

'18 춘계(18FW) 트레이드쇼 운영 계획(안)

2018. 3. 8.

문서번호	패션워크팀-507	선임	패션워크 팀장	패션문화 본부장	디자인경 영단장		
결재일자	2018.03.13.	03/09	03/12	03/12	전결03/13		
공개여부	공개	옥지선	김윤희	김윤희	유석윤		
방침번호	단장방침 제(232)호	협 조					

추진근거	<ul style="list-style-type: none"> - 「2018 트레이드쇼 '제너레이션넥스트서울' 운영 계획」(대표이사방침-5256호, 2017.12.20.), - 「2018 서울패션워크 운영 계획」(대표이사방침-5239호, 2017.12.20.) - 「2018 제너레이션넥스트 지원 계획」(패션워크팀-2283호, 2017.12.27.), 		
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협의내용	협의결과
사 업 비	'18년 1,751,971,580원		

서울디자인재단 (패션워크팀)

'18 춘계(18FW) 트레이드쇼 운영 계획(안)

중소 패션브랜드의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 패션 전문 수주 박람회를 개최함으로써 패션 비즈니스 활성화에 기여

1. 추진개요

1. 추진목적

- 중소 패션브랜드의 실질적 비즈니스 활성화를 위한 패션 트레이드 쇼를 개최하여 해외 판로개척 기회 제공
- 참여 브랜드들의 해외 수주 확보 · 해외 유통망 확장 · 해외 네트워크 구축을 하도록 하여 국내 패션 브랜드들의 지속적인 발전을 도모함

2. 그간 사업 실적 및 성과

□ 사업실적

구분	일정	행사내용	장소	비고
2016 춘계(16FW)	2016.3.22.(화)~26(토)	· 트레이드쇼 · 그룹 패션쇼	대전제분	16년 신규사업
2016 추계(17SS)	2016.10.18.(화)~22(토)	· 트레이드쇼 · 그룹 패션쇼	DDP	
2017 춘계(17FW)	2017.3.28.(화)~4.1(토)	· 트레이드쇼 / · 그룹 패션쇼 · 시민행사(모델 폴리마켓 샘플마켓)	DDP	
2017 추계(18SS)	2017.10.17.(화)~21(토)	· 트레이드쇼 / · 그룹 패션쇼 · 시민행사(모델활용 샘플마켓)	DDP	

□ 사업성과

구분	트레이드쇼			패션쇼		
	브랜드 수	바이어 수	수주액	브랜드 수	쇼 횟수	관람객 수 ¹⁾
2016 춘계(16FW)	84개	160명 ²⁾	USD 3,982,342	28개	10회	※ 미집계
2016 추계(17SS)	145개	344명	USD 2,712,869	28개	14회	1,400여명
2017 춘계(17FW)	70개	296명	USD 4,102,816	23개	12회	61,768여명
2017 추계(18SS)	101개	469명	USD 2,859,449 ³⁾	31개	16회	56,005여명

1) 2017년부터 서울시 라이브 TV 생중계 관람인원 포함

2) 현장등록 미집계

3) 집계중

3 18춘계 트레이드쇼 행사 개요

■ 행사개요

- 행사 명칭 : 2018 춘계 트레이드쇼 <제너레이션넥스트서울>
- 행사 기간 : '18.3.20.(화)~ 3.24.(토) (5일간)
- 행사 장소 : 동대문디자인플라자 (DDP)
 - 트레이드쇼장(부스전시) : DDP 지하 3층 주차장
 - GN패션쇼장(패션쇼) : DDP 미래로 하부

■ 프로그램 개요

구 분	프로그램 개요	장소
<p>패션 트레이드쇼</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 부스 구성 및 바이어와 디자이너간 수주 상담회 실시 - 해외 바이어 130명 초청 ※ 패션위크 바이어 50명 별도 초청 - 총 89개 브랜드 참가 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 개별 : 일반, 서울컬렉션 ▷ 그룹 : 르돔, 믹샵, 서울패션창작스튜디오, 제너레이션넥스트 - 바이어와 패션 브랜드 간의 1:1 매칭 상담 진행 - 바이어라운지 운영, 통역 배치 등 편의시설 제공 	DDP 지하3층 주차장
<p>그룹 패션쇼</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 트레이드쇼 참가 브랜드 중 희망 브랜드 패션쇼 실시(유료) ※ 단, 제너레이션넥스트(GN) 선정 브랜드는 참가 필수(지원) - 2개 브랜드가 1개의 패션쇼를 진행하는 것을 기본으로 함. - 신진 디자이너들의 패션쇼를 해외 유명바이어에게 선보임으로써, 국내 패션브랜드 인지도 향상 수주증대 효과 기대. 	DDP 미래로하부
<p>시민행사(샘플마켓)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반 시민을 대상으로 트레이드쇼 참가 브랜드의 샘플 및 재고 판매 실시(패션 모델이 판매 진행) - 트레이드쇼 참가 브랜드의 샘플 및 재고 소진기회 제공 - 일반 시민 및 바이어에게는 저렴한 가격에 디자이너 브랜드 제품 구입 기회 제공 	DDP 미래로하부

2. 문제점 및 리뷰를 통한 개선

1 내부 리뷰 및 디자이너, 바이어 설문을 통한 개선

구 분	문제점 및 개선사항	기대효과
패션 트레이드쇼	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 해외 바이어 초청 (130명) <ul style="list-style-type: none"> ▶ 17춘계 대비 30명 추가 ◦ 1:1 매칭 상담(4일) <ul style="list-style-type: none"> ▶ 17춘계 대비 1일 추가 ◦ 1:1 비즈매칭 시스템 개선 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 바이어 일방적 희망 브랜드와 매칭 지양 ▶ 1:1 비즈매칭과 패션쇼 일정 조율 ◦ 중동 바이어 초청 확대 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 디자이너 브랜드에 더 많은 바이어 기회 제공 ◦ 효율적인 1:1 상담 진행 ◦ 수출 대상 지역 확대 기대 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 기존 아시아, 유럽 ⇨ 중동까지 확대
그룹 패션쇼	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 패션쇼장 장소 변경 (갤러리문 ⇨ 미래로 하부) <ul style="list-style-type: none"> ▶ 투명비닐 마감 사용으로 대시민 공개 ▶ 넓은 장소 진행으로 좌석 수 확대 (기존 212석⇨250석) ◦ 바이어 No show 관리 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 바이어 이동 편의 제고 ◦ 시민과 근접한 패션쇼 진행으로 시민 호응도 상승 기대 ◦ 좌석 수 증대로 더 많은 관람객 수용
네트워킹	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 트레이드쇼장 내부 비어 파티 진행(신설) ◦ 바이어와 디자이너간 네트워킹 파티 진행(17춘계 대비 신설) 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 디자이너와 바이어 친분 향상 기회 제공(⇨ 수주로 연결)
운영 시스템	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 바이어 입퇴장 실시간 관리 시스템 운영 (트레이드쇼장 및 패션쇼장) ◦ 트레이드쇼 부스크기 4X5로 고정 ◦ 부스 이동 동선 편의 증대(통로 확대 및 개방) ◦ 참가 브랜드에게 룩북, 라인시트 등 준비 교육 및 무역교육 사전 실시 ◦ 와이파이 용량 증설 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 트레이드쇼장 입퇴장 관리로 서울패션위크 바이어 방문독려 ◦ 패션쇼장 입퇴장 관리로 바이어별 관심브랜드 확인가능 ◦ 바이어 및 디자이너 편의 제공 등
홍보	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 바이어 및 관계자 대상 사전 뉴스레터 발송 횟수 확대로 국내외 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 바이어들의 관심 집중 및 자발적 참가 바이어 증대

3. 프로그램별 세부 추진 계획

1. 패션 트레이드쇼 (부스)

1] 참가 브랜드 유치 · 참가 패션 브랜드 89개 유치	2] 부스 레이아웃 확정 · 부스 레이아웃 및 브랜드별 위치 확정	3] 해외 바이어 유치 · 130명 해외 바이어 초청	4] 1:1 수주상담 · 바이어와 브랜드간 1:1 사전 매칭 및 상담
---	--	---	--

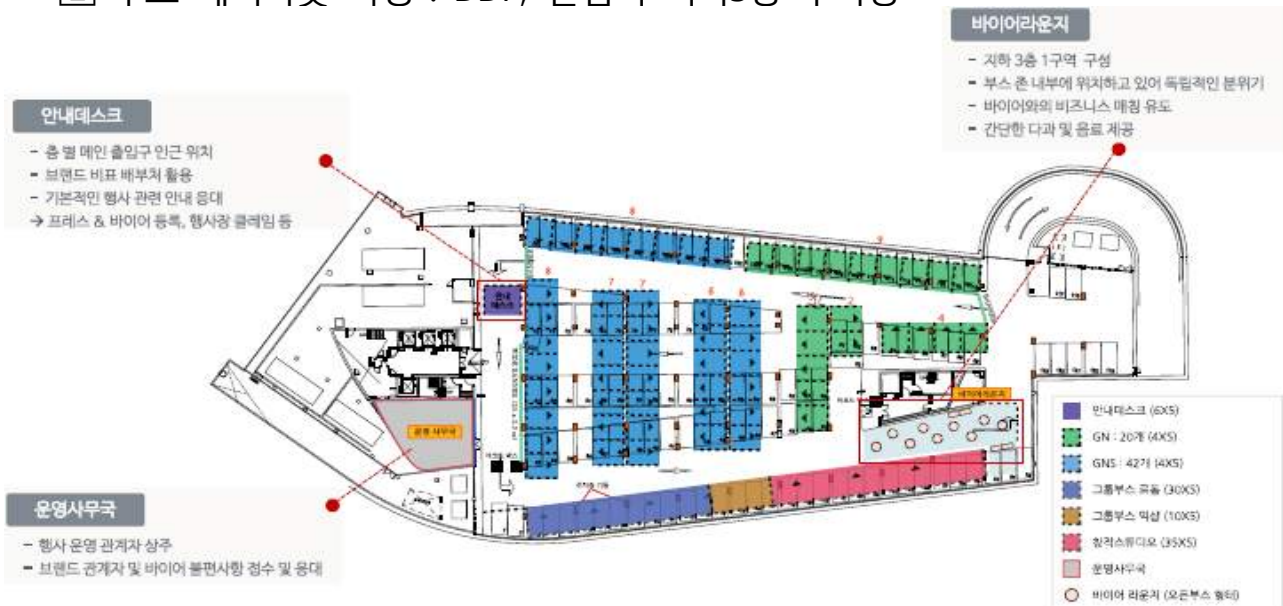
1] 참가 브랜드 유치

- ① 브랜드 모집 (추가 모집 포함)
- ② 심사 : 패션위크 총감독 포함 국내 패션전문가 7인 평가
- ③ 참가 : 89개 브랜드 (그룹부스 포함)

구분	브랜드 수	비고
서울컬렉션	15개	
제너레이션넥스트	20개	제너레이션넥스트 선정 브랜드 자동 참가
일반 참가	24개	
창작스튜디오	14개	
그룹	16개	르돔(한국의류산업협회), 미샵
합계	89개	

※ 그룹부스는 별도 심사 없음

2] 부스 레이아웃 확정 : DDP, 살림터 지하3층 주차장



※ 1개 브랜드가 2개 이상 부스를 신청한 경우도 있으므로 브랜드 수와 부스 수는 다를 수 있음.

③ 해외 바이어 유치

① 초청 바이어 선정기준

- ✓ 17년 트레이드쇼 및 국내 브랜드 거래 여부에 의한 선별
- ✓ 업체 및 바이어의 국내외 지명도, 업체 규모, 바이어 직급 및 부서에 의한 선별

② 초청 바이어 수 : 총 130명 내외 초청 예정

③ 초청 바이어 업체별 분포 및 유입국 :



④ 초청 바이어 제공사항 :

이코노미 클래스 왕복항공권, 비즈니스급 호텔 2박, 1:1 매칭상담시 통역제공 및 공항 영접 등 의전 제공

※ 바이어는 현재 초청 진행 중으로 최종 초청인원 수 및 분포 변경 가능.

④ 1:1 수주상담

① 사전 비즈니스 매칭 : 해외바이어 및 트레이드쇼 참가 브랜드 간 상호 온라인 비즈니스 매칭

② 1:1 비즈니스 매칭 절차

- (1) (정보제공) 해외 바이어 정보 ⇔ 포트폴리오 및 룩북 등 브랜드 정보
- (2) (상담희망 대상 결정) 참가브랜드 ⇔ 초청바이어
- (3) (1:1매칭) 브랜드 및 바이어의 상담희망 여부, 바이어의 스케줄 및 참가 브랜드의 쇼 스케줄 등을 감안하여 1:1 매칭 완료

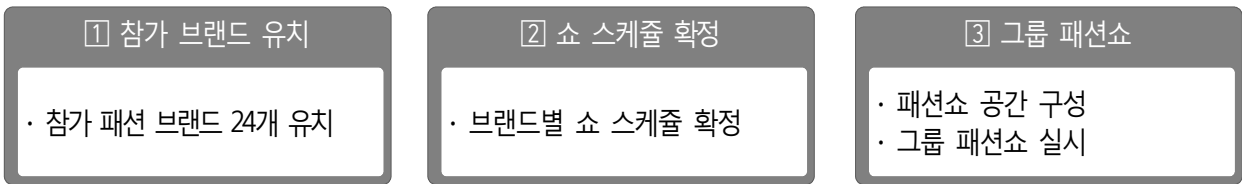
③ 현장 수주상담

- 사전 비즈매칭 확정 일정에 따른 현장 수주상담 진행
- '수주상담액' 기록 관리를 통한 수주상담액 집계

④ 사후 관리

- 18FW 시즌 실제 수주 실적 : 2018.3월 ~ 2018. 9월말의 수주액으로 함

2 그룹 패션쇼



1 참가 브랜드 유치

- ① 브랜드 모집 (예비 참가 브랜드 모집 포함)
- ② 심사 : 패션위크 총감독 포함 국내 패션전문가 7인 평가
- ③ 참가 : 24개 브랜드

구 분	브랜드 수	비 고
제너레이션넥스트	20개	제너레이션넥스트 선정 브랜드 자동 참가
일반 참가	2개	부스 참가와 동시 심사
창작스튜디오	2개	패션위크 총감독 선정 ⁴⁾
합 계	24개	

※ 창작스튜디오의 경우, 운영은 트레이드쇼 및 GN 패션쇼 플랫폼 내에서 진행하나 예산은 창작스튜디오에서 직접 집행함.

4 세부 지원 사항

- 제너레이션넥스트 : 헤어&메이크업 헬퍼20명, 모델8명(서울패션위크 예산)
- 일반 참가 : 메이크업(헤라협찬으로 18FW 시즌만 지원)
- 창작스튜디오 : 헤어&메이크업 헬퍼20명, 모델8명 (창작스튜디오 예산)

4) 직전 시즌 패션쇼 지원 브랜드 및 악세사리 브랜드를 제외

2 쇼 스케줄 확정

TIME DATE	DAY 1	DAY 2	DAY 3	DAY 4
	3/20 (TUE)	3/21 (WED)	3/22 (THU)	3/23 (FRI)
11:45 -	GN 패션쇼 1 720 BESPOKE	GN 패션쇼 4 EENK KINDERSALMON	GN 패션쇼 7 MAXXIJ HETA	왕스 패션쇼 YOUNG OH RECIENNE
	GN 패션쇼 2 ROYAL LAYOR BLANC DE NOIRS	GN 패션쇼 5 BY.D'BY FROMMARK	GN 패션쇼 8 RICK RHE MINJUKIM	GN 패션쇼 1 MOHO
14:15 -	GN 패션쇼 3 DAILY MIRROR LE YIEL	GN 패션쇼 6 DEW E DEW E ETCH	GN 패션쇼 9 VANON STUDIO SOWNGARMENTS	GN 패션쇼 2 TORT
			GN 패션쇼 10 GU DE TELL THE TRUTH	

3 그룹패션쇼

1 패션쇼장 예상 3D view : 미래로 하부



2 쇼장 좌석 구분 (GN 쇼) : 총 230석(스탠딩 별도 50석)



3 시민행사

1 샘플세일 :

- 트레이드쇼 참가 업체들 중, 참가 희망업체에 한해 일반시민 대상으로 한 샘플 및 재고 세일 진행
- 모델이 세일즈 진행하여 시민의 호응도를 높이며, 부스에서는 B2B 트레이드쇼 행사를 지속진행
- 샘플제품 및 재고제품 등 판매 수량과 형태는 브랜드 별 자율
 - 진행 일시 : 2018년 3월 24일(토), 14:00~18:00
 - 진행 장소 : 미래로 하부
 - 참가 업체 : 트레이드쇼 참여 총 89개사 중 희망사(추후 확정)
 - 판매 대상 : 일반시민 등
- 참고사진



4 무역실무 교육

- 1 내용 : 트레이드쇼 참가 전, 업체들을 대상으로 전시 운영 및 무역 업무에 대한 기본 교육 진행
- 2 기대효과 : 사전 교육을 통해 현장 행사진행과 사후 무역업무의 원활한 진행 및 수주실적 향상 기대
- 3 교육 세부내용
 - ① 일정 : 3. 9(금) 14:00~16:00

② 장소 : DDP패션몰(구. 유어스) 4층 배움공방

③ 교육 세부내용 :

* 전시회 참가 프로세스 : 트레이드쇼 목표 및 준비사항

* 무역실무 가이드

- 수출의 이해 (HS 코드 및 관세) / - 인코텀즈 (FOB/FCA/CIP)

- 수출 통관 절차 / - 선적서류 작성 및 대금결제

③ 기타 : 브랜드 당 1명 참석 가능.

4. 예산 및 기타사항

■ 예산

□ 총 계약금액 1,751,971,580원

□ 선금 : 계약금의 70% 이내에서 대행사 청구금액 지급 예정.

※ (참고) 2018년(춘계, 추계) 대행사 계약 금액 관련 예산 세부내역

(단위 : 원)

단위사업	세부사업	편성목	예산		
			소계	출연금	자체수입
트레이드쇼 개최	춘계트레이드쇼 개최	행사홍보비	503,636,364	390,000,000	113,636,364
	추계트레이드쇼 개최	행사홍보비	528,335,216	390,000,000	138,335,216
서울패션위크 개최	춘계 패션위크	행사홍보비	350,000,000	350,000,000	-
	추계 패션위크	행사홍보비	350,000,000	350,000,000	-
동대문패션상권 활성화 지원	서바이벌 패션콘테스트	행사홍보비	20,000,000	20,000,000	-
합 계			1,751,971,580	1,500,000,000	251,971,580

■ 기타사항

- 행사 세부내역 등 (18FW 트레이드쇼 운영매뉴얼) : 붙임 참조
- 행사의 내용 등은 제반 사정에 따라 추진 중 일부 변경 가능.
- 2018년 제너레이션넥스트 서울 춘계 참가비 수입 내역

(단위:천원)

구분	내역		금액
춘계 (확정)	▶ 독립 부스 참가비(일반)	2,000천원×26개	52,000
	▶ 독립 부스 참가비(서울컬렉션)	1,500천원×16개	24,000
	▶ 단체 부스 참가비	5,000천원×8개	40,000
	▶ 패션쇼 참가비(그룹)	3,000천원×1개	3,000
	▶ 패션쇼 참가비(단독)	6,000천원×1개	6,000
	소 계		125,000천원 (VAT제외시 113,636,364원)

붙임 : 1. 관련 방침 일체.

2. 2018FW 트레이드쇼 및 제너레이션넥스트 운영매뉴얼 1부. 끝.