

2012 국제 휴먼에너지 산업박람회

International Human Energy Fair

더! Movement



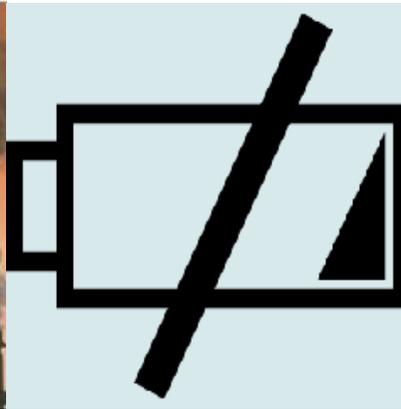
목 차



1) 개척배경



환경오염



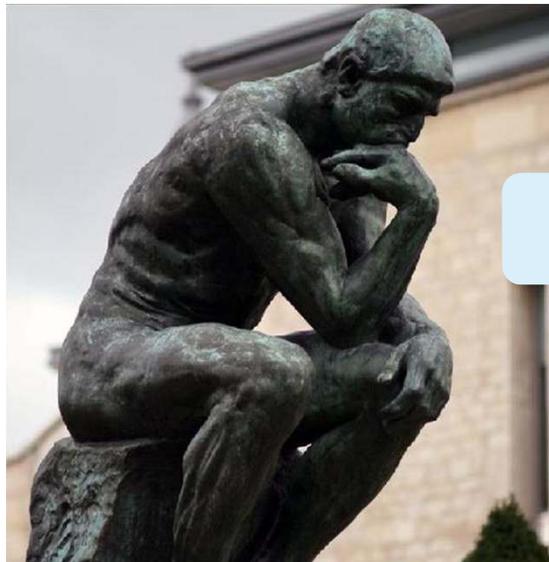
에너지고갈



비만



운동부족

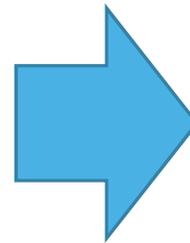


동시에 해결 할 수 없을까?



2) 휴먼에너지의 정의

“우리의 모든 움직임이 에너지다”



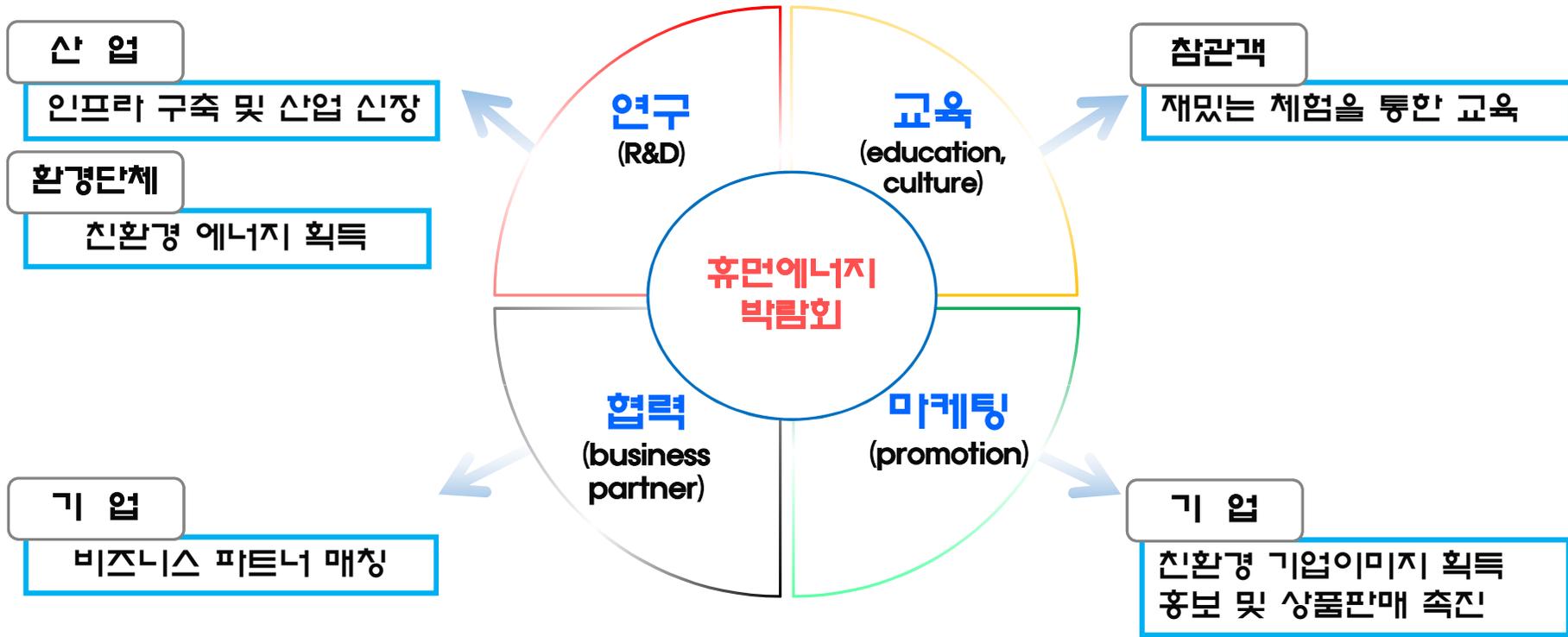
3) 휴먼에너지 박람회 기획목적

“새로운 건강과 환경의 패러다임 = Fun Energy”



- 단
- 축
- 재
- 어

4) 휴먼에너지 박람회 개최 필요성



- 국가(정부)**
- 에너지 자립도 상승
 - 에너지 소비 절약
 - 공해오염 해결
 - 산업발전
 - 레저스포츠 발전
 - 시민 인식 향상

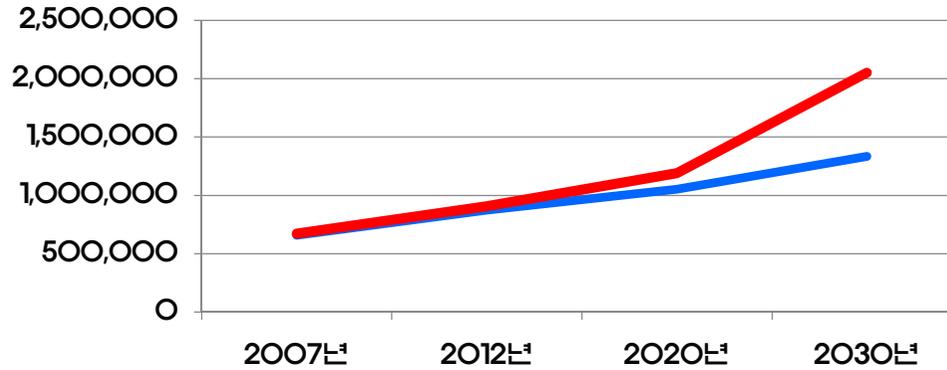


전시회명	2012 국제 휴먼에너지 산업 박람회 (2012 International Human Energy Fair)
전시기간	2012. 8. 22(수) (세계 에너지의 날) ~ 8. 25(토), 총 4일간
전시장소	대전 컨벤션센터 1F 전시홀, 중회의실
규 모	부스: 150부스, 면적: 2,520m ²
슬 로 건	미래를 움직이는 fun 에너지, 인력(人力)
전시테마	우리의 모든 움직임이 에너지다
주 친	대전광역시, 한국에너지재단
주 관	중소기업중앙회, 중소기업진흥공단, 중앙일보
후 원	지식경제부, 한국전력공사, 한국에너지관리공단, 특허청, 국가환경정보센터
부대행사	휴먼에너지 상품전시, 휴먼에너지 체험전, 인간 동력기 대회, 대학(원)생 인간동력 발명왕 공모전 당선작품 전시, 환경 포럼, 비즈니스 상담
홈페이지	http://www.dcckorea.or.kr/



1) 국내, 외 재생에너지 산업의 현황

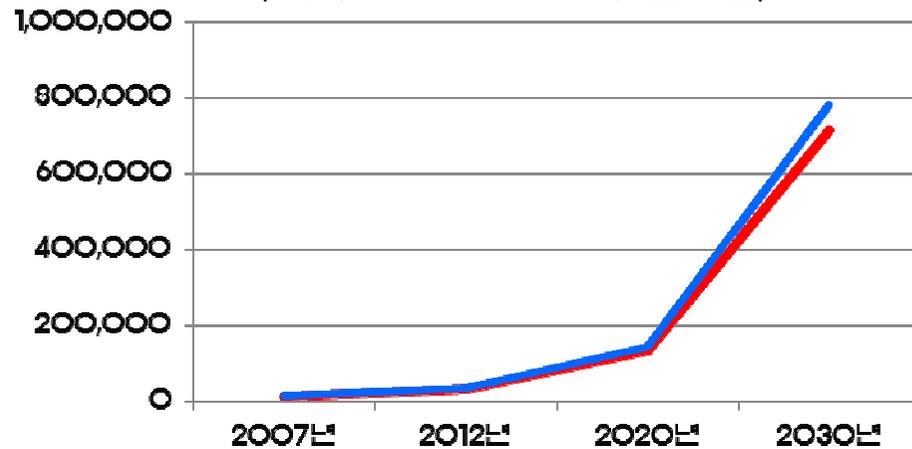
〈 재생에너지 세계시장규모 전망〉



(단위: 백만달러)

— (=세계생산액) 당해기술
 — 세계시장 Parent Industry
 연평균 증가율 18%

〈 재생에너지 세계시장 점유율〉



— 국내생산(B)
 — 세계시장=세계생산(A)
 2030년 점유율 9.3%

- 세계 환경시장은 지난 10여 년간 연평균 7% 정도의 매우 빠른 속도로 성장



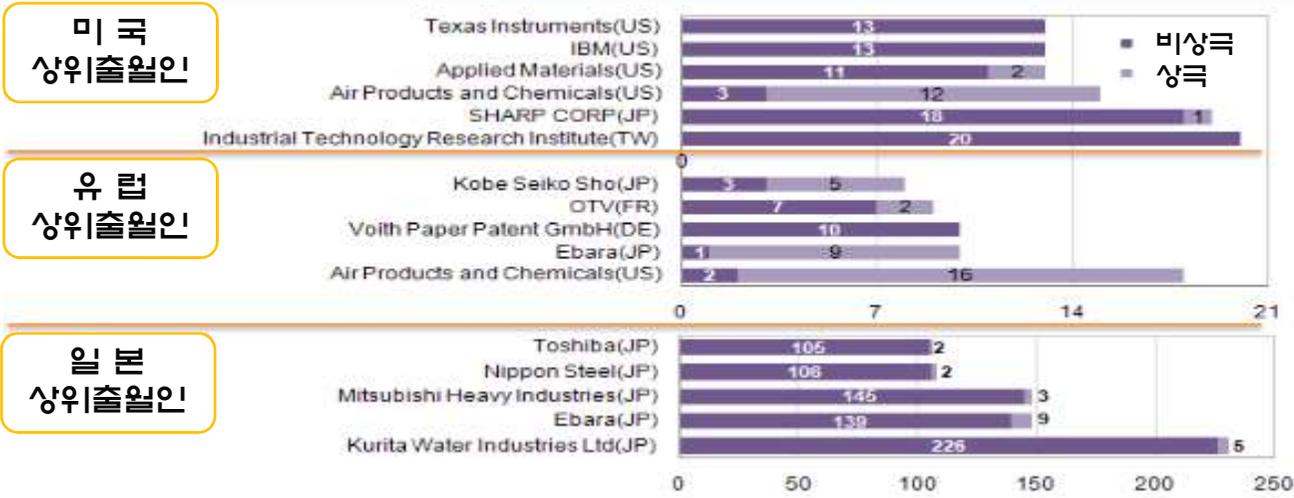
2) 휴먼에너지의 산업적 가치



3) 휴먼에너지 해외 산업현황



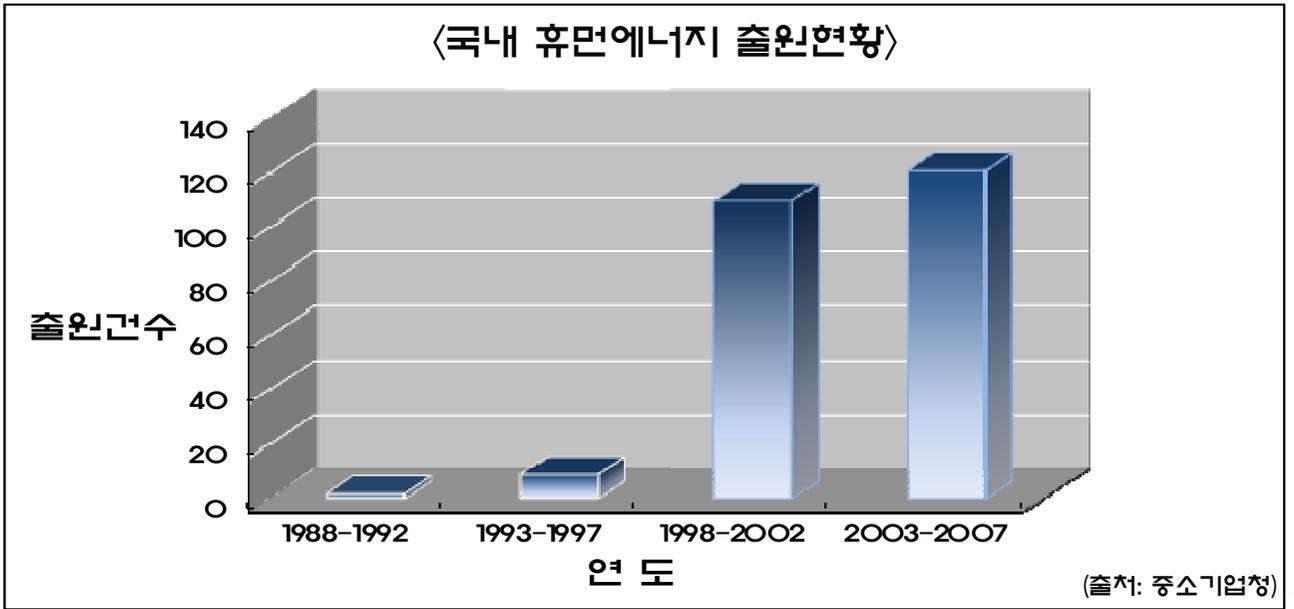
4) 휴먼에너지 국내,외 산업현황



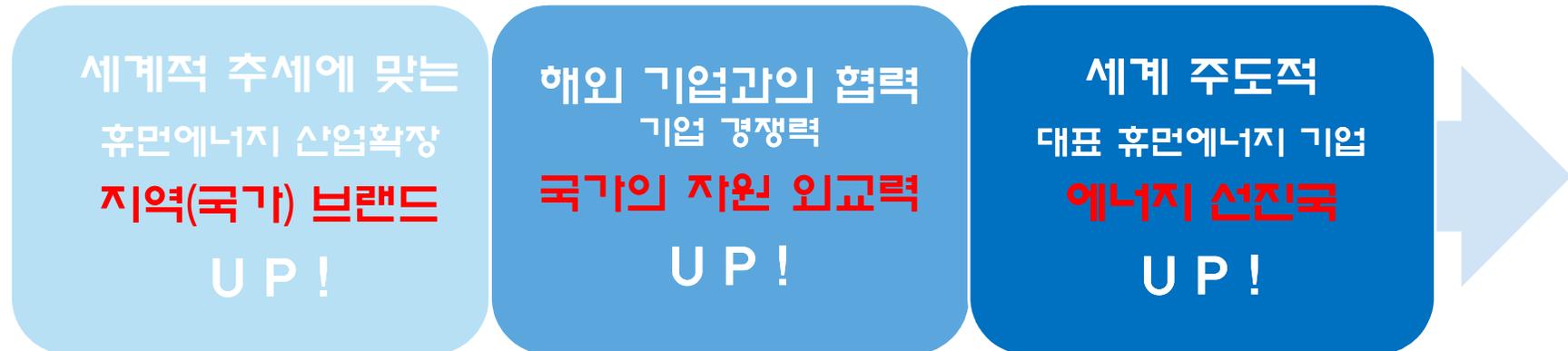
휴먼에너지 특허 출원 1998년 이후 대폭 증가



휴먼에너지 연구 개발 증가



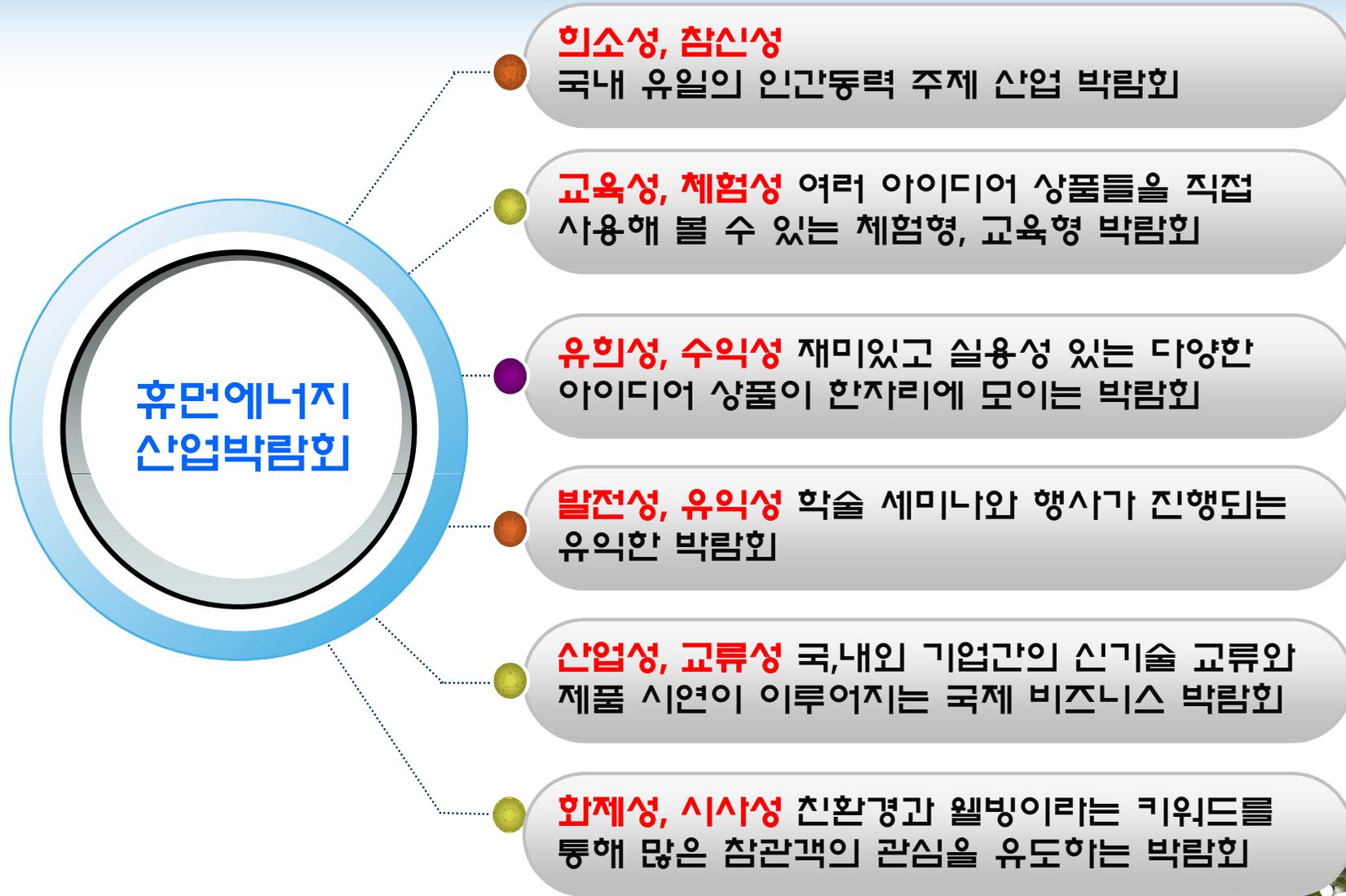
5) 산업 발전 기여도



- ✓ .지역 브랜드 과 산업 시장을 획득
- ✓ .국가 자원 외교력 과 기업 경쟁력 향상
- ✓ .세계적 휴먼에너지기업 과 에너지선진국 형성

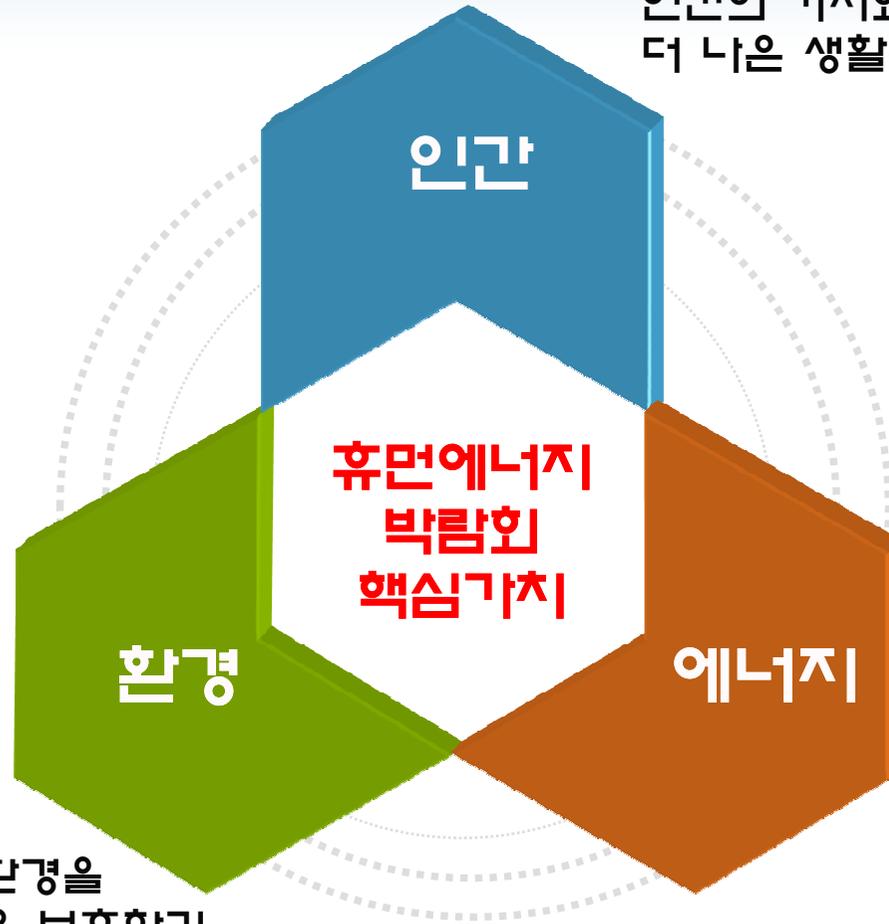


1) 휴먼에너지 산업박람회 가능성



2) 휴먼에너지 산업박람회 핵심가치

인간의 가치와 능력을 재발견하고
더 나은 생활을 위한 비전 제시



고갈되어 가는 에너지의
소중함과 미래의 새로운
에너지 개발

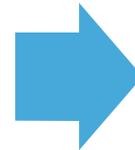
오염되어가는 환경을
생각하고 환경을 보호하기
위한 노력과 행동



3) 휴먼에너지 산업박람회 파급효과

참관객

- 1. **체험** 통한 친환경 유익교육
- 2. 에너지 소비문화 향상
- 3. 친환경 상품수요 증가



기업발전

- 1. 친환경 기업이미지 획득
- 2. **홍보 및 판매의 촉진**
- 3. 협력을 통한 정보공유
- 4. 신제품 개발, 상품 판매



산업발전

- 1. 기업발전을 통한 시장형성
- 2. 연구규모의 확대
- 3. **관련기술의 향상**



국가발전

- 1. 에너지 자립도 상승
- 2. 에너지 소비감소를 통한 **경제력 신장**
- 3. 친환경 교육 확대



1) 유치 계획

(1) 유치목표 : 150개사 150부스 (면적 2,520m²)

(2) 유치방향

참가업체 : 상품 **홍보** 및 **판매**의 장 제공

바 이 어 : 비즈니스 **매칭 이벤트**와 **포럼** 유치

참 관 객 : 휴먼에너지에 대한 호기심 유발 **체험이벤트** 마련
환경포럼 및 **부대행사**를 통한 참여 유도

(3) 유치 대상 업체 기준

- 국내·외 수출 주도 기업 및 신기술 개발 기업
- 공공 성격의 업무를 수행하는 정부 또는 주요 산하 기관
- ‘인간동력’ 제품을 해외에 홍보할 수 있는 기술을 갖은 기업

구 분	개 수	내 용
참가업체	국내: 100	인간동력 에너지 관련 업체 및 친환경 자가발전 발명가, 환경단체
	해외: 50	유럽, 미국, 일본 등 친환경 에너지에 관심 많은 업체
참관객	국내: 10,000	관련분야 종사자 : 1,000명 / 일반참관객 : 9,000명
	해외: 1,000	외국인 : 1,000명



2) 국내.인 유력 참가업체

V. 성과목표

산업체, 연구기관

- (주)Go-one
- (주)센블
- (주)세라콤
- 한국NGO신문
- 한국NGO학회
- Seoyoungtech
- (주)디자인파크
- 은성헬스빌
- 무한질주 노마드
- 한국기계연구원
- 한국과학기술원(KAIST)
- (주)예술이 있는 언덕
- E&HC
- 모투스
- (주)디자인파크

해외 업체

- Sony**
- 모토로라**
- free play energy
- m2e
- human power
- alternative energy
- <http://www.alternative-energy-news.info/technology/human-powered/>
- 浙江盛博子有限公司
- Windstream
- <http://www.windstreampower.com/index.php>
- Gazelle
- ydk
- <http://www.daviddarling.info/>
- 일본 신에너지산업기술개발기구(NEDO)
- Metropolitan Expressway Company Limited
- California fitness center
- human car

에너지단체

- 한국에너지기술평가원
- 한국에너지기술연구원
- 한국에너지재단
- NEDO(신에너지산업기술개발지구)
- 에너지 경제연구원
- IT전력사업단
- 한국에너지관리공단
- 신재생에너지센터
- 한국에너지신문

환경단체

- 국제연합환경계획 한국위원회
- 전국환경단체협의회
- 한국환경공단
- 국가환경정보센터
- 그린피스
- 녹색연합
- 환경운동연합

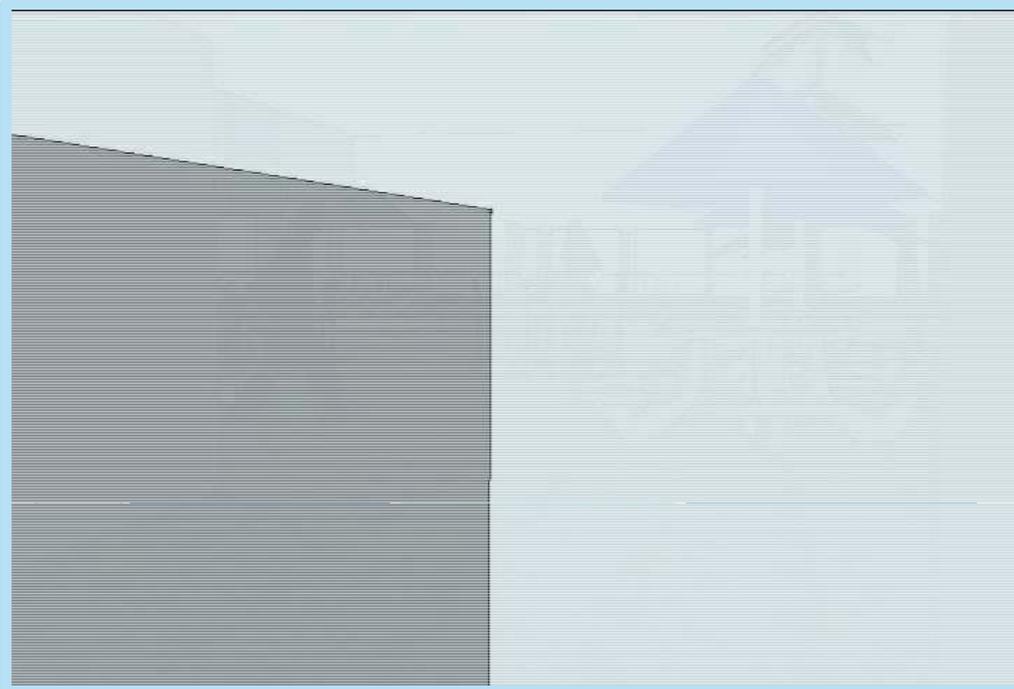
정부기관/지자체

- 대전광역시
- 특허청
- 중소기업청
- 한국환경산업기술원
- 환경부
- 서울 송파구



3) 전시장 구성계획

(1) 평면도 & 기본 부스



전시면적: 2,520m²



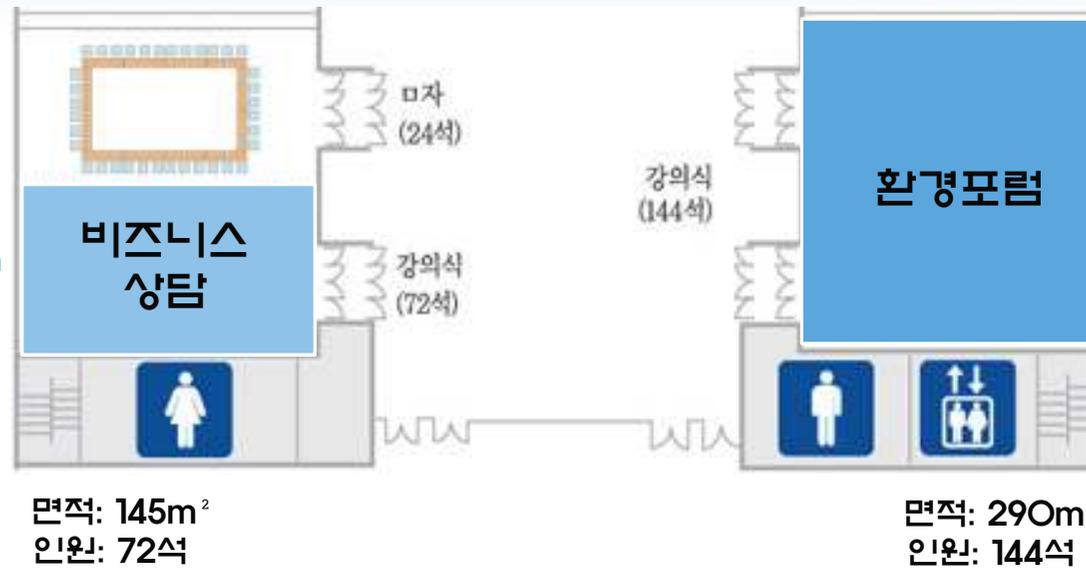
(※ 부스 디자인은 상이할 수 있음)

- (1) 기본 부스 사양 : 1 부스당 1set
- (2) 전시면적(1부스) : 9 m² (3m X3m)
- (3) 인포데스크 1개 + 의자 1개

주 제 관	내 용		
휴먼에너지 체험관	인간동력 놀이기구 및 레저 체험 공간	. 온 가족이 함께하는 플레이 점프! . 슈윙 타고 날아가자! . 내가 만드는 에너지	562.5m ²
휴먼에너지 상품전시	휴먼에너지를 필요와 생활상품 전시	. 국, 내외 휴먼에너지 생활상품	975m ²
인간 동력기 대회	참관객의 호기심 유발 및 재미촉구	. 오늘의 에너지왕! . 티끌 모아 에너지산 (발전마루)	975m ²



4) 포럼 및 비즈니스 상담 구성계획



일 자	포럼 내용
8월 22일	에너지의 날 기념 - 미래를 움직이는 fun 휴먼에너지
8월 23일	휴먼에너지와 엔터테인먼트산업
8월 24일	휴먼에너지와 웰빙레저산업
8월 25일	생활 속의 휴먼에너지 찾기



1) S.W.O.T 전략

강점 (Strength)

- 국내 유일의 휴먼에너지 박람회
- 친환경과 웰빙트렌드에 부합
- 재미있는 체험형 전시상품

위협 (Threat)

- 대중의 인식이 부족
- 산업의 규모 협소

S.W.O.T

기회(Opportunity)

- 다양한 연령대의 체험중심 박람회
- 정부차원 재생에너지 산업을 지원
- 첨단과학 연구역량 대전의 지역
브랜드 효과

약점(Weakness)

- 해외기술 및 상품의 우위
- 유통, 판매 시장의 미성숙



2) 참가업체 및 참관객 유치계획

- 컨퍼런스**
 - 전시 참가 업체 중, 대표 기업 성공사례 발표 **컨퍼런스**를 통한 적극적 홍보 기회 제공
- Biz marketing**
 - 기업과 바이어의 1:1 **Biz-matching** 프로그램을 통해 직접적인 거래 상담 기회 제공
- 휴먼에너지 공모전**
 - 대학 대학원생들을 대상으로 휴먼에너지를 이용한 **발명왕 공모전**을 개최하여 많은 관심을 유도
- 이벤트 마케팅**
 - 에너지의 날을 기념하여 **인간동력 자전거대회**를 개최하여 언론매체에서 취재할 수 있는 프로그램 마련
 - 휴먼에너지를 이용한 생활상품 중 일부를 행사하여 참관객을 위한 **경품**으로 제공
- SNS 마케팅**
 - 블로그, 카페, 트위터, 페이스북 등을 이용한 **바이럴마케팅** 기반 휴먼에너지 필요성 확산



3) 기본홍보와 기획홍보 세부계획

기본 홍보	TV 광고	• TV 광고를 통한 휴먼에너지박람회 홍보
	전문지 광고	• 에너지/환경 전문지에 광고
	방송뉴스 기사화	• T.V 나 신문에 행사안내 보도자료 배포 및 기사화 • T.V 와 신문 기사 릴리스 - 휴먼에너지 전문가 집중 토론회 및 기사 연재 기획 제공
	포스터, 리플렛, 초청장	• 대전 충남 주요지역 포스터 부착 - 대상 : 에너지/환경단체 및 정부, 지자체 기관에 발송 • 참가업체 및 단체에 발송(DM 및 E-mail) • 에너지/환경 단체 및 정부, 지자체 기관 홈페이지 개재 • 유동인구가 많은 지역이나 타 전시회 홍보관에 비치 • 입국 바이어, 관련단체, 정부, 지자체 초청장 발송 • 변화가 거리이벤트 집중홍보
기획 홍보	‘인간동력 비행기 시연회’	인간동력 비행기를 타고 어느 정도 날 수 있을까? : TV프로그램으로 소개되어 많은 관심을 받을 수 있도록 유도
	쿠폰 마케팅	수익 극대화를 위한 인터넷 예매를 쿠폰 을 활용한 마케팅
	이색마케팅	기술적 플래쉬몹, 파워블로거 추천전략, 휴먼에너지 연등행진, 휴먼에너지 콘서트



4) 중장기 사업계획 및 비전

진입기

2012 – 2014

휴먼에너지 산업 형성

사회변화: 휴먼 에너지의 필요성 인식
에너지 소비 문화 인식

박람회 : 국내 휴먼 에너지 전문 산업박람회 자리매김

발전기

2015– 2017

휴먼에너지 산업 성장

사회변화: 휴먼 에너지 산업 인프라 구축
해외 산업을 기반으로 대외 경쟁력 향상
박람회 : 국제 휴먼 에너지 전문 포럼
국제 휴먼 에너지 전문 산업 박람회

안정기

2018 – 2020

휴먼에너지 산업 정착

사회변화: 휴먼에너지 기업의 신기술
개발 확대
해외 업체에 수출 범위 증가
박람회 : 휴먼에너지 산업 클러스터 및
엑스포 개최



VII. 추진일정

항목	일정	사전준비단계			장치공사			전시기간				철거	
		5 월	6 월	7 월	8. 19	8. 20	8. 21	8. 22	8. 23	8. 24	8. 25	8.26	
기획 및 진행	사무국 개설 및 스텝 확정	■	■										
	예산 편성 및 수립	■	■										
	전시장 임대 계약		■	■									
	주요업체 모집 제안서 작성			■	■								
	참가업체 설명회				■								
	진행요원 선발 및 교육					■	■	■					
	장치공사 관련 발주				■								
	전시장 장치공사					■	■	■					
	전시장 운영 및 관리								■	■	■	■	
	전시회 평가 및 개선점 일지								■	■	■	■	
	결과보고서 작성												■
업체 관리	부스레이아웃 검토 및 확정				■								
	전시참가업체 모집 TM			■	■								
	국내 유관기관협조요청		■	■	■								
	전시참가업체 리스트 정리			■	■								
	전시참가업체 집중 유치		■	■	■								
홍보	디렉토리 제작		■	■	■								
	홈페이지 개설		■	■	■								
	각종 홍보물 제작		■	■	■								
	뉴스레터 발송				■	■							
	TV, 인터넷 광고				■	■							
	기획이벤트 홍보		■	■	■								
초대권 발행			■	■									

1) 수입계획

(단위 : 천원)

구분	내용	금액	수량	합계	비율 (%)
부스 임대료	일반부스	2,000	150	300,000	43 %
	입장료	3	8,000	24,000	
정부지원금	단체(20인 이상) 입장료	2	5,000	10,000	30 %
	충청남도 지원	100,000	-	100,000	
후원금	지식경제부 지원	100,000	-	100,000	22 %
	한국전력공사	100,000	-	100,000	
	한국에너지관리공단	50,000	-	50,000	
총 계				684,000	100 %

2) 지출계획

(단위 : 천원)

구분	세부내용	합계	비율 (%)
인건비	- 관리자 : 9,200 (2,300×4개월)	18,350	7 %
	- 스탭 : 3,300 (1,100×3개월)		
	- 아르바이트 : 1,400 (35×10명×4일)		
	- 도우미 : 2,000 (100×5명×4일)		
	- 보안용역 : 2,450 (70×5명×7일)		
회의비	- 업무회의 : 4,000 (200×20회)	4,000	3 %
관리비	- 통신비, 잡비, 지급수수료 : 3,500	3,500	
홍보비	- 포스터 : 5,000 , 조청장 : 2,500 , 리플렛 : 3,000	38,500	14 %
	- 발송비 : 1,000, 현수막 : 2,000, 인터넷광고 : 25,000		
임대료	- 전시장 임대료 : 100,000, 세미나실 임대료: 2,000	102,000	37 %
	- 관리비 예치금 : 20,000(환급)		
초청비	- 항공 지원금 : 50,000 (50업체×1,000)	50,000	18 %
행사비	- 레크레이션 MC 및 상품, 무대설비	50,000	18 %
설치비	- 부스설치 및 전기요금	6,000	2 %
총 계		272,350	100 %



감사합니다

더! Movement