

# K 디자인, 새로운 시장을 열다.

K-DESIGN, OPENING UP A NEW MARKET

디자인 기업 해외 비즈니스  
중국 시장 중심 사례집 2020

K 디자인,  
새로운  
시장을 열다.

---

디자인 기업 해외 비즈니스  
중국 시장 중심 사례집 2020

들어가는 말

**K 디자인,  
새로운  
시장을 열다.**

‘디자인’이 기업의 경쟁력을 높이기 위한 핵심 전략이라면 ‘유통’은 사업의 성패를 결정하는 열쇠라 할 수 있습니다. 글로벌 시대에는 해외시장 진출의 성공 여부가 곧 기업의 성공으로 이어지기 때문입니다. 그렇기에 우수한 제품·기술·디자인을 바탕으로 세계시장을 선도하기 위해 노력하는 것이 매우 중요합니다.

한국디자인진흥원은 그동안 디자인 주도로 제품 경쟁력을 높이고, 우수한 기량을 갖춘 기업들을 육성하기 위해 다양한 사업을 추진해 왔습니다. 특히 2013년 중국 베이징에 KIDP CHINA를 개소한 것을 시작으로 중국 저장성 이우시(2015년), 베트남 하노이(2018년), 중국 광동성 포산시 순더구(2019년)에 추가로 해외센터를 개소하여 우리 기업들의 해외 진출을 돋고 있습니다.

한국디자인진흥원은 고성장이 기대되는 디자인 유망기업들을 선별하고, 그 중 해외 진출에 성공한 기업들을 다시 한번 선별·분석하였습니다. 그리고 해외에서 괄목할 만한 성과를 거두며 두각을 드러내고 있는 기업들의 우수한 사례들을《디자인 기업 해외 비즈니스 사례집 2020》을 통해 조명하였습니다.

이 책에는 해외 진출을 위한 기획단계에서부터 성공까지의 모든 과정이 일목요연하게 담겨있습니다. 디자인 기업들이 어떻게 해외 진출에 성공할 수 있었는지, 어떤 노력을 기울이고 어려움을 극복해냈는지, 그리고 성공적인 글로벌 비즈니스를 위해 알아야 할 정보들까지 면밀히 기록하였습니다. 많은 디자인 기업에게 해외시장의 문을 조금 더 수월하게 두드릴 수 있는 원동력이 되길 바라며,《디자인 기업 해외 비즈니스 사례집 2020》을 발간합니다.

부디 이 책에 소개된 디자인 기업들의 열정과 노력이 해외 진출을 위한 좋은 귀감이 되고, 인내의 과정을 거쳐 맺은 달콤한 성과들이 더 넓은 곳으로 나아가기 위한 친절한 이정표가 되길 바랍니다.  
감사합니다.

한국디자인진흥원 원장 윤주현

## Part 1. Prove it\_ INCREASED SALES

**매출 증가로 세계무대에서  
입증되다**

- (주)유튜디자인컨설팅\_ U2DESIGN CONSULTING ..... 010
- 인디자인\_ INDESIGN ..... 018
- 매니페스토디자인랩\_ MANIFESTO DESIGN LAB ..... 026

## Part 2. Develop it\_ OWN BRANDS & PRODUCTS

**자체 상품 개발로  
세계의 이목을 끌다**

- 디자인방위대\_ DESIGN RANGERS ..... 036
- (주)샘파트너스\_ SAMPARTNERS ..... 044
- (주)엔에스디자인\_ NS DESIGN ..... 052

## Part 3. Expand it\_ ADVANCE ABROAD

**해외법인 설립으로  
장기적 비전을 보다**

- (주)비다스토리\_ VIDASTORY ..... 062
- (주)제이디자인웍스\_ JEIDESIGNWORKS ..... 070

## Part 4. 부록

- 한국디자인진흥원 소개 ..... 080
- 한국디자인진흥원 해외 진출 지원사업 소개 ..... 082
- 한국디자인진흥원 중국 진출 지원사업 성과(ROI) 분석 ..... 084
- 한-베디자인센터 운영 경과 및 주요 성과 ..... 088
- 한국판 뉴딜 추진을 위한 디자인 해외 진출 로드맵 ..... 090

**Part 1.** 

---

**Prove it\_ INCREASED SALES**

**매출 증가로  
세계무대에서  
입증되다**

- (주)유투디자인컨설팅\_ U2DESIGN CONSULTING
- 인디자인\_ INDESIGN
- 매니페스토디자인랩\_ MANIFESTO DESIGN LAB

# U2DESIGN CONSULTING

## 유튜디자인컨설팅

잘 나가는  
해외 브랜드를 상대로  
프리미엄 디자인 컨설팅을  
제공하다

유튜디자인컨설팅(U2DESIGN CONSULTING)은 스타일링 위주의 제품 디자인 개발을 넘어 제조 기업들이 가진 제품 관련 애로사항들을 다각도로 해결해 주는 글로벌 디자인 컨설팅 전문회사이다. 2010년 설립 이래 중국, 한국, 미국, 프랑스 등의 글로벌 기업들과 300여 건 이상의 제품디자인 관련 프로젝트를 진행해 왔으며 신제품 기획에서부터 제품혁신, 디자인 전략 수립과 교육에 이르기까지 광범위한 과업을 수행함으로써 다양한 기업들과 파트너십을 구축해 나가고 있다. 유튜디자인컨설팅은 단순한 디자인 용역에서 벗어나 제품 기획과 디자인 전략 중심으로 사업구조를 점차 확장해 가면서 높은 단가의 프리미엄 디자인 컨설팅을 통해 매출의 안정화 및 극대화를 실현해 가고 있다.

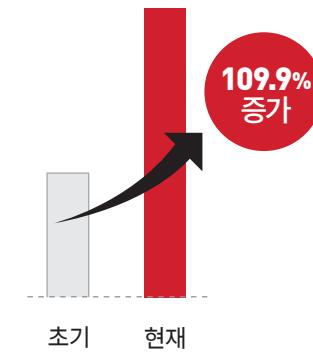


- 설립일 2010.09.01
- 전문/주력분야  
제품디자인/디자인전략/CMF개발
- 홈페이지  
[www.u2design.com](http://www.u2design.com)
- 이메일  
[green@u2design.com](mailto:green@u2design.com)
- 수상이력
  - 2013 Pin-up Awards
  - 2016 Good design Awards
  - 2016 iF Design Awards
  - 2016 Reddot Awards
  - 2018 CES Innovation Awards
  - 2019 Reddot Awards
  - 2020 iF Design Awards
  - 2020 CES Innovation Awards

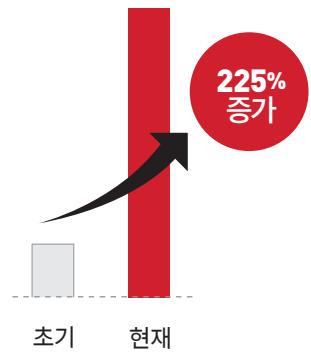
U2DESIGN CONSULTING is a global design consulting company that solves various product-related issues of manufacturing companies, going beyond style-oriented product design. Since being established in 2010, it has carried out over 300 product design-related projects with international companies from such countries as China, Korea, the US, and France, and has been building partnerships with various businesses, from planning new products and product innovation to establishing and training for design strategies. U2DESIGN CONSULTING is gradually expanding its business from basic design services to product planning and design strategy, and its sales are becoming stronger with its premium high-cost design consulting.

## 해외 비즈니스 주요 성과

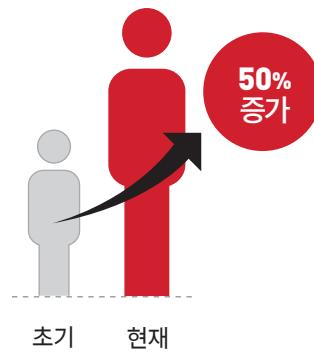
매출액



수출액



고용인력



수출국가 / 지역





중국 캔통페어 참가

### 거대한 시장의 숨은 니즈(NEEDS)를 파악하다

유튜디자인컨설팅이 중국 시장으로의 진출을 결심하게 된 것은 중국 제조업의 폭발적인 성장세를 바탕으로 제품 디자인에 대한 수요가 늘어나고 있다는 것을 파악하게 된 시점부터이다. 중국의 제조기업들이 자국의 디자인 전문 회사보다 해외의 디자인 회사를 선호하고, 무엇보다 단순한 제품 디자인의 용역이 아닌 혁신적인 디자인 개발 시스템에 더 목말라 하고 있다는 것 또한 알게 되었다. 2015년 미국의 거대한 경영 컨설팅 회사인 McKinsey&Company가 실리콘밸리에서 가장 오래된 디자인 회사인 Lunar를 인수한 사례가 있다. 비즈니스에서 사용자 경험이 차지하는 비중이 날로 증가함에 따라 경영 컨설팅에서도 디자인을 간과할 수 없게 되었고, 이는 디자인 회사들이 디자인 컨설팅으로 영역을 넓힐 수 있는 길을 열어주었다. 유튜디자인컨설팅은 이러한 변화를 지켜보며 기존에 운영해 오던 스타일링 위주의 단기적인 디자인 개발 용역을 제품 기획과 디자인 전략 위주의 컨설팅으로 확장하며 변화하는 시장 트렌드에 발맞추게 되었다.

급속한 외형의 성장/확대를 이룬 중국의 대형 제조기업들은 전문화된 디자인 컨설팅을 통해 보다 체계적으로 완성된 제품 결과물을 원했다. 예로 CI·BI가 구축된 중국 제조 기업들이 P·I(Product Identity) 컨설팅을 받은 후 이것의 최종 결과물까지를 시장으로 내보내는 일괄적인 제품 전략 컨설팅을 원하는 것이었다. 이에 유튜디자인컨설팅은 누구보다 빨리 중국 시장의 니즈를 파악하고 디자인 용역의 다변화 및 프리미엄화를 통한 매출 증대로 사업 규모를 확대해 나가게 되었다.

### 테팔(TEFAL)의 아이디어를 현실로 구현하다

2020 iF Design Award를 수상한  
TEFAL Gourmet&Treasure Pots(테팔 고메 인덕션 냄비)

2020년 iF Design Award를 획득하며 현재 인기리에 판매되고 있는 테팔(TEFAL) 고메 인덕션 냄비는 유튜디자인컨설팅이 테팔(TEFAL)이 가진 P·I(Product Identity)를 기준으로 독특하고 다양한 기능적 요소들을 현실적으로 구현한 제품이다. 끓어 넘침 완화기능(Anti-Overflow)을 위주로 음식의 풍미 보관 기능, 스팀 배출 구조, 회전식 노브, 인덕션 기능 등 다양한 기능적 아이디어들의 적용에 대한 연구를 진행하고 이를 제품디자인 개발로 실현하였다.

프랑스에 본사를 두고 있는 Groupe SEB의 산하 브랜드인 테팔(TEFAL)은 한국디자인진흥원 주관의 중국 광저우 캔통페어 한국관 참가를 통해 발굴한 바이어이다. 이는 중국에서 프랑스 업체와 연결되어 글로벌 프로젝트를 수행한 사례이며 다양한 기획 방향에 대한 열린 소통으로 시작되었다. 테팔(TEFAL) 고메 인덕션 냄비의 성공적인 개발 비결은 제품 부위별 기능적 요소에 대한 아이디어와 실제적인 연구를 통한 기획을 진행하고 사용자 연구를 통해 이를 검증하며 피드백을 반복적으로 수행하는 선순환적 구조인 P-D-S-A(Plan-Do-Study-Act)에 있다고 할 수 있다.



테팔 고메 인덕션 냄비



수보얼 보온컵 및 주전자 세트

중국 캔톤페어 참가



차기 제품 라인업의  
콘셉트를 제시하며  
Product Identity를  
구축하다

2016 Red Dot Design Award를 수상한  
SUPOR Crystal Rhyme Thermal Cup and Bottle  
(수보얼 보온컵 및 주전자 세트)

항저우에 본사를 두고 있는 중국 주방가전회사인 수보얼(SUPOR)의 보온컵 및 주전자 세트는 유투디자인컨설팅의 P·I(Product Identity)전략을 통한 또 하나의 성공 사례이다. 프로젝트 의뢰를 받은 후 디자인 방향성을 일관성 있게 구축하고 제품의 기본적인 콘셉트와 Form, Style, Color 등 부분적인 요소들을 가이드라인으로 정의하고 표준화하였다.

Step 1 Conceptualization - P·I 시스템 및 콘셉트 정의

Step 2 Visualization - P·I 확장 및 디자인 사례 구현

Step 3 Realization - 제품디자인 개발 및 P·I 가이드라인 구축

본 제품은 2016년 Red Dot Design Award를 획득하였고, 수보얼(SUPOR) 보온컵 부분 판매 1위를 차지하며 차기 제품의 라인업이 나아갈 주요 방향성을 제시한 성공 프로젝트로 손꼽힌다.

본 프로젝트의 성공 이후 수보얼(SUPOR)과 18건 이상의 크고 작은 디자인 프로젝트 협업이 진행되었으며, 이는 유투디자인컨설팅의 고정적인 매출에 크게 기여하였다.

해외 진출의 어려움과 극복 방법

## 모든 일을 명확하게 정의하고 세밀하게 문서화하라

### 추가지원 범위에 대한 상호 간의 기대치 차이

한국 기업에 비해 다소 오랜 기간과 넓은 범위의 후속 지원에 대한 중국 기업의 요구가 문제로 인식되기 시작했다. 유투디자인컨설팅은 프로젝트 시작 전에 서비스 범위 및 후속 지원에 대한 범위를 명확하게 정의하고, 추가적인 업무 비용에 대한 합의 내용을 보충 계약서로 세밀하게 문서화하는 것으로 대응하였다. 즉 프로젝트 서비스 범위를 정확히 정의한 후 모든 내용을 문서로 확정하는 것이 문제를 해결하는데 큰 도움이 되었다.

### 디자인에 대한 부정적인 피드백

중국 기업들과 많은 미팅을 하면서 느낀 것은 긍정적인 부분보다 부정적인 부분에 대한 피드백을 우선시한다는 것이다. 그렇게 되면 디자인 선정도 더 어려워지고 일이 지체될 가능성이 커진다. 따라서 미팅 시보다 발전 가능성이 큰 디자인을 우리 측에서 먼저 제시하고 최종 결정을 유도해 가면서 일의 방향성을 정해 가야 한다. 각 디자인의 스토리텔링과 콘셉트에 대한 충분한 설명으로 고객을 이해시키는 것도 최종 디자인의 선정에 있어 긍정적으로 작용하였다.

해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

## 차별화된 디자인 전략과 좋은 파트너십을 구축하라

### 좋은 파트너와 협업하고, 현지에 먼저 진출한 한국 기업들에 문의하라.

해외 진출 시 진출하고자 하는 현지의 문화 및 특성을 충분히 이해하는 것은 기본이고 현지의 좋은 파트너와 협업하여 일을 진행하는 것이 효과적이다. 앞으로의 10년을 내다보았을 때 중국 이상의 수출 인프라를 가진 나라는 없다고 생각한다. 한국디자인 흥원을 통해 현지에 먼저 진출한 한국 업체들의 네트워크와 인프라를 최대한 활용하고, 중국과의 비즈니스에서 좋은 파트너로 함께 할 수 있는 우수한 현지 업체 발굴에 힘을 기울여라.

### 중국·유럽·미국 회사와 차별화되는 디자인 전략이 필요하다.

현재 많은 한국 디자인 전문회사가 중국에 진출해 있는 상태이다. 최근에는 경쟁 상대가 중국의 대형 디자인 전문회사와 유럽·미국의 디자인 전문회사 등으로 다변화된 상태이기 때문에 자사만의 강력한 디자인 차별화를 찾지 못한다면 현지에서도 실패할 확률이 높다. 해외 진출 전 국내에서 쌓아 온 많은 경험과 노하우를 바탕으로 같은 제품군의 디자인이라 할지라도 차별화된 콘셉트로 클라이언트에게 어필하는 마케팅 전략이 필요하다.

### 중국 캔톤페어 디자인포럼 발표



중국 창사 공업디자인협회 초청 세미나



중국 디자인잡지 Creativity 직원들 한국 유투디자인컨설팅 본사 방문



# INDESIGN

## 인디자인

핵심 디자인  
역량을 기반으로  
글로벌 매출  
극대화를 꿈꾸다



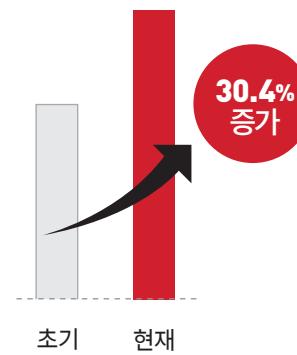
- 설립일 2002.04.10
- 전문/주력분야  
제품디자인
- 홈페이지  
[www.idindesign.com](http://www.idindesign.com)
- 이메일  
[indesign@indesign-korea.net](mailto:indesign@indesign-korea.net)
- 수상이력
  - 2019 홍콩 유아용품 박람회 메리트 어워드
  - 2017 SK매직 Red Dot Design Award
  - 2017 SK매직 Good Design Award
  - 2017 SK매직 IDEA Design Award
  - 2014 (주)지티엘레콤 Red Dot Design Award
  - 2009 (주)세비양 IDEA Design Award

인디자인(INDESIGN)은 2002년 설립 이래 상품기획, 디자인 개발·컨설팅 등을 제공해 온 토탈디자인 전문 회사이다. 오랜 경력의 우수한 전문 디자이너와 파워풀한 팀워크를 통하여 400개 이상의 기업에 대한 성공적인 디자인 개발을 수행해 왔고 iF, Red Dot, IDEA 등의 해외 디자인 어워드를 30회 이상 수상하며 혁신적인 디자인으로 그 실력을 인정받고 있다. 2019년에는 한국디자인 순더 비즈센터에 입주하여 해외 비즈니스를 본격화하였다. 진출 1여 년 만에 중국 가전 대표기업인 메이디(MIDEA)의 로봇청소기 디자인 개발을 성공적으로 수행하여 후속 모델의 추가적인 디자인 개발을 의뢰받기도 했다. 현재 현지 로컬 기업들과 성공적인 협업을 수행하여 글로벌 기업으로의 도약을 가속화하고 있다.

INDESIGN is a design company which has been providing product planning, design development, and design consulting services since its foundation in 2002. The company has successfully done design development for over 400 businesses with its experienced design specialists and strong teamwork; has won more than 30 international design awards including iF, Red Dot, IDEA, etc.; and has received recognition for its innovative design creations. In 2019, they moved into the Korea Design Shunde Biz Center to earnestly expand their business abroad. Following a year of advancements, INDESIGN successfully developed the design of a robot vacuum cleaner by MIDEA - a leading Chinese consumer electronics company - and was hired to develop additional design for subsequent models. They are now rapidly becoming a global company through successful collaborations with local businesses.

## 해외 비즈니스 주요 성과

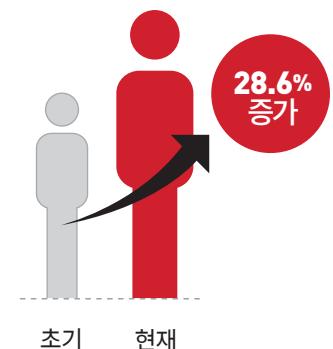
### 매출액



### 매출 대비 수출 비율



### 고용인력



### 수출국가/지역



## 해외 진출을 위한 꾸준한 사전 준비로 비즈니스 성과를 가속화하다

인디자인은 해외시장으로 나가기 위한 꾸준한 사전 준비를 하고 있었다. 국내시장에서 디자인 수요의 한계에 부딪혔고 제품에 대한 새로운 판로개척이 필요하다고 느꼈기 때문이다. 하지만 해외 진출 시 현지에 상주할 전문 인력과 사무실 임대 및 운영에 대한 비용 부담 등 여러 가지 고민이 있었다. 그러던 중 2018년 한국디자인 이우 비즈센터에 입주하게 되었고 이를 계기로 해외 진출에 대한 새로운 입지를 마련하게 되었다.

한국디자인 이우 비즈센터 진출 후 중국 현지 제조기업과 주요 유력 바이어를 확보하며 이들의 정보를 데이터화하고 중국 현지 유관기관 및 로컬기업 등과 네트워크를 구축하여 본격적인 협력 사업을 펼쳐가게 되었다. 이렇듯 적극적인 해외 비즈니스 활동을 통해 자사에 대한 브랜드 인지도를 꾸준히 높여 갔으며, 마침내 2019년 한국디자인 순더 비즈센터에 입주하여 놀라운 매출 성장과 꾸준한 수출 증대를 통해 지속적인 디자인 서비스 확장을 이어가고 있다.



한국디자인 이우센터 인디자인 사무실



## 네임밸류를 가진 대기업과의 협업으로 자연스레 홍보되다

### 높은 디자인 만족도로 평가받은 중국 메이디(MIDEA)사 로봇청소기 M3

중국의 대표 생활가전제품 회사인 메이디(MIDEA)의 로봇청소기 M3는 인디자인의 차별화된 디자인 전략을 바탕으로 탄생한 제품개발 성공사례이다. 자유자재로 움직이는 UFO를 모티브로 디자인하였으며, 중심부에서 시작되는 360도 파장 패턴은 사각지대 없이 장애물을 스캔할 수 있는 기술력을 표현하였다. M3만의 앞선 기술력을 독창적인 디자인으로 극대화한 참신한 아이디어에 깊은 인상을 받은 메이디(MIDEA)는 본 프로젝트의 성공 이후 후속 모델인 M7 로봇청소기 디자인을 추가로 의뢰하였다. 이어 메이디(MIDEA)의 협업 사례를 기반으로 또 다른 중국 로컬 기업들과 스마트 도어락, 무선 이어폰 디자인 개발 프로젝트를 성공적으로 수행함으로써 인디자인의 매출은 크게 증가하였다.

현지인 수준으로 중국어를 구사하는 우수한 능력의 직원들과 그 동안 쌓아온 디자인 실무 경험을 바탕으로 클라이언트의 애로사항을 디테일하게 파악할 수 있었으며, 스타일 중심의 디자인에서 벗어나 다양한 관점에서 바라본 독창적인 디자인 컨셉트를 제안한 것이 프로젝트의 성공을 이끌었다.

SK 매직 슈퍼 미니 정수기



다이치 원피스360 회전형 카시트



### 온·오프라인 매체를 이용한 적극적인 홍보와 지속적인 파트너십 유지

### 중국 매체를 이용한 적극적인 온·오프라인 홍보

중국 비즈니스 초기에는 많은 어려움과 시행착오에 부딪혔다. 인디자인의 낮은 인지도 및 홍보 네트워크의 부족, 홍보비용에 따른 부담 등이었다. 이때 온·오프라인 매체를 기업의 홍보 수단으로 적극적으로 활용했다. 방문 상담에서부터 중국용 브로슈어를 별도 제작하여 배포하는가 하면 중국 SNS 위챗이나 이메일 136.com을 통해 현지 시장에 인디자인을 홍보했다.

### 100% 현지화된 전문 인력의 구성

인디자인에는 중국 현지에 최적화된 디자인 전문팀이 구성되어 있다. 인디자인이 말하는 디자인 전문 인력이란 중국의 문화나 배경은 물론 현지 사정을 훤히 깨뚫고 있는 100% 현지화된 디자인 구성원을 말한다. 중국에서 초·중·고등학교를 이수하고 현지인과 동등한 중국어를 구사할 수 있을 뿐 아니라 중국 문화나 트렌드에 대한 이해도가 탁월한 디자이너를 전문팀으로 구성함으로써 중국 기업과의 프로젝트를 성공적으로 이끌 수 있었다.

### 중국지사를 둔 글로벌 기업 및 유관기관과 지속적인 파트너십 구축

인디자인은 중국 시장 진출에 있어 해외 기업과 폭넓은 파트너십을 구축하는데 힘썼다. 중국 정부 및 중국 지사를 두고 있는 글로벌 기업, 유관기관 등과 지속적인 파트너십을 유지하는 것이 비즈니스에 있어 큰 역할을 할 것이라고 믿었다. 중국의 가전 업계를 선도하는 메이디(MIDEA)나 인터넷 서비스 전문업체 텐센트를 비롯하여 유관기관인 시노디자인파크, 광동디자인성, 한국디자인진흥원 중국센터(KIDP CHINA) 등과의 신뢰 있는 파트너십은 결국 인디자인이 성공적인 글로벌 비즈니스를 이뤄가는 데 핵심 요인이 되었다.

텐센트 방문





## 해외 진출의 어려움과 극복 방법

**클라이언트의 이해도를 높이고  
온라인 플랫폼을 활용하라**

## 디자인에 대한 중국 제조기업의 이해도

각자의 분야에서는 모두 전문가이지만 서로 다른 분야에 대해 이해도가 떨어지는 것은 어쩌면 당연한 일이다. 인디자인이 개발한 디자인을 제조하는 중국의 업체와 업무를 진행하면서 전반적인 디자인 과정에 대해 해당 제조업체가 명확하게 이해하고 있지 못한다고 생각하게 되었다. 업무 프로세스에 대한 이해도는 곧 완성품의 퀄리티와 직결되는 중요한 문제였다. 이에 인디자인은 중국 제조기업을 대상으로 다양한 방식의 교육(강연, 방문 상담, 디자인 교류회 등)을 하여 디자인 프로세스 및 개발 사례에 대한 그들의 지식과 경험을 보완할 수 있었고 이는 제품의 완성도 제고라는 결실로 이어졌다.

## COVID-19로 인한 오프라인 비즈니스의 한계

인디자인은 중국 주요 기업들을 직접 방문하면서 현지에 맞춤화된 디자인 서비스를 제공하고 캠페인, 선전 국제공업 디자인대전 등 다양한 디자인 전시회를 통해 클라이언트를 발굴하며 기업을 홍보해 왔다. 하지만 2020년 전 세계적으로 COVID-19가 유행하면서 오프라인 현장에서의 적극적인 홍보 활동이 힘들어지자 비즈니스를 수행하는 데 큰 어려움이 왔다. 이에 대응하기 위해 온라인 플랫폼에서 또 다른 기회를 찾고 홈페이지 업데이트, 중국 SNS 위챗, 이메일, 유선통신 등을 통해 꾸준히 기업 홍보를 진행하며 현지의 비즈니스를 이어나가고 있다.

해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

**즉각적인 성과를  
기대하기보다는  
장기적인 비전을 보며  
꾸준히 소통하라**

## 인내심을 길러라.

대부분 제품 개발과 출시 후 즉각적인 시장 반응과 매출 성과를 기대한다. 물론 단기간에 빠른 반응이 오는 경우도 있으나 대부분의 비즈니스는 어느 정도의 시간을 두고 결실을 보는 경우가 많다. 인디자인의 경우 지속적이고 체계적인 비즈니스 활동을 통해 중국 클라이언트와 서서히 상호 간의 신뢰가 형성되면서 비즈니스 성과가 나타났다. 아무런 성과가 나타나지 않는다고 중단하고 뒤돌아서는 것이 아니라 기다리는 인내심이 필요하다. 성과가 나타나지 않는 기간에도 중국 클라이언트와 상호 간의 신뢰 형성을 위해 꾸준히 소통하라.

## 정보를 데이터베이스화하라.

인디자인은 각종 디자인 전시회와 비즈니스로 만난 유관 기업 및 바이어들의 정보를 데이터베이스(DB)화하고 이를 지속해서 관리하였다. 비즈니스 상담일지를 빠짐없이 작성하고 바이어들의 특성에 맞게 정보 데이터를 분류하는 것이 그들과의 지속적인 커뮤니케이션에 있어 매우 중요한 자료로 활용되었다. 체계적이고 분석적으로 정보화된 데이터베이스(DB)는 고객과의 신뢰감 형성과 더 확장된 비즈니스 네트워크를 구축하는 데도 크게 기여한다.

## 원저우 비즈니스 상담회



# MANIFESTO DESIGN LAB

## 매니페스토디자인랩

공간, 사용자 경험(UX)과  
제품의 만남,  
디자인 컨설팅 영역을  
무한으로 넓혀가다

매니페스토디자인랩(MANIFESTO DESIGN LAB)은 일상생활 속의 제품, 서비스 디자인, 지속 가능한 디자인 전략, 사용자 경험(UX) 등에 대한 디자인 솔루션을 제공하는 회사이다. 디자이너뿐만 아니라 건축가, 비즈니스 전략가, 소프트웨어 엔지니어로 구성된 다학제적 팀을 보유하고 있는데 이는 매니페스토디자인랩이 여러 각도에서 문제를 바라보며 더욱 창의적으로 해결책을 찾아낼 수 있게 하는 핵심 원동력이다. 이러한 강점은 중국 대기업인 메이디(MIDEA)와 진행한 주방가전(스마트/인공지능 오븐) 프로젝트에서 빛을 발했다. 프로젝트의 성공으로 연이어 인공지능 가전제품 전반에 대한 미래 시나리오 개발, 오프라인 상업 공간 기획과 유통 전략 수립 등을 담당하며 특유의 다학제적 접근 방식을 기반으로 디자인 컨설팅 업체가 다룰 수 있는 분야를 지속해서 확장해 가고 있다.

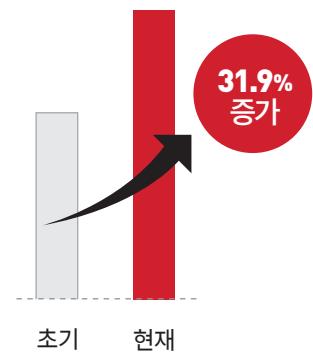
MANIFESTO DESIGN LAB is a company that provides design solutions for products, service design, sustainable design strategies, and user experiences (UX). It has a team composed not only of professional designers but people from diverse backgrounds, including architects, business strategists, and software engineers; this is a key factor enabling MANIFESTO DESIGN LAB to examine problems from various angles and find creative solutions. This strength, unique to MANIFESTO, is evident in the kitchen appliance (smart/AI oven) they built with the Chinese corporation MIDEA. Following the success of that project, the company came to be in charge of developing other AI-based appliances, in addition to planning offline commercial spaces and establishing distribution strategies, and they continue to expand the scope of what design consulting companies usually manage, based on their multi-disciplinary approach.

MANIFESTO  
DESIGN LAB

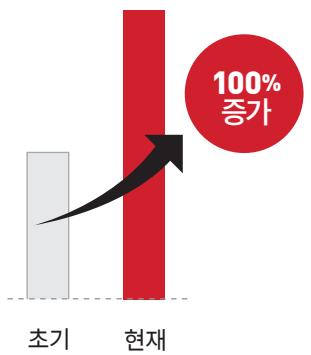
- 설립일 2016.04.20
- 전문/주력분야  
산업/공간환경디자인
- 홈페이지  
<http://mfdlab.com/>
- 이메일  
jeeyong@mfarach.com
- 수상이력
  - 2019 Red Dot Design Award
  - 2018 Red Dot Design Award(Best of Best)
  - 2016 IDEA Design Award
  - 2016 iF Design Award
  - 2016 Red Dot Design Award

## 해외 비즈니스 주요 성과

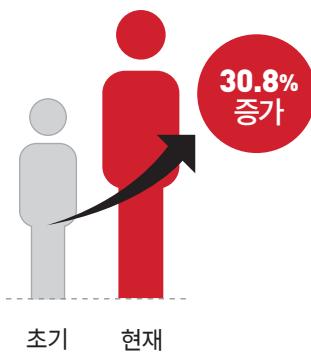
매출액



수출액



고용인력



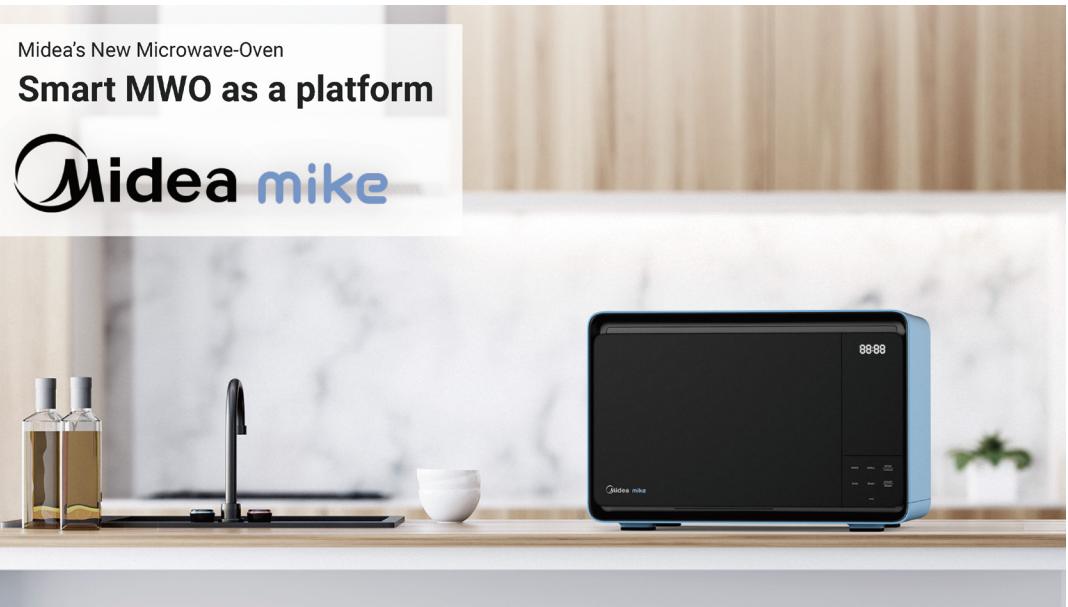
## 수출국가 / 지역



**제품과 사용자,  
이를 둘러싼 환경에 대한  
입체적 이해로  
해외시장의 러브콜을 받다**

매니페스토디자인랩은 2015년 한국디자인진흥원의 지원 사업을 통해 디자이너의 창의적인 아이디어가 접목된 제품 개발을 할 수 있었다. 바로 ‘허버웨어’와 ‘에이제로’ 제품이다. ‘허버웨어’는 숟가락에서 입에 닿는 부분이 식탁과 접촉을 피할 수 있도록 위생을 고려해 디자인된 제품이다. 리사이클링 가죽 브랜드인 ‘에이제로’는 재단하고 난 후 버려지는 천연 가죽을 이용해 만든 데일리 백으로, 소비자가 원하는 제품을 직접 만들어 볼 수 있도록 하는 DIY KIT로도 제작되었다. 이 두 제품이 모두 Red Dot Design Award 수상의 영예를 안았고, 매니페스토디자인랩은 자체 개발 상품의 국제적 경쟁력을 확인할 수 있었다. 이후 본격적으로 해외에 제품을 선보이고자 2016년 중국 광저우 캔톤페어에 처음 참가하게 되었다. 이때 중국 기업뿐만 아니라 해외 각국의 기업들로부터 많은 관심을 받았고, 더욱 세부적인 비즈니스를 논의하고자 하는 기업들과 만나게 되면서 중국 진출을 시작하게 되었다.

**허버웨어**



**메이디(MIDEA) 스마트 주방 오븐**

중국의 주거 특성에 맞게 개발되어 여러 종류의 스마트 주방가전을 아우르고 그 허브 역할을 할 수 있는 스마트 주방 오븐을 개발하였다.

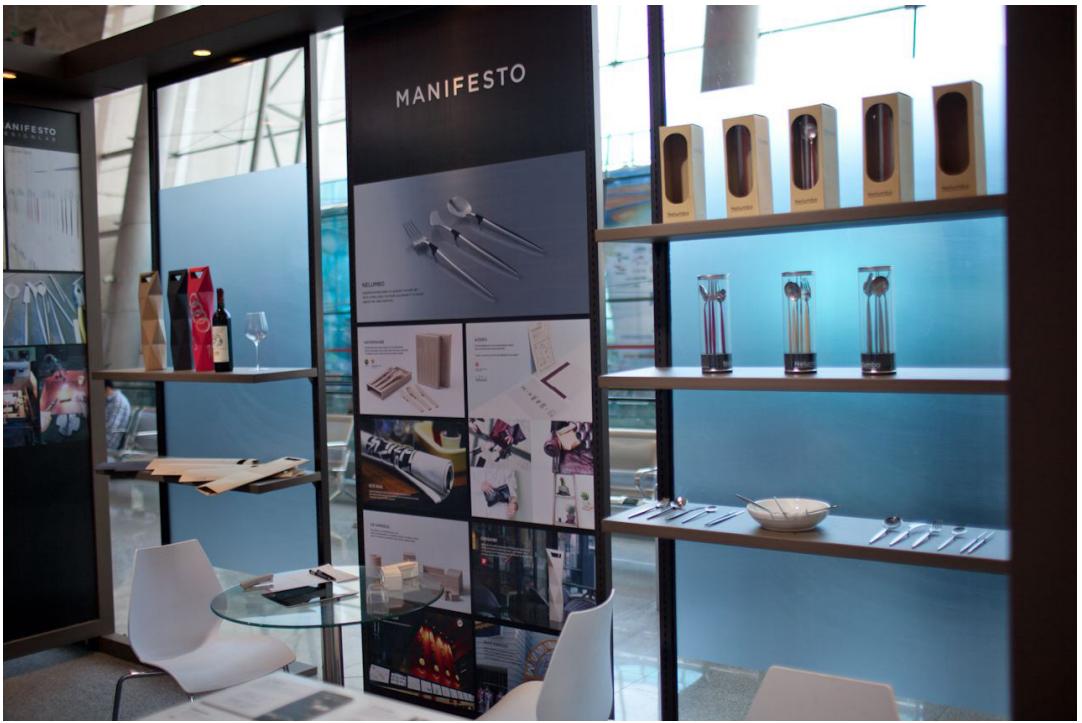
**다각도의 관점에서  
탄생한 핵심역량,  
연이은 후속 프로젝트의  
수주를 성공시키다**

**메이디(MIDEA) 스마트/인공지능 주방 오븐**

캔토페어 참여가 해외 진출의 시작점이 되어 중국 메이디(MIDEA) 와의 인연이 시작되었고, 마침 메이디(MIDEA) 내부에 공간과 UX 를 접목한 관점에서의 제품 개발 요구가 있어 가전제품 컨설팅의뢰를 받게 되었다. 이렇게 해서 탄생한 제품이 메이디(MIDEA) 스마트 주방 오븐과 메이디(MIDEA) 인공지능 주방 오븐이다.

**메이디(MIDEA) 인공지능 가전제품 미래 시나리오 개발**

주방 오븐에 이어 후속으로 의뢰받아 진행한 프로젝트로서, 인공지능 컴퓨터에 필요한 센서를 연구하고 이러한 센서를 통해 확보할 수 있는 정보의 조합과 가공을 통해 사용자의 음식/요리/식습관을 파악하고 건강 상태를 예측할 수 있는 알고리즘을 개발해, 헬스케어 비즈니스와 연계한 제품 생태계를 제안하였다.



중국 캠페어 참가



Origawi

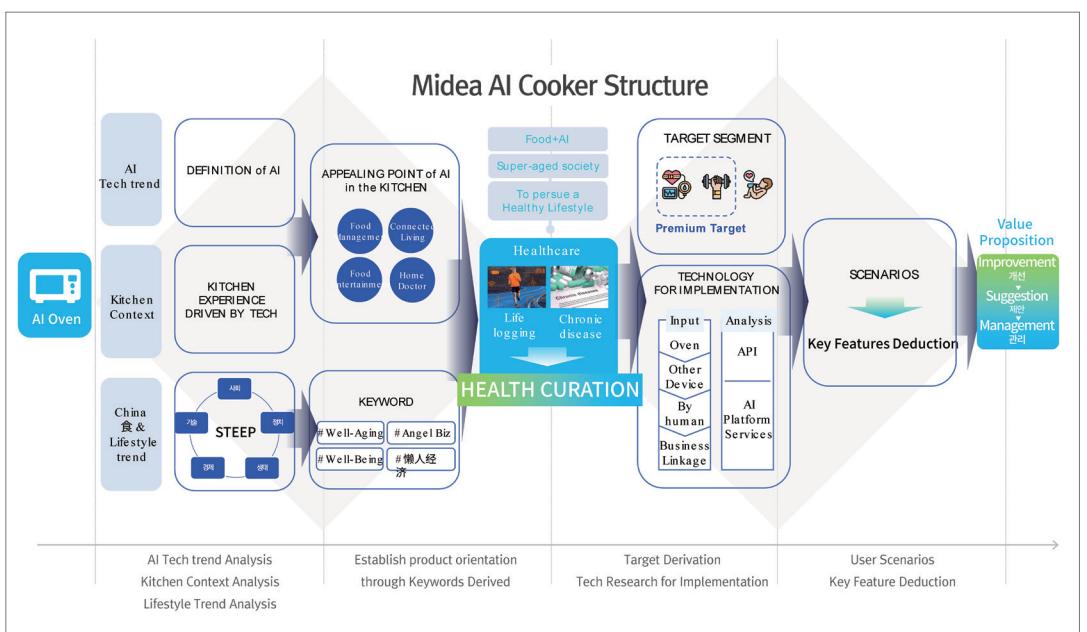
#### 메이디(MIDEA) 인공지능 주방 오븐

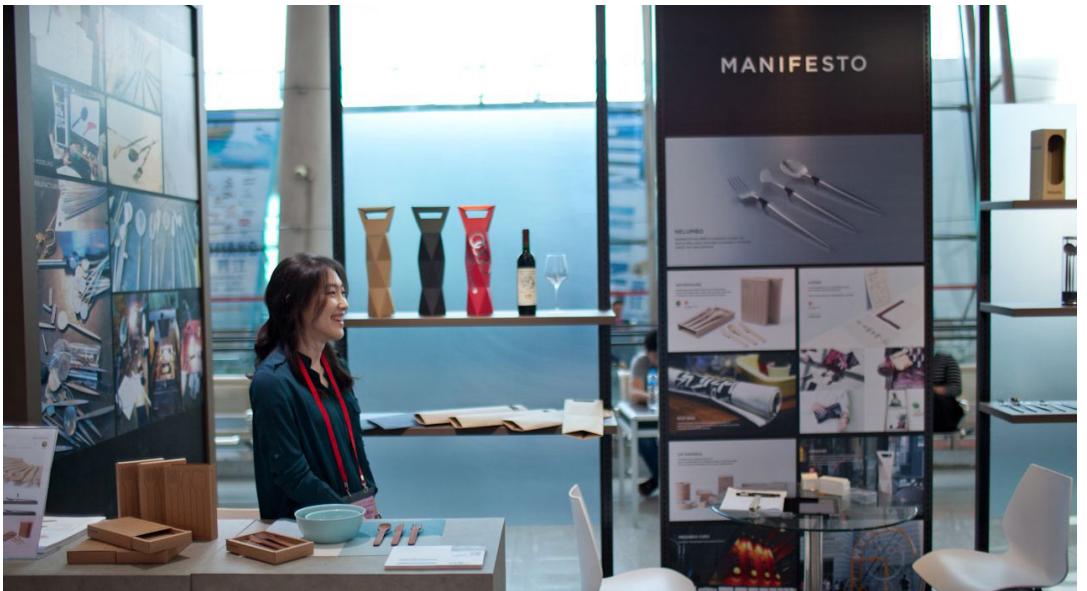
인공지능 기능을 활용하여 사용자의 특성에 맞춤화된 건강관리 알고리즘을 개발하였고 이를 적용한 인공지능 주방 오븐을 개발하였다.

이는 설득력 있는 시나리오라는 평가를 받아 단순한 시나리오에 그치지 않고 상용화를 앞두고 있으며, 이와 관련된 구체적인 UI/UX 개발 의뢰까지 받게 되었다. 메이디(MIDEA)는 다른 디자인 회사에서는 찾기 힘든 매니페스토디자인랩이 가진 다학제적 역량을 높이 평가하였고, 이를 적극적으로 활용하여 새로운 제품이 개발될 수 있도록 매년 중장기 프로젝트를 진행하며 단단한 협력 관계를 쌓고 있다.

이 밖에도 공간과 건축에 대한 남다른 이해가 있는 매니페스토디자인랩에 광저우, 우한, 청두 등지의 오프라인 상업 공간 기획과 이와 연결된 유통 전략 컨설팅도 의뢰하여 진행 중이다.

제품은 그 제품이 놓이는 공간과 연결되어 있다. 제품의 디자인도 기능이나 디자인 자체가 아니라 사용자의 경험(UX), 그것을 사용하는 공간 등의 복합적인 요소들이 함께 고려되어야 한다. 매니페스토디자인랩의 경우 이러한 점에서 차별화된 포인트를 찾았다고 볼 수 있다. 공간, 사용자 경험(UX), 디자인의 융합적인 솔루션을 가지고 중국 내의 트렌드 리서치, 유저 리서치를 시행하였고 공간에서 가진의 역할을 고려한 제품 콘셉트를 제안하면서 국내외 전문가들과의 협업으로 좋은 성과를 낼 수 있었다. 매니페스토디자인랩만이 가진 강점을 가장 잘 드러낼 수 있는 프로젝트를 공략하여 클라이언트에게 자사만이 할 수 있는 차별점을 확실하게 어필한 것이 비즈니스에 있어 핵심 성공 전략이 되었다.





중국 캔톤페어 참가

해외 진출의 어려움과 극복 방법

### 거대한 시장의 경쟁 속, 자사만의 뚜렷한 강점을 어필하라

중국은 한국 기업뿐만 아니라 여러 국가의 디자인 기업들이 경쟁을 벌이고 있는 거대한 시장이다. 최근에는 수준급 역량을 가진 중국의 디자인 기업들도 많기 때문에 중국 진출 초기 이곳에서 매니페스토디자인랩만의 차별점을 알리는 것이 가장 큰 과제였다. 어느 기업이나 ‘우리 제품은 달라’라는 생각을 할 것이다. 하지만 클라이언트의 입장에서는 특정 기업, 특히 외국 기업에 대한 뚜렷한 강점을 알아내기가 더욱더 어려울 수 있다. 따라서 상대방의 입장에서 우리 자사의 어떤 강점이 어필될 수 있을지를 깊이 고민하고 전략적으로 홍보할 필요가 있다.

앞서 기술한 바와 같이 매니페스토디자인랩은 중국 진출 초기 메이디(MIDEA)의 가전제품 개발 프로젝트를 담당하고 있었고, 타 기업이 가지고 있지 않은 공간에 대한 이해를 바탕으로 디자인, 제품, 기술에 대한 융합적인 솔루션으로 제품에 접근한다는 것을 중점적으로 어필하였다. 가전제품 자체의 디자인이나 기술만을 고민한 것이 아니라 제품이 사용되는 공간을 철저히 분석하고 중국인의 라이프스타일을 면밀히 고려하여 중국 기업보다 중국인을 더 잘 이해하는 한국 기업으로 입지를 굳혀 감으로써 후속 프로젝트도 지속해서 확보할 수 있었다.

해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

### 단단한 내실과 철저한 준비를 통해 모든 기회를 잡아라

**클라이언트를 만족시킬 수 있는  
충분한 역량을 보유하고 있는 것이 중요하다.**

겉으로는 다른 기업들과 별반 다르지 않게 비슷한 방식으로 프로젝트를 의뢰받고 좋은 반응에 힘입어 또 후속 프로젝트를 진행한 것으로 보일지 모른다. 하지만 매니페스토디자인랩은 전략적으로 자사의 강점이 가장 잘 드러날 수 있도록 여러 분야에 대한 지식과 경험이 종합적으로 요구되는 프로젝트를 집중적으로 공략하였다. 좋은 기회가 왔을 때 클라이언트에게 매니페스토디자인랩에게만 있는 전문성을 200% 차별화된 강점으로 보여 주고 깊은 신뢰를 얻어 냄으로써 성공적으로 중국 비즈니스가 자리잡을 수 있었다.

**얼마나 철저하게 준비하느냐에 따라  
해외전시 참가 성과가 달라진다.**

해외 전시회는 세계 각국의 바이어들을 만나는 최적의 미팅 장소이다. 따라서 수출 초보 업체의 경우 일단 나가면 좋은 바이어를 만날 수 있을 것이라는 희망을 품는다. 하지만 해외 전시회는 각국의 많은 바이어가 모인 만큼 세계 최고의 업체들이 모여 경쟁하는 곳이기도 하다. 그 속에서 최종 미팅을 하는 단계까지 비즈니스를 이끌고 바이어들과 실질적인 관계를 맺으려면 모든 사전 준비를 철저히 해야 한다. 참여할 전시회를 사전에 알아보고 참여 인원의 준비 및 충분한 교육 등 준비사항에 대해 지속적인 체크를 해나가는 것이 중요하다. 빈틈없는 계획과 꼼꼼한 준비가 함께한다면 분명 전시회에서도 좋은 성과를 기대할 수 있을 것이다.



## Part 2. —

Develop it\_

OWN BRANDS & PRODUCTS

자체 상품 개발로  
세계의  
이목을 끌다

- 디자인방위대\_ DESIGN RANGERS
- (주)샘파트너스\_ SAMPARTNERS
- (주)엔에스디자인\_ NS DESIGN

# DESIGN RANGERS

## 디자인방위대

기존의 틀을 깨는  
새로운 제품을 중심으로  
비즈니스 영역을 확장하다



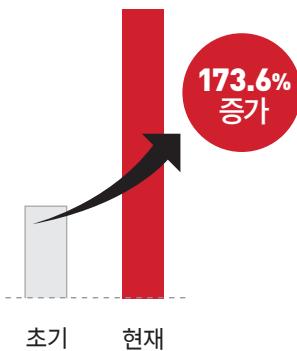
- 설립일 2018. 05. 29
- 전문/주력분야  
제품, 시각, 인테리어
- 홈페이지  
[www.designrangers.co.kr](http://www.designrangers.co.kr)  
[www.dutch-lab.com](http://www.dutch-lab.com)  
[www.clipen.co.kr](http://www.clipen.co.kr)
- 이메일  
[ceo@designrangers.co.kr](mailto:ceo@designrangers.co.kr)
- 수상이력
  - 2020 Luxury Lifestyle Awards
  - 2019 Most Innovation Booth Design
  - 2018 Best Partnership
  - 2016 iF Design Award
  - 2016 DFA Design for Asia Awards

디자인방위대(DESIGN RANGERS)는 2011년 설립된 디자인 전문 기업이다. 대기업에서 중소기업 제품에 이르기까지 시각·제품에서부터 인테리어 디자인에 이르는 다양한 영역의 프로젝트를 성공적으로 이끌어왔다. 디자인방위대는 여기에 머물지 않고 디자인방위대만의 혁신적인 아이디어와 색이 묻어나는 더치랩(DUTCH LAB)과 클립펜(CLIP PEN)을 탄생시키며 더 넓은 해외 시장으로의 발을 내딛게 되었다. 더치랩(DUTCH LAB)은 더치커피를 만드는 커피 기구이지만 해외 박물관에서 예술작품으로 전시될 만큼 그 디자인의 가치를 높게 인정받고 있으며, 기능성 디자인 문구인 클립펜(CLIP PEN)은 세계 주요 디자인 어워드를 수상하며 또 거운 반응을 일으켰다. 우수한 핵심 제품을 중심으로 관련 공간, 콘텐츠, 식음료 개발로까지 비즈니스를 확장해 스마트한 방법으로 사업 포트폴리오를 글로벌화·다각화하고 있다.

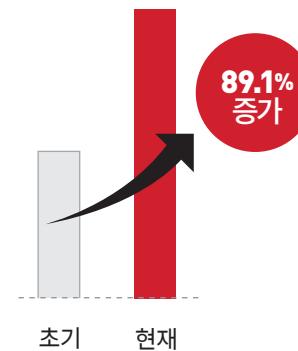
DESIGN RANGERS is a design company that was established in 2011. From large corporations to SMEs, they have successfully managed products in various fields, from visual & product design to interiors. Instead of sticking to the usual designs that customers are already used to, they have taken a step into the wider international market through the creation of their DUTCH LAB and CLIP PEN which are based on innovative ideas unique to the DESIGN RANGERS. DUTCH LAB is a coffee machine for making Dutch coffee, and its design value is so well-recognized that it may be exhibited as a work of art in museums abroad. CLIP PEN is a functional piece of design stationary that has received a strong reaction, winning several major international design awards. The company is now expanding into related spaces, content, and food & drink, thereby diversifying and globalizing their design portfolio.

## 해외 비즈니스 주요 성과

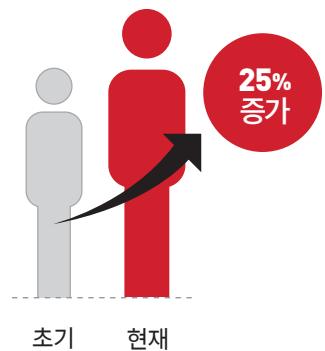
### 매출액



### 수출액



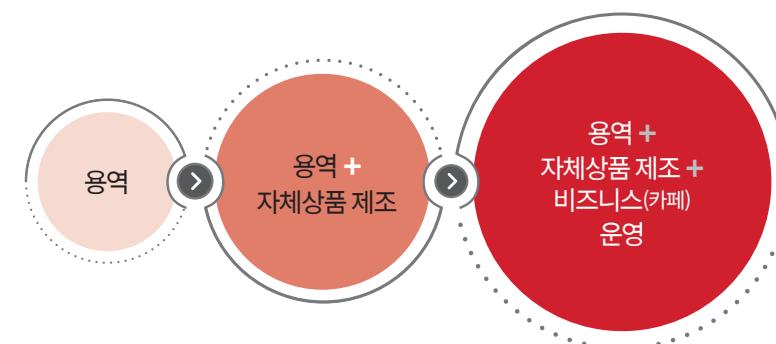
### 고용인력



## 수출국가 / 지역



## 비즈니스 확장 및 형태 다변화



## 브랜드의 탄생에서부터 해외시장을 목표로 하다

디자인방위대는 자사 대표 브랜드인 더치랩(DUTCH LAB)과 클립펜(CLIP PEN)을 만들 때부터 해외 시장을 목표로 하였다. 내수 시장의 한계를 벗어나 보다 큰 그림을 그리고자 했기 때문이다. 미국, 중국과 같이 한국보다 더 큰 규모의 시장을 가진 해외로 진출 할수록 수익이 증가할 가능성이 커지는 것은 어찌 보면 당연한 이치이다. 따라서 두 브랜드를 론칭한 이후부터는 해외 전시회 참가를 위주로 제품의 홍보에 주력하게 되었다.

중국의 ART BEIJING, 프랑스의 MAISON&OBJET 등 해외 전시에 참여하면서 먼저 현지의 반응을 테스트해보고자 했는데, 긍정적인 반응과 바이어들의 주문량이 이어지며 해외 진출에 대해 확신을 가질 수 있었다. 이후 수출망을 확대하고자 두바이의 THE HOTEL SHOW, 미국의 NY NOW에 참가하면서 세계시장으로 진출할 수 있는 발판을 마련할 수 있었으며 본격적으로 해외 마케팅에 박차를 가하기 시작하였다. 중국 시장 확대를 위해서는 2016년 한국디자인 이우 비즈센터에 입주하였고, 베이징 751 디자인숍에서 상설판매전을 진행하기도 하였다.

## 주력 브랜드를 중심으로 비즈니스 방식을 다양화하다

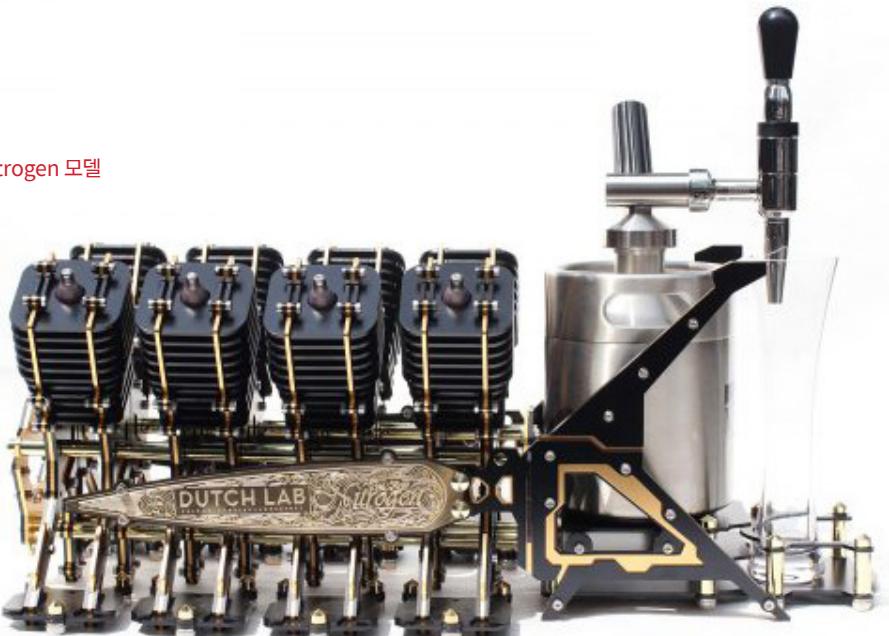
디자인방위대의 초기 비즈니스 모델은 자사만의 뚜렷한 색을 지닌 제품을 디자인하여 판매하는 것이었다. 고급화된 제품 이미지를 가진 더치랩(DUTCH LAB)이 국내외 다양한 미디어 매체에 실리면서 중국, 유럽 등 해외에서 예상외의 큰 인기를 얻게 되었고, 클립펜(CLIP PEN) 역시 각종 디자인상을 받으며 해외 유명 박물관, 디자인 셀렉트숍, 백화점에서 판매를 시작하게 되었다. 이를 계기로 디자인방위대는 주력 브랜드와 관련된 상품의 다양한 콘텐츠 개발 및 확장에 사업을 더욱 매진하게 되었다. 현재는 두바이 요식업 전문 업체와의 협업을 통해 현지에서의 카페 운영을 추진 중이고, 코로나 시대에 대응하여 집에서 먹는 프리미엄 커피를 개발하고 새로운 작가들과의 컬래버레이션을 통한 획기적인 상품과 콘텐츠를 기획하고 있다.

## 디자인방위대 글로벌 대표 브랜드, 더치랩(DUTCH LAB)과 클립펜(CLIP PEN)

예술작품으로 전시되는 커피 기구, 더치랩(DUTCH LAB)은 더치커피를 내리는 기구이다. 추출 시간이 긴 커피인 만큼 눈에 띄게 자리를 차지할 수밖에 없는 게 더치커피 기구의 특징인데 기존 시장에는 좋은 디자인을 가진 제품이 부족해 보였다. 마침 한국에도 콜드 브루 커피 붐이 일고 있었기 때문에 디자인방위대만의 독창적인 제품개발과 함께 효과적인 마케팅을 준비할 수 있었다. 또한, Seoul Cafe Show(아시아 최대 커피 전시)에서도 많은 관심을 받을 수 있었고 더치랩(DUTCH LAB)의 뛰어난 디자인에 매료된 여러 업체는 구매뿐 아니라 인테리어 디자인, 브랜딩 등 전체적인 디자인 컨설팅을 의뢰하게 되었다. 커피기구 뿐만 아니라 제품과 서비스를 가장 잘 보여줄 수 있는 공간 디자인 기획에서부터 서비스 디자인에 이르기까지 비즈니스를 확장한 더치랩(DUTCH LAB)의 공식 사이트([www.dutch-lab.com](http://www.dutch-lab.com))에서는 각 나라에 어울리는 다양한 콘셉트의 공간 디자인과 해외론칭을 위한 컬래버레이션 사례들을 만나볼 수 있다.

- 세계에서 가장 럭셔리한 커피 기구 선정(2020 Luxury Lifestyle Awards)
- 독일, 네덜란드 등 해외 박물관에서 전시
- 매출의 80% 이상이 유럽, 중동 지역에서 발생
- 카페를 넘어 해외 유명 호텔 및 리조트에 판매
- 스와로브스키(Swarovski), BEIJING 798, 딥티크(DIPTYQUE) 등의 업체와 컬래버레이션

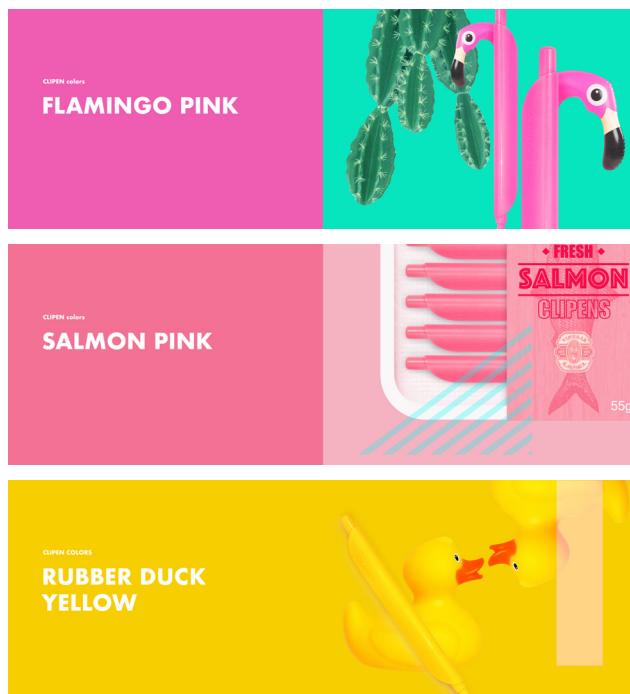
더치랩(DUTCH LAB)의 Nitrogen 모델



## 사회적 가치를 만들어가는 예쁜 펜, 클립펜(CLIP PEN)

클립펜(CLIP PEN)은 노트에 꽂아서 간편하게 휴대할 수 있도록 펜 전체가 납작한 형태이며, 바디 자체가 클립의 기능을 한다. 이처럼 기존의 펜에서는 볼 수 없었던 차별화된 디자인으로 세계 주요 디자인 어워드를 수상하였다. 클립펜(CLIP PEN)은 디자인 제품이라는 포지셔닝으로 디자인숍에서만 판매해 오다가 국내외 박물관 및 OPENING CEREMONY, BEAMS와 같은 패션 브랜드와 컬래버레이션을 하면서 비즈니스 영역을 확대하기 시작했다. 이에 그치지 않고 매년 경제적으로 어려움을 겪는 나라의 학교에 펜을 기부함으로써 의미 있는 사회활동에도 참여하고 있고 ‘365 Project’를 론칭하여 성년의 날 등 매달 의미있는 날을 기념하는 특별한 클립펜을 제작 및 판매하여 그 수익금 일부를 기부하는 등 단순한 펜이 아닌 가치를 담은 펜으로서 브랜드 의미를 확장해 나가고 있다.

- 세계 3대 디자인 어워드(2012 Red Dot Design Award, 2015 IDEA Design Award, 2016 iF Design Award) 및 아시아 디자인 프라이즈(Asia Design Prize) 수상
- 아티스트들과의 컬래버레이션으로 독창성을 극대화한 디자인
- 사회적 가치 추구



## 언어에 대한 준비와 철저한 현지 조사는 기본이다

### 언어의 차이로 인한 의사소통

해외 유학을 갈 때도 나라마다 다른 언어로 인해 외국인과의 대화를 가장 먼저 걱정하듯 해외 진출 시에도 현지에서 원활한 소통이 이루어지지 않는다면 우리가 원하는 뜻을 제대로 펼칠 수 없을 것 같다는 생각이 있었다. 다행히 KOTRA(대한무역투자진흥공사)에서 제공하는 제2외국어 번역가 지원 사업이 있다는 것을 알게 되었고 이를 잘 이용하게 됨으로써 큰 어려움 없이 우리의 제품 홍보 계획을 단계별로 실현해 나갈 수 있었다.

### 과도한 현지의 창고 유지비

제품 주문이 들어오게 되면 제품을 판매하게 될 나라에 각 제품의 재고를 보관하고 있다가 즉각 배송으로 연결되는 시스템을 구축하고 싶었으나 너무 높은 창고 유지비의 가격이 벽이었다. 적극적인 현지 조사를 통해 고객의 주문에 맞춰 물류센터에서 제품을 포장하고 배송까지 하는 물류 일괄 대형서비스인 풀필먼트(fullfillment) 업체들을 찾아낼 수 있었고, 마침내 적정한 가격과 우수한 서비스를 제공하는 업체와의 계약을 체결함으로써 어려움을 극복해 나갈 수 있었다.

2019 The Hotel Show Dubai 참가



2020 미국 NY NOW 참가



2017 한국 Seoul Cafe Show 참가

해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

### 핵심역량을 다지고 현지의 전문인력을 통해 시장을 정확하게 파악하라

### 제품의 높은 품질 유지

가장 중요한 것은 제품의 높은 품질을 유지하는 것이다. 국내에서 제품력이 인정되었다는 것에 자만하지 않고 끊임없는 개발과 연구를 통해 취약점과 보완점을 찾아내고 최상의 제품력으로 해외 진출을 준비하는 것이 가장 기본이자 핵심임을 잊지 말아야 한다.

### 철저한 현지화 전략

해외시장에 대한 치밀한 조사와 분석과 현지화 전략이 수립되어야 한다. 나라마다 인구, 기후, 관습 등 전반적인 문화 특성이 다르기 때문에 국내시장과는 다른 차별화된 전략으로 접근하지 않으면 실패할 확률이 높다.

### 전문적인 현지 인력 구축

시장 상황 등에 대한 지식과 해외 기업과의 접촉, 협상, 계약 등을 수행하기 위해 현지 법에 대한 지식을 갖춘 전문 인력이 구축된다면 현지에서 마주하게 되는 다양한 어려움을 원활하게 해결해 나갈 수 있는 강력한 무기가 될 수 있다.

# SAMPARTNERS

## 샘파트너스

차곡차곡  
쌓아 올린 평판으로  
믿고 찾는  
기업이 되다

**sam**  
SEOUL

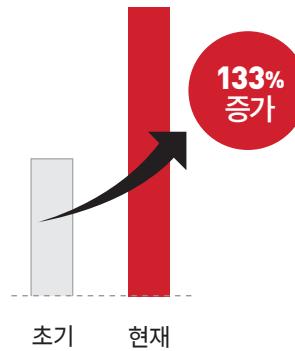
- 설립일 2005. 12. 06
- 전문/주력분야  
그래픽디자인/브랜드컨설팅
- 홈페이지  
[www.sampartners.co.kr](http://www.sampartners.co.kr)
- 이메일  
chang@sampartners.co.kr

2005년 설립된 샘파트너스(sampartners)는 제품, 그래픽, 공간 뿐 아니라 브랜드 컨설팅에 이르기까지 전반적인 디자인 솔루션을 제공한다. 사람들이 보고 듣고 만지며 느끼는 모든 경험요소에서 디자인적 가능성을 찾고 빠르고 유연한 실행력으로 그 가능성을 브랜드 혁신으로 전환시킨다. 샘파트너스는 고객이 성능이나 가격보다는 브랜드 콘셉트나 콘텐츠를 보고 제품을 선택한다고 믿으며, 이를 바탕으로 차별화된 브랜드를 만드는데 주력해 오고 있다. 초기 비즈니스는 용역에 집중되어 있었다. 하지만 해외 진출과 함께 바이어들이 샘파트너스가 개발한 상품에 많은 관심을 보여 자체 상품 개발에 보다 주력하게 되었고, 영향력 있는 해외 전시(캔톤페어 등)에 매년 연이어 참가하면서 믿을 만한 기업이라는 신뢰를 바이어들과 파트너들에게 심어 주게 되었다.

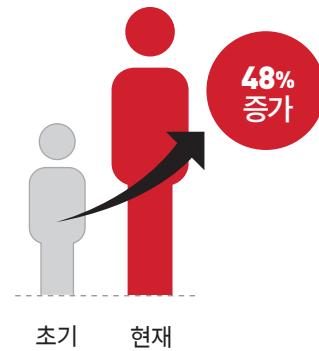
Founded in 2005, sampartners offers a comprehensive range of design solutions including products, graphics, and spaces, and even brand consulting. The company seeks out design possibilities in all the elements that we experience through our senses, transforming them into brand innovations quickly and flexibly. sampartners believes that customers choose products based on brand-name concepts and content more than performance or cost, and so they have focused on creating different brands based on this idea. The company started out doing business with a focus on services. However, as they began to enter into other markets, they realized that buyers were much more interested in products, so more attention was put towards product development which gained the trust of their buyers and partners who saw them as a reliable company with desirable products as they participated in many international exhibitions every year.

## 해외 비즈니스 주요 성과

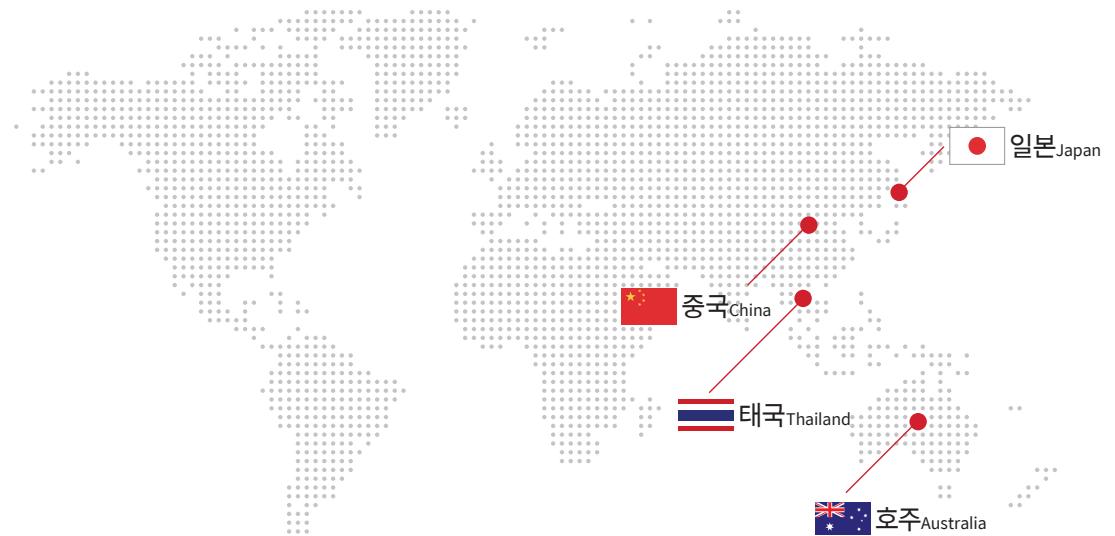
### 매출액



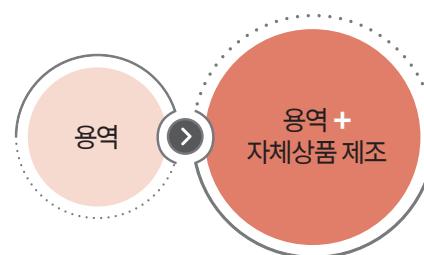
### 고용인력



### 수출국가/지역



### 비즈니스 확장 및 형태 다변화



## 브랜드의 입지를 해외로 넓혀가는 것이 안정적 수익 창출의 열쇠

샘파트너스는 설립 이래 그래픽 디자인, 브랜드 컨설팅 등의 용역을 통해 수익을 창출해 왔다. 하지만 국내 시장에서 수많은 디자인 기업들이 벌이는 경쟁과 내수 시장 경기 악화 등이 원인이 되어 프로젝트의 의뢰가 불규칙하게 되고 매출 또한 안정적이지 못한 상황이 되었다. 기업은 수익을 창출해야만 살아남을 수 있다. 샘파트너스는 생존의 모색을 위해 안정적인 수익 창출에 대한 방안을 고민하기 시작했다. 국내 시장을 벗어나 전문분야인 그래픽·브랜드 컨설팅을 수출하고 자체 상품의 제조·유통을 병행하여 브랜드를 개발한다면 매출의 불안정을 해소할 수 있겠다는 기대감이 생겼다. 2016년 한국디자인진흥원 지원사업인 중국 캔토페어에 참가하게 되었고, 2017년 자체 개발한 브랜드 상품이 해외 바이어들의 많은 관심을 받자 해외로 진출하여 매출의 안정화를 이루겠다는 목표에 확신이 섰다.



쿠킹이즈낫씽

## 믿을 만한 브랜드라는 이미지로 수출성과를 창출하다

샘파트너스는 2016년 중국 캔토페어에 디자인 용역을 중심으로 참가하면서 자체 개발한 상품 또한 홍보하였다. 이때 만난 바이어들이 상품에 대해 높은 관심을 보이면서 이후 2017년부터 자체 상품 개발과 홍보에 집중하며 전시회에 참여하게 되었고 일본, 태국, 호주 등 다양한 나라의 바이어들과 접촉하게 되었다. 캔토페어에 매년 꾸준히 참가함으로써 바이어들에게 지속가능한 기업이라는 인식을 주었고, 이는 수출로까지 이어지는 성과를 거두게 되었다. 특히 일본의 기업과는 수출 전 수차례에 걸친 공장견학 등 까다로운 절차를 걸쳐 계약을 진행하게 되었으며, 그 결과 2019년에는 눈에 띌 정도로 수출 실적이 증가하게 되었다.

2019 중국 광저우 캔토페어

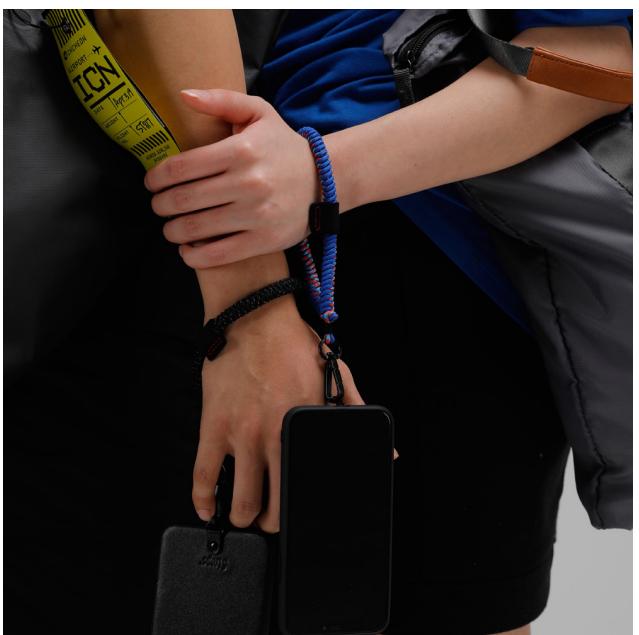


초보자에게 요리는 언제나 어려운 도전과제이다. ‘쿠킹이즈낫씽’은 요리 초보자들이 요리에 좀 더 쉽게 도전할 수 있도록 여러 가지 요리도구를 한번에 제공하는 요리 스타터 키트이다.





가방/여행택



스트랩

## 한국디자인 이우 비즈센터 입주를 통해 현지 시장을 정확하게 파악하다

샘파트너스는 자체 상품 개발의 초반부에 국내의 높은 제조 단가라는 한계에 부딪혀 상품 자체의 경쟁력을 잃었다. 여러 가지 방법을 모색한 끝에 중국 내 제조 대행업체를 이용해 보기도 하였으나, 중국 시장에 대한 충분한 이해가 없었기 때문에 결국 제품의 품질이 떨어지고 대량 불량이 발생하는 상황이 벌어졌다. 제대로 된 중국 비즈니스를 하기 위해서는 목표로 하는 시장을 누구보다 잘 알아야 한다는 결론에 이르렀고, 이를 위해 한국디자인진흥원이 운영하는 한국디자인 이우 비즈센터에 입주하게 되었다. 이후 중국 현지에서 우수한 제조업체를 직접 찾아 나섰고 그 결과 제품 제조 단가를 획기적으로 낮출 수 있었다. 현지의 다양한 전시회 참가를 통해 세계 각국의 바이어들을 직접 만나게 되면서 시장에서 요구하는 것이 무엇인지를 제품에 직접 접목한 것 또한 성공적인 해외 진출의 핵심 요인이 되었다.



2018 중국 캔톤페어



2019 일본 CP 플러스 전시

## 꾸준하게 기업을 노출하고 마케팅 전문성을 키워라

### 기업과 제품에 대한 인지도 확보

디자인 해외 진출을 위해서는 현지에서 그 기업이 가지고 있는 디자인에 대해 어필을 해야 하는데 사실 기회가 많지는 않다. 샘파트너스 역시 초기에 기업을 알리는 것이 쉽지만은 않았다. 결국 답은 우리를 최대한 많이 노출하고, 우리의 경쟁력을 해외 파트너들이 직접 그들의 눈으로 확인할 수 있게 하는 것이었다. 샘파트너스는 캔토페어를 집중적으로 공략하여 몇 년간 연이어 캔토페어에 참가하였다. 그 결과 처음에는 샘파트너스를 생소하게 여기던 바이어들도 우리가 꾸준히 전시회에 참가하는 것을 목격하고 금방 사라질 기업이 아닌, 지속이 가능한 역량 있는 기업이라는 것을 알아봐 주었다. 이러한 신뢰는 자연스럽게 제품에 대해 어필 할 기회로 이어지게 되었고 이런 방식으로 각국의 많은 바이어와의 네트워크를 확장해 나가면서 현지에서의 샘파트너스의 입지를 넓혀 갈 수 있었다.

### 마케팅에 대한 전문성 부족

디자인 기업 대부분의 대표는 디자이너이고, 구성원들 또한 다수가 디자이너로 이루어져 있다. 물론 디자이너가 수출과 관련된 다양한 분야의 업무를 모두 성공적으로 수행할 수 있다면 더할 나위 없지만, 그렇지 않은 경우가 대부분이고 전문성도 떨어진다. 이에 샘파트너스는 해외영업과 마케팅 전문 인력을 확보하였고, 이들이 해외 진출에 관련된 업무 수행을 전담하며 보다 전문적이고 원활한 비즈니스 수행이 가능하게 되었다.



2018 중국 캔토페어 참가

해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

### 중국 진출의 교두보로 캔토페어를 적극적으로 추천한다

캔토페어는 중국 최대의 종합무역 박람회로 중국뿐만 아니라 전 세계(남미, 유럽/중동, 러시아, 중앙아시아, 인도, 아프리카 등)에서 실질적인 구매력을 지닌 바이어가 참가하기 때문에 수출을 위한 더없이 좋은 기회가 된다고 생각한다. 참가하는 중국 제조기업들의 수준 또한 일정 기준을 상회하여 검증된 생산능력을 보유하고 있기 때문에 이들과의 논의나 협업을 통해 제품 생산에 관련된 다양한 문제들을 해결할 수 있다.

또한 캔토페어에는 대체로 동일한 바이어가 매해 반복적으로 방문하기 때문에 몇 년간 지속해서 캔토페어에 참가하면 이들과 자연스럽게 관계를 형성할 수 있을 뿐만 아니라 우리 기업의 지속 가능성에 대한 깊은 신뢰를 심어줄 수 있다.

# NS DESIGN

## 엔에스디자인

예측 불가능한  
변화의 시대에서  
유연하게 비즈니스를  
운영하다

NS DESIGN

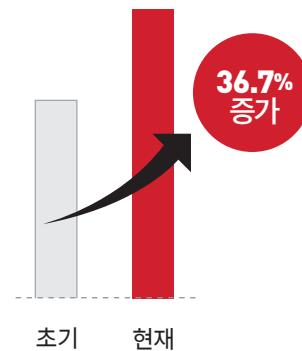
- 설립일 1998. 08. 10
- 전문/주력분야  
제품디자인
- 홈페이지  
[www.ensdesign.co.kr](http://www.ensdesign.co.kr)
- 이메일  
[ens@ensdesign.co.kr](mailto:ens@ensdesign.co.kr)
- 수상이력
  - 한국디자인진흥원 선정 우수디자인회사(12회)
  - 기술혁신형 중소기업 INNO-BIZ기업
  - Good Design 인증마크 43점
  - 2018 PINUP Design Award
  - 2017 K-Design Award
  - 2015 Spark Design Award
  - 2014 Red Dot Design Award
  - 2010 제 12회 대한민국디자인대상 지식경제부장관상
  - 2009 제 11회 대한민국디자인대상 대통령표창

엔에스디자인(NS DESIGN)은 1998년 설립된 제품·시각·환경 디자인 전문기업이다. 제품을 넘어 기업의 가치를 높이는 디자인으로 총 400여 이상의 제품을 디자인해 왔으며 Red Dot, PIN UP 등 국내외 디자인 어워드를 수상하며 그 실력을 인정받았다. 초기 사업은 디자인 용역 기반이었으나 보다 효과적인 비즈니스를 위해 사업방식 다양화의 필요성을 느꼈고 자체적인 제품 개발을 통해 본격적으로 사업을 확장할 수 있었다. 이 과정에서 중국 기업과 다양한 형태로 협업하고 수익을 분배할 수 있다는 사실을 체득하며, 빠르게 변화하고 COVID-19와 같은 불확실성이 지속해서 증가하는 글로벌 시장에서 유연하게 대처할 수 있는 강인한 생존력을 확보하게 되었다.

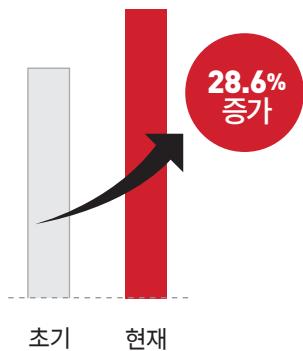
NS DESIGN (founded 1998) is a company specializing in product/visual/environmental design. They have designed over 400 products, enhancing their corporate value along with the quality of the products, and they have been recognized for their skills by receiving domestic and international design awards including Red Dot and PIN UP. NS DESIGN started out in design services, but eventually saw the need to expand and diversify their business to be more effective, and they succeeded in this through their own product development. Thus, they found that it was possible to work with companies in China on various projects and share their profits, thereby obtaining the strength to flexibly operate in the international market in spite of uncertainties such as rapidly changing economic conditions and the current pandemic.

## 해외 비즈니스 주요 성과

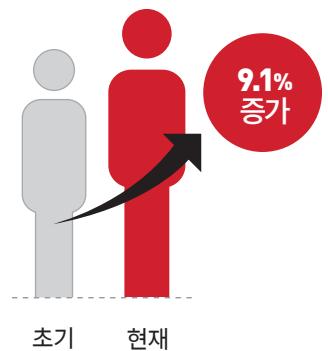
### 수출액



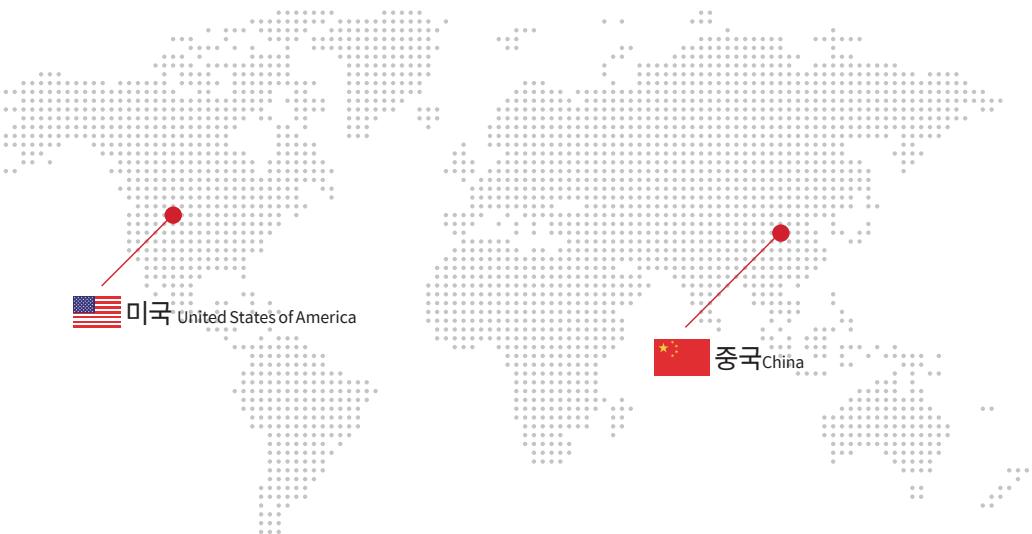
### 매출 대비 수출 비율



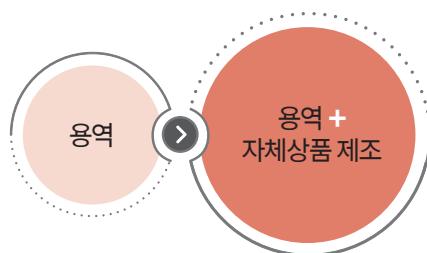
### 고용인력



### 수출국가/지역



### 비즈니스 확장 및 형태 다변화



## 지역적 핸디캡을 해외시장 진출의 기회로 삼다

디자인 기업의 양적 팽창과 함께 엔에스디자인은 대구에 소재한 지역 회사라는 이유로 매출액 감소가 투자 감소를 불러오고 이는 다시 기업 경쟁력을 약화시키는 악순환의 고리 속에 있었다. 지방에도 좋은 퀄리티를 가진 디자인 회사들이 다수 있으나 관심이 중심부로 쏠리는 것이 현실이었다. 지역 디자인 전문기업에 대한 인식은 많이 변화되고 좋아졌지만, 투자유치에는 여전히 쉽지 않은 부분이 있었다. 이에 더해 우수 디자인 인력들도 수도권으로 몰려들고 있었고, 지방의 디자인 회사들은 전문 인력에 대한 부족을 겪고 있었다. 하지만 엔에스디자인에게 위기는 곧 기회였다. 기회를 찾다 보니 한국을 넘어 해외시장을 볼 수 있었다. 차별화된 제품력과 철저한 사전준비가 이루어진다면 해외에서도 충분한 승산이 있다고 믿었다.

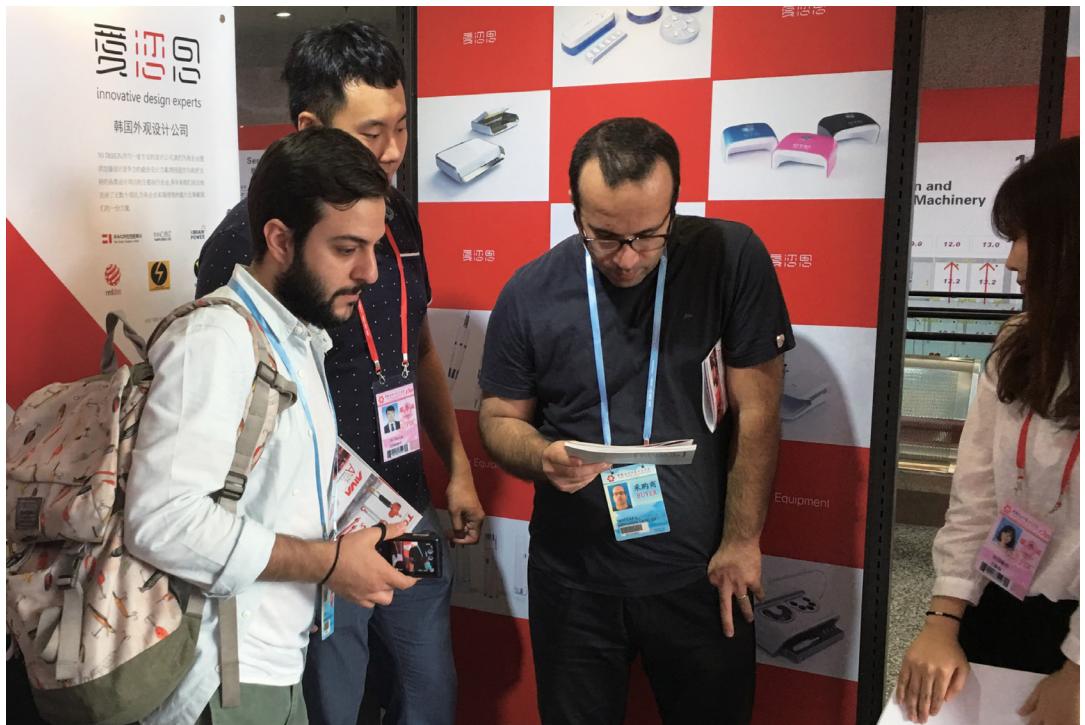
## 시행착오를 통해 탄력적인 협업 모델을 발굴하다

엔에스디자인의 초기 비즈니스 방식은 디자인 용역이었다. 2011년에는 본격적인 중국 시장 진출을 위해 현지에 법인을 설립하고 직원도 파견하였으나 중국 시장 내 디자인 업체의 난립으로 가격 경쟁력을 상실하게 되면서 2016년 법인을 철수하게 되었다. 이에 대한 돌파구로 엔에스디자인은 기존의 방식이 아닌 다른 형태의 비즈니스 방법을 모색하게 되었고 중국 및 국내외 협력사들과 새로운 방법으로 협업하게 되면서 중국 수출을 재개하고 사업 영역을 확장하게 되었다.

거듭되는 시행착오 끝에 개발된 첫 번째 협업 모델은 중국 현지 제조 방식이다. 엔에스디자인이 제품기획과 디자인에 대해 투자를 하고 중국 기업이 제조하는 방식으로 중국 제품(Made in China)으로 판매가 되고 있다.

두 번째 협업 모델은 한국 제조 후 중국 수출 방식이다. 한국 내 법인을 보유한 중국 유통기업과 함께 현지 소비자에게 어필할 수 있는 아이템을 발굴하고 디자인한 뒤, 한국 제조기업이 국내에서 생산하여 한국 제품(Made in Korea)으로 중국에 수출한다.

중국 캠페어 참가



급변하는 시대는 처음부터 끝까지 한 회사가 모든 업무를 완수하는 것을 요구하는게 아니라, 각 단계의 업무 성격에 최적화된 전문 파트너와 협업하며 다양한 위기에 대처하고 새로운 비즈니스 모델을 발굴하도록 요구하고 있다. 이에 엔에스디자인은 디자인 용역 기반에서 제품 제조·개발로 사업 영역을 확장하면서 한국 및 중국 제조 기업들과 다양하고 폭넓은 비즈니스 관계를 맺으며 성공적인 협업을 이어 가고 있다.



**수세미의 위생적인 사용법이 돋보이는**

**'세워 쓰는 선인장 수세미'**

- 특히 보유 제품으로 설거지 후 홀더에 거치가 가능하여 배수 및 건조 처리를 동시에 할 수 있는 위생적 제품
- 양면 나일론 부직포로 장기간 모양 유지가 가능하며 인테리어 소품으로도 활용 가능



**손목 힘을 이용하여 손쉽게 다지는  
'주방용 마늘 다지기'**

- 손목 힘을 이용하여 마늘을 분쇄함으로써 기존 마늘 다지기에 비해 힘이 덜 소비되는 아이디어 주방용품
- 칼날 분리가 가능하여 세척이 용이하고 위생적임



중국 캔톤페어 참가



중국 캔톤페어 참가

## 오메가 라이트

다양한 LED 파장으로 피부 개선에 도움을 주는 'LED 홈 케어 뷰티 디바이스' 기존 제품의 불드한 사이즈를 축소하고 풀딩 구조를 접목하여, 사용범위를 전문 피부 케어숍에서 일반 가정으로 확장한 퍼스널 뷰티 디바이스. 중국 알리바바에서 메이드인 코리아제품 직구 카테고리 내 판매 예정



해외 진출의 어려움과 극복 방법

## 협업을 통한 원원전략을 구축하고 해외 전담팀을 구성하라

### 유럽·일본 기업들과의 경쟁 심화

디자인 용역으로 중국 시장에 진출하게 되면서 유럽, 일본의 디자인 기업들과 글로벌 경쟁을 하던 중, 중국 디자인 기업들도 빠른 속도로 성장하게 되어 가격 경쟁력에서까지 불리해지는 상황이 왔다. 우리는 중국 파트너 제조기업에 자사가 디자인에 대해 투자하고 생산은 중국 파트너 제조기업이 진행하는 협업방식을 제안하면서 제품 개발을 통해 상호수익을 만들 수 있는 구조로 돌파구를 마련하였다. 용역 단가를 낮추는 등 기존 사업 영역에 국한된 채로 해결책을 찾기보다, 생각을 바꾸고 새로운 형태의 비즈니스 모델을 구축함으로써 성공적인 길을 찾을 수 있었다.

### 물리적 거리 차이로 인한 피로감과 업무 효율 저하

중국 내 주요 진출지역이 광저우였는데 회사가 대구에 소재해 있어 항공이동에 대한 제약이 많았다. 출장을 다녀오는 직원들의 잡은 피로감 호소, 업무 효율성 저하 등으로 해외영업과 디자인 부서의 분업이 제대로 이루어지지 않았고 전문적인 영업활동이 어려웠다. 이를 해결하기 위해 해외 영업 전담팀을 만들어 필요한 인력을 투입하고 효율적으로 스케줄을 관리하며 현지 업체들과 빠르게 연락함으로써 한 단계 업그레이드된 방식으로 비즈니스를 추진해 나갈 수 있었다.

해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

## 긍정적인 시선과 진심을 주고받는 마인드를 키워라

## 중국의 관점에서 긍정적으로 바라보라.

중국의 막대한 시장규모와 성장 가능성, 접근성, 문화 등을 고려하면 그들은 우리에게 최적의 파트너가 될 수 있다. 따라서 중국과 사업을 하려는 기업은 부지불식간에 고착된 편견 또는 미디어 등을 통해 간접적이고 지엽적으로 경험한 중국에 대한 인식을 버려야 한다. 중국 기업의 입장을 잘 이해하고 그들의 편에서 함께 비즈니스를 이어가야 문제 해결이 원만해진다. 아직 중국 기업들은 한국의 디자인 상품에 높은 선호도를 갖고 있다. 비즈니스를 할 때 중국 기업의 관점에서 바라본다면 분명 더 많은 기회와 좋은 결과를 가져 올 것이라고 확신한다.

### 친분이 바탕이 된 네트워크를 통해 비즈니스가 진행된다.

중국 기업들과의 관계를 장기적으로 원만하게 유지해야만 새로운 비즈니스가 생겨날 때 일을 함께하는 우선순위에 들 수 있다. 중국인들은 지속적인 친분 유지가 바탕이 된 관계 속의 네트워크를 통해 비즈니스를 진행한다. 특별한 비즈니스가 없을 시에도 늘 연락을 주고받으며 친밀한 인간관계를 유지하는 것이 비즈니스 기회를 잡기 위한 전략이 될 수 있다.



## Part 3. \_\_\_\_\_

### Expand it\_ ADVANCE ABROAD

해외법인  
설립으로  
장기적  
비전을 보다

- (주)비다스토리\_ VIDASTORY
- (주)제이디자인웍스\_ JEIDESIGNWORKS

# VIDASTORY

## 비다스토리

차별화된  
디자인 크리에이티브로  
해외시장 트렌드를  
리드하다

2015년 설립된 비다스토리(vidastory)는 다양한 디자인 개발 경험을 바탕으로 혁신적인 제품을 디자인하는 산업디자인 전문회사이다. 생활·건강에서부터 인테리어 소품, 디지털 가전에 이르기까지 크리에이티브가 돋보이는 디자인과 제품 개발로 사용자의 즐거움과 편의를 구현해 나가고 있다. 자체적으로 디자인하고 개발한 제품들을 중심으로 해외시장 진출을 결심하게 되었고, 2016년 한국 디자인 이우 비즈센터에 입주하면서 본격적으로 중국 진출에 박차를 가하기 시작했다. 2017년에는 비다스토리 자체적으로 중국에 법인을 설립함으로써 중국 클라이언트와 더욱 굳건한 신뢰를 쌓으며 비즈니스를 확장할 수 있었다. 현지 법인을 중심으로 발 빠르게 소비자의 욕구를 간파하고, 고객의 니즈에 맞춤화된 제품을 개발함으로써 해외 시장의 트렌드를 선도하고 있다.

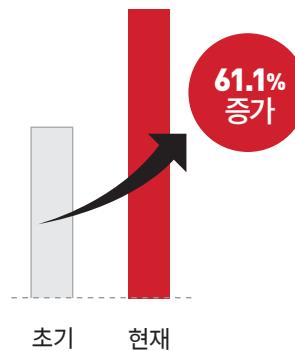
Founded in 2015, vidastory is a company specialized in industrial design that makes innovative products based on various design development experiences. From living & health to interior accessories & digital home appliances, their creative designs and product development stand out by embodying the enjoyment and convenience of consumers. The company decided to enter the international market with their own brand-name products, and started to accelerate their entry into China by moving into the Korea Design Yiwu Biz Center in 2016. In 2017, vidastory set up their own subsidiary in China, which allowed the company to grow its business by building more trust with Chinese customers. Now, they are leading trends in markets abroad by swiftly realizing consumer needs through their subsidiaries and developing products that cater to those needs.



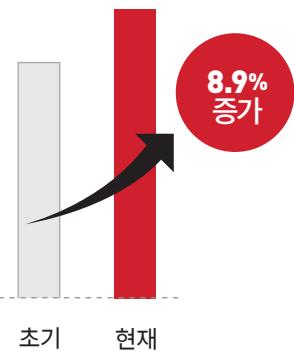
- 설립일 2015. 11. 01
- 전문/주력분야  
제품디자인
- 홈페이지  
[www.vidastory.com](http://www.vidastory.com)
- 이메일  
[info@vidastory.com](mailto:info@vidastory.com)
- 수상이력  
- 2015 잇츠 어워드 디자인  
- 2019 글로벌 생활명품

## 해외 비즈니스 주요 성과

### 매출액



### 수출액



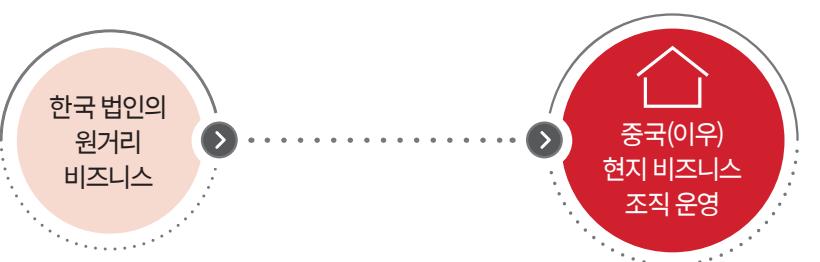
### 고용인력



## 수출국가 / 지역



## 법인 설립





2019 중국 캔톤페어 참가

### 한류 붐이 일고 있는 중국 시장에서 무한한 가능성을 보다

한국 디자인 산업은 세계적으로 높은 수준을 인정받고 있고 그 규모도 크게 성장했다. 그러나 규모가 크지 않은 중소 디자인 전문회사는 대기업의 디자인 업무 내부화(in-house) 확대로 매출이 줄어들고 있었다. 이에 한국의 디자이너들이 점차 어려워지는 국내 디자인 업계를 벗어나 한류의 인기에 힘입어 한국 디자인에 대한 호응과 평가가 높은 중국에 대거 진출하고 있었고 비다스토리 역시 해외 진출을 통한 제품의 새로운 판로 개척에 필요성을 느꼈다. 그러던 중 2016년 한국디자인진흥원 지원사업인 중국 이우 국제소상품박람회에 참가하게 되었고, 세계 각국의 바이어들에게 관심을 받으며 해외 시장의 거대한 가능성에 새롭게 눈 뜨게 되었다. 이후 한국에 돌아와 성공적인 중국 진출을 위한 사전준비에 모든 힘을 쏟기 시작했다.

### 현지 법인 설립은 클라이언트와의 신뢰를 설립하는 것

### 비다스토리 중국 현지 법인 설립

한국 디자인 기업 중 중국에 진출한 후 현지 적응 실패와 문화 차이를 이기지 못하고 결국 한국으로 다시 돌아오는 사례들이 많았다. 이러한 상황 속에 한국 디자인 기업에 대한 이미지가 잠시 머물다 가는 뜨내기로 인식되어 많은 중국 기업들이 한국 디자인 기업을 신뢰하지 못하고 있었다. 중국 기업들이 기대하는 것은 단지 디자인만을 잘하는 것이 아니라 꾸준하게 지속되는 관계 속에서 성실하게 믿음을 주는 기업이라는 생각이 들었다. 이에 비다스토리는 신뢰 있는 기업 이미지를 위해 2017년 중국에 현지 법인을 설립하게 되었다. 중국 현지 법인을 설립하면서 중국 시장에서의 입지를 강화하기 시작했다. 이후 중국 클라이언트와의 더욱 면밀해진 커뮤니케이션과 적극적인 문제 해결로 더 큰 믿음을 주는 비다스토리로 자리매김 할 수 있었다.

### 현지의 다양한 계약 방식을 수용하며 판로 확대

중국 기업들과 비즈니스를 진행하며 알게 되었던 사실 중 하나는 중국은 기업별 계약 방식이 우리와 매우 다르다는 것이었다. 프로젝트별 건당 계약을 하는 일반적인 형태에서부터 연간 몇 개의 프로젝트를 정해 놓고 그에 따른 디자인을 수행하는 연간 계약 방식, 월별 디자인 매출을 정해둔 비율에 따라 나눠 갖는 방식 등 세분화되고 다양화되어 있었다. 비다스토리는 한국에서 기존에 진행했던 프로젝트 계약 방식을 고집하기 힘들다는 것을 알게 되었고, 각 기업이 원하는 비즈니스 스타일로 절충하고 타협하여 현지화된 계약방식을 선택했다. 그들의 방식을 배려하고 맞추려는 적극적인 자세는 중국 기업에 긍정적인 모습으로 비쳐졌고 중국 현지에서 제품의 새로운 판로 개척에 크게 이바지하였다.

코카콜라 병따개를 모티브로 한  
유니크한 디자인의 와인마개(wine stopper)





파스텔 톤의 다양한 컬러가 돋보이는 아이스크림 테이프 클리너



중국 기업과의 현지 디자인 회의



중국에서 출시된 '손선풍기'

**뚜렷한 마케팅 메시지를  
전달하고 인간적인  
비즈니스 관계를 형성하다**

**명확한 제품의 셀링(selling) 포인트와 효과적인 전달**

중국 기업과의 비즈니스에서 가장 중요한 것은 중국 기업에 어필할 제품의 셀링 포인트를 명확히 하는 것이다. 중국 기업에 소개할 자사 기업 소개 브로슈어와 포트폴리오를 완벽히 준비하고 중국 사람들의 유형, 취향, 특성 등을 사전 파악하여 비다스토리가 잘 할 수 있는 부분이 무엇인지에 대한 고민을 거듭하며 준비했다. 주력 제품에 대한 뚜렷한 마케팅 메시지를 전달하고 중국 시장에서 이를 효과적으로 어필할 다양한 방법을 제시하면서 클라이언트의 마음을 얻게 되었다.

**친밀함을 갖고 인간적으로 다가서려는 노력**

서로 다른 언어로 인해 원활한 소통이 힘든 중국 시장에서 서로 믿고 신뢰하는 관계를 만들지 못한 채로 비즈니스를 진행하는 것은 힘든 일이다. 비다스토리의 경우 일을 대하는 자세에 있어 먼저 좋은 신뢰 관계를 쌓는 것을 기본으로 삼았고, 클라이언트이기 이전에 공생하는 파트너 관계로 서로를 이해하고자 노력했다. 이러한 상생의 비즈니스 자세는 이후 및 낭보 지역의 여러 기업과 연간 디자인 계약을 맺게 되는 좋은 성과로 결실을 보게 했다.

**전문화된  
현지 인력을 구축하고  
문화의 차이를 이해하라**

**통역으로도 해결할 수 없는 중국 감성에 대한 이해**

중국 비즈니스를 진행하기 위해서는 원활한 중국어 구사도 물론 중요하지만, 이를 넘어 중국 시장과 디자인 산업의 특성을 잘 이해하고 원활하게 프로젝트를 조율할 수 있어야 한다. 이 부분은 통역하는 사람이 있다고 해결될 문제가 아니었다. 아무리 좋은 통역을 쓰더라도 디자인 감성을 완벽히 표현하고 전달하는 데는 분명 한계가 있었다. 이를 극복하기 위해 디자인에도 능숙하고 중국에서 자라 중국어와 문화에도 능통한 전문 인력을 현지에 확보함으로써 원활한 커뮤니케이션뿐만 아니라 그들의 감성에 맞는 방식으로 비다스토리의 디자인을 어필하는 데 큰 도움을 받을 수 있었다.

**계약 방식과 내용의 차이**

비다스토리가 진출한 이우라는 지역은 중국 최대 규모와 영향력을 자랑하는 소상품의 집산지이자 창업 특성화 도시이다. 이러한 지역 특성상 공장운영과 도·소매사업을 통해 기업을 일궈낸 사람들이 많다. 따라서 비즈니스 계약을 할 때 때로는 명확하지 않거나 체계적이지 않은 부분이 있다는 것이 애로사항이었다. 이때 너무 원리원칙대로 우리의 방식만을 고집하는 것이 아니라 그들의 방식을 이해하려고 노력하되 계약에 있어 꼭 필요한 구체적이고 세부적인 사항들을 보완하는 것으로 성공적인 계약을 이끌어냈다.



2017 홍콩 한류상품 박람회

**실패사례를  
면밀히 분석하고  
진심을 담아  
커뮤니케이션하라**

**실패사례를 공부하고 또 공부하라.**

해외 진출 시 성공사례만을 보지 말고 실패의 경험담과 실패의 원인이 무엇인지를 명확히 분석해 보는 것이 실패한 기업들의 사례를 되풀이하지 않는 핵심 포인트가 될 수 있다. 해외 시장 진출 전 국내 시장에서 기업 역량에 대한 기본적인 검증을 하고 제품력을 확고히 다져가면서 해외에 진출해 있는 다양한 기업들의 선례를 먼저 공부해 볼 것을 권한다.

**진심을 담아 커뮤니케이션하고 존중하라.**

중국어 하나만 잘한다고 해서 충만한 자신감으로 다가가서는 안 된다. 현지에서 전문 인력을 고용하고 다양한 고객 관계를 맺을 때 가장 중요한 것은 상대방의 문화에 대해 이해하고 진심으로 존중하는 마음가짐이다. 중국 문화가 우리와 다르다는 것을 인식하고 현지 직원이나 고객들에게 항상 예의를 지키는 것이 중요하다.

**중국 제조기업과 공동 개발한 '화장실 청소솔'**



# JEIDESIGNWORKS

## 제이디자인웍스

중국 실리콘밸리에  
둥지를 틀고,  
세계적 디자인 기업으로의  
비상을 꿈꾸다

제이디자인웍스(JEIDESIGNWORKS)는 스타트업 기업에서부터 대기업에 이르기까지 다양한 형태의 클라이언트를 대상으로 혁신적인 디자인 제품에 관한 통합솔루션을 제공하는 회사이다. 일반적인 디자인 회사에 머무르지 않고, 변화하는 시대와 환경에 발맞춰 새로운 기술을 연구하는 적극적인 태도로 휴대가 가능한 포터블 공기청정기, 전기 자전거 등 혁신적인 제품을 개발하는데 성공하였다. 2015년 중국 선전에 현지 법인을 설립하고 2020년 순더 스튜디오를 오픈하였으며, 2022년 상하이로의 진출을 계획하는 등 중국 전역으로 비즈니스를 확장해 가는 중이다. 이에 그치지 않고 제이디자인웍스의 다음 세대를 준비하며 미국, 유럽 등 세계 디자인 시장의 문을 두드리고 있다. 다양한 문화와 경험을 가진 다국적 디자이너들이 그려나갈 제이디자인웍스의 다음 10년이 기대된다.

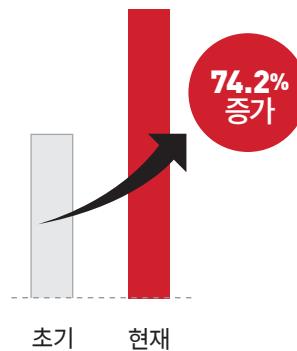
JEIDESIGNWORKS is a company providing integrated solutions for innovative design products to a wide variety of clients, from start-ups to large corporations. They are not simply a general design company, but have successfully developed innovative items including portable air purifiers and electric bicycles which have been created through active research of new technologies to keep up with the changing times & environment. JEIDESIGNWORKS set up a local branch in Shenzhen, China in 2015, opened a studio in Shunde in 2020, and continues to expand their business across China, with plans to establish themselves in Shanghai by 2022. In addition, they are seeking to open doors in the global design market in such places as the USA and Europe in preparation for the next generation of JEIDESIGNWORKS. We anticipate that the next decade of the company will be orchestrated by designers from many different walks of life.



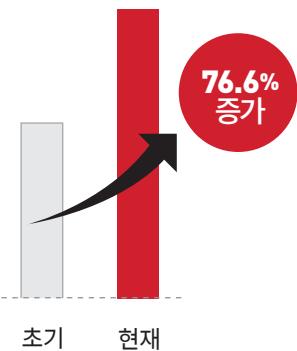
- 설립일 2010. 11. 01
- 전문/주력분야  
제품디자인/기구설계/제품개발
- 홈페이지  
[www.designjei.com](http://www.designjei.com)
- 이메일  
[jei@designjei.com](mailto:jei@designjei.com)
- 수상이력
  - 한국 Good Design Award 11회
  - 한국 IT Design Award 3년 연속 대상
  - 독일 Red Dot Design Award 9회
  - 일본 iF Design Award 7회
  - 일본 Good Design Award 2회
  - 미국 CES 혁신제품상 4회

## 해외 비즈니스 주요 성과

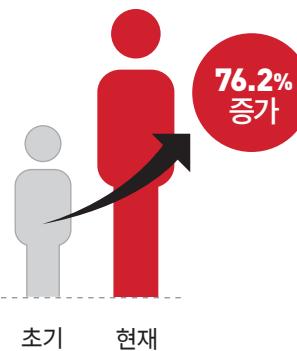
### 매출액



### 수출액



### 고용인력



## 수출국가/지역



## 법인 설립



## 기업이 가진 역량을 믿고 더 큰 가능성에 도전하다

국내 디자인 시장을 살펴보면, 수도권으로 제한된 시장에서 기존의 디자인 회사들이 치열하게 경쟁하는 동시에 매년 새로운 디자인 회사가 생겨나고 있다. 설립 초기 제이디자인웍스 역시 모든 디자인 비즈니스가 국내에만 한정되어 있었다. 하지만 제조 기반의 기업들이 해외 전시 및 참가로 제품을 홍보하고 사업영역을 확장해 가는 것을 보며 제품력과 디자인 노하우만 있다면 해외시장 진출이 충분히 가능한 일이라는 확신을 했다. 그러던 중 2013년 홍콩 전시회에 참가하게 되었고 작은 부스였지만 다양한 국가의 기업들의 관심을 받으며 현장에서 한국, 중국, 홍콩, 남미 등의 기업들과 계약을 체결하는 성과를 얻게 되었다.

XGIMI\_T1 프로페셔널 4K 레이저 프로젝터



## 중국 벤처기업을 업계 1위로 성장시키고 중국 전역으로 지사를 확장해가다

중국 엑스지미(XGIMI)는 가정용 빔프로젝터를 만드는 소규모의 벤처 기업이다. 제이디자인웍스는 엑스지미(XGIMI)와 공동 프로젝트를 진행하며 많은 디자인 제품들을 선보였고, Red Dot Design Award 수상 5회, iF Design Award 수상 4회, CES 혁신제품상 수상 3회 등 우수한 실적을 거두었다. 현재 엑스지미(XGIMI)는 가정용 빔프로젝터 시장에서 중국 내 1위 기업으로 성장하였다. 이러한 제이디자인웍스의 성공적인 비즈니스 뒤에는 수준 있는 디자인 전문 인력뿐만 아니라 글로벌 기업들과의 신뢰 있는 파트너십이 있었다. 현재 드넓은 중국에서 입증된 성과와 다져진 실력을 바탕으로 미국, 아르헨티나, 이집트, 파라과이 등 더 많은 해외 기업들과의 사업 파트너 확장에도 전력을 다하고 있다.

## 중국 전역으로 지사를 확장해 가다

제이디자인웍스는 2015년 중국의 실리콘밸리라 불리는 광동성 선전 중심지역에 현지법인을 설립하면서 해외에서의 첫 뿌리를 내렸다. 이후 원활한 커뮤니케이션과 밀접한 업무 협의 등으로 중국 클라이언트와의 신뢰를 빠르게 쌓아 갈 수 있었으며 2020년 순더 지역에도 디자인 스튜디오를 오픈하였고 2022년에는 상하이로의 진출을 계획하고 있다. 제이디자인웍스의 중국 법인은 설립 이후 매년 성장세를 보이며, 설립 시점부터 현재까지 매출 약 100% 이상의 성장률을 기록하였다. 초기 현지 직원 1명, 본사 파

푸티엔일보에 소개된 '제이디자인웍스'



견 직원 2명이었던 인원 또한 현재 11명의 정직원으로 늘었다. 이러한 성과는 각종 현지 언론(선전 현지 신문 FUTIAN TODAY 등)을 통해 보도되기도 하였다. 이렇듯 제이디자인웍스는 과감한 투자와 발빠른 실행력으로 중국 내에서 확장세를 이어 나가고 있다.

### 디자인과 기술의 융합, 중국을 넘어 세계 디자인 시장을 향하다

제이디자인웍스는 약 2년 전부터 차세대 사업으로 전기 자전거 개발에 착수하여 국내 전기 자전거 박람회(코리아 스마트 모빌리티)에서 호평을 받는 등 조금씩 관련 성과를 내고 있다. 소형가전 브랜드 미타(MITA) 또한 론칭하여 핸디 선풍기, 음파 전동 칫솔, 스틱 가습기 등 디자이너의 창의적 아이디어와 기술을 결합한 제품들을 출시하기도 하였다. 이처럼 제이디자인웍스는 기존 사업영역과 전통적인 디자인 분야에만 머무르지 않고 적극적으로 시대의 흐름과 신기술을 배우고 도입하여 사업 포트폴리오를 확장하는 동시에 시장을 리드하는 키 플레이어로 거듭나는 중이다. 이러한 행보는 미국 CES 혁신제품상 수상 등의 구체적 성과로도 나타나고 있다. 2010년부터 2020년까지가 국내 디자인 시장에서의 안정화와 중국 시장 진출을 도모한 ‘제이디자인웍스 1.0’ 시대라면, 2020년부터의 향후 10년은 ‘제이디자인웍스 2.0’ 시대로 기술-디자인 융합과 시스템 기반의 디자인 기업으로 성장하여 미국과 유럽 시장에까지 성공적으로 안착하고자 한다.

#### CES 참관



XGIMI CC Portable Projector

JDW-ELOO



**현지 법인을 설립하여  
신뢰를 쌓고  
적극적으로 교류하라**

**언어·물리적 거리로 인한 커뮤니케이션의 문제**

성공적으로 프로젝트를 계약하고 난 후에도 미팅 횟수와 진행 일정 등을 논의하면서 서로에 대한 이해가 부족하다고 느껴졌다. 언어의 벽 이외에도 중국과 한국과의 물리적인 거리의 문제 등 다양한 원인이 있었다. 결국, 현지 법인을 설립하게 되면서 현지 디자이너들을 채용·교육하였고 덕분에 원활한 커뮤니케이션과 상시 밀접한 업무협의 등으로 중국 고객과의 신뢰를 쌓아 갈 수 있었다.

**스트레스 관리**

프로젝트를 진행하면서 고객이 느끼는 만족도에 비하여 과정 중 발생하는 크고 작은 문제를 해결하는데 너무 큰 에너지가 소비되었고, 프로젝트 완료 후에도 후속 관리에 대한 다양한 업무가 생겨났다. 현지 법인이 설립되고 난 후 지사장, 디자인 책임자, 현지 디자이너들이 이러한 문제들을 관리하였고 한국 본사와의 협력을 통해 적극적으로 정보와 인력을 교류해 나가면서 보다 효율적으로 문제를 해결하고 스트레스를 관리할 능력을 키우게 되었다.

**선전 국제공업디자인 대전**



해외 진출을 준비하는  
기업을 위한 조언

**기본에 충실한 제품력이  
곧 세계적인 경쟁력의  
밀거름이 된다**

**단단한 기본기 없이 성공은 없다.**

기본에 충실한 좋은 제품력을 보유한 기업의 가장 큰 장점은 국내에서도 좋은 비즈니스를 펼칠 수 있고 해외에서도 좋은 비즈니스 기회를 만들어 갈 수 있다는 점이다. 다시 말해 국내에서든 해외에서든 성공적인 해외 진출을 위해 가장 필수적인 조건은 우수한 제품력이라는 것이다. 제품력이 제대로 갖추어지지 않은 제품의 홍보와 마케팅에 아무리 돈과 시간을 쏟는다고 할지라도 그것은 이미 밑 빠진 독에 물 놓기와 같다.

**훌륭한 파트너십이 제대로 된 현지화를 가능하게 한다.**

해외 진출에 있어 또 하나의 중요한 요소는 해당 사업에 대한 이해도와 경험이 풍부한 현지 인력과 파트너를 발굴하고 이들과 긴밀한 관계를 유지하는 것이다. 이들과의 교류가 해외 고객과의 문화 차이 극복과 공감대 형성으로 이어지면서 결국 비즈니스와 제품의 올바른 현지화를 가능하게 하여 사업의 성패를 좌우할 수 있기 때문이다.

## Part 4.

## 부록

1. 한국디자인진흥원 소개
2. 한국디자인진흥원 해외 진출 지원사업 소개
3. 한국디자인진흥원 중국 진출 지원사업  
성과(ROI) 분석
4. 한-베디자인센터 운영 경과 및 주요 성과
5. 한국판 뉴딜 추진을 위한 디자인 해외 진출 로드맵

## 한국디자인진흥원 소개

### About KIDP

한국디자인진흥원, 대한민국 디자인의 미래를 만들어 갑니다.

한국디자인진흥원은 국내 유일의 디자인산업 진흥을 위한 국가 주도 공공기관으로서 1970년 설립 이래 디자인을 통한 국가경쟁력 강화와 국격 향상을 위해 힘쓰고 있습니다.

또한 디자인 인력양성 및 교육, 연구 및 정책개발, 문화확산 및 해외시장 진출, 기업지원 및 창업육성, 온·오프라인 플랫폼 구축 및 정보제공, 사회적 가치 실현 등 디자인 산업 전반을 아우르며 한국디자인 경쟁력 향상을 위해 노력하고 있습니다.

한국디자인진흥원의 역사는 대한민국 디자인산업의 성장과 함께 한 시간이라고 할 수 있습니다. 디자인을 통한 삶의 질 향상과 산업 성장을 이끈 지난 50년처럼 새로운 50년, 미래에도 건강한 디자인 생태계를 조성하고 디자인이 주도하는 제조혁신에서 국가혁신으로, 모든 국민이 행복한 포용디자인과 포용국가를 실현하기 위해 노력할 것입니다.

#### KIDP builds the future of Korean design.

Established in 1970, the Korea Institute of Design Promotion (KIDP) is the only design body in Korea to plan and implement national design policies and strategies. Through design, KIDP raises happiness and better quality of life for people while leading the development and innovation of the Korean design industry.

Among major functions of KIDP are supporting design industry and designers, providing design education & training, promoting Korean design internationally, establishing design infrastructure, and raising awareness on the importance of design across the nation.

Resembling its past 50 years, KIDP will continue its efforts in creating a healthy design ecosystem and developing the Korean design industry through inclusive design, where design contributes to social innovation as well as people's happiness.

**미션** | 디자인 주도 혁신을 통한 국가경쟁력 강화 및 삶의 질 향상

**Mission** | Strengthening national competitiveness and improving quality of life through design-driven innovation

**비전** | 글로벌 선도 디자인혁신기관

**Vision** | A leading global organization for design innovation

**슬로건** | 디자인 주도 혁신

**Slogan** | Design-driven innovation

#### 9D 핵심가치

##### 9D Core Values

###### WHY

우리의 일은  
왜 필요한가?



###### Design

디자인 중심적 사고  
Design thinking



###### Definition

사업 재정립  
Business realignment



###### Dream

행복실현  
Achieving happiness

###### WHAT

무엇을 목표로  
일해야 할까?



###### DNA

한국디자인 정체성 발굴  
Discovering the heritage of Korea design



###### Digital

미래시장 창출  
Digital transformation



###### Database

디자인자료의 아카이빙  
Establishing a design database platform

###### HOW

어떻게 일해야  
할 것인가?



###### Deliverable

전주기지원시스템  
Total support eco-system



###### Dynamic

디자인산업 생태계 구축  
Vitalizing the design industry



###### Diverse

다문화, 융합, 국제화 지향  
Aiming to be Multicultural, converse and international

## 해외 거점

### • 한국디자인진흥원 중국센터 (KIDP CHINA)

한국과 중국 디자인의 동반 발전을 위해 2013년 중국 베이징에 설립되었습니다. 중국 정부 및 디자인계와의 네트워킹, 한국 디자인 기업의 중국 시장 진출, 한-중 기업·교육기관 협업, 중국 내 주요 전시 참가, 중국 디자인계 정보 조사 및 연구 등의 활동을 추진하고 있습니다. 2015년부터는 중국 주요 지역에 한국 디자인 기업이 입주하여 현지 비즈니스를 추진할 수 있는 디자인비즈센터를 2015년 저장성 이우시(동부 거점), 2019년 광동성 포산시(남부 거점)에 개소해 운영하고 있습니다.

### · 한국디자인 이우비즈센터

중국 동부지역 세계 최대 규모의 소비재 유통 도시인 이우시에 2015년 11월에 개소하였다. 한국 디자인 기업의 해외 입주 거점으로는 최초로 설립·운영되었으며, 중국 지방정부와 협력하여 우리 기업이 비즈니스를 하는 데 있어 초기 리스크를 최소화하면서 현지 경험을 쌓을 수 있도록 지원하였다. 중국 소비재 기업을 주 대상으로 우리 디자인 서비스와 우수 디자인 상품을 수출하였다.

### · 한국디자인 순더비즈센터

중국 광동성 포산시에 위치하였으며, 가전, IT 등 분야의 산업 경쟁력이 뛰어난 중국 남부지역을 비즈니스 대상으로 하는 우리 기업의 현지 비즈니스 거점이다. 포산시 중 특히 생활가전 기업들이 집중되어 있는 순더 구역에 이우센터와 같이 중국 지방정부와의 협력을 통해 2019년 6월 개소하였다. 포산시뿐 아니라 선전시, 광동시 등의 첨단 기업들과 다양한 협업을 추진하고 있다.

### • 한-베디자인센터 (Vietnam-Korea Design Center)

한-베디자인센터는 KOICA ‘베트남 수공예 산업 가치사슬 강화 사업’의 일환으로 한국디자인진흥원이 베트남무역진흥청과 협력하여 2018년 베트남 하노이에 개소하였습니다. 센터를 중심으로 한국과 베트남 양국의 디자인 산업 발전 및 기업 지원, 교류·협력을 위한 교육(세미나, 워크숍 등), 전시, 컨설팅 등의 다양한 활동을 추진하고 있습니다.

## 온오프라인 해외전시 한국관

유럽, 미주, 중국 등 주요 글로벌 시장의 유명 전시에 한국관을 구성해 참가하여 우수 상품의 현지 수출, 해외 바이어 발굴, 기업 브랜드 홍보, 이미지 제고 등에 기여합니다. 금년 코로나19에 대응

하여 주요 글로벌 전시(프랑스 Maison&Objet, 중국 캔통페어 등)의 온라인관에도 참여하고 있습니다.

## 글로벌 생활명품

글로벌 생활명품은 수출 역량을 갖춘 국내 중소 중견기업의 우수 생활소비재 상품을 집중적으로 발굴하여 글로벌 브랜드/명품으로 육성하기 위해 2014년부터 시작된 제도입니다. 선정된 기업에는 해외 전시 참가, 네이버 비즈니스와의 협력을 통한 스케일업 프로젝트 등 다양한 역량 강화·마케팅 활동에 참여할 수 있는 기회가 제공됩니다.

\* 2021년부터는 우수디자인(GD)상품선정 인증을 받은 소비재 상품 대상으로 글로벌생활명품 선정

## 온오프라인 상품 유통

### • DK Shop

디자인, 소비재 상품의 국내외 유통을 위한 전진기지 역할을 하는 플래그십 스토어인 DK Shop을 코리아디자인센터 1층에 운영하고 있습니다.

### • 국내외 온라인 유통

온라인을 통한 비대면 소비 활동에 대한 중요성이 지속 증가함에 따라 국내외 주요 E-Commerce 채널들과 협업하여 우수 상품의 판로 확대 및 수출 활성화에 기여하고 있습니다.

\* 국내 : SSG.com 등에 DK Shop 페이지 개설하여 특별 프로모션 진행

\* 해외 : 아마존(Amazon), 쇼피(Shopee) 등과 함께 기업들의 해외 E-Commerce 지원(입점 교육, 마케팅 비용 지원 등)

## 국제교류 협력 및 해외 진출 기반 조성

한국디자인진흥원은 세계디자인기구(World Design Organization)의 회원으로 가입되어 있으며, 전 세계 100여 개의 기관과 체결한 MOU를 기반으로 상호 협력적인 교류 활동을 상시 추진하여 국내와 해외 디자인계를 연결하는 가교 역할을 수행하고 있습니다. 또한, 동남아 디자인 산업 현황 조사, 디자인 해외진출 로드맵 수립 등을 통해 우리나라 디자인 및 소비재 기업의 글로벌화를 효과적으로 지원할 수 있는 정보를 수집하고 기반을 마련합니다.

## 한국디자인진흥원 중국 진출 지원사업 성과(ROI) 분석

### 우리 디자인 해외 진출의 전초기지, 중국에 집중 투자하다.

중국은 경제 규모, 위치, 문화, 소비 경쟁력 등 디자인뿐만 아니라 다양한 분야에서 세계 최대의 시장이다. 산업통상자원부와 한국디자인진흥원은 이러한 중국에 우리 디자인이 양적·질적으로 빠르고 안정적으로 진출할 수 있도록 2010년경부터 다양한 지원 사업을 추진해 왔다. 여기서는 최근 5년간 투자한 사업비 대비 지원 기업의 중국 진출 성과를 비교하여 그간 사업이 효과적으로 이루어졌는지 살펴보고, 향후 중국 시장 및 기타 해외 시장 진출을 위한 사업 확대 필요성을 공유해 보고자 한다.

### 다양한 지원 사업을 통해 중국에 우리 시장을 확장하다.

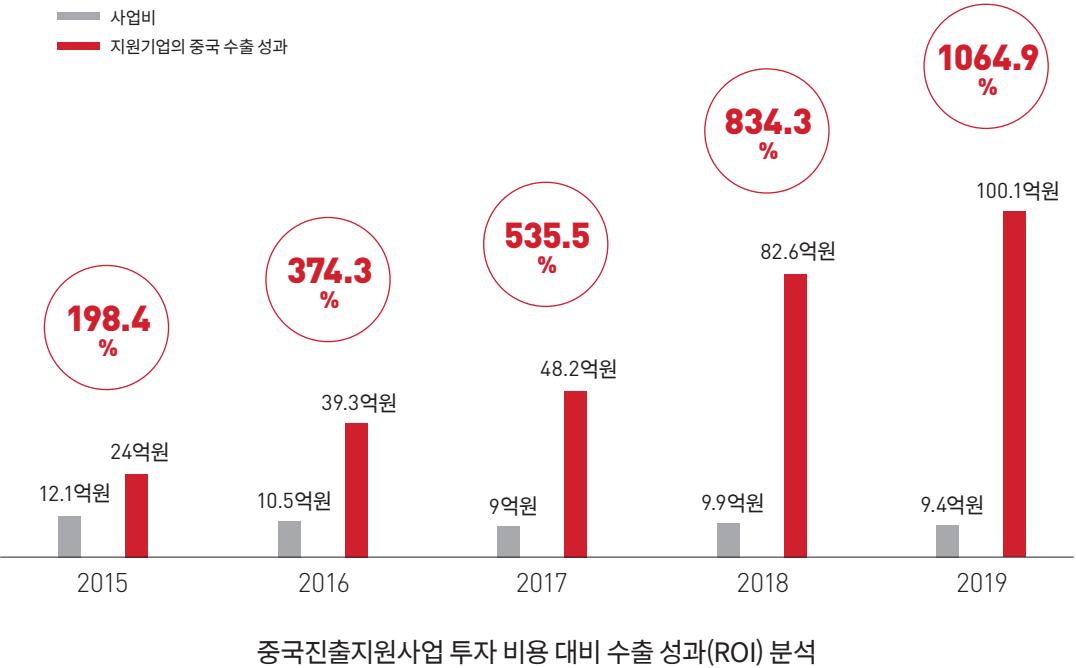
성과 산출은 ROI를 도출하는 방식으로 진행했다. 우선 최근 5년간 한국디자인진흥원이 투입한 우리 디자인의 중국 진출을 위한 사업비를 산출했다. 그리고 지원을 받은 기업들이 실제 중국 시장에 디자인 서비스와 우수 디자인 상품을 수출한 규모를 조사했다. 그리고 한국디자인진흥원 중국센터(KIDP CHINA, 베이징 소재)가 중국의 각 지역 거점(이우 및 순다) 운영에 대해 중국 지방 정부로부터 예산으로 확보한 금액도 성과에 포함했다. 지난 5년간 중국진출지원사업에 참여한 기업들이 중국에 수출한 금액은 약 294억 원으로 조사되었다.

산업통상자원부와 한국디자인진흥원이 우리 디자인의 중국 진출을 위해 추진하는 사업은 다양하다. 캠페어, 선전국제산업디자인대전, 광동(포산)산업디자인세계엑스포, 이우국제소상품박람회 등 중국 내 주요 전시에 한국디자인관을 운영하고 있다. 또, 중국의 제조 기업과 한국의 디자인 서비스 기업 매칭회를 중국 여러 지역에서 진행하고, 한국의 디자인을 중국 시장에 소개하기 위한 한·중 디자인세미나도 정기적으로 개최하고 있다. 중국 각 지방 정부와의 긴밀한 협조를 통해 중국 저장성과 광동성에 우리 디자인 서비스 기업이 현지에서 직접 비즈니스를 할 수 있는 입주형 거점도 운영하고 있다. 상기 조사된 수출액은 이와 같은 사업에 직접적으로 참여한 기업들의 실적만을 취합한 것이다.

중국의 다양한 디자인 유관기관·기업들과의 네트워킹, 홍보 활동

과 그간 진행된 사업의 직간접 효과로 중국 비즈니스를 시작하거나, 수출 규모를 확대한 미상의 여러 기업의 실적은 포함되지 않았다. 다만, 산업통상자원부와 한국디자인진흥원이 매년 시행하는 산업디자인통계조사를 바탕으로 유추해보면 2018년 한 해의 중국 수출은 242억 원 정도로 추정해 볼 수 있다. 그러나 여기서는 사업을 통해 직접 지원을 받은 기업들의 실적으로만 ROI를 산출해 보았다.

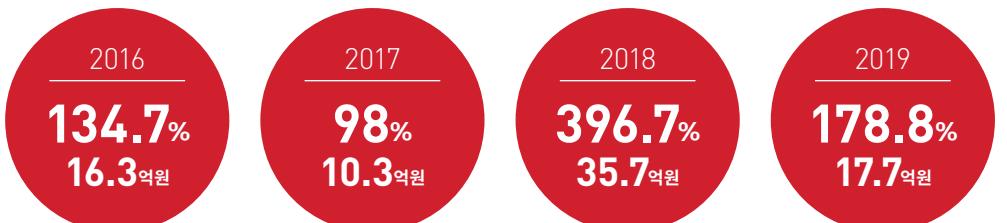
### 투자 대비 최대 10배의 중국 진출 성과를 올리다.



아래 표의 수치로 확인해 볼 수 있는 최근 5년간의 중국진출지원 사업비는 약 50억 원이다. 매년 10억 원 내외의 사업비를 투자해 위에 언급한 사업들을 진행해왔다. 보다 정확한 ROI 측정을 위해 이 사업비에는 한국디자인진흥원 중국센터의 운영비와 사업비 뿐만 아니라, 한국디자인진흥원 본원에서 직접 집행한 사업비 및 중국센터 파견 직원들의 해외 수당까지 포함했다. 이렇게 산출한 지난 5년간의 투입 금액에 사업 참여 기업이 중국 시장에서 거둔

실적을 대비해 보면 약 578%의 성과를 거둔 것으로 나타난다. 연간으로 보면, 비교적 사업 초기였던 2015년 사업비의 약 2배 정도의 수출 실적을 올렸으나, 2019년에는 투자 대비 10배가 넘는 수출 실적을 기록했다. 특히, 2016년과 2017년은 THAAD 정국의 영향을 직접적으로 받은 시기였으나, 꾸준히 관련 사업을 진행하여 증가세를 유지하였다. 2018년부터는 그동안 기업들과 함께 추진해온 활동들이 성과를 내면서 전년도 대비 약 2배에 가까운 수출 실적 증가가 있었고(투자 대비 8배), 2019년에는 투자 대비 10배의 수출 성과를 확보하게 된다.

보다 보수적인 성과 분석을 위해 연도별 증가분만을 성과로 본다는 가정하에 전년도 투입 사업비 대비 당해 연도 수출 성과 증가액으로 ROI를 산출해 보았다. 아래 표와 같이 2015년부터 2019까지 지원 사업에 참여한 기업의 중국 수출 증가액은 약 80억 원 정도로 조사되었으며, 이를 투입 사업비로 나눈 ROI는 약 360% 정도로 산출되었다. 수출 성과 증가액만으로 산출한 ROI에서도 투입 대비 약 4배의 성과를 거둔 것을 알 수 있다. 수출 성과 증가액에는 수출 실적 증가액과 매년 중국 지방 정부로부터 받은 예산이 포함되어 있다.



중국진출지원사업 수출 성과 증가액 기준 ROI 분석

### 점점 중요해지는 중국 시장, 그리고 아세안

최근 디자인을 중요하게 생각하는 중국 기업이 증가하고, 자체 상품을 생산하는 기업 또한 늘면서 디자인에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있다. 디자인이 단순히 외형을 보기 좋게 하는 것이 아니고, 기업의 경영 전략에까지 그 활용 범위가 넓어 있다는 것을 알게 된 중국 CEO들이 디자인 기획 역량을 가지고 있는 한국과 같

은 선진국의 디자인 기업을 찾기 시작했다는 변화도 감지된다. 특히, 최근 COVID-19 상황으로 유럽 등 서방 선진국들의 중국 접근이 어렵게 됨에 따라 상대적으로 한국, 일본, 대만, 홍콩 등의 디자인 기업에 기회가 늘어날 것이라는 분석도 있다. 다만 온라인으로 전환되는 다양한 사업 방식과 환경, 위생 분야 등 새롭게 떠오르고 있는 분야에 대한 준비가 필요하다. 이러한 상황을 반영하여 중국진출지원사업을 지속적으로 진행할 필요가 있으며, 사업 추진에 따라 향후 더욱 높은 ROI를 창출할 수 있을 것으로 보인다. 특히, 성공적인 중국 시장 진출 경험을 바탕으로 중국 다음의 시장으로 많은 관심을 받는 베트남, 인도네시아 등 아세안 시장과 인도 등 기타 유망 시장에 대한 우리 디자인 진출 지원도 필요하다. 디자인 서비스와 우수한 디자인 상품의 수출은 우리 경제 발전에 기여함은 물론이고 한국에 대한 긍정적 이미지 형성에 직접·즉각적으로 영향을 줄 수 있기 때문에 관련 사업에 대한 중요성은 지속적으로 높아질 것이다.

### 한국디자인아우비즈센터 운영 성과(ROI)

한국디자인아우비즈센터는 2015년 11월 개소한 후 약 50여개(컨소시엄 참여기업 포함)의 기업이 입주하여 중국 현지 비즈니스를 진행해 왔다. 본격적으로 운영이 시작된 2016년부터 2020년까지 약 5년간 디자인서비스와 우수디자인상품의 수출, 한중디자인세미나, 우수디자인상품 전시, 인적교류 등의 사업이 추진되었다. 그동안 한국디자인진흥원은 약 3억원 정도의 사업비를 투입하였고, 이우시 정부로부터의 지원비용을 포함하여 약 40억원의 성과를 얻을 수 있었다. 투자대비 약 12배 정도이다. 이 외에 입주기업들은 중국에서의 다양한 비즈니스 경험을 얻을 수 있었으며, 이 경험을 바탕으로 다수의 기업이 이우시 현지에 법인을 내고, 중국 비즈니스를 지속할 예정이다. 이우비즈센터는 이우시 정부와의 협약을 바탕으로 2020년 12월까지 운영된다. 5년여 간의 운영 결과가 지속적인 중국 비즈니스 성과로 이어질 수 있도록 지방정부와는 계속 협력하여 우리 디자인 기업의 현지 비즈니스를 지원할 예정이다. 아울러 타 지역의 우리 디자인 기업 비즈니스 거점도 지속 발굴할 예정이다.

## 한-베디자인센터 운영 경과 및 주요 성과

### 개요

- 설립일 : 2018년 10월 5일
- 위치 : 하노이 도심(17 Yết Kiêu, Nguyễn Du, Hai Bà Trưng, Hà Nội, Vietnam)
- 시설/규모 : 사무 공간, 전시 공간, 세미나장, 회의장 등 약 370m<sup>2</sup>

### 활동 내역

- 한국 디자인 기업 사무 공간 및 시장 정보 제공 등 현지 활동 지원

### <입주기업>

No.	업체명	입주 시기	주요 분야
1	디토(DITO)	2018	패키지 디자인, 브랜딩
2	플랫팜(Platfarm)	2018	캐릭터, 시각 디자인
3	모트(MOT)	2019	UI/UX 디자인
4	매쓰씨앤지 (MASS C&G)	2019	캐릭터, 콘텐츠 디자인, 브랜딩
5	김현선디자인연구소 (KimHyunSunDesign)	2019	공공, 환경 디자인

### • 베트남 기업 대상 디자인 컨설팅 (2018~2019)

베트남 디자인수요기업 대상 상시 디자인 컨설팅 및 베트남 엑스포, 한-베디자인워크 등의 행사 개최 통한 한국 디자인 전문가 초청 컨설팅 진행

\*컨설팅 내용 : 브랜드 아이덴티티 개발, 패키지 디자인 개선 등

### • 베트남 엑스포 한-베디자인교류관 운영 (2017~2019)

베트남 최대 전시 행사이인 베트남엑스포에서 매년 베트남 무역 진흥청과 한베디자인교류관 공동 기획·운영하여 한-베디자인 센터 및 한국, 베트남 우수 디자인 기업 홍보

- 디자인코리아 한-베디자인교류관 운영 (2018~2019)  
국내 대표 디자인 전시인 디자인코리아에서 한-베디자인교류관을 운영하여 한-베디자인센터 및 사업 홍보

- 한-베디자인워크 운영 (2019)  
한-베디자인센터 중심의 한-베 기업 네트워킹 행사로, 양국 기업이 참가하는 디자인 전시, 세미나, 컨설팅 등 진행

### • 베트남 학생 대상 디자인 실무 교육 (2019)

한국문화원과의 협력 사업으로 베트남 학생 대상 한국 문화를 활용한 디자인 실무 교육 프로그램 운영

### 주요 비즈니스 성과

- 베트남 기업 대상 디자인 컨설팅 및 한-베디자인워크 등의 후속 성과로 베트남 주요 기업과 한국 디자인 기업 간 디자인 계약 체결
  - 매스씨앤지 - Son La Coffee : 커피 브랜드 패키지 디자인 계약
  - 디토 - Thien Tan Phat : 식품 패키지 디자인 계약

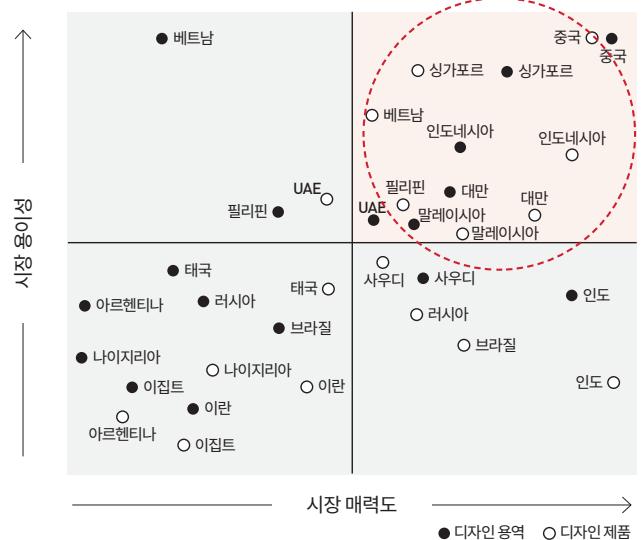
- 한-베디자인센터 사무 공간 제공 및 현지 시장 정보 공유 등을 통한 입주 기업의 현지 비즈니스 활동 지원
  - 플랫팜 - ZALO : 베트남 1위 메신저 내 캐릭터 콘텐츠 공급 계약 체결

한국판 뉴딜 추진을 위한  
디자인해외진출로드맵

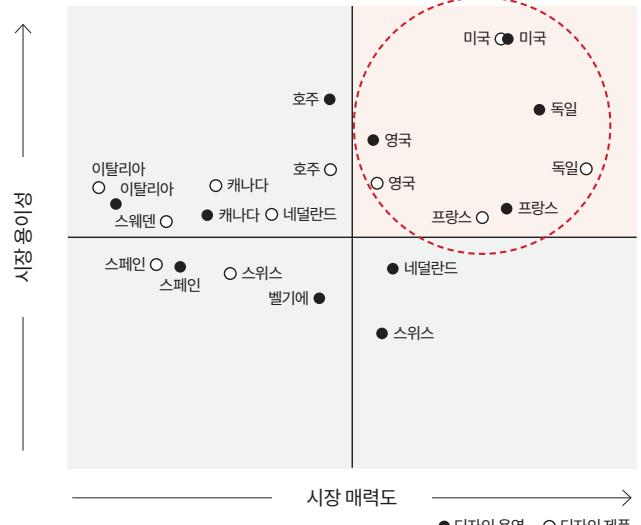
한국디자인진흥원은 급변하는 글로벌 시장 환경에 적절하게 대응하고, COVID-19 등 유례없는 상황에 디자인(소비재) 해외 진출 지원사업을 연착륙시켜 현 시대에 유효한 방식의 지원을 제공하고자 '한국판 뉴딜 추진을 위한 디자인해외진출로드맵'을 수립하였습니다.

한국디자인진흥원은 시의성 있는 정책 수립을 통해 우리 기업의 해외진출 등 글로벌 비즈니스를 효과적으로 지원하여 한국 디자인 산업 발전과 국제 경쟁력 강화에 지속적으로 기여해 나갈 예정입니다.

## 디자인 용역/제품 중·단기 진출 국가



## 디자인 용역/제품 장기 진출 국가



## 전략 방향별 디자인산업 해외 진출 추진 과제별 로드맵

		단기 ('21년~'23년)	중기 ('24년~'26년)	장기 ('27년~'30년)
비대면 비즈니스 활성화	비즈니스 연계 플랫폼 확대	추진과제 1: 글로벌 비즈니스 플랫폼 활용	추진과제 2: KIDP 독자 지원 플랫폼 구축	
	온라인 유통 플랫폼 확대	추진과제 1: 글로벌 유통 플랫폼 입점 확대		추진과제 2: 현지화 독립몰 구축
	온라인 박람회 /전시회 확대	추진과제 1: 해외 전시회 참가 확대		
단계별 지원 확장	기업 성장단계별 지원		추진과제 1: 디자인 기업 지원 허브 구축	
	해외 시장 진출 단계별 지원	추진과제 1: 디자인 용역 / 제품 수출 관련 전주기 지원 프로그램 개발	추진과제 2: 비대면 시대의 거점역할 재정립	추진과제 3: 거점 졸업 제도 마련
국가별 차별화 전략수립	중/단기 진출지역	중국, 베트남 > 싱가폴 > 인도네시아	필리핀 > 대만	말레이시아
	장기 진출지역			미국 > 독일 > 프랑스 > 영국

## **용역·제품·거점 기준 디자인산업 해외 진출 추진 로드맵**

구분		단기			중기			장기			
		'21	'22	'23	'24	'25	'26	'27	'28	'29	'30
용역	진출 지역	중국	싱가포르	인도네시아	대만	말레이시아	UAE				
	중·단기							미국	독일	프랑스	영국
	장기										
	진출전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>비대면 비즈니스 플랫폼을 적극 활용한 현지 시장 진출</li> <li>성장 주기 및 해외 시장 진출 단계에 따른 지원으로 해외 시장 진출 맞춤형 디자인 기업 육성</li> <li>진출 국가 현황 기반 실효성 있는 전략 수립으로 디자인 기업의 성공적인 해외 진출 유도</li> </ul>									
제품	실행과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 비즈니스 플랫폼 활용</li> <li>디자인 용역 / 제품 수출 관련 전주기 지원 프로그램 개발</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>KIDP 독자 플랫폼 구축</li> <li>디자인 기업 성장 지원 허브 구축</li> </ul>					
	진출 지역	중국, 베트남	싱가포르	인도네시아	필리핀	대만	말레이시아				
	중·단기										
	장기							미국	독일	프랑스	영국
거점	진출전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 유통채널 등 적극 활용한 현지 시장 진출, 지속되는 비즈니스를 위해 초기 시장 진출 이후 현지 마케팅 지원 강화</li> <li>해외 시장 진출 단계에 따른 맞춤형 지원 제공 및 진출 국가 현황 기반 실효성 있는 전략 수립</li> </ul>									
	실행과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 유통 플랫폼 입점 확대</li> <li>해외 전시 참가 확대</li> <li>디자인 용역 / 제품 수출 관련 전주기 지원 프로그램 개발</li> </ul>									
		<ul style="list-style-type: none"> <li>KIDP 독자 플랫폼 구축</li> <li>디자인 기업 성장 지원 허브 구축</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>현지화 독립몰 구축</li> </ul>					
	진출전략	중국(동북)	베트남(호치민)	중국(하서) 인도네시아	말레이시아						
실행과제		<ul style="list-style-type: none"> <li>비대면 시대의 거점 역할 재정립</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>거점 졸업 제도 마련</li> </ul>					

\* 장기 진출지역으로 분류된 미국, 독일, 프랑스, 영국의 경우 지연별 시장 틀선 또는 시기적 특징 [한국어로 이기 등]에 따른 수요를 고려하여 이에 적합한 원수 디자인 소비재 상품의 단기 진출 협약 필요

**K 디자인,  
새로운 시장을 열다.**

디자인 기업 해외 비즈니스 중국 시장 중심 사례집 2020

발행일	2020년 12월 31일
발행인	문주현
발행처	한국디자인진흥원 경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터
총괄책임	맹은주
실무책임	송정만, 조두현
담당	박민영
디자인	비다스토리
ISBN	979-11-90340-59-5

**K-DESIGN,  
Opening up a new market**

Overseas Design Business Casebook (China Market Focus) 2020

Published	31 December, 2020
Publisher	EUNE Juhyun
Publication	Korea Institute of Design Promotion 322, Yanghyeon-ro, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea
Managing Director	MAING Eunjoo
Director	SONG Jeongman, CHO Doohyun
Manager	PARK Minyoung
Design	Vidastory
ISBN	979-11-90340-59-5



05320

9 791190 340595

ISBN 979-11-90340-59-5

**kidp** 한국디자인진흥원 **50**  
1970-2020