

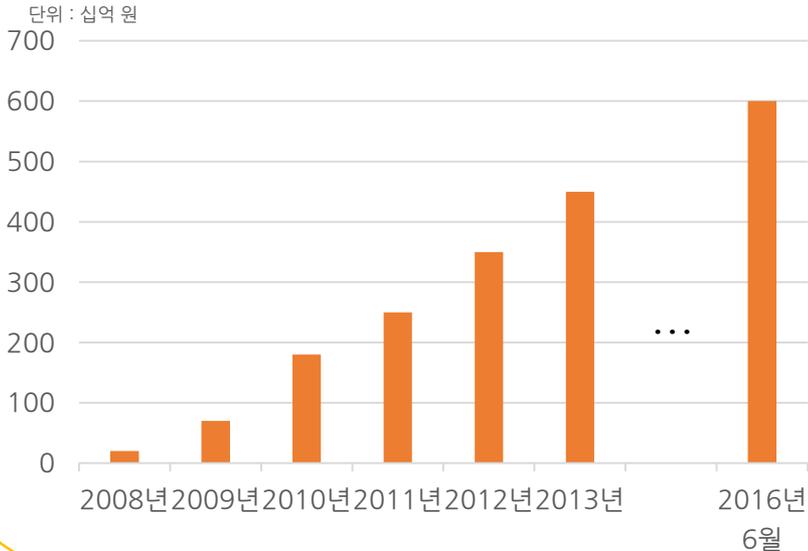
**슬리핑백  
판매제안  
SLEEPING BAG**

# 한국 캠핑시장 현황

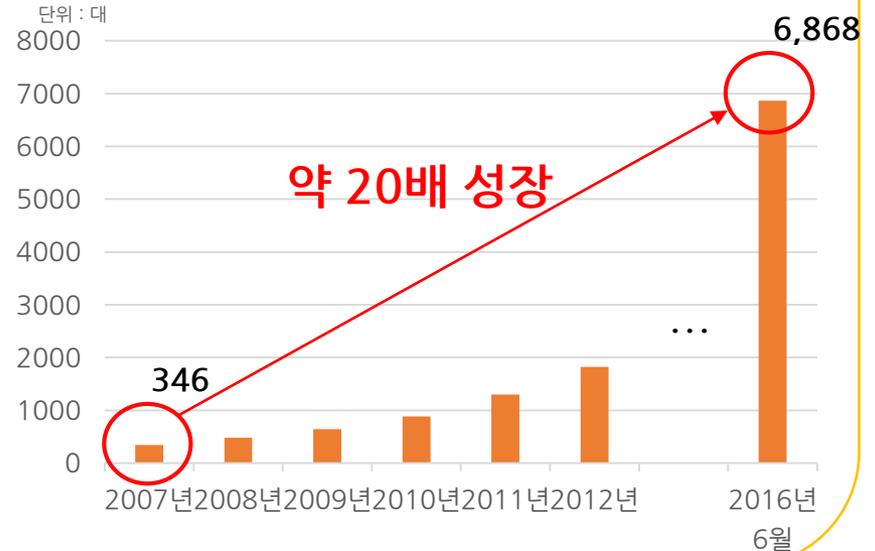
국내 캠핑 시장 규모는 6,000억원  
& 캠핑 인구는 500만명 돌파(2016년 6월 기준)  
& 캠핑 관련 업계(캠핑카, 캠핑음식 등) 시장 확대

→ 국민 10명 중 1명 이상은 ‘캠핑족’

- 국내 캠핑 시장 규모 -

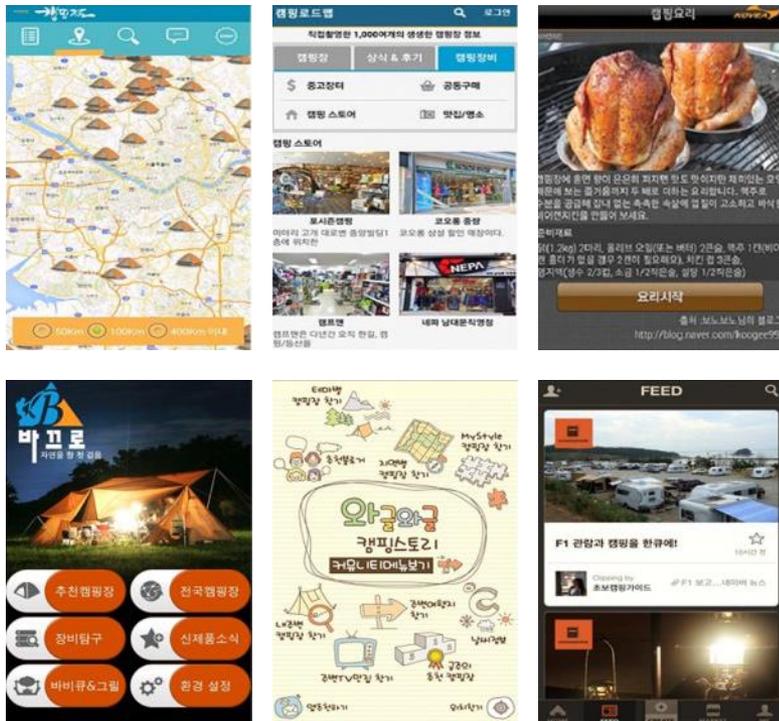


- 국내 캠핑카 등록 추이 -



# 한국 캠핑관련 어플

스마트폰의 활성화에 따라 캠퍼들을 위한 어플도 속속 등장.  
 캠핑 관련 어플은 캠핑장 및 캠핑장 관련 정보는 물론  
 캠핑 준비물, 장비, 요리 레시피 등 다양한 콘텐츠를 제공하며  
 캠퍼들 간의 교류와 커뮤니티 형성을 구축함.



- 캠핑 관련 앱 기능 -



- 국내 캠핑관련 앱 -

# 캠핑사업의 무한 성장에 따른 '전문화'

‘글램핑’ 등 다양한 시설을 갖춘 캠핑장이 생겨나면서  
대중적인 여가문화로 자리잡은 캠핑사업.

2016년 (국내에만) 1,500여 곳의 캠핑장이 만들어짐.

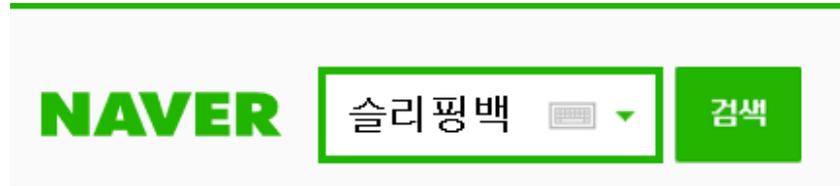
→ 정부는 캠핑사업 관련법 공포  
& 관련업계 전문가 교육과정 등 개설/운영



- 캠핑 관련 전문가 교육과정 -

# 슬리핑백 관련 검색 현황

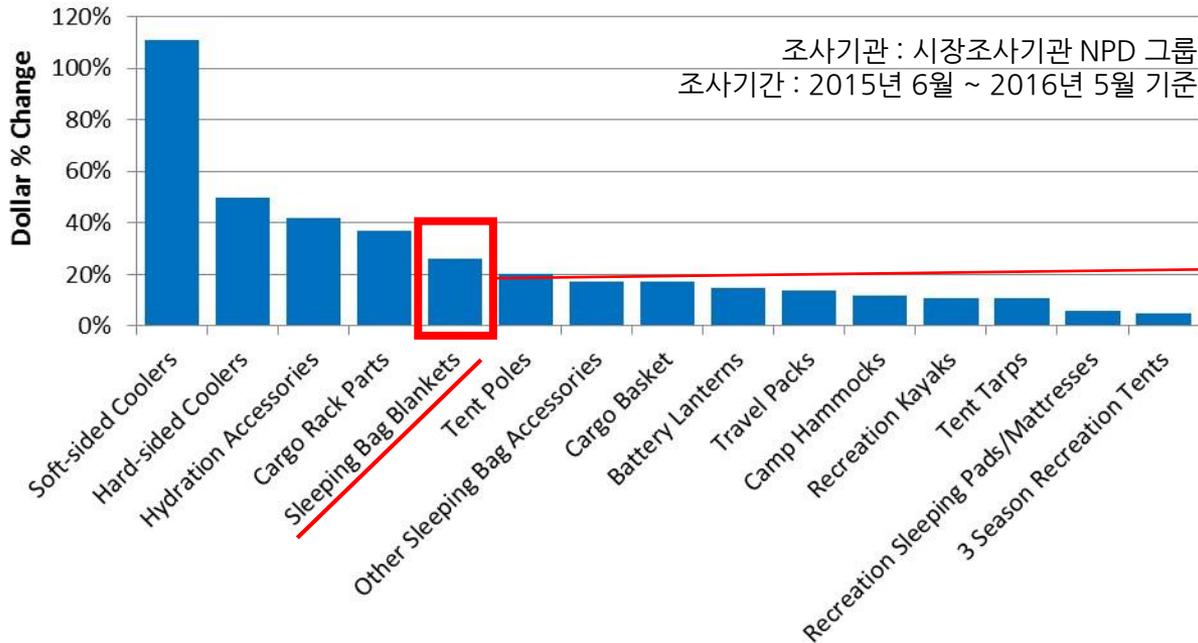
대한민국 최대 포털 사이트 '네이버'에서  
 <슬리핑백> 키워드 블로그 섹션 검색 시  
 아기 관련 슬리핑백 제품만 노출



- 네이버 '슬리핑백' 키워드 검색 현황(블로그섹션) -

# 2016 캠핑관련 장비 매출 성장률

- 미국시장 기준 늘어나는 캠핑족으로 캠핑시장 확대.  
 → **지속되는 저유가 & 경험적 소비 중시로 캠핑 인기 상승**  
 → 2016년 캠핑 관련 용품 시장 규모 19억 달러  
 (한화 기준 약 2조 1802억원)



슬리핑백의 경우  
 전년 대비 약 25% 성장

# 캠핑관련의 전망

“건강에 대한 관심도, 소득증가, 유통채널 확대”



건강에 대한 관심도가 캠핑관련 용품 시장 성장에 긍정적 영향



소득 증가가 캠핑 인구 증가에 직접적 영향



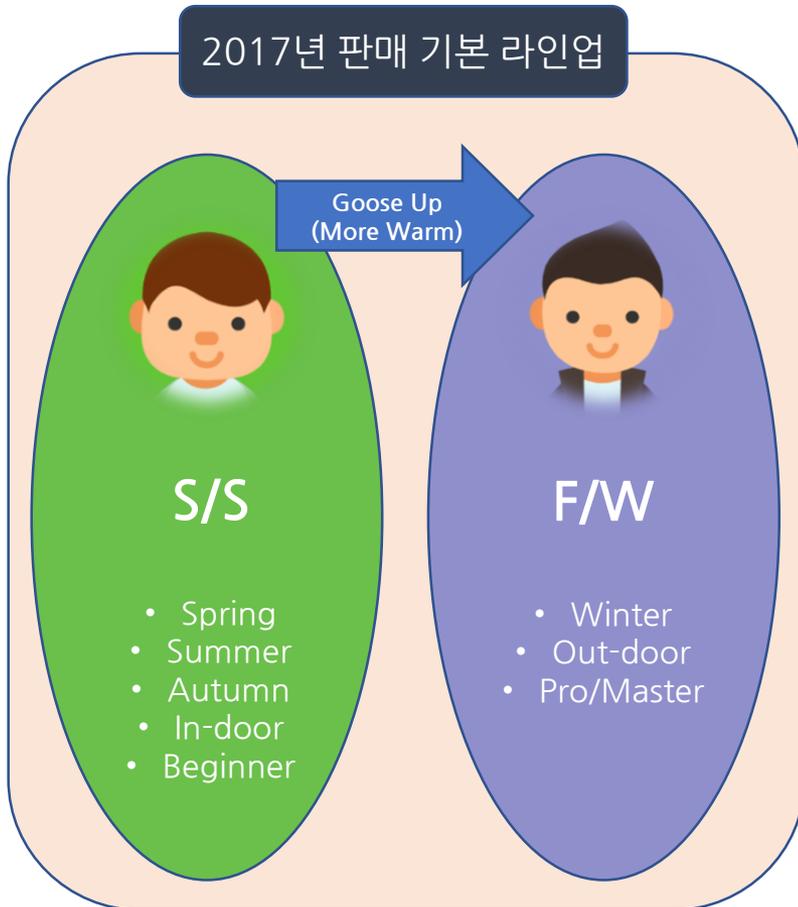
캠핑 관련 장비의 유통채널 확대

# 슬리핑백 판매전략

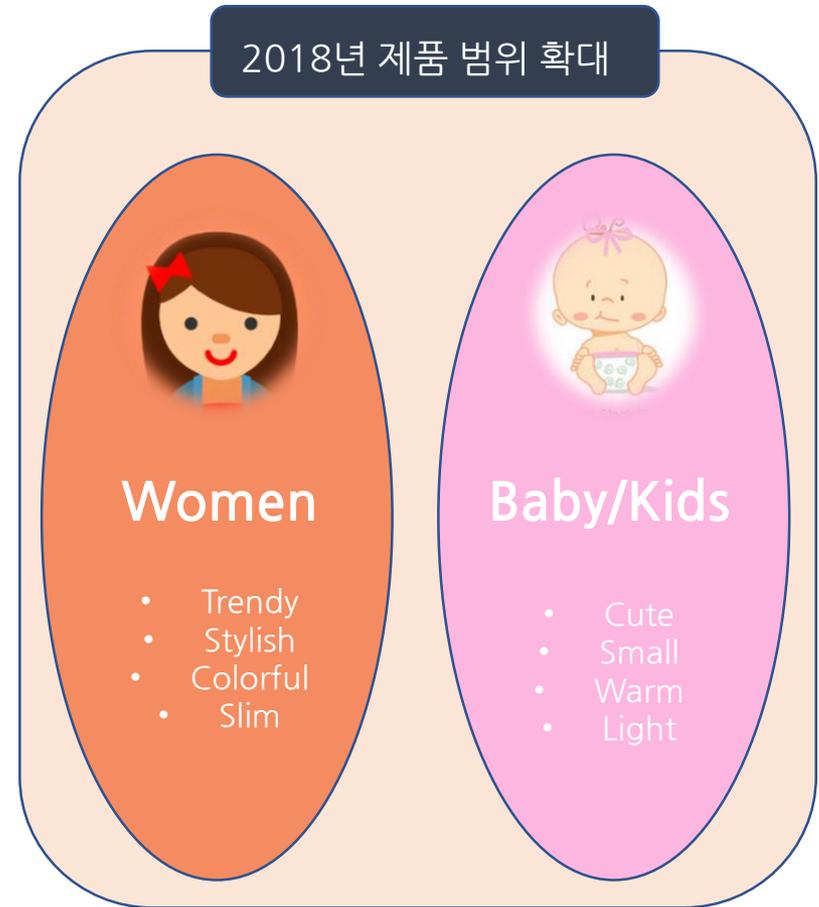
# 제품구성

사업초기 SS / FW 용으로 2TYPE 런칭  
2018년도에는 for Women, Kids 용으로 단계별 확장

2017년 판매 기본 라인업



2018년 제품 범위 확대



# 타겟구성

## 소비행태를 고려한 '확장타겟'으로, 구매 접점 강화

기존 캠핑 시장의 주요 소비층인 캠핑족을 기반으로  
락페족, 난방비절약족, 구매능력이 있는 직장인 등으로 확대하여  
해당 타겟군에 맞는 접근 방식으로 홍보/판매 유도



기존 타겟

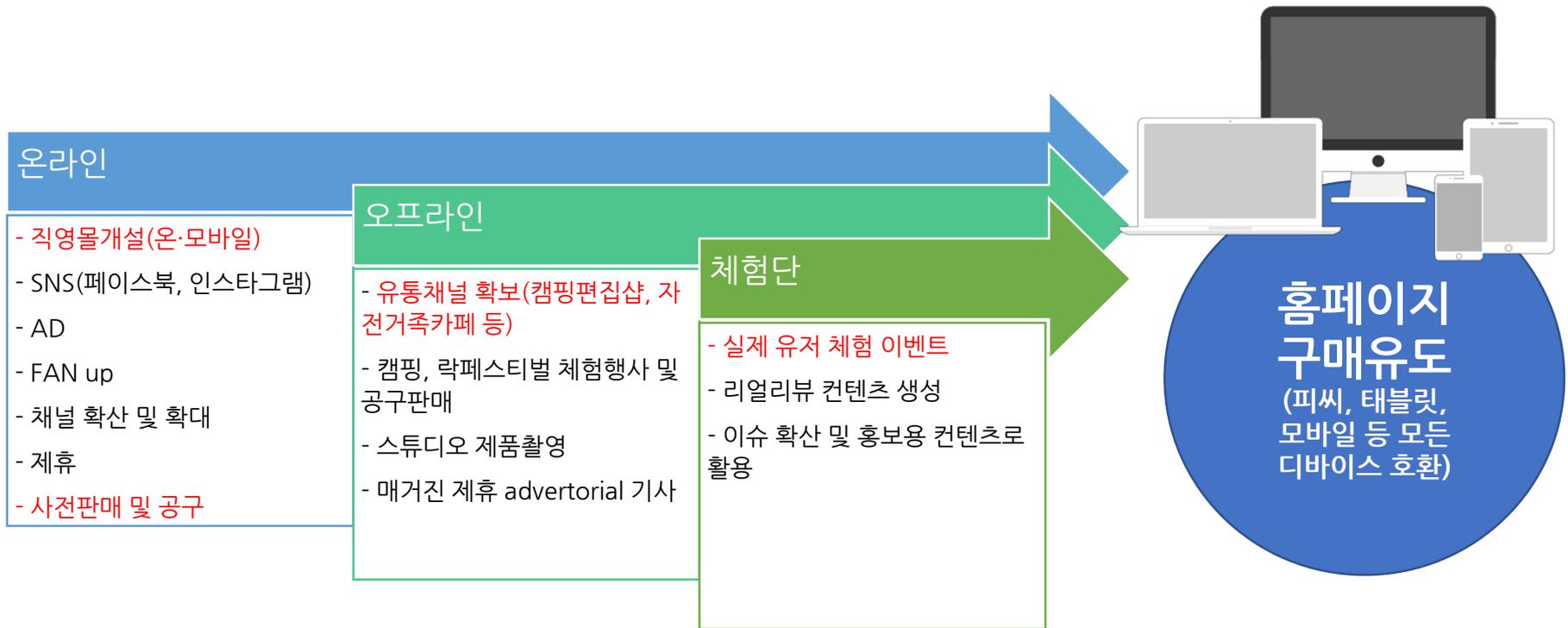
→ 캠핑족

타겟 확장

→ 캠핑족 + 신혼부부(난방비절약족)  
+ 락페족 + (구매능력이 있는)직장인

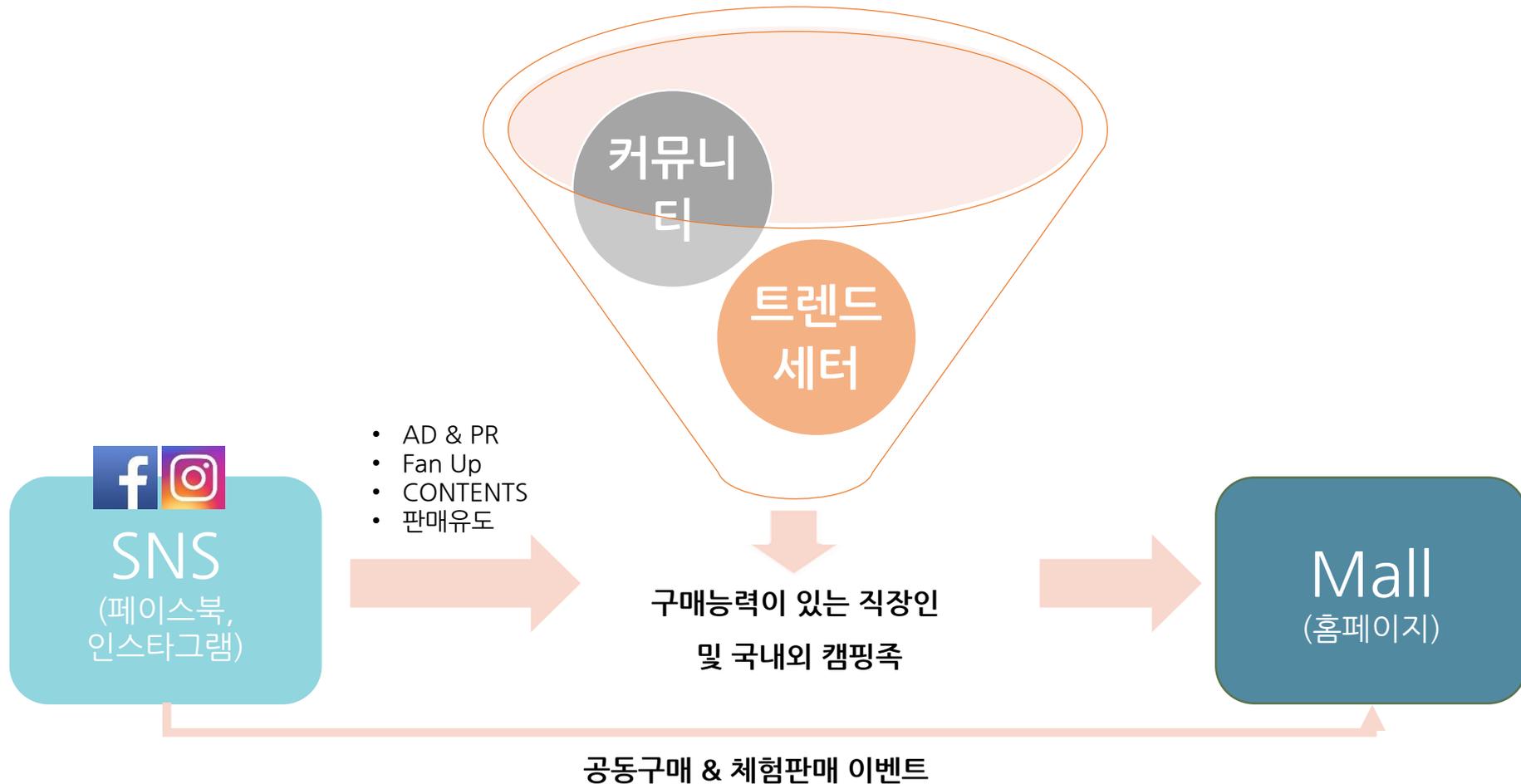
# 초기 판매/홍보 전략 - 1

온/오프라인 및 자체 마케팅 인프라를 활용한 전방위적 판매·홍보 활동 진행  
자체 SNS 홍보 및 공동구매 → 직영몰 런칭 및 유통채널 제휴 판매



# 초기 판매/홍보 전략 - 2

독자 마케팅 법인을 통한,  
홍보, 광고, 제휴 등 다각도의 수익 강화 활동 전개



# 연간 운영안 (17.03~12)

## 쇼핑몰 런칭시점(7월) 및 시즈널 이슈를 고려한 초기 운영 플랜 구축

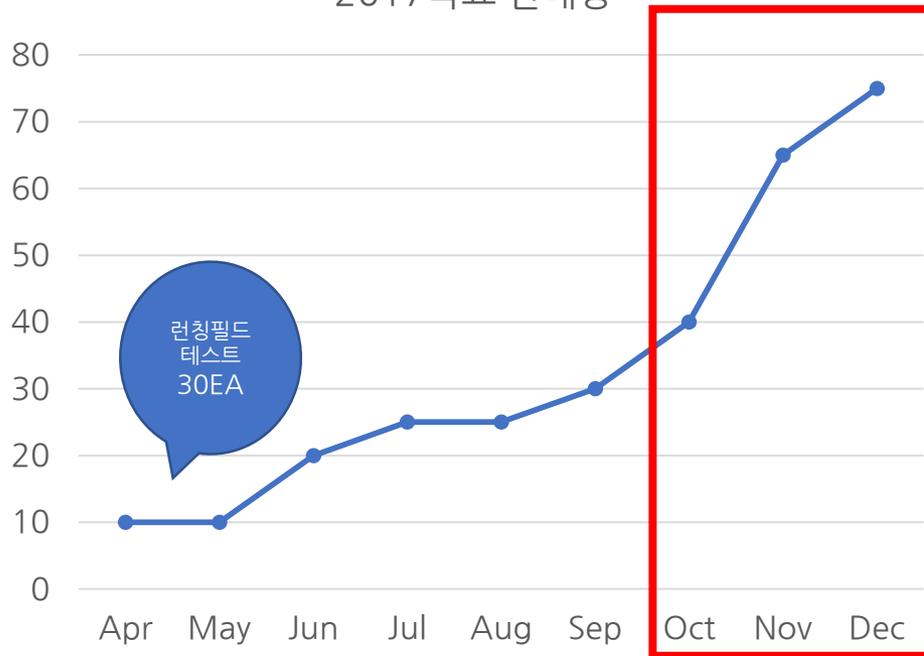


월	17년 3월	4월	5월	6월	7월
내용	-브랜드 런칭 & 세팅	-SNS(페이스북, 인스타그램) 제작 및 오픈 -제품 확보 촬영 -오픈 이벤트 ->팔로우 팬모으기	-제품에 대한 정보 확산 채널 활성화 및 다양한 홍보 콘텐츠 제작 (검색 노출 확대) -사전 예약 판매 30EA(필드 테스트)	-2차 봉업 이벤트 ->팔로우 팬모으기 -관련 카페 공구 판매 (제휴 채널 확보)	-홈페이지 제작 및 오픈 런칭 이벤트/제품 체험단 진행 ->고객 리얼 체험 리뷰 형성을 위함.  -구매 고객 대상 이벤트 ->이벤트 당첨자 8월에 캠핑장 1박 2일 원정대 진행
월	8월	9월	10월	11월	12월
내용	-라떼스타일 캠페인 공동구매 -구매 고객 체험원정대 진행  -고객의 리뷰 생성 & 설문조사 평가	-가을맞이 이벤트 ->가을에 떠나는 좋은 캠핑장 추천하기 이벤트 ->팔로우 팬모으기	추석	-할링 캠프 ->본인이 원하는 할링 캠프 아이디어 공모전을 통해 선별된 아이디어대로 할링 캠프 진행 ->새로운 캠핑에 대한 아이디어 발굴 ->캠핑에 대한 새로운 콘텐츠 확보	-성탄절/연말  ->블랙프라이데이(할인 이벤트)

# 매출계획

## 2017년 사업세팅 및 제휴채널 확보로 BEP+ 달성 4Q 이후, 사업안정화로 수익 기여 목표

2017목표 판매량



연초중반에 홍보 및 마케팅에 집중하여  
연말부터는 매출에 영향을 미칠 수 있도록.  
(판매 수량 내 이벤트 경품 수량 일부 포함)

해당년도	목표 판매 (수량)	성장률 (전년대비)
2017년	300	-
2018년	1,500	500%
2019년	4,500	300%

# 참고 자료

# 독자 법인 설립 추진

제휴판매 + 광고/홍보 + 촬영 + 자체 홍보채널(SNS) 운영이 가능한  
별도 마케팅 법인 설립으로, 적극적인 판매 지원 강화

## 신규 조직 인프라



- 대형여행사 (하나투어, 모두투어 등)
- 해외관광청 (태국관광청, 일본 관광청 등)



- #TAG매거진
- 파워블로거



- 사진/영상작가
- 스튜디오

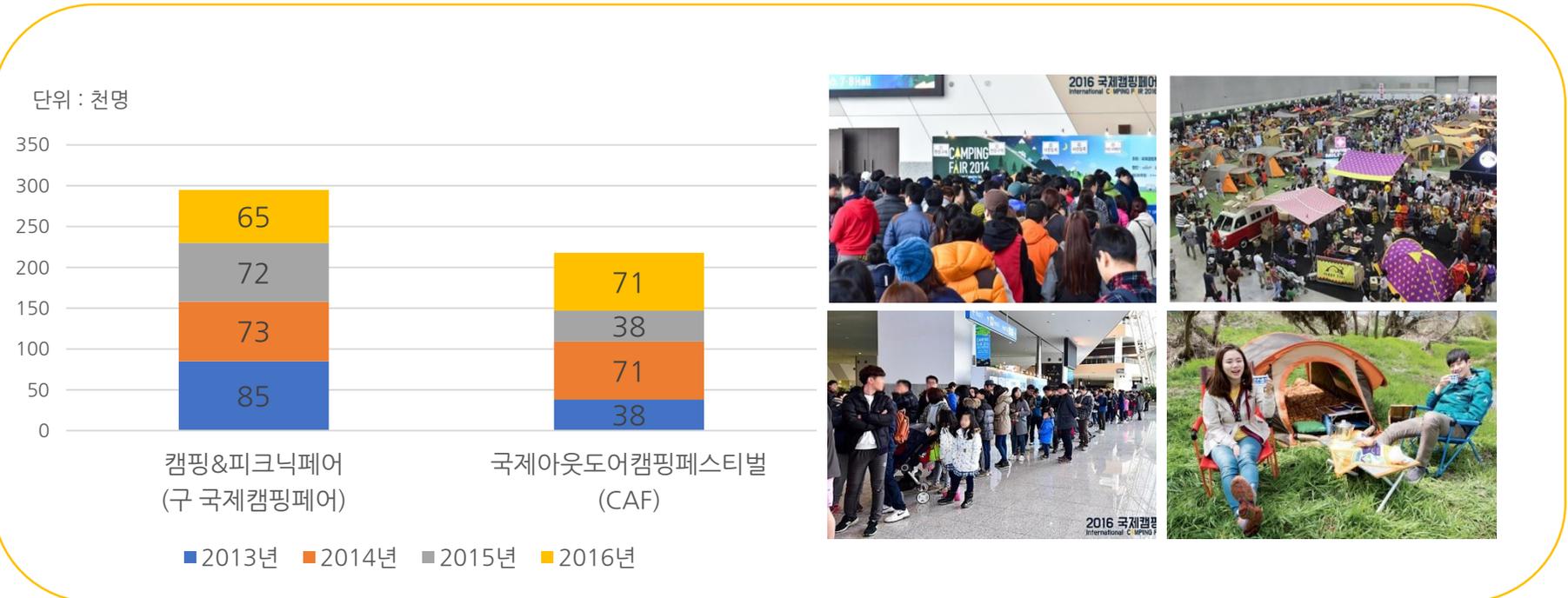


- 자체 SNS 관리/운영 (페이스북, 인스타그램 등)



# 공구채널 IDEA: 캠핑관련 페어 시장 현황

해당 모객 카페 및 이벤트등을 통한 공구·현장 판매  
 국내 캠핑 관련 행사의 양대산맥  
 ‘캠핑&피크닉페어(구 국제캠핑페어)’와  
 ‘국제아웃도어캠핑페스티벌(CAF)’  
 2013년 ~ 2016년까지 방문객은 약 51만명



# 공구채널 IDEA : 락페스티벌 현황

국내에 열리는 락 페스티벌 중 가장 오래 진행된  
 ‘인천 펜타포트락페스티벌’의 경우 10년이 넘는 기간동안  
 국내/외국인들에게 많은 사랑을 받고 있는 페스티벌.

약 60만명 이상의 참가자를 기록.

회당 직접적인 경제효과는 217억원이 넘음.

+ 렛츠락페스티벌, 밸리락페스티벌 2015~2016년 기준 누적 참가자 25만명

