

세계 일류로 향하는 K컬처와 K뷰티 와 콜라보 글로벌 문화의 중심이 된다



K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼

사업계획서

온·오프라인 통합 유통 허브 구축
글로벌 뷰티 시장의 새로운 가치 창출

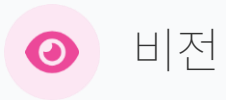
케이-뷰티협회, 주식회사 데이터시티위마켓 공동주관

Contents

K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼

01	사업 개요 및 비전	11	차별화 전략 및 경쟁 우위
02	핵심 키워드 및 사업 포지셔닝	12	통합 마케팅 전략
03	글로벌 뷰티 시장 현황	13	글로벌 인플루언서 파트너십
04	시장 기회 분석	14	단계별 유저 확보 계획
05	단계별 시장 진입 전략	15	기술 개발 로드맵
06	비즈니스 모델 개요	16	단계별 투자 계획
07	온라인 플랫폼 핵심 기능	17	초기 자금 운용 계획
08	오프라인 팝업 스토어 전략	18	리스크 관리 방안
09	수익 모델 다각화 전략	19	성장 로드맵 및 Exit 전략
10	경쟁사 분석 - 실리콘투	20	투자 매력 및 기대 효과

사업 개요 및 비전



비전

K-뷰티 글로벌 유통 허브 플랫폼 구축

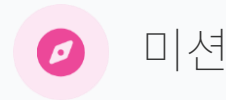
우리는 K-뷰티 브랜드와 전 세계 소비자를 연결하는 혁신적인 온·오프라인 통합 유통 허브를 목표로 합니다. 글로벌 시장에서의 K-뷰티의 가치를 창출하고 지속 가능한 성장을 이루기 위한 전략을 제시합니다.



글로벌



디지털



미션

온·오프라인을 통합한 K-뷰티 옴니채널 경험 제공

디지털 기술과 오프라인 체험을 융합하여 소비자에게 풍부하고 신뢰도 높은 K-뷰티 경험을 제공함으로써 시장 내 차별점을 부각합니다.



오프라인 체험

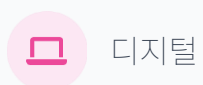


데이터 기반

핵심 키워드



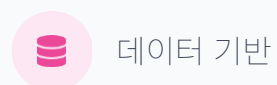
글로벌



디지털



오프라인 체험



데이터 기반



수익 다각화

핵심 키워드 및 사업 포지셔닝

핵심 키워드



글로벌

전 세계적인 시장 접근과 다국적
유통 네트워크 구축



오프라인 체험

팝업 스토어를 통한 제품 직접 체
험과 소비자 상호작용



수익 다각화

플랫폼 수수료, 광고 마케팅, 구독 서비스 등 다양한 수익원 확보



디지털

디지털 플랫폼과 기술을 통한 효율
적인 유통 시스템 구축



데이터 기반

소비자 데이터 분석을 통한 맞춤형
서비스 제공

사업 포지셔닝



통합 유통 허브

K-뷰티 브랜드와 글로벌 소비자를 잇는 **통합 유통 허브**로서 독점적인 시장 위치를
확보할 것입니다.



시장 차별점

기존의 온라인 중심 유통 채널과는 달리, 디지털 기술과 오프라인 체험을 융합
하여 소비자에게 더욱 풍부하고 신뢰도 높은 K-뷰티 경험을 제공합니다.



브랜드



소비자



파트너

글로벌 뷰티 시장 현황



글로벌 뷰티 시장 성장세

- ✓ 글로벌 뷰티 시장은 지속적인 성장세를 보이며 추세 형성 중
- ✓ 뷰티 소비 패턴의 디지털화와 오프라인 체험의 결합이 증가
- ✓ 한국 뷰티 브랜드의 해외 진출이 활발화 추세

현재 K-뷰티 브랜드의 해외 진출은 주로 오프라인 팝업 스토어 중심의 산발적인 형태로 이루어지고 있음



K-뷰티 수요 확대 추세

K-뷰티 수요 증가 추세

지속적 성장



K-뷰티 수요 증가의 주요 원인



혁신성

독창적이고 실험적인 K-뷰티 제품 디자인과 기술



품질

높은 품질과 성능을 자랑하는 K-뷰티 제품



한류 문화 영향력

K-팝, K-드라마를 통한 전 세계적 인기 확산

시장 기회 분석

K-뷰티 브랜드의 해외 진출은 현재 산발적인 형태로 이루어지고 있으며, 다음과 같은 시장의 공백은 절호의 기회로 작용합니다.



통합 플랫폼 부재

다국어 지원, 글로벌 물류 연동, 체계적인 브랜드 홍보 기능을 갖춘 통합 유통 플랫폼의 부재는 K-뷰티 브랜드들이 글로벌 시장에 효과적으로 진출하는데 어려움을 겪게 합니다.

+ solvable gap



산발적인 해외 진출

오프라인 팝업 스토어 중심의 단기적이고 산발적인 해외 진출 방식은 지속적인 브랜드 인지도 구축 및 고객 확보에 한계를 가집니다.

+ limited approach



새로운 소비 패턴 부상

디지털과 오프라인을 융합한 새로운 뷰티 소비 패턴이 글로벌 트렌드로 부상하고 있어, 이러한 옴니채널 경험을 제공하는 플랫폼에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

+ emerging trend



결론: 이러한 시장의 문제점들은 K-뷰티 브랜드 전용 글로벌 유통 허브를 선점하고, 브랜드-소비자-파트너를 연결하는 옴니채널 플랫폼을 구축할 수 있는 절호의 기회로 작용합니다.

단계별 시장 진입 전략

2025년

2026년

2027년



1단계 (2025년)

초기 런칭 & MVP

- ✓ 온라인 플랫폼 구축 + 오프라인 팝업 스토어 병행 전략
- ✓ 디지털 접근성과 오프라인 체험을 결합한 옴니 채널 전략
- ✓ 일본 팝업 스토어를 통한 초기 충성 고객 확보

성과 목표

첫 해 회원 10만 명, 브랜드 50개 이상 입점



2단계 (2026년)

글로벌 확장

- ✓ 미국, 유럽 시장 진출 및 플랫폼 고도화
- ✓ 글로벌 뷰티 박람회 참가로 현지 고객 접점 확대
- ✓ 구독형 서비스(정기 뷰티 박스) 런칭

성과 목표

누적 회원 100만 명, 글로벌 브랜드 200개 이상 입점



3단계 (2027년)

대규모 마케팅 & 오프라인 확장

- ✓ 글로벌 마케팅 캠페인 및 대규모 팝업 스토어 확대
- ✓ 온·오프라인 고객 데이터 통합 분석
- ✓ 멤버십 프로그램 도입 및 VIP 체험 이벤트

성과 목표

누적 회원 500만 명 이상, 글로벌 브랜드 500개 이상 입점

비즈니스 모델 개요

통합 유통 허브 모델

K-뷰티 브랜드와 글로벌 소비자를 연결하는 옴니채널 전략

온라인 플랫폼

- ✓ 다국어 및 다화폐 지원
- ✓ 글로벌 결제 시스템
- ✓ 브랜드 스토리 전달 공간



통합 유통 허브

온라인 + 오프라인

오프라인 팝업 스토어

- ✓ 주요 글로벌 도시 지역
- ✓ 제품 직접 체험 기회
- ✓ 이벤트 및 프로모션 진행

비즈니스 모델의 가치



고객 경험 향상

온·오프라인 통합 경험으로 일관되고 풍부한 브랜드 경험 제공



매출 기반 안정화

다양한 수익원을 통해 안정적인 매출 기반 확보



브랜드 파트너십

K-뷰티 브랜드와의 전략적 파트너십으로 시장 점유율 증대

온라인 플랫폼 핵심 기능



다국어 및 다화폐 지원

- ✓ 전 세계 소비자가 자국어와 자국 통화로 쇼핑할 수 있도록 지원
- ✓ 다국적 소비자 접근성 향상
- ✓ 글로벌 결제 시스템 연동

한국어

영어

중국어

일본어



브랜드 스토리 전달 공간

- ✓ 각 브랜드의 스토리를 효과적으로 전달하고 제품을 홍보할 수 있는 공간 제공
- ✓ 브랜드별 커스터마이징 공간
- ✓ 소비자와의 상호작용을 위한 채팅/문의 시스템

브랜드 스토리

제품 정보

홍보 콘텐츠



글로벌 결제 시스템

- ✓ 전 세계 소비자들이 편리하게 K-뷰티 제품을 구매할 수 있도록 지원
- ✓ 보안 결제 처리 시스템 구축
- ✓ 다양한 결제 수단 지원

신용카드

디지털 지갑

계좌 이체



글로벌 물류 연동 시스템

- ✓ 효율적인 글로벌 배송 및 재고 관리를 위해 물류 파트너사와 연동
- ✓ 실시간 재고 관리 시스템
- ✓ 배송 추적 및 알림 시스템

Worldwide Shipping

Tracking

Logistics

오프라인 팝업 스토어 전략

팝업 스토어 전략

주요 글로벌 도시에서 운영될 팝업 스토어는 소비자들이 K-뷰티 제품을 직접 체험하고 상호작용할 수 있는 기회를 제공합니다.

전략적 목적

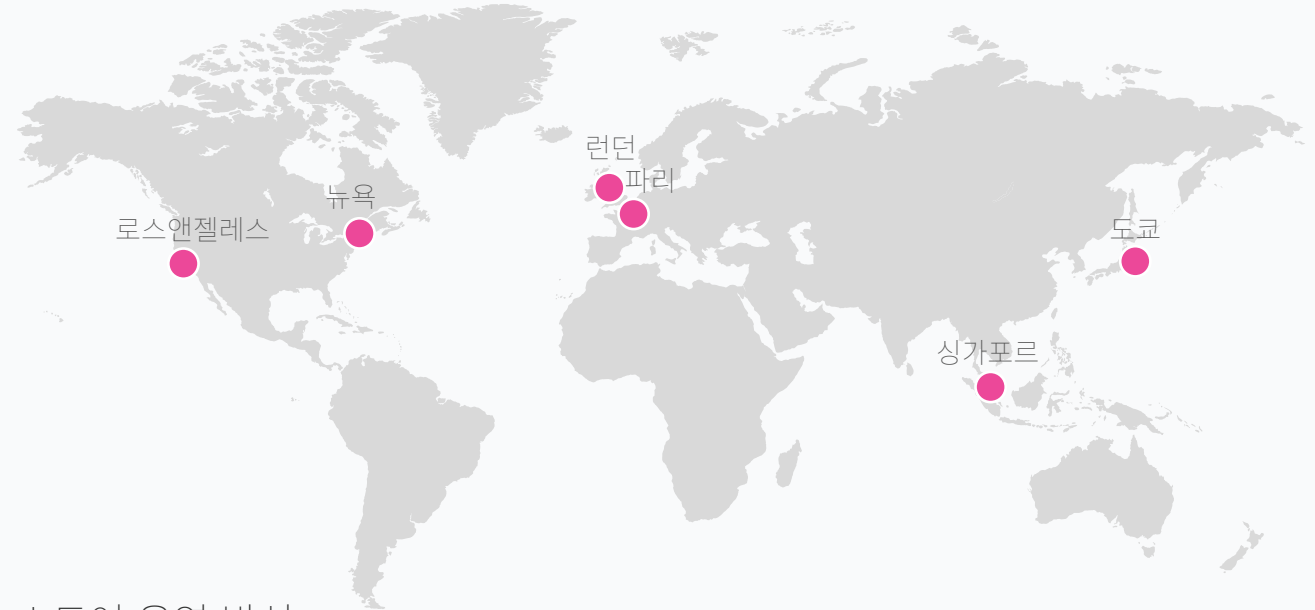
- ✔ 브랜드에 대한 신뢰와 충성도 강화
- ✔ 온라인 구매로의 전환율 극대화
- ✔ 지속적인 브랜드 인지도 구축



오프라인 체험을 통해 디지털 채널과의 상호작용을 강화합니다

전 세계 팝업 스토어 운영

● 팝업 스토어 위치



팝업 스토어 운영 방식



다양한 이벤트

체험형 이벤트, 워크숍, 라이브 뷰티 쇼우 등 프로그램 운영



타겟 고객 맞춤형

국가별 피부 타입, 문화에 맞춘 맞춤형 체험 프로그램



온오프라인 연계

오프라인 체험과 온라인 구매를 연계한 통합 마케팅 전략

수익 모델 다각화 전략

플랫폼은 안정적인 매출 기반을 확보하고 단일 수익원에 대한 의존도를 낮추기 위해 다음과 같은 다각화된 수익 모델을 구축합니다.



플랫폼 수수료

- ✓ 입점한 K-뷰티 브랜드의 상품 판매 시, 판매액의 10%~20%를 플랫폼 수수료로 부과
- ✓ 고급 상품 노출, 검색 결과 상위 노출 등 유료 옵션을 제공하여 추가 수익 창출



광고 및 마케팅

- ✓ 글로벌 인플루언서(유튜버, 틱톡커)와의 파트너십을 통해 브랜드 홍보 및 마케팅 수수료 확보
- ✓ 플랫폼 내 피드 및 배너 전시 광고 상품을 판매
- ✓ 입점 브랜드의 타겟 마케팅 및 캠페인 대행 서비스를 제공



구독형 서비스

- ✓ 정기적으로 K-뷰티 상품 세트를 받아볼 수 있는 구독 서비스를 운영하여 꾸준한 매출 발생
- ✓ 멤버십 할인 및 프리미엄 회원제를 통해 고객 충성도를 높이고 추가 수익 창출



오프라인 이벤트 수익

- ✓ 글로벌 뷰티 전시회, 박람회, 팝업 스토어 운영을 통해 발생하는 수익 확보
- ✓ 브랜드 프로모션 직매출 및 행사 참가비를 통해 수익 다각화

다각화된 수익 모델은 플랫폼의 지속적인 성장과 안정성을 보장합니다

경쟁사 분석 - 실리콘투

사업 모델



B2B

K-뷰티 브랜드 제품을 직매입하여 글로벌 유통



B2C

역직구몰 StyleKorean.com을 운영



풀필먼트

AGV(자율주행 물류 로봇) 기반의 자동화 물류 시스템



브랜드 인큐베이션

신규 K-뷰티 브랜드를 발굴, 육성하며 글로벌 마케팅을 지원

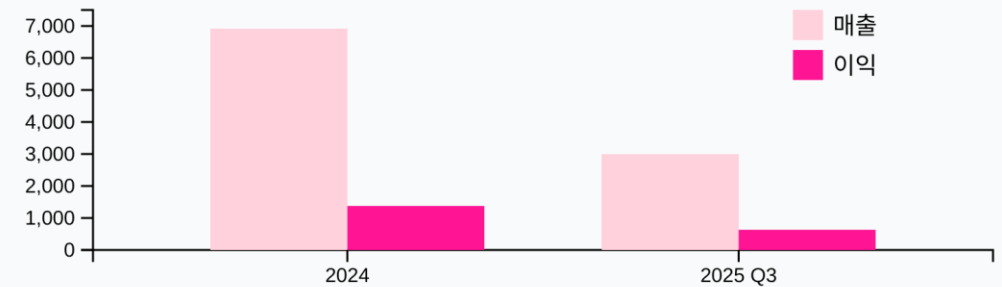
재무 성과

2024년 매출
6,915억 원

2024년 영업이익
1,376억 원

2025년 3분기 매출
2,994억 원 (+60.4%)

2025년 3분기 영업이익
631억 원 (+48.1%)



시가총액
2.5 ~ 2.8조 원

영업이익률
19 ~ 21%

ROE
60.9%

차별화 전략 및 경쟁 우위

	K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼	실리콘투
 온·오프라인 융합	우리 플랫폼은 디지털과 오프라인 체험을 결합한 옴니채널 전략을 통해 차별화됩니다.	실리콘투는 주로 온라인 채널에 집중하고 있습니다.
 옴니채널 경험	온라인 플랫폼과 오프라인 팝업 스토어를 유기적으로 연결하여 일관되고 풍부한 브랜드 경험을 제공합니다.	실리콘투는 오프라인 팝업 스토어를 운영하지만 옴니채널 경험을 완성하지 못합니다.
 통합 데이터 분석	온·오프라인 고객 데이터를 통합 분석하여 개인화된 맞춤형 마케팅을 실행합니다.	실리콘투는 데이터 기반 접근을 하지만 통합 분석 시스템을 갖추지 못했습니다.
 글로벌 유통 허브	K-뷰티 브랜드와 글로벌 소비자를 연결하는 통합 유통 허브를 구축합니다.	실리콘투는 175개국 7,000여 고객사를 보유하고 있습니다.
 브랜드 관리 및 홍보 도구	입점 브랜드가 자체적으로 제품 정보 관리, 프로모션 기획, 마케팅 활동을 수행할 수 있는 강력한 도구를 제공합니다.	실리콘투는 주로 브랜드 인큐베이션에 초점을 맞춥니다.
 글로벌 물류 연동	효율적인 글로벌 배송 및 재고 관리를 위해 다양한 물류 파트너사와 연동하여 안정적인 공급망을 구축합니다.	실리콘투는 AGV(자율주행 물류 로봇) 기반의 자동화 물류 시스템을 갖추고 있습니다.

통합 마케팅 전략

디지털과 오프라인 채널을 유기적으로 결합한 옴니채널 마케팅 전략을 통해 고객 접점을 확대하고, 온·오프라인 고객 데이터를 통합 분석하여 개인화된 맞춤형 마케팅을 실행합니다.

디지털 마케팅

 글로벌 패션/뷰티 인플루언서 파트너십
유튜브, 틱톡 등 주요 소셜 미디어 플랫폼에서 영향력 있는 인플루언서들과 협력하여 K-뷰티 브랜드 스토리 및 튜토리얼 영상을 제작합니다.

 콘텐츠 로컬라이제이션
각 국가별 피부 타입, 문화적 특성에 맞는 맞춤형 콘텐츠를 제작하여 현지 소비자의 공감대를 형성합니다.

오프라인 마케팅

 글로벌 뷰티 박람회 및 산업 행사 참가
주요 국제 뷰티 박람회에 참가하여 K-뷰티 플랫폼의 인지도를 높이고 잠재 파트너사 및 소비자와의 접점을 확대합니다.

 K-뷰티 체험 팝업 스토어 운영
뉴욕, 파리, 런던, 싱가포르 등 주요 도시에 K-뷰티 체험 팝업 스토어를 운영하여 소비자들이 직접 제품을 경험할 수 있는 기회를 제공합니다.

 온·오프라인 고객 데이터 통합 분석
온라인 플랫폼과 팝업 스토어에서 수집된 고객 데이터를 통합 분석하여 국가, 피부 타입, 연령대별 맞춤형 메시지를 전달합니다. 디지털 홍보를 통한 오프라인 구매 전환율을 극대화합니다.

글로벌 인플루언서 파트너십



글로벌 인플루언서 협력

유튜브, 틱톡 등 주요 소셜 미디어 플랫폼에서 영향력 있는 인플루언서들과 협력하여 K-뷰티 브랜드 스토리 및 튜토리얼 영상을 제작합니다.



유튜브 인플루언서

전문 메이크업 아티스트 및 뷰티 칼럼니스트와의 파트너십을 통해 깊이 있는 K-뷰티 콘텐츠를 제작합니다.



틱톡 인플루언서

점진적이고 재미있는 K-뷰티 트렌드 콘텐츠를 젊은 소비층에게 효과적으로 전달합니다.

콘텐츠 목표

♥ 브랜드 충성도 증대

🔗 소셜 미디어 확산



국가별 로컬라이제이션 콘텐츠

각 국가별 피부 타입, 문화적 특성에 맞춘 맞춤형 콘텐츠를 제작하여 현지 소비자의 공감대를 형성하고 참여를 유도합니다.



피부 타입 맞춤 콘텐츠

각 국가의 주요 피부 문제와 타입에 맞춘 K-뷰티 제품 추천 및 사용법을 담은 콘텐츠를 제작합니다.



문화적 적응

지역별 문화적 특성과 메이크업 트렌드를 반영한 콘텐츠로 현지 소비자의 이해도를 높입니다.

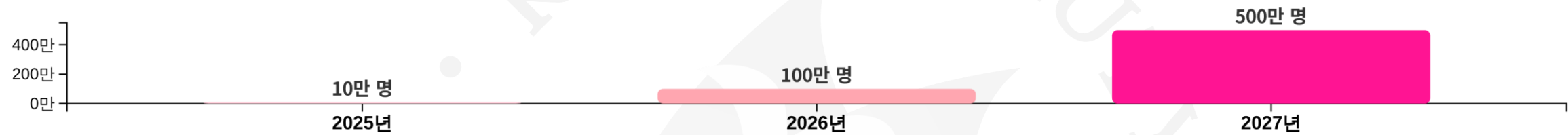


지역별 전략

아시아, 유럽, 아메리카 등 지역별로 차별화된 인플루언서 파트너십 전략을 수립합니다.

단계별 유저 확보 계획

K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼은 2025년부터 2027년까지 3단계에 걸쳐 체계적인 유저 확보 전략을 실행하며, 각 단계별 명확한 성과 목표를 설정하여 사업 성장을 가속화합니다.



1단계 (2025년)

초기 런칭 & MVP 단계

- ✔ 타겟: 뷰티에 관심 있는 글로벌 얼리어답터, 특히 일본, 미국, 유럽의 K-한류 팬층
- ✔ 인플루언서 협업을 통한 브랜드 스토리 전달
- ✔ 일본 팝업 스토어 운영을 통한 오프라인 체험
- ✔ SNS 광고 및 무료 샘플 체험 이벤트

10만 명



2단계 (2026년)

글로벌 확장 단계

- ✔ 시장 확대: 미국, 유럽 시장 진출 및 플랫폼 고도화
- ✔ 글로벌 뷰티 박람회 참가로 현지 고객 접점 확대
- ✔ 구독형 서비스(정기 뷰티 박스) 런칭
- ✔ 국가별 피부 타입 및 문화에 맞춘 콘텐츠 제공

100만 명



3단계 (2027년)

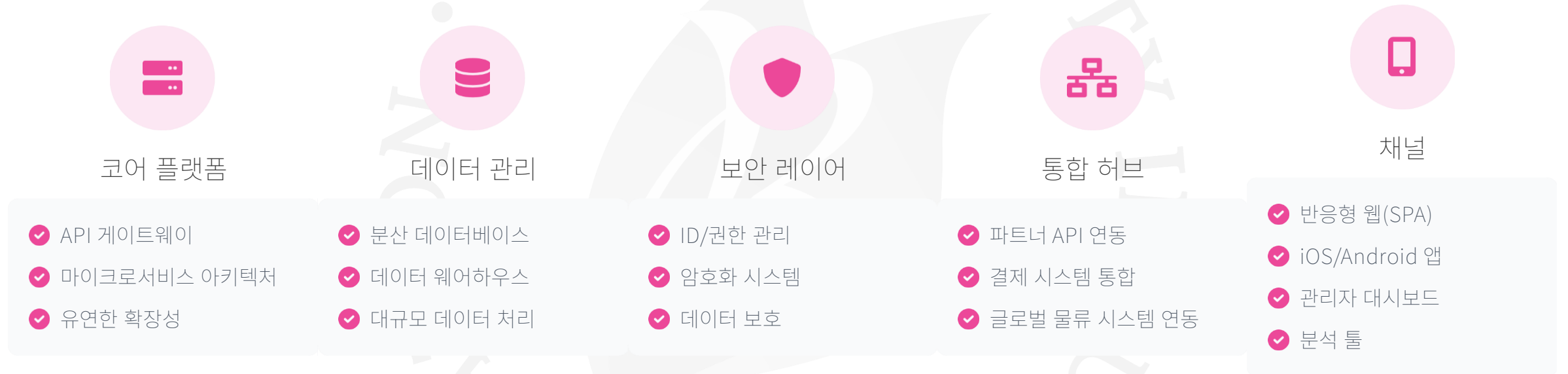
대규모 마케팅 & 오프라인 확장

- ✔ 대규모 유저 확보 전략: 글로벌 마케팅 캠페인
- ✔ 주요 도시 팝업 스토어 확대 운영
- ✔ 온·오프라인 고객 데이터 통합 분석
- ✔ 멤버십 프로그램 도입

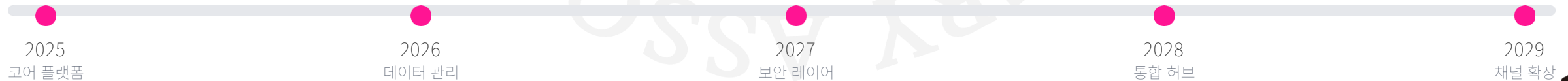
500만 명

기술 개발 로드맵

K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼은 안정적이고 확장 가능한 기술 아키텍처를 기반으로, 사용자에게 최적화된 경험을 제공하기 위한 개발 로드맵을 수립합니다.

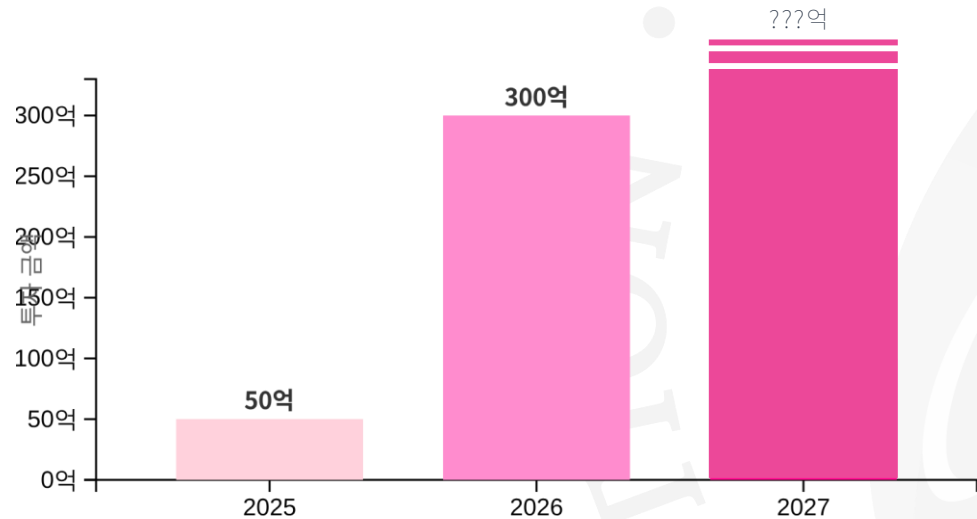


기술 구축 타임라인



단계별 투자 계획

K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼은 2025년부터 2027년까지 총 350억 원 규모의 투자 계획을 수립하였습니다.



2025년
50억 원
(1차 투자)

2026년
300억 원
(2차 투자)

2027년
추가 투자
(3차 투자)



2025년 (1차 투자: 50억 원)

MVP(Minimum Viable Product) 플랫폼 기초 구축 및 개발. 온라인 플랫폼 개발, 테스트 및 초기 마케팅 캠페인 진행, 핵심 파트너사 협력 체계 구축에 집중합니다.



2026년 (2차 투자: 300억 원)

플랫폼 고도화 및 글로벌 물류 시스템 구축. MVP 기반으로 50개국 이상 글로벌 뷰티 브랜드 연계를 목표로 합니다.

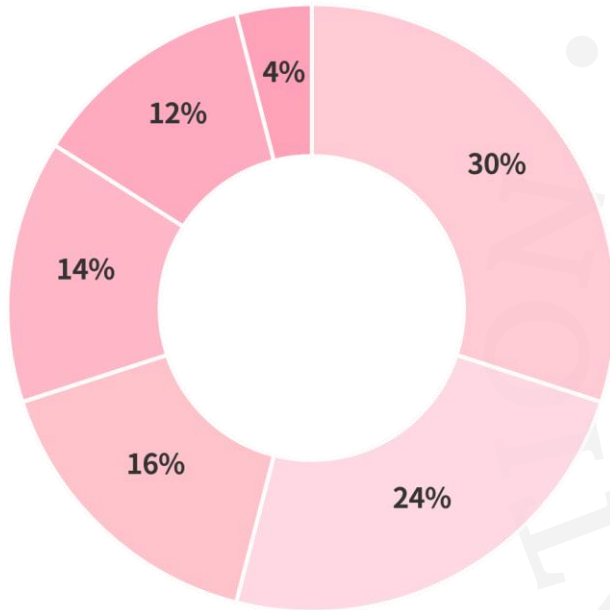


2027년 (3차 투자)

대규모 글로벌 마케팅 캠페인 집행 및 팝업 스토어, 오프라인 이벤트 확대 운영. 300개국 이상 시장 진입을 목표로 합니다.

초기 자금 운용 계획

1차 투자금 사용 계획



1차 투자금
50억 원
2025년도 사용计划



플랫폼 개발

12억 원

웹/앱 개발, UI/UX, 결제/보안 시스템 구축, 유지 보수, QA



인력 운영비

15억 원

개발, 기획/디자인, 마케팅, 운영/CS, 경영지원 등 인건비



글로벌 마케팅

8억 원

SNS, 인플루언서 협업, 콘텐츠 제작, 번역, PR



오프라인 행사

7억 원

일본 팝업 스토어 운영, 박람회 참가, 물류/장비, 운영비



브랜드 소싱 및 재고

6억 원

입점 브랜드 직매입, 샘플 제작, 물류비



법률/회계/특허

2억 원

법률 자문, 회계 감사, 상표/특허 등록

리스크 관리 방안

K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼은 체계적인 리스크 관리 전략을 통해 투자자에게 안정적인 투자 환경을 제공합니다.

시장 변동성

- ✓ 다국가/다변화 전략으로 리스크 분산
- ✓ 로컬라이제이션 전략으로 현지 시장 적응
- ✓ 월간 시장 보고서로 트렌드 모니터링 및 빠른 대응

경쟁 심화

- ✓ 디지털과 오프라인 융합형 유통 모델로 차별화
- ✓ K-뷰티 브랜드와의 전략적 파트너십으로 막대한 효과 창출
- ✓ 다각화된 수익 모델로 시장 변동에 대한 회복력 확보

규제 리스크

- ✓ 각국의 뷰티 규제 동향 상시 모니터링
- ✓ 국제 법률 전문가와 협력한 컴플라이언스 체계 구축
- ✓ 규제 변화에 따른 신속한 대응 메커니즘 구축

운영/공급망 리스크

다국적 공급망 위험 관리 시스템 구축과 고객 데이터 보호를 위한 체계적인 보안 시스템 도입

재무 리스크

2025~2027년 투자 일정에 따른 자금 조달 전략 수립, 월간 재무 보고서를 통한 현금 흐름 관리 및 IR 강화

"위험은 기회로 전환될 수 있습니다. 체계적인 관리로 K-뷰티 글로벌 유통 플랫폼의 지속 가능성을 보장합니다."

성장 로드맵 및 Exit 전략

IPO 로드맵

2025

MVP 출시 및 초기 시장 검증
기본 플랫폼 구축, 초기 사용자 확보

2026

글로벌 확장 및 플랫폼 고도화
미주/유럽 시장 진출, 글로벌 뷰티 브랜드
연계

2027

대규모 마케팅 및 오프라인 행사
팝업 스토어 확대, 시장 점유율 확대

2029

IPO 또는 M&A를 통한 Exit
나스닥/코스닥 상장, 투자자 가치 제공

Exit 전략



명확한 IPO 로드맵

2029년 나스닥/코스닥 상장을 목표로 하는 로드맵



전략적 파트너십

뷰티 산업 내 주요 파트너사들과의 전략적 제휴



리스크 관리 방안



시장 변동성

다국가/다변화 전략



규제 리스크

국제 법률 전문가 협력



경쟁 심화

온라인/오프라인 융합형 모델



재무 리스크

월간 재무 보고서 강화

투자 매력 및 기대 효과

투자 매력



글로벌 뷰티 시장 독점 기회

현재 K-뷰티 브랜드의 해외 진출은 산발적이며, 통합 유통 플랫폼의 부재로 인해 기회가 숨겨져 있습니다. 우리는 이 시장의 공백을 효과적으로 메꿔낼 것입니다.



온·오프라인 융합 차별화 모델

디지털 기술과 오프라인 체험을 융합한 독특한 비즈니스 모델로, 시장에서 차별화된 위치를 확보하고 락인 효과를 창출할 것입니다.



명확한 성장 로드맵 & Exit 전략

2025년부터 2027년까지 3년간 단계별 성장 전략을 통해 체계적인 확장 후, 2029년 나스닥/코스닥 상장을 목표로 하는 명확한 Exit 전략을 보유하고 있습니다.



기대 효과



회원 & 브랜드 확장

2027년까지 누적 회원 500만 명 이상, 글로벌 브랜드 500개 이상 입점으로 시장 점유율을 대규모로 확대할 것입니다.



다각화된 수익 모델

플랫폼 수수료, 광고 마케팅, 구독 서비스, 오프라인 이벤트를 통해 다양한 수익원을 확보하고 안정적인 매출 기반을 형성할 것입니다.



데이터 기반 뷰티 생태계

고객 데이터를 통한 트렌드 분석 및 맞춤형 추천 시스템으로, 소비자 행동 패턴을 예측하고 브랜드 전략에 반영할 것입니다.

K-뷰티의 새로운 가치를 글로벌 시장에 선보일 기회에 함께해 주세요