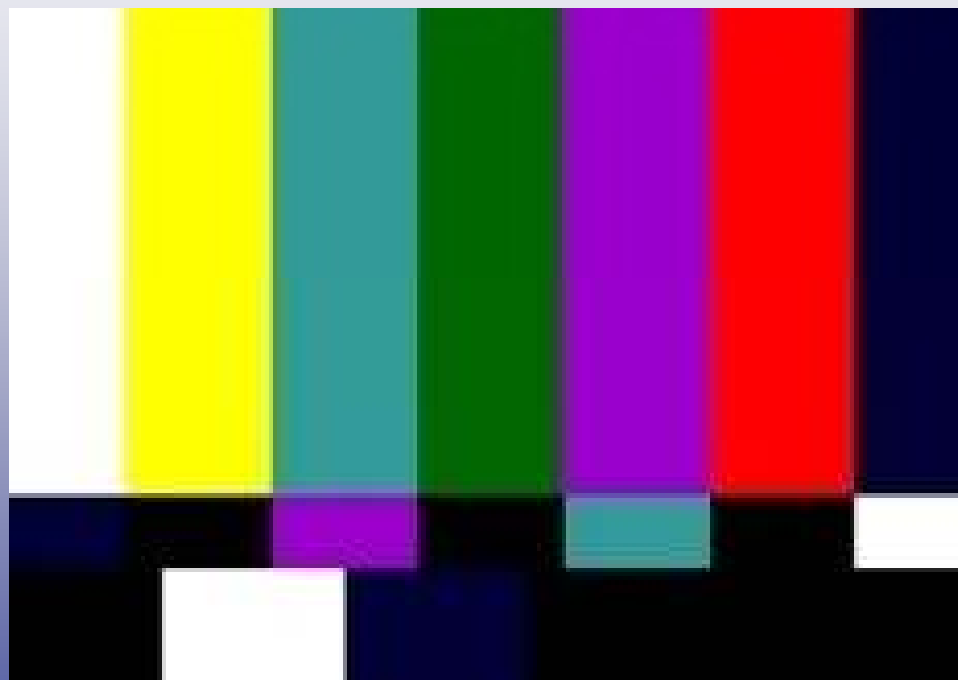




What if you were……?!



2010 부산 국제 숙면 박람회

---

★ Have a Delisleep !



# CONTENTS

I. 개최 배경 및 목적

II. 산업동향 및 시장분석

III. 전시회 개요

IV. 전시회 마케팅 전략

V. 전시장 구성 및 운영

VI. 추진 일정

VII. 예산 계획

OECD 국가 중, “한국인 가장 적게 잔다”  
프랑스와 수면시간 격차 무려 60분 !!!  
한국은 지금

"불면" 과의  
전쟁 중 !!

[OECD 주요국 일일 수면시간 비교]



[자료 : OECD\*2006년 조사자료 기준]

# I. 개최 배경 및 목적

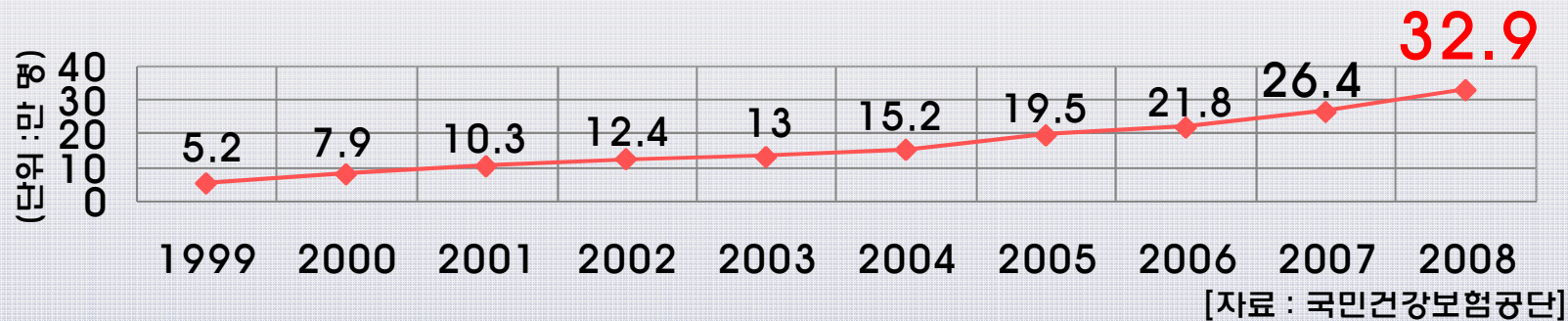
세계에서 가장 늦게 자고, 일찍 일어나는 대한민국 !

➔ 수면시간 감소에 따른 생산성 저하

➔ 수면장애로 인한 합병증 유발

경제적 손실  
+  
사회적 손실

[국내 불면증 치료 환자 증가 추이]



## 왜 숙면 박람회 인가?



## II. 산업동향 및 시장분석

### 기대 효과 및 산업 발전 기여도

일자리 창출과  
지역 경제 활성화

- 전시 컨벤션 분야 일자리 창출
- 수도권중심경제  
→ 남동·임해지역 경제 활성화 기여

국가 경쟁력 강화  
및 생활 혁명 기여

- 고부가 가치의 컨벤션 산업으로 구조 전환
- 2020년 부산 올림픽 유치를 위한 홍보수단
- 국민 생활 혁명 기여

### 2010 부산 국제 숙면 박람회

- 수면경제시장 개척
- 해외 인지도 상승 효과

행복한 국가  
+  
활기찬 기업  
+  
화목한 가정

## II. 산업동향 및 시장분석

### 국내 · 외 산업동향 및 시장분석

미국 매트리스 시장  
연평균 6.7%의 성장률

“숙면을 팔라” 라는 슬로건 아래  
각종 숙면관련 재품을 개발, 판매 중

숙면 경제시장 가치 → 약 200억 달러  
2008년, 마케팅 브랜드로  
선정된 ‘숙면산업’

2004년 트윈세이버(주)  
동양최대 규모 수면제품 주문공장 설립

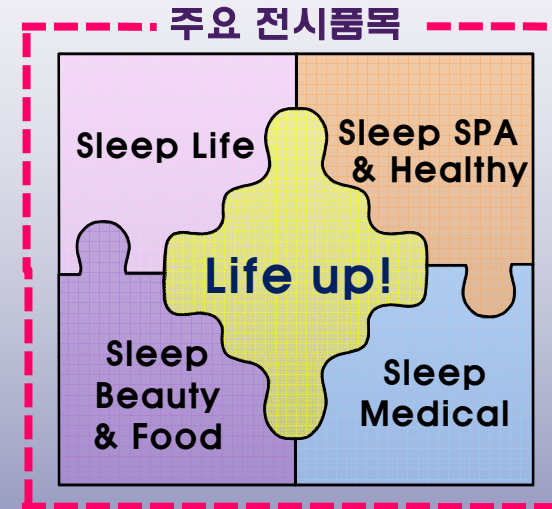
- Samsung, LG 쾌면에어컨 출시
- 2008년 고려대 안산병원  
→ 코골이 방지 조끼 생산

수면 전문센터 및 관련 제품의 증가 →  
수면장애에 대한 소비심리 예측 가능!



### III. 전시회 개요

- 전시회명 : 2010 부산 국제 숙면 박람회 (2010 Busan International Good Sleep Fair : BIGS)
- 전시기간 : 2010. 9. 30(목) ~ 10. 3(일), 4일간
- 전시장소 : 부산 BEXCO 제 2전시장
- 규 모 : 212개사 270부스 (면적:8,836㎡)
- 슬 로 건 : Have a Delisleep ! (Delicious + Sleep)
- 전시테마 : Life up !
- 주 최 : 부산광역시, 한국건강관리협회
- 주 관 : 2010 BIGS사무국, KOTRA
- 후 원 : 지식경제부, 보건복지가족부, 한국무역협회,  
대한상공회의소, 중소기업중앙회, 중소기업진흥공단, 대한의사협회,  
대한대학병원협회, 서울수면센터, 부산일보
- 부대행사 : 대학생 숙면 아이디어 제품 전시전, 숙면유도 스트레칭 교실, 음악회,  
대한수면학회 세미나, 중소기업 수출상담회(KOTRA)
- 홈페이지 : [www.goodsleepfair.com](http://www.goodsleepfair.com)





## 2010 BIGS 참가업체 유치 방안 및 예상 현황

**국  
내  
최  
초!**

- 부산 지역 참가 업체의 지원 → 지역 경제 활성화
- 국내 대기업 담당자와 중소기업 간 사업 설명회
- 해외 업체 구매 담당자의 국내 현장 방문 추진
- 우수 참가 업체 → Sleep 2010 in Seattle 참가 지원
- Sleep 2010 in Seattle 부스 교환 추진
- 해외 VIP 업체에 항공료 및 숙박비 제공

구 분	계		국 내		해 외	
	업체수	부스수	업체수	부스수	업체수	부스수
2010 BIGS	212	270	168	210	44	60

# IV. 전시회 마케팅 전략

★ 참가 업체 유치 방안



## 국내 · 외 주요 참가 업체

구분	업체	품목
Sleep Life	SAMSUNG	쾌면에어컨 '바람의여신'
	LG	휘센 '꿈 수면에어컨'
	라비오	뇌파 베게
	웅진코웨이	공기청정기
	이브자리	숙면 유도 침구류
Sleep SPA & Healthy	비쉬	아로마 목욕용품
	닥터 루프트	피톤치드
	세라젬	숙면과학 온열 매트
Sleep Medical	서울 수면 클리닉	코골이, 불면증 치료기관
	코모키 수면센터	수면 클리닉
	숨 수면센터	수면질환 클리닉
Sleep Beauty & Food	마인드 트레이닝	음반 및 다양한 콘텐츠
	서울우유	굿나잇 밀크
	SK 케미컬	숙면유도 화장품

구분	국가	업체	품목
Sleep Life	USA	Soleil Sun Alarm	알람 시계
	JAPAN	Daikin industry	쾌면 에어컨
	SWEDEN	S.V Software LTD	알람 시계
	SPAIN	Glow Pilow	숙면유도 침구
	DENMARK	FLEXA	가구류
Sleep SPA & Healthy	Singapore	P.H Holdings LTD	스파, 마사지 등
	JAPAN	(주)타지마야	森の生活
	USA	The Beauty Superstore	Essence of Vail
Sleep Medical	USA	Speracor	수면제
	FRANCE	Sanofi-aventis	수면제
	JAPAN	エスエス製薬	생활개선제
Sleep Beauty & Food	USA	Origins	숙면유도 화장품
	Australia	Sleep pro	이갈이 방지 마우스 피스
	USA	J.Prima Lab Inc	산림욕 화장품

# IV. 전시회 마케팅 전략

★ 바이어 / 참관객 유치 방안

## 바이어 / 참관객 유치

**해외 수면 협회 중심 유치**  
 해외 수면 메디컬 센터와  
 대한 수면 학회 연계

**부산 관광 코스 조성**  
 부산 메디컬 스트리트 중심  
 → 관광코스 개발  
 박람회+관광 패키지  
 상품 개발

**전국 수면 센터 및  
 관련 기관 인사 유치**  
 수면 전문의 세미나 개최로  
 BIGS 홍보 효과 창출

**일반인을 위한  
 특별관 구성**  
 쾌면시스템 체험관 &  
 한방 숙면제품 특별관

국 내 9,000명

+

해 외 2,000명

총 참관자  
**11,000명**

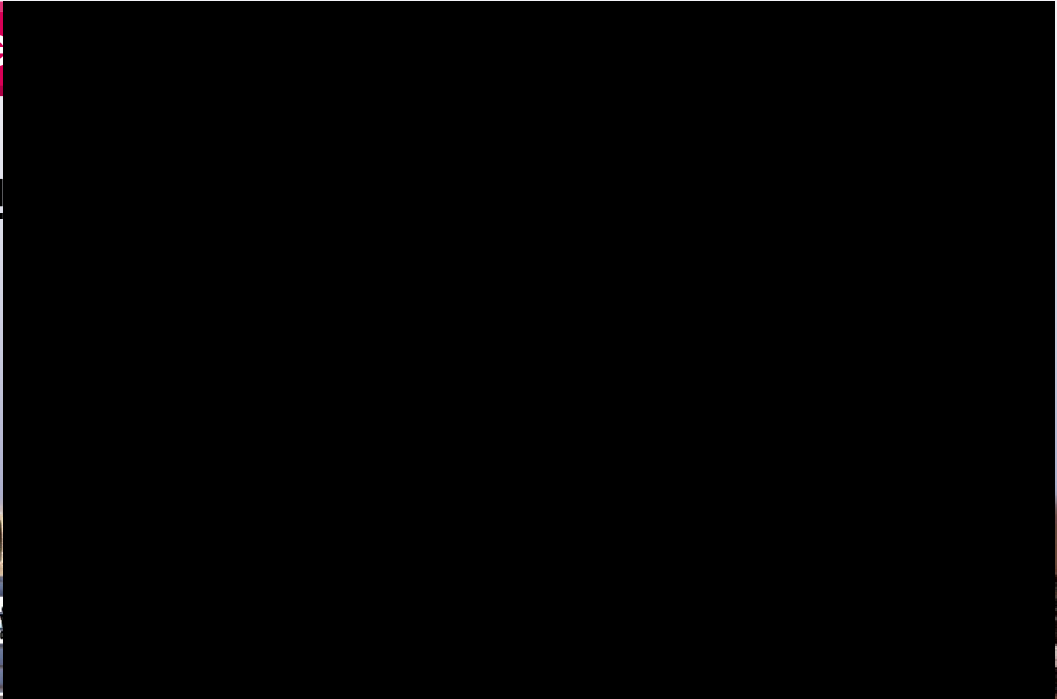
# IV. 전시회 마케팅 전략

★ 홍보 계획



## 2010 BIGS Delislee

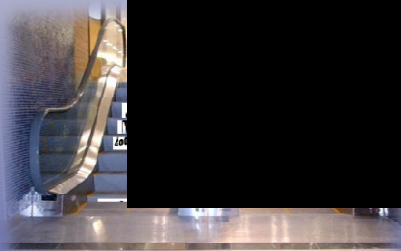
- 1) 2010 대학생 숙면
- 2) 젊은 층을 공략한
- 3) SLIM 마케팅



홍보



일반인의 눈높이에 맞춘 계단식 배너광고



서울역, 인천공항, 부산역 광장에 설치





## 홍보 계획





## 2010 BIGS SWOT 분석

**Strength** S

- 국내 최초 숙면 전문 전시회
- Sleeponomics 활성화의 장
- 경제위기로 인한  
수면장애 인구 증가

**Weakness** W

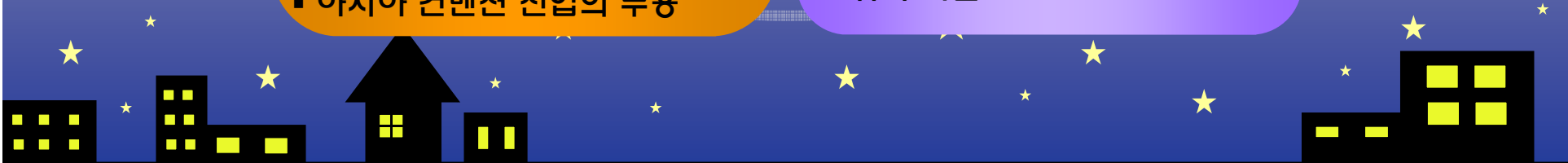
- 한국인의 숙면에 대한 인식이  
선진국에 비해 미흡
- 국내 수면 의학 인프라 구축 미흡
- 수면 시장의 객관적 국내 이익  
창출의 불확실

**Opportunity** O

- 국내 수면경제시장 참여 유도
- 해외 수면시장과 기술교류 →  
직접 수출입을 통한 무역 촉진
- 지역 메디컬 관광 발전 촉진
- 아시아 컨벤션 산업의 부흥

**Threat** T

- 국내 각종 건강 · 의학박람회가  
이미 유치되어 있음
- 세계 경제 침체로 인한 소비심리  
위축 확산



## IV. 전시회 마케팅 전략

★ 중장기 사업 계획



### BIGS의 삼삼(3년-3주기)한 ING Plan





## IV. 전시회 마케팅 전략

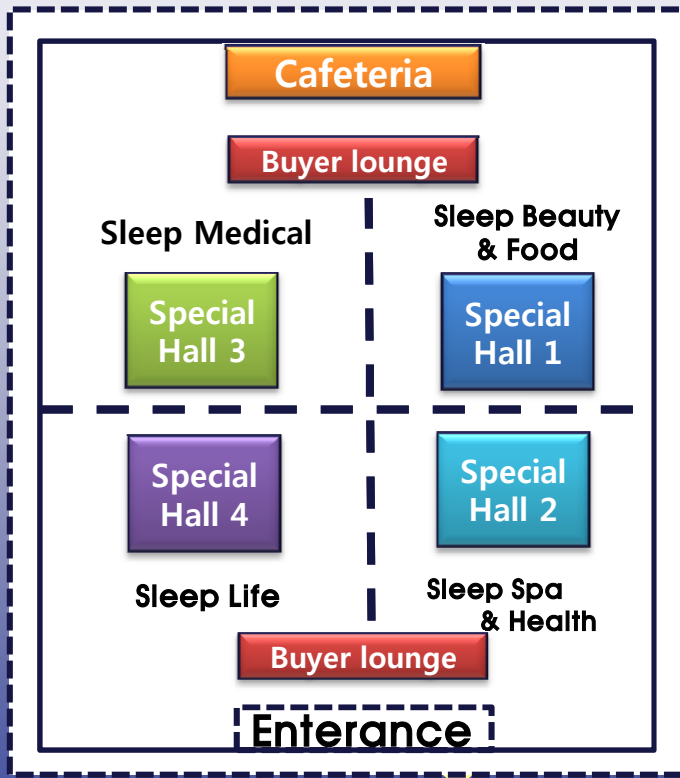
★ 경쟁전시회 분석 / 비교



### BIGS 2010 vs Sleep 2009

구분	BIGS 2010	Sleep 2009
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 일반 대중과 수면산업의 연계</li> <li>▪ 상업성+대중성+전문성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 수면 학회와 연계된 전시회</li> <li>▪ 학술적 이미지의 전시회</li> </ul>
기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2010년 9월 30일~10월 3일(목~일)</li> <li>▪ 겨울에 관련 품목 소비율 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2009년 6월 6일~11일(토~수)</li> </ul>
규모	212업체 270부스	작년 참가 업체수 160개
장소	대한민국 부산광역시 해운대구 BEXCO	The Washington State Convention and Trade Center in Seattle
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 국내 해외 다양한 업체, 수면클리닉의 참가</li> <li>▪ 수면관련 제품, 의학품의 대중친화적인 이미지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 미국 내 수면 전문가 초빙</li> <li>▪ 수면의학과 수면리서치에 집중한 전시회</li> </ul>
부대행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 대학생 아이디어 제품 전시전</li> <li>▪ 대한수면학회세미나,</li> <li>▪ Life-up음악회, 숙면유도 운동</li> <li>▪ 쾌면시스템, 한방숙면제품 체험관 등 다양한 특별관으로 관람객의 이목집중효과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 부대행사의 전문화</li> <li>▪ 연구발표를 주제로 한 토론이 대부분</li> </ul>

## 전시장 단면도 & 기본부스 형태



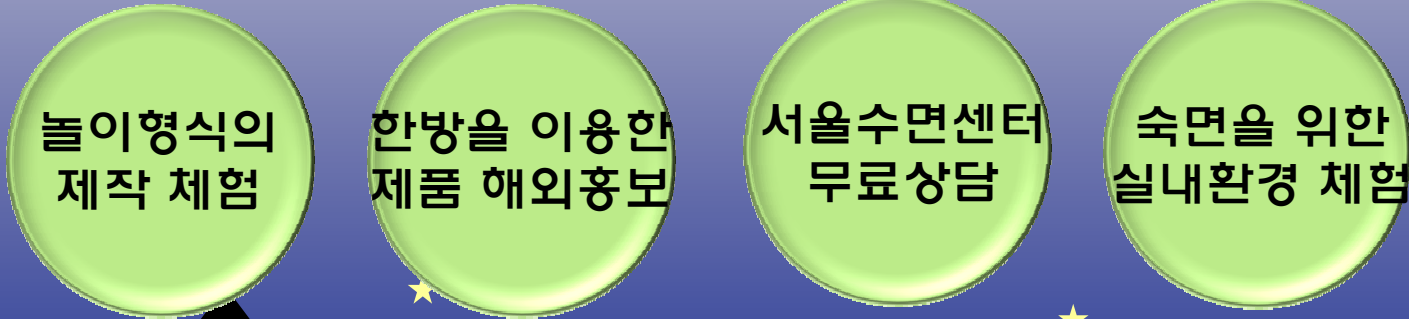
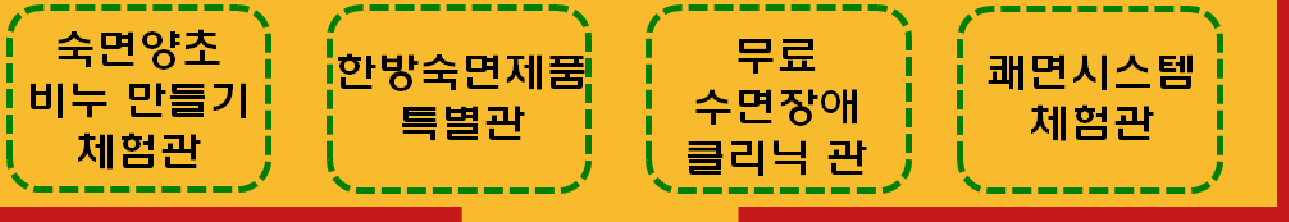
- 기본사양 : 1부스당 1Set
  - 전시면적(1부스) : 9 m<sup>2</sup> (3m x 3m)
  - Info desk 1개 + 의자 1개
  - 상담테이블 1개 + 의자 2개

※ 부스 디자인은 상이할 수 있음





## Life-up (특별관) 구성



## V. 전시장 구성 및 운영

★ 전시장 구성



### 주요 부대 행사

행사명	세부내용	주관
대한 수면학회 세미나	<ul style="list-style-type: none"> <li>일시 : 9월30일, 10월1일</li> <li>장소 : 클래스홀 2층 BEXCO</li> </ul>	대한 수면학회
대학생 숙면 IDEA 제품 전시전	<ul style="list-style-type: none"> <li>일시 : 9월 30일 ~ 10월 3일</li> <li>장소 : 클래스홀 2층 BEXCO</li> </ul>	BIGS 사무국
수면유도운동 강연	<ul style="list-style-type: none"> <li>일시 : 10월1일 ~ 2일</li> <li>장소 : BEXCO 야외전시장</li> </ul>	서울 수면센터
Life-up 음악회	<ul style="list-style-type: none"> <li>일시 : 10월 2일</li> <li>장소 : 클래스홀 2층 BEXCO</li> </ul>	부산 시립 교향악단

2010 수출 상담회	일시	장소	시간	주관
	9월 30일(목)	BEXCO	13:00~17:00	KOTRA
	10월 1일(금)	BEXCO	13:00~17:00	KOTRA

## V. 전시장 구성 및 운영

★ 전시장 운영



### 지원 시설

구분	시설 및 용도	비고
로비	종합 안내데스크, 출입증 발급 데스크, 등록데스크, 여행사, 물품보관소 등	BEXCO 1층
전시장(Hall)	주최자 사무실(통역지원), 비즈니스 센터, 바이어라운지, 스낵코너	BEXCO 1층 제 2전시장
세미나실	주요 부대행사 개최	BEXCO 2층
종합 상황실	전시장 내 전체 업무 지원 및 관리	BEXCO 2층

➔ 무료 셔틀 버스 운영 (김해공항-주요호텔-BEXCO 순환)

# V. 전시장 구성 및 운영

★ 전시장 운영



## BIGS 사무국

**행 정**

- 부산광역시 건강증진과

**전시 운영**

- 전시장
- 전시장 관련 지원
- 운영 총괄, 통제

**부대 행사**

- Life-up 음악회
- 수면유도운동
- 학회 세미나
- 아이디어 제품 전시전

**전시팀**

- 전시장 운영
- 통역지원
- 설문조사
- 공지 사항 배포 및 장내방송
- 시설물 설치&유지

**등록팀**

- 등록데스크 운용
- 네임 카드 발부
- 전시장 출입 관리

**안내팀**

- 안내데스크 운용
- 전시장 안내
- 항공, 숙박 확인
- 셔틀버스 관리
- 편의 시설 관리
- 바이어 관리

**홍보팀**

- 프레스룸 운용
- 공식 기자회견
- 초청 VIP 관리

## VI. 추진 일정

	추진업무	2009			2010										
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
기획	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 각 분야별 평가회의</li> <li>• 10 BIGS 예산 편성 및 승인신청</li> <li>• 전시장 임차계약</li> <li>• 홍보물 및 해외 홍보 계획 수립</li> <li>• 지정 여행사 선정</li> <li>• 전시장 설치 공사 입찰 및 계약</li> <li>• 진행요원 및 통역원 선발, 교육</li> <li>• 전시장 설치공사(부스), 운영관리</li> <li>• 설문조사, 전시회 평가</li> <li>• 감사 e-mail 발송</li> </ul>														
업체유치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 업체 리스트 정리, 자료 수집</li> <li>• 업체 모집 공고</li> <li>• 업체 방문 등을 통한 유치 활동</li> <li>• 주요 업체 집중 유치 활동</li> <li>• Directory 제작</li> </ul>														
바이어유치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 바이어리스트 정리, 분석, 자료수집</li> <li>• 유치활동 (E-mail, Fax)</li> <li>• 내수바이어, KOTRA 집중 유치활동</li> <li>• 유력 바이어 특별 유치 활동</li> <li>• 주요 바이어 관리</li> </ul>														
홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 개설 및 D/B 구축</li> <li>• 브로슈어, 각종 홍보물 제작</li> <li>• BIGS 소식지 및 보도자료 발신</li> <li>• 국내외 홍보관 운영, 세미나 개최</li> <li>• 대학생 숙면 제품 발명 대회 개최</li> <li>• 기자단 설명회</li> <li>• 대 시민 홍보</li> <li>• 해외기자단 초청 및 프레스 관리</li> <li>• 기록 보존</li> </ul>														

## VII. 예산 계획

(단위 : 천 원)

수 입			지 출		
부스 임대료	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 일반 : 1,200 × 150부스</li> <li>▪ 할인 : 840 × 120부스</li> </ul>	280,800	임차료	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 전시장, 종합 상황실 및 세미나실</li> </ul>	66,248
입장료	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 성인 : 3,000 × 6,000명</li> <li>▪ 청소년 : 1,000 × 3,000명</li> </ul>	21,000	장치비	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 랜 설치, 전기사용료 포함</li> </ul>	90,000
정부 지원금	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 지식경제부 지원</li> </ul>	15,000	제작비	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 홍보물 및 Directory 제작</li> <li>▪ 발송 비용</li> </ul>	16,000
후원금	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 대한 의사 협회</li> <li>▪ 대한 대학병원 협회</li> </ul>	18,000	홍보비	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 마케팅 비용</li> <li>▪ 기자 간담회비</li> <li>▪ KOTRA 지원비</li> <li>▪ 일간지, 배너 광고</li> <li>▪ VIP 초청비</li> <li>▪ 세미나 주최비</li> </ul>	61,450
광고료	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 전국 수면 클리닉</li> </ul>	3,000	행사 진행비	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 세미나 강사료</li> <li>▪ 전문 통역비</li> <li>▪ 일반 운영비</li> <li>▪ 기타 진행비용 및 인건비</li> </ul>	23,000
합 계		337,800	합 계		256,698

수 익 : 337,800 - 256,698 = 81,102



& A



THAN OU !



2010 부산 국제 숙면 박람회 사무국