및 수출상담회를 통하여 업계 바이어분들을 만나 유통에 관련된 브랜드가 나아가야할 방향에 대한 세부적인 컨설팅을 받을 수 있었습니다. 중소기업유통센터를 통해 오프라인 유통망 확장과 관련된 정보를 얻었으며, 현재 진행중인 상태입니다. 메가쇼로 인해 평균 월 매출의 80%가 상승하였고, 여러 유통 판로를 넓혀 앞으로의 매출 상승이 기대됩니다. 앞으로도 의류 전문 바이어 추가적인 섭외를 요청드립니다.



2

### 서울주얼리산업협동조합 / 주얼리

서울주얼리산업협동조합 가업승계분과위원회 이음에서 처음으로 참여한 전시가 메가쇼인만큼 여러 의미를 가지는 것 같습니다. 여러 품목의 다양한 아이디어 제품들이 선보여진다는 메가쇼의 다양한 연령대와 성별의 참관객들을 통해 제품 홍보가 뚜렷하게 잘 진행된 것이 만족스럽습니다. 이런 방향으로 점진적으로 진행해나간다면, 주얼리 업체 홍보와 제품홍보에 많은 도움이 될 것 같습니다. 이번 메가쇼에서의 제품 브랜딩을 통해 신규 고객들을 다수 확보할 수 있어서 많은 도움이 되었습니다. 전시 일정 내내 많은 신경을 써 주셔서 감사합니다.



# 참가업체 우수사례

## 패션 부문

3

### 오픈케이지 / 패션의류

오픈케이지는 패션의류 쇼핑몰 업체로 이번 메가쇼에서 오프라인 매장을 처음으로 선보였으며, 대중들과 바이어들에게 기대이상으로 반응이 좋았습니다. 현재 폐쇄물과 해외직구사이트와 논의 중에 있으며, 부스로 직접 찾아온 중국 업체들과도 논의중에 있습니다. 이번 메가쇼를 통해 원하던 판로의 바이어들에게 좋은 제안을 받았으며, 미팅을 하며 필요했던 중요정보들도 알 수 있어서 많은 도움이 됐습니다. 나흘간 현장 총 매출액은 3,500만원을 달성했습니다. 앞으로도 좋은 패션 바이어들이 대거 참관하여 실질적인 미팅이 이루어지길 바랍니다.



4

### 미스터 챌린지 / 나무손목시계

이번 메가쇼를 통해 현장판매 2,500만원을 기록하였으며, 바이어 미팅을 통해 교보 핫트랙스와 롯데 백화점에 팝업으로 입점을 진행하게 됐습니다. 현재 오픈 일정을 조율중에 있으며, 성공적인 결과가 있을 시 정식 매장 오픈이 가능하기에, 자사의 2018년 하반기 목표였던 오프라인 진출로의 성공적인 발판이 되리라 기대합니다. 메가쇼를 통해 온라인 상에서 컨택하기 힘든 대형 업체들과 직접 상담, 계약까지 논할 수 있는 자리가 마련된다는 것이 강점이며, 추후 계속해서 관계를 이어나갈 수 있다는 것이 기대효과입니다. 올해 하반기에 두차례 남은 메가쇼도 진행을 확정했습니다. 여러모로 감사드립니다.



# 참가업체 우수사례

## 뷰티 부문

5

### 뷰티클로 / 화장품

메가쇼에서 다수의 수출전문사들과의 만남을 통해 긍정적인 검토를 하고 있으며, 카카오메이커스 담당자와 2차 미팅을 통해 더욱 친밀한 관계가 되었습니다. 메가쇼는 높은 인지도를 갖고 있는 전시회로, 진성바이어와 구매력이 높은 고객들이 방문하여 제품의 효율적인 홍보 마케팅이 가능했고, 바이어와의 미팅으로 판로 확대 및 수출 전략을 세울 수 있었습니다. 일반 고객들과 오프라인에서 만나며 자연스러운 제품 시연을 하고, 브랜드 홍보를 강화할 수 있어서 좋은 경험과 기회였다고 생각합니다. 금번 메가쇼를 통해 달성한 매출로 회사 전체 워크샵을 다녀왔고, 직원들과의 애사심 독려와 단합에도 많은 도움이 되었습니다. 감사합니다.



6

### 비에스코스메틱 / 화장품

메가쇼를 나흘간 진행하면서 만났던 바이어를 통해 동남아(말레이시아, 필리핀)등에 수출을 계획하고 있으며, 진행했던 다수의 유통사들과 긍정적인 거래를 검토중에 있습니다. 귀사는 수출 및 국내 대량 구매자들로 상품판매가 이뤄지고 있습니다. 이번 메가쇼에서 소매판매로는 1일 할인 판매를 통한 매출로는 약 6백만원의 큰 성과를 올릴 수 있었습니다. 전시가 끝난이후에도 사무실로 제품을 문의하는 참관객들의 전화가 이어서 상당히 늘랐습니다. 향후 하반기에 남은 8월 및 11월 전시회도 참여를 결정하였습니다. 감사합니다.



# 참가업체 우수사례

## 리빙 부문

1

### 해시싸인 / 편백나무 차량용 디퓨저

메가쇼 구매 및 수출 상담회에서 상담을 진행한 유통사 중 상상마당, 핫트랙스, 김스클럽에 대한 만족도가 상당히 높았습니다. 친절한 상담과 자세한 설명을 통해 효과적인 컨설팅을 받았어 향후 많은 도움이 될 것으로 예측하고 있습니다. 메가쇼를 통해 일반 소비자 및 유통사 분들에게 해시싸인 제품을 알릴 수 있는 기회가 되어, 여러건의 문의전화를 받고 있으며, 4곳의 유통사에는 입점절차를 진행중에 있습니다. 이런 1:1 대면 매칭 상담회를 통해 기업들이 유통사의 구체적인 요구사항을 알 수 있고, 이는 높은 거래 성사율로 이어지기에 저희와 같은 신생업체에게는 장기적인 매출전환으로 좋은 기회였습니다. 감사합니다.



2

### 야옹친구 / 위생파리채

메가쇼 구매&수출상담회는 보여주기식 구매상담회와는 달리 중소 벤더 및 유통업체 실무 담당자들 위주로 구성되어 실제 계약으로 이어지는 성사율이 대단히 높았습니다. 또한 단순 쇼핑물 입점이 아닌 판매 촉진을 위해 다른 유통업체에 판매 제안 및 홍보까지 진행해줄 수 있는 유통사들이 대거 참가하여 정말 큰 도움이 됐습니다. 성과로는 3개의 벤더사들과 판매 계약을 체결했으며, 2개의 유통채널에 직접 제품을 등록 및 판매하기로 협의하였습니다. 한번의 참가로 매출에 대한 큰 욕심을 부리지는 않았지만, 이번 유통사들과의 상담을 통해 향후 두 번정도 더 참여할 계획이 있으며, 예상되는 매출액은 연 매출 목표액 대비 30%를 넘어설 것으로 기대하고 있습니다.





# 참가업체 우수사례

## 리빙 부문

3

### 라씨에뜨 / 생활도자기 그릇

메가쇼 구매 및 수출상담회의 참여 목적은 대형유통사를 통한 신규판로 개척이었습니다. 상담회 양일간 4곳의 유통사 MD와 매칭이 되었고, 그 중 이랜드 그룹과의 상담이 성과가 있었습니다. 담당MD와의 직접적인 대면을 통하여 서로의 요구사항 등을 즉각 체크할 수 있었고, 그 결과 계약이 체결되는 성과를 맞출 수 있었습니다. 메가쇼에서 진행하는 구매상담회의 경우, 참여 MD리스트와 유통사 소개를 먼저 확인할 수 있고, 우선순위로 유통사를 신청할 수 있어서 양질의 상담을 받을 수 있었던 것 같습니다. 이번 메가쇼를 통해 나흘간 8만명이 넘는 고객들을 만나 브랜드 홍보도 효과적으로 진행하고 기대했던 매출을 가져가는 등 보람된 기회가 되었습니다.



4

### 바른 / 구강청결제

구매 및 수출상담회를 통해, 개별로는 쉽게 접하기 어려운 국내 유통사 구매담당자분들을 만날 수 있는 좋은 계기가 되었으며, 전시장 부스에서도 양질의 바이어와 많은 상담을 하여 추후 성과가 기대됩니다. 상담했던 유통사의 중 우체국의 경우 당사 제품의 독특함과 우수성을 높이 평가해주셔서 8월 휴가 시즌에 맞춰 양치 대용으로 사용하는 용품으로 우체국 쇼핑몰 메인 배너에 진행하기로 확정하였습니다. 또한, 카카오 메이커스 담당자를 메가쇼 현장에서 다시 만나, 이전에 논의중이었던 제반사항을 합의하여, 7월 말 2차 제품 판매를 진행하는 것을 확정하였습니다. 이런 성과들로 참가 전후 대비 매출액이 30%정도 증가하였습니다.



# 1. 메가쇼 2018 시즌 2 개요

## 1-1. 전시개요 및 품목 구성

- 일 시 : 2018. 11. 15(목) ~ 18(일), 4일간
- 장 소 : 킨텍스(KINTEX) 제 2전시장 7, 8홀
- 주 최 : **메가쇼\***
- 후 원 : **sba**
- 전시규모 : 600개사 1,000부스
- 관람객수 : 90,000명(예상)
- 전시구성 : 메가 리빙쇼 / 메가 뷰티&헬스쇼 / 메가 푸드쇼  
메가 라이프스타일쇼 / Mr. 메가쇼
- 특별구성 : 뷰티관, 패션관, 일렉쇼, 비어쇼
- 동시개최 : 대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회  
바이어 대상, 참가기업 신제품 '쇼케이스'

**메가 리빙쇼**

가구, 인테리어, 주거 살림, 생활 용품,  
주방 용품 등

**메가 뷰티&헬스쇼**

화장품, 패션잡화, 네일, 이미용제품,  
주얼리, 여성용품, 위생용품, 건강용품,  
메디컬 서비스 등

**메가 푸드쇼**

농수산 브랜드, 가정식 트렌드, 식재료,  
우수 특산물, 해외 식품, 수입맥주 등

**메가 라이프스타일쇼**

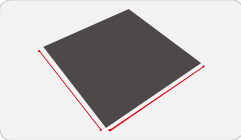

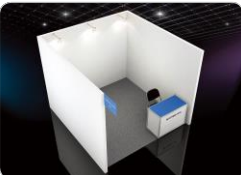
홈인테리어, 인테리어 소품,  
셀프인테리어, 패브릭, 조명, 펫, 컬처,  
파티용품, 여행 등

**Mr. 메가쇼**

생활가전, 컴퓨터/모바일 악세서리,  
IT디바이스, 스마트모빌리티, VR/드론,  
음향기기, 기타전자제품 등



1-2. 부스 타입별 제공사항

구분	부스당 금액(원)	제공내역	
독립부스	2,100,000	3m X 3m = 1부스(면적만 제공) 바닥면적만 제공, 일체의 장치공사 및 인테리어를 참가사가 전시장 등록업체와 직접 계약하여 진행 ※ 소요전력, 조명, 인터넷, 전화 등 추가설치가 필요한 부대시설은 사무국 문의	
기본부스	2,400,000	3m X 3m = 1부스 부스시공(검은색벽면 시공), 형광등 1ea, 스포트라이트 3ea, 전기콘센트(1kw, 220V), 회사상호 간판, 카페트, 안내데스크(1,000X500X750mm) 1ea, 접이식의자 1ea ※ 추가전력, 인터넷, 전화, 급배수 등 추가설치가 필요한 부대시설은 사무국 문의	
목공부스	2,700,000	3m X 3m = 1부스 목공부스시공, 스포트라이트 3ea, 전기콘센트(1kw, 220V), 폼보드 상호간판, 카페트, 안내데스크(1,000X500X750mm) 1ea, 접이식의자 1ea ※ 추가전력, 인터넷, 전화, 급배수 등 추가설치가 필요한 부대시설은 사무국 문의	

▶ 할인 프로모션

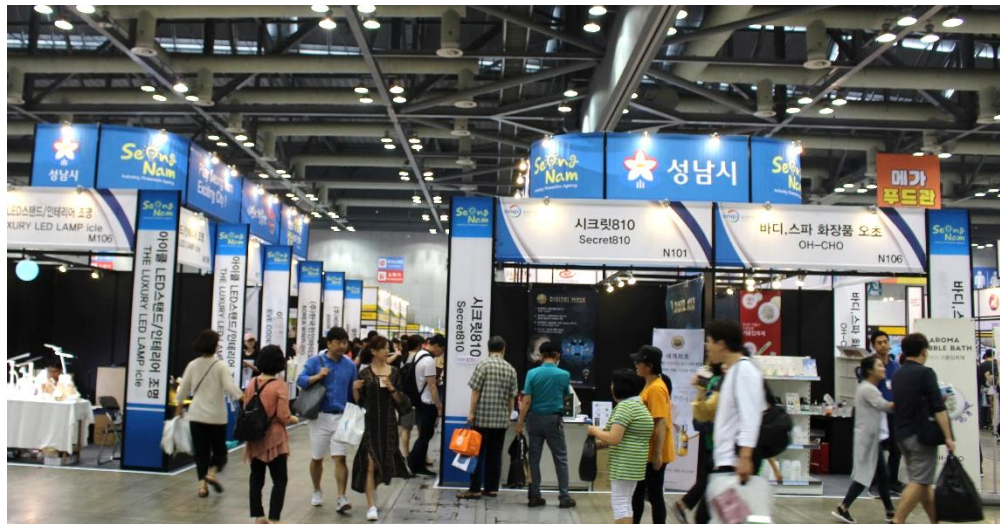
- ▶ 조기신청 기간 내 접수 : 정상가 대비 - 300,000원 할인
- ▶ 2부스 이상 규모할인 : 20% 할인

▶ 문의처

Tel. 02-6677-3477 Fax. 02-6677-0477  
E-mail. megashow@megashow.co.kr



※ 공동관 참여 기관 및 지자체 참고 사진



※ 공동관 참여 기관 및 지자체 참고 사진



※ 공동관 참여 기관 및 지자체 참고 사진



※ 개별 참가기업 전시회 참고 사진

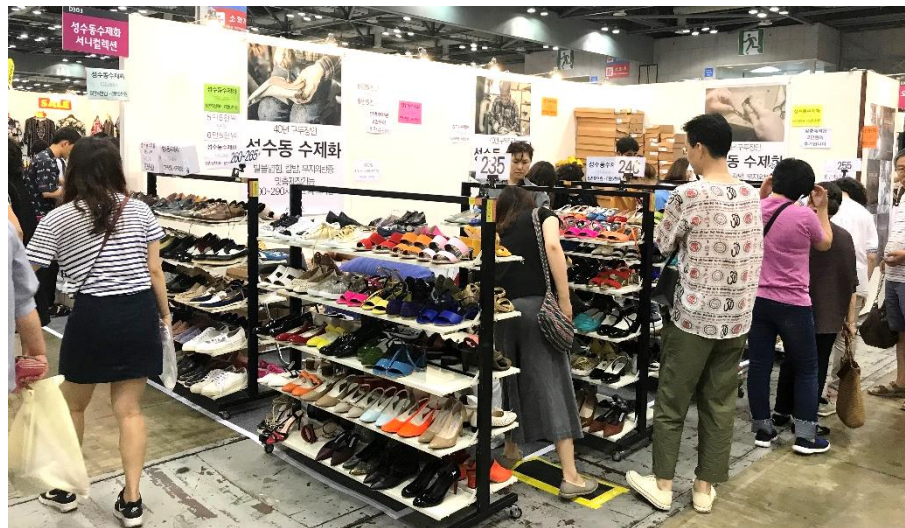




## ※ 개별 참가기업 전시회 참고 사진



# ※ 개별 참가기업 전시회 참고 사진



※ 개별 참가기업 전시회 참고 사진

