

수출바우처사업 사업계획서

□ 수출마케팅 추진 계획

기 업 명			주식회사 안코	사업자등록번호	822-86-03513	
대 표 자			정 양 훈	연 락 처	010 4923 0249	
이 메 일			ancore.biz@gmail.com	정부 지원비율	70%	
분야	프로그램	추진기간	정보보조금(A) (단위: 천원)	기업부담금(B) (단위: 천원)	바우처발급액 (비율, A+B)	
1	영상	해외 홍보 영상 제작	2026.02 ~ 2026.05	6,000	2,571	8,571
2	카탈로그	카탈로그 및 브로셔 제작	2026.02 ~ 2026.04	4,000	1,714	5,714
3	박람회	해외 박람회 참가	2026.06 ~ 2026.10	7,000	3,000	10,000
4	광고	인플루언서 디지털 광고 집행	2026.05 ~ 2026.11	3,500	1,500	5,000
5	특허/지재권	국제특허 출원	2026.03 ~ 2026.08	6,000	2,572	8,572
6	광고	소피 입점 및 콘텐츠 제작	2026.04 ~ 2026.09	3,500	1,500	5,000
소 계		-		30,000	12,857	42,857
합 계				30,000천원	12,857천원	42,857천원

상기 수출마케팅계획은 기업 자체판단에 의해 수립되었음을 확인합니다.

2026년 1월 5일

참여기업 : 주식회사 안코

대표자 : 정양훈 (직인)

중소벤처기업진흥공단 이사장 귀하


□ 수출마케팅 세부 추진 계획

가. 기업현황

회사명	(주)안코 (ANCORE Co., Ltd.)	설립년월일	2025.06.05.
사업자등록번호	822-86-03513	글로벌 강조기업 1,000+프로젝트 지정이력(연도)	해당없음 (25년 6월 신규 창업기업)
법인등록번호	130111-0124974	법인등록번호	
주생산품	에너지절감 복합형 에어필터 (제품명: 알파 필터)		
매출액 (천원)	'23년 해당없음	'24년 해당없음	'25년(예정) 117,213
상시근로자수 (연평균)	'23년 해당없음	'24년 해당없음	'25년(예정) 2명
수출액 (단위 : 달러)	'23년 직접 간접 합계	'24년 직접 간접 합계	'25년(예정) 직접 간접 합계
수출국가	홍콩 (HONGKONG) (총 1개국)		
수출상품(제품)	알파 필터 (에너지절감 복합형 공조시설용 에어필터)		

나. 제품(상품)현황 및 수출필요성

○ 수출 제품(상품) 개요 (내수기업의 경우, 수출예정 품목 기술)

구분	세부 내용			
생산(취급)품목	공조설비용 고성능 프리필터 ○ 제품명: 특수필터 ALPA ○ 일반적인 부직포 프리필터의 대체품 ○ 기존 부직포 프리필터 대비, 10배 이상 장기간 사용			
제품 개발현황(태일)	개발중(R&D진행)	개발완료	시제품 생산	양산단계
	(완료)	(완료)	(완료)	○
용도, 특성 및 수출현황, 수출 가능성	차세대 친환경 공조 필터 솔루션  <p>간편 도입 & ESG 효과 간편 도입 시스템 변경 NO, 필터만 교체</p> <p>3대 핵심 성능 혁신 (Before vs After)</p> <ul style="list-style-type: none"> 초장기 사용: 기존 12배 사용기간 저압력 유지: 기존 50% 압력손실 감소 고집진 성능: 기존 10배 분진 처리용량 <p>ESG 정량화 탄소저감, 폐기물 Zero (특정 가능)</p> <p>개발 및 생산 현황 (신뢰 기반) 2025.06 창업 → 6개월 만에 양산 체제 구축 → 국내 주요 시설 검증 완료 (25년 매출 1.1억) → 월 1,000개+ 생산 능력 (OEM 협의 중)</p>			

	<p>■ 용도 및 특성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 전력 절감 효과: 공조설비의 전력소모량 최대 50% 절감 (실증 데이터 보유) ○ ESG 정량화: 탄소저감, 폐기물 Zero 등 측정 가능한 환경 성과 제공 ○ 3대 핵심 성능: <ul style="list-style-type: none"> - 초장기 사용: 기존 대비 사용기간 12배 - 저압력 유지: 압력손실 50% 감소 (차압 안정성 확보) - 고집진 성능: 분진 처리용량 10배 향상 ○ 도입 용이성: 시스템 변경 또는 추가 비용 없이 필터 교체만으로 즉각 효과 발현 ○ 개발 및 양산 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 2025년 6월 창업 이후 6개월 만에 양산 체제 구축 완료 - 국내 주요 산업시설 적용 통해 기술 검증 완료 (2025년 매출 1.1억원 달성) - 에너지 절감 실증 데이터 축적: 고객사별 전력소모량 측정 및 분석 자료 보유 - 제품 개발 완료, 시제품 생산 완료, 현재 양산 단계 진입 ○ 생산 기반 <ul style="list-style-type: none"> - 양산 설비 확보 및 품질관리 체계 구축 - 월 생산능력: 1,000개 이상 (주문 증가에 따라 확대 가능) - 협력 제조사 네트워크 보유 (베트남 CÔNG TY TNHH KDT VINA와 OEM 협의 중)
--	--

■ 수출 현황

글로벌 수출 현황: 창업 6개월 만의 성과 및 36조 시장 가능성

초기 수출 실적 (첫 걸음)

홍콩 TMG Test bed 공급 (2025.12)

특수필터 ALPA 12 ea USD 1,008

글로벌 시장 가능성 (36조 시장)

연간 약 36조원
(국내의 20배)

기존 문제점
(22개, 낭비, 폐기물)

유망한 대체 솔루션
(에너지+ESG)

명확한 ROI
(12개월 내 회수)

글로벌 파트너십 구축 현황 (다각적 사업 추진 - 창업 6개월)

홍콩/중국

중국 제조기업 수출 추진

베트남

KDT VINA
현지 OEM & 영업 협력
(서브원, 삼성 공급 예정)

미국

LG엔솔

쇼케이스(25.07) 및 공급 협의

농심

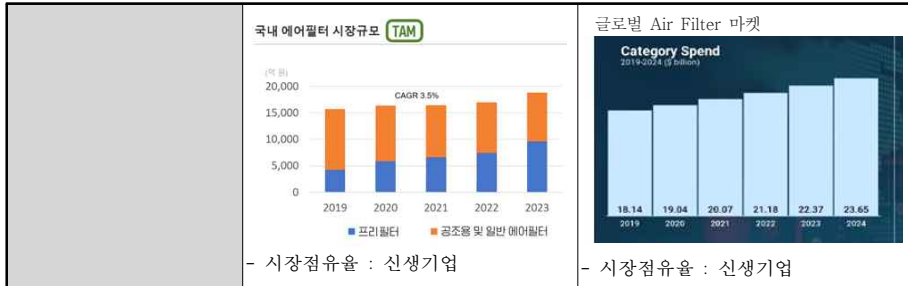
쇼케이스(25.09) 및 PoC 협의

인도네시아

HAO IDN

공급망 MOU 체결(25.08)

	○ 초기 수출 실적	<ul style="list-style-type: none">- 홍콩 소재 무역회사 TMG에 Test bed 용도로 소량 공급 (2025년 12월)- TMG는 중국 모기업의 계열사로, 중국 제조기업 진출을 위한 전략적 파트너- 수출 실적:																				
		<table><tr><th>품목</th><th>수량</th><th>수출금액</th><th>수출 신고일</th></tr><tr><td>특수필터 ALPA</td><td>12 ea</td><td>USD 1,008</td><td>2025.12.12</td></tr></table>	품목	수량	수출금액	수출 신고일	특수필터 ALPA	12 ea	USD 1,008	2025.12.12												
	품목	수량	수출금액	수출 신고일																		
	특수필터 ALPA	12 ea	USD 1,008	2025.12.12																		
	■ 수출 가능성																					
	○ 글로벌 시장 현황 분석	<ul style="list-style-type: none">- 전 세계적으로 선·후진국 구분 없이 기존 부직포형 프리필터 사용 중- 잦은 교체, 전기에너지 낭비, 폐기물 발생 등 구조적 문제점 존재- 에너지 절감과 ESG 성과를 동시에 제공하는 대체 솔루션 부재- 글로벌 HVAC 필터 시장 규모: 연간 약 36조원 (국내 시장의 20배)																				
	○ 판매 개연성 (시장 수요 근거)	<ul style="list-style-type: none">- 에너지절감·탄소저감 효과를 동시 제공하면서도 경제성 측면에서 기존 비용 수준 유지- ROI(투자대비효과) 명확: 초기 투자비 회수 기간 12개월 이내- 정부 환경 규제 강화 추세와 완벽히 부합하는 솔루션- 제조업 밀집 국가(중국, 미국, 한국)와 환경규제 선진국(미국, 유럽)에서 수요 급증																				
	○ 해외 파트너십 구축 현황 (창업 6개월 만에 다각적 사업 추진)																					
		<table><tr><th>국가</th><th>파트너/고객</th><th>진행 경과</th></tr><tr><td>홍콩/중국</td><td>TMG</td><td>기 납품 고객의 중국 모회사 채널을 통한 중국 제조기업 수출 추진</td></tr><tr><td>베트남</td><td>CÔNG TY TNHH KDT VINA</td><td>현지 OEM 생산 및 영업 협력 (서브원, 삼성디스플레이 등 공급 예정)</td></tr><tr><td>미국</td><td>LG엔솔</td><td>쇼케이스 진행(2025.07) 및 공급 협의 진행</td></tr><tr><td>미국</td><td>농심</td><td>쇼케이스 진행 (2025.09) 및 PoC(개념 증명) 협의</td></tr><tr><td>인도네시아</td><td>HAO IDN.</td><td>인도네시아 공급망 MOU 체결(2025.08)</td></tr></table>	국가	파트너/고객	진행 경과	홍콩/중국	TMG	기 납품 고객의 중국 모회사 채널을 통한 중국 제조기업 수출 추진	베트남	CÔNG TY TNHH KDT VINA	현지 OEM 생산 및 영업 협력 (서브원, 삼성디스플레이 등 공급 예정)	미국	LG엔솔	쇼케이스 진행(2025.07) 및 공급 협의 진행	미국	농심	쇼케이스 진행 (2025.09) 및 PoC(개념 증명) 협의	인도네시아	HAO IDN.	인도네시아 공급망 MOU 체결(2025.08)		
	국가	파트너/고객	진행 경과																			
홍콩/중국	TMG	기 납품 고객의 중국 모회사 채널을 통한 중국 제조기업 수출 추진																				
베트남	CÔNG TY TNHH KDT VINA	현지 OEM 생산 및 영업 협력 (서브원, 삼성디스플레이 등 공급 예정)																				
미국	LG엔솔	쇼케이스 진행(2025.07) 및 공급 협의 진행																				
미국	농심	쇼케이스 진행 (2025.09) 및 PoC(개념 증명) 협의																				
인도네시아	HAO IDN.	인도네시아 공급망 MOU 체결(2025.08)																				
	<table><tr><th>국내 (Domestic)</th><th>국외 (Overseas)</th></tr><tr><td>- 시장규모 : 연간 1.8조 원 (하단 표 참조)</td><td>- 시장규모 : 약 36조 원 (하단 표 참조)</td></tr></table>	국내 (Domestic)	국외 (Overseas)	- 시장규모 : 연간 1.8조 원 (하단 표 참조)	- 시장규모 : 약 36조 원 (하단 표 참조)																	
국내 (Domestic)	국외 (Overseas)																					
- 시장규모 : 연간 1.8조 원 (하단 표 참조)	- 시장규모 : 약 36조 원 (하단 표 참조)																					
제품의 국내외 시장규모/시장점유율																						



시장 한계 돌파: 당사의 데이터 기반 혁신 솔루션

기존 시장의 한계: 국내 국외 통합

시장 규모 & 특성: 상위 60% (성우형)

가격 중심/보수적

경쟁사 한계점: 가격 경쟁/구형 방식, 기술 한계/데이터 부족, 통합 솔루션 부재, 저효율/고비용 구조

혁신으로 전환

당사의 혁신 경쟁력: 4대 핵심 우위

- 1. 실증 데이터 기반 입증**
정량 효과 검증, 맞춤 ROI
- 2. B2B 종합 솔루션**
한정형 + 공급 + 관리
- 3. 압도적 가격 경쟁력**
TCO 절감, 12개월 회수
- 4. 신속한 시장 대응**
유연성, 맞춤 개발

○ 국내 경쟁 현황

- 중·대형 필터 제조사 다수 존재 (쑤한일필터, 코스모스, 청우 등)
- 시장 특성: 가격 중심의 보수적 구매 관행, 기존 제품 선호 경향
- 경쟁사 한계점: 교체주기 단축 및 전력절감 측면에서 기술적 한계 명확
- 대부분 기존 부직포 방식에 의존, 혁신 제품 개발 미흡
- 에너지 절감 실증 데이터 부족
- 시장점유율: 상위 3개사가 약 60% 점유 (가격 경쟁 중심)

○ 당사의 국내 시장 차별화 전략

- 단순 가격 경쟁이 아닌 TCO(총소유비용) 절감 제안형 영업
- 실증 데이터 기반 ROI 분석 제공으로 신뢰도 확보
- 2025년 국내 매출 1.1억원 달성으로 시장성 검증 완료

○ 국외 경쟁 현황

- 글로벌 HVAC 필터 주요 기업: 3M(미국), Camfil(스웨덴), AAF International(미국), Donaldson(미국) 등
- 시장 특성: 성능 중심 프리미엄 제품군 vs 가격 중심 보급형 제품군으로 양분화

대부분 전통적인 부직포 또는 합성섬유 방식

- 경쟁사 한계점:

“장기적 저차압 유지 + 실증 기반 에너지절감 데이터”를 동시에 제시하는 제품 매우 제한적

에너지·ESG·경제성을 통합 제공하는 솔루션 희소

B2B 맞춤형 ROI 분석 서비스 부재

- 시장 규모: 글로벌 HVAC 필터 시장 연간 약 36조원 (2024년 기준)

○ 당사의 글로벌 경쟁 우위

- 실증 데이터 기반 에너지 절감 입증
 - 국내 적용 사례 통해 정량적 효과 검증 완료
 - 고객사별 맞춤 ROI 분석 자료 제공 가능
- B2B 특화 접근 전략
 - 단순 제품 판매가 아닌 종합 솔루션 제공
 - 에너지 절감 컨설팅 + 제품 공급 + 사후관리 패키지
- 가격 경쟁력
 - 기존 부직포 필터의 총 운영비용(TCO) 대비 동등하거나 낮은 수준
 - 초기 투자비 12개월 내 회수 가능
- 신속한 시장 대응력
 - 창업 초기 기업의 유연성과 기민성
 - 고객 맞춤형 제품 개발 및 납기 대응 능력

○ 수출(확대) 필요성

○ 해외시장 수요 및 기회 분석

시장 기회

글로벌 HVAC 필터 시장: 연간 약 36조원 (국내 20배)

전기요금 ↑ 탄소규제 강화 → 높은 수요

동남아/중국 (제조업 밀집) | 미국/유럽 (환경규제 선진국)

타겟 시장 & 수요

개발도상국 (동남아, 중국)	선진국 (미국, 유럽)	해외 진출 국내기업
효율성	대체재 모색	LG, SAMSUNG, SK 등
ESG	CARBON NEUTRAL	탄소중립 목표
ROI 기반 구매	에너지+탄소+폐기물+수질 솔루션	본사 ESG 적용, 협의 진행
혁신 수용도 ↑		

단계별 수출 전략 & 바꾸어

상반기 2026
영상/카탈로그, 국제특허, 소피 입점

하반기 2026
박람회, 디지털 광고, 실증/수출 계약

2027+
전략 파트너, 정기 수출, 매출 확대 (해외 30%↑)

바이어처 활용: 실행력 강화 (인프라, 마케팅, 영업 도구)

세부내용	<ul style="list-style-type: none"> - 전기요금 부담이 크고 탄소배출 규제가 강화되는 해외 시장의 높은 수요 - 글로벌 HVAC 필터 시장 규모: 연간 약 36조원 (국내 1.8조원의 20배) - 특히 제조업 밀집 국가(동남아, 중국)와 환경규제 선진국(미국, 유럽)에서 수요 급증
	<p>○ 개발도상국 시장의 특성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 산업현장에서 에너지 비용 절감, ESG 성과, 유지관리 효율성을 중시하는 경향 - 실증 데이터 기반의 ROI 제시 시 구매 결정 용이 - 국내 시장의 가격 중심 보수적 구매 관행과 달리 혁신제품 수용도가 높음 - 특히 동남아 진출 한국 기업들은 본사 ESG 정책에 따라 에너지 절감 솔루션 적극 도입 <p>○ 선진국 시장의 특성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 미국·유럽은 기존 부직포 프리필터에서 벗어나 대체재 모색 중 - 탄소중립 목표 달성을 위한 산업시설 에너지 효율화 의무 강화 - 환경 관련 규제는 강하나 적정 기술·제품이 부족하여 시행착오 반복 중 - 당사 제품은 에너지 절감 + 탄소저감 + 폐기물 감소를 동시 달성하는 솔루션 <p>○ 해외 제조거점 보유 국내기업들의 수요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남, 중국 소재의 국내 대기업 공장들은 본사 ESG 정책을 그대로 적용 - 삼성, LG, SK 등 대기업의 해외 공장 및 협력사 네트워크 활용 가능 - 1개 공장 적용 성공 시 그룹 전체로 확산 가능성 높음 - 현재 LG엔솔(미국), 농심(미국), 서브윈(베트남) 등과 협의 진행 중 <p>○ 단계별 수출 전략 및 바우처 활용 계획</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1단계 (2026년 상반기: 2월 ~ 5월) - 마케팅 인프라 구축 및 지재권 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 홍보용 영상 및 영문 카탈로그 제작 완료 - 핵심 기술 국제특허 출원을 통한 진입 장벽 구축 - 쇼피(Shopee) 입점 및 초기 제품 등록, 마켓 테스트 2. 2단계 (2026년 하반기: 6월 ~ 11월) - 온·오프라인 시장 본격 진입 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 박람회 참가를 통한 바이어 대면 상담 및 샘플 오더 수주 - 제작된 콘텐츠(영상/카탈로그)를 활용한 디지털 광고 집중 집행 - 발굴된 바이어 대상 실증 프로젝트(Test-bed) 제안 및 수출 계약 체결 3. 3단계 (2027년 이후) - 본격 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 주요 국가별 전략적 파트너 확보 - 정기 수출 구조 확립 - 해외 매출 비중 30% 이상 달성

	<p>○ 수출바우처 활용을 통한 실행력 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 본 사업을 통해 글로벌 마케팅 인프라를 체계적으로 구축 - 디지털 광고 및 쇼피 입점 등 데이터 기반 마케팅으로 효율적인 타겟 마케팅 실현 - 전시회 참가를 통한 현장 영업 강화 - 실증 데이터 기반의 설득력 있는 영업 도구 확보 - 창업 초기 기업의 한정된 자원을 전략적으로 활용하여 수출 본격화
--	---

다. 목표시장 및 목표고객군

○ 목표시장

희망(기) 진출시장	동남아시아, 중동, 북미	
진출 희망국가	베트남, 인도네시아, 말레이시아, 미국, 아랍에미리트	
선정사유	베트남	<p>○ 현지 진출한 한국 기업(공장)에 공급</p> <ul style="list-style-type: none"> - 삼성·LG 등 대기업 및 1차 협력사 다수 포진 - 1~2개사 적용 시, 타 고객으로의 확장성·연속성 높음 - 당사 경영진은 베트남에서의 사업 경험/이력 풍부
	인도네시아 말레이시아	<p>○ 많은 글로벌 기업들의 아시아 H.Q. 및 제조공장 포진</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현지 기초산업에 도움이 되는 기술/아이템을 적극 환영 ※예: TKDN(국산부품사용) 인증제도, Tingkat Komponen Dalam Negeri - 당사 경영진은, 과거 거래하던 현지 공급채널을 보유 중.
	미국	<p>○ 환경 규제 등의 이유로, 신제품에 대한 높은 니즈</p> <ul style="list-style-type: none"> - 탄소+에너지 복합형 기술에 대한 높은 지원 - 쇼케이스 진행 (LG엔솔 AR, 농심 CA) ※단, 관세 협약에 따른 후속상황 주시 필요.
	UAE	<p>○ 한국수력원자력의 바라카 원전 사업 등 다수 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> - 두산중공업, LG 등 국내기업이 현지 공사 중. - 사막 먼지로 인해 칠러(chiller) 온도상승 등 현안 존재. - 일반적 필터로는 해결 불가능, 기존 대비 사용기간 12배 및 분진 처리용량 10배 성능 지닌 당사 ALPA 필터 적용협의. - 바라카 원전 사업의 공식 구매업체인 STREAM의 한국지사 통해, Solution provider 역할로서 진입.
자체진행현황	<p>○ 베트남</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ 서브윈 공급 협의 중 (LG디스플레이 공급 예정) ☞ 현지 제조업체 CÔNG TY TNHH KDT VINA와 OEM 제조계약 협의 중. <p>○ 인도네시아</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ HAO Indonesia와 공급망 MOU 체결 (25 '08) <p>○ 미국</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ 농심(CA)에 “전기절감 프로젝트” 제안 중. 	

○ 목표고객군

목표고객군	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내외 제조공장 <ul style="list-style-type: none"> - 바이오· 제약시설, 반도체· 전자 공정, 이차전지, 식료품, 화장품 ○ IDC (데이터센터) ○ 공조설비 유지관리 기업
선정사유	<ul style="list-style-type: none"> ○ 높은 스펙의 클린룸을 지속 운영하는 곳, 공정 특성 상 많은 공조설비를 운영하는 곳, 외기(OA; outdoor air) 도입이 많은 곳. - 식약처 인증이 필수인 업체 (공조설비 통한 지속적 관리) - 민감 공정이 대부분인 하이테크 업체 - 발열(發熱)이 필연적이고, 막대한 전력소모량이 고민인 데이터센터 - 그 외 공조설비의 24시간 가동을 하는 곳으로서, 필터 교체만으로 전력비·유지비·ESG 성과를 동시 개선할 수 있는 업체

라. 해외마케팅 준비현황

○ 수출 준비현황

수출인프라 구축도	해외 진출 초기 단계 ※ 홍보·광고 등 구체적 영업마케팅 Tool의 부재
전담인력	경영진 2명으로 구성된 회사로서, 해외 영업·기술 설명 등 병행 ※ 단, 경영진 2명의 해외주재원/현지법인장/기업체경영 등 해외사업 경력은 도합 28년임. (영국, 스웨덴, 중국, 베트남 등)
해외시장정보 획득 여부/경로	산업 네트워크 및 파트너 협의를 통한 정보 수집 ※ 외국어 버전 홍보영상 및 자료 등 필요.
해외마케팅 온·오프라인 홍보활동여부	자체 제작 영문 자료/기술 설명자료/제품 소개자료 보유 ※ 본 바우처 사업을 통해 영상 제작 및 전시회 참가를 계획하고 있음
기수출 여부	중국 시장 진입을 전제로 한 홍콩 수출 실적 보유
기타	국가별 규격·인증, 현지 시장 맞춤형 분석 자료 등 필요

마. 수출마케팅 목표

○ 향후 목표

1. 단계별 목표

단계별 수출 목표 및 바우처 활용 계획

(Export Roadmap & Voucher Plan)

단기 목표 (1년 내) - 핵심 기반 구축 | 바우처 예산: ₩42,857k

① 마케팅 인프라 | ₩14,285k

영상
해외 홍보 영상 (3D/실사)
ROI 데이터
다국어 자막

카탈로그
영문 기술 브로셔
스펙/성능/ROI
인쇄 & 디지털

② 글로벌 진입 & 검증 | ₩18,572k

박람회
HVAC 전시회 (동남아/미국)
바이어 상담
샘플 수주

특허
국제특허 출원 (PCT)
기술 보호
바이어 신뢰

③ 온·오프라인 채널 확장 | ₩10,000k

디지털 광고
타겟 B2B 광고
(Google, LinkedIn)
AI 기반

소피 입점
동남아 Shopee 입점 (MRO)
상세페이지, 마켓 테스트

중기 목표 (2~3년)
시장 안착 및 레퍼런스

파트너
주요 국가별
파트너 확보

실증
실증 프로젝트
레퍼런스 구축

수출
정기 수출 구조 확보

장기 목표 (5년)
글로벌 리더 도약

전문기업
에너지 절감 필터
분야 전문기업

매출 확대
해외 매출 비중
안정적 확대

세부내용

구분	내 용
단기 목표 (1년 내)	<ul style="list-style-type: none"> - 해외 홍보용 영상 및 카탈로그 제작 - 국제특허 출원 및 지재산 확보 - 쇼피 입점 및 디지털 광고 집행 - 해외 박람회 참가 및 바이어 발굴
중기 목표 (2~3년)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 국가별 파트너 확보 - 실증 프로젝트 및 레퍼런스 구축 - 정기적 수출 발생 구조 확보
장기 목표 (5년)	<ul style="list-style-type: none"> - 에너지 절감형 공조필터 분야 전문 기업으로 자리매김 - 해외 매출 비중의 안정적 확대

2. 세부 목표 (단기 목표, 1년 내 바우처 활용 계획)

① 마케팅 인프라 구축: 해외 홍보 영상 및 카탈로그 제작 (총 14,285천원)

분야	내 용
영상	<p>[해외 홍보 영상 제작] (8,571천원)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 바이어 대상 기술 설명형 홍보 영상 제작 <ul style="list-style-type: none"> - ALPA 필터 에너지 절감 원리 시각화 (3D/실사 하이브리드) - 실증 데이터 기반 ROI 분석 자료 포함 - 다국어 자막 (영어, 중국어, 베트남어) 적용
카탈로그	<p>[카탈로그 및 브로셔 제작] (5,714천원)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 영문 기술 브로셔 및 제품 카탈로그 제작 <ul style="list-style-type: none"> - 제품 스펙, 성능 비교 데이터, 실증 사례 - 고객사별 ROI 분석 자료 - 인쇄용 고품질 버전 + 디지털 배포용 버전

② 글로벌 시장 진입 및 검증: 해외 박람회 및 지재권 확보 (총 18,572천원)

분야	내 용
박람회	<p>[해외 박람회 참가] (10,000천원)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 타겟 국가(동남아/미국) HVAC 관련 전시회 참가 <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 또는 말레이시아 산업박람회 - 미국 AHR Expo 또는 유사 전시회 ○ 현장 바이어 상담 및 샘플 오더 수주 ○ 제작된 영상 및 카탈로그 활용한 부스 운영
특허/지재권	<p>[국제특허 출원] (8,572천원)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 시장 진입을 위한 핵심 기술 국제특허 출원 <ul style="list-style-type: none"> - PCT 국제출원 또는 주요 국가 개별 출원 - 기술 보호 및 바이어 신뢰도 제고 - 경쟁사 진입 장벽 구축

③ 온·오프라인 채널 확장: 디지털 광고 및 쇼피 입점 (총 10,000천원)

분야	내 용
광고	<p>[인플루언서 디지털 광고 집행] (5,000천원)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 구글/SNS 활용 타겟 국가 B2B 키워드 광고 <ul style="list-style-type: none"> - Energy Saving, HVAC Filter, ESG 솔루션 등 - 링크드인 타겟 광고 (시설관리, 공장운영 담당자) ○ 제작된 영상 및 카탈로그 콘텐츠 활용 ○ AI 기반 타겟팅으로 효율적 광고 집행
광고	<p>[쇼피 입점 및 콘텐츠 제작] (5,000천원)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 동남아 최대 플랫폼 Shopee 입점 <ul style="list-style-type: none"> - 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등 ○ 상세페이지 제작 및 제품 등록 ○ 초기 프로모션 및 마켓 테스트 ○ MRO(소모성 자재) 카테고리 공략을 통한 판로 개척

= 끝. =