

[서식3-사업계획서]

수출바우처사업 사업계획서

□ 수출마케팅 추진 계획

기 업 명	주식회사 리퍼링크	사업자등록번호	777-86-02174	
대 표 자	유민호	연 락 처	010 - 4757 - 5596	
이 메 일	mhkim@rlink.kr	정부 지원비율	70%	
프로그램	추진기간	정부보조금	기업부담금	계
1 글로벌 콘텐츠 제작	2025.04.01. ~2025.07.01	7,000 천원	2,000 천원	9,000 천원
2 SNS 광고	2025.05.01. ~2025.08.01	7,000 천원	3,850 천원	10,850 천원
3 해외 홈페이지 구축	2025.04.01. ~2025.07.01	5,500 천원	9,500 천원	15,000 천원
4 영문 제품소개서 제작	2025.05.01. ~2025.08.01	6,000 천원	2,000 천원	8,000 천원
5				
.				
.				
.				
신청 (4)건	사업기간 : 2025.04.01. ~2025.08.01	25,500 천원	17,350 천원	42,850 천원

상기 수출마케팅계획은 기업 자체판단에 의해 설계되었음을 확인합니다.

2025년 1월 12일

참여기업 :

대표자 : 유민호



중소벤처기업진흥공단 이사장 귀하

수출마케팅 세부 추진 계획

가. 기업현황

회사명	주식회사 리퍼럴링크	설립년월일	2021년 06월 17일
		글로벌 강소기업 1,000+프로젝트 지정이력(연도)	
사업자등록번호	777-86-02174	법인등록번호	110111-7925089
주생산품	기초화장품 100여종		
매출액 (천원)	‘22년	‘23년	‘24년(예정)
		750,000	3,000,000
상시근로자수 (연평균)	‘22년	‘23년	‘24년
수출액 (단위 : 달러)	‘22년	‘23년	‘24년
	직접 간접 합계	직접 간접 합계	직접 간접 합계
수출국가	러시아, 미국, 베트남 (총 3개국)		
수출상품(제품)	기초화장품 약 100여종(세럼70종포함)		

나. 제품(상품)현황 및 수출필요성

○ 수출 제품(상품) 개요 (내수기업의 경우, 수출예정 품목 기술)

구 분	세부 내용							
생산(취급)품목*	기초화장품 100여종							
제품 개발현황(택일)	개발중(R&D진행)	개발완료	시제품 생산	양산단계 ○				
용도, 특성 및 수출현황, 수출 가능성	<p>1 자체공장에서 직접 생산하고 2 좋은 성분듬뿍 & 불필요한 과장 광고용(컨셉용) 성분은 과감히 빼고 3 용기와 포장은 심플하게</p> 							
제품의 국내외 시장규모/시장점유율	<p>화장품70종 포함 기초화장품 100여종 직접제조 및 판매 23년 8억, 24년 30억 등 내수시장 매출상승 및 각종인증확보를 통한 해외 수출 고려</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">국내 (Domestic)</th> <th style="text-align: center;">국외 (Overseas)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 시장규모 : 한국 화장품 수출은 11조 468억 원 - 시장점유율 : - </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 시장규모 : 약 4,500억 달러 - 시장점유율 : - </td> </tr> </tbody> </table>				국내 (Domestic)	국외 (Overseas)	<ul style="list-style-type: none"> - 시장규모 : 한국 화장품 수출은 11조 468억 원 - 시장점유율 : - 	<ul style="list-style-type: none"> - 시장규모 : 약 4,500억 달러 - 시장점유율 : -
국내 (Domestic)	국외 (Overseas)							
<ul style="list-style-type: none"> - 시장규모 : 한국 화장품 수출은 11조 468억 원 - 시장점유율 : - 	<ul style="list-style-type: none"> - 시장규모 : 약 4,500억 달러 - 시장점유율 : - 							
경쟁업체 현황**	<p>국내 : LG생활건강, 아모레퍼시픽 등 국외 : 로레알: 세계 최대의 화장품 회사로, 다양한 브랜드 포트폴리오를 보유하고 있습니다. 유니레버: 스킨케어 및 헤어케어 제품에서 강력한 입지를 가지고 있습니다. 에스티 로더: 프리미엄 브랜드로, 고급 화장품 시장에서 큰 영향력을 미치고 있습니다. P&G: 다양한 소비재 브랜드를 보유하고 있으며, 화장품 부문에서도 강력한 존재감</p>							

* 주요 생산(취급) 품목 개요는 해외진출 대상 제품을 구체적으로 설명

** 경쟁업체 현황은 경쟁업체 명, 시장점유율 등 기술

○ 수출(확대) 필요성

세부내용	<p>시장 성장: 베트남 화장품 시장은 2023년 기준 약 28억 달러 규모로, 2028년까지 65억 달러에 이를 것으로 예상됨. 이는 연평균 15%의 성장률을 나타냄.</p> <p>소비자 선호: 베트남 소비자들은 한국 화장품에 대한 높은 선호도를 보이고 있으며, 특히 스킨케어 및 메이크업 제품에서 한국 브랜드의 인기가 높음.</p> <p>브랜드 인지도: 한국 화장품은 품질과 효과가 뛰어나며, K-뷰티의 인기로 인해 베트남 시장에서도 높은 인지도를 가지고 있음. 이는 진출 시 유리한 점이 됨.</p> <p>유통 채널 확장: 베트남의 온라인 쇼핑과 소셜 미디어의 발전으로 한국 화장품 브랜드가 소비자에게 쉽게 접근할 수 있는 환경이 조성되고 있음. 이는 마케팅과 판매 전략에 긍정적인 영향을 미침.</p>
------	--

다. 목표시장 및 목표고객군

○ 목표시장

희망(기) 진출시장	해외 화장품 시장.															
진출 희망국가	베트남, 러시아, 미국															
선정사유*	<p>러시아: 2023년 러시아 화장품 시장은 약 960억 루블로, 전년 대비 123.8% 성장했습니다. 2024년에는 40%의 성장이 예상되며, 특히 K-뷰티 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다.</p> <p>일본: 일본의 화장품 시장은 2023년 기준으로 약 3조 엔에 달하며, 2025년까지 지속적인 성장이 예상됩니다. 특히, 일본 소비자들은 품질과 브랜드에 대한 신뢰를 중시합니다.</p> <p>베트남: 베트남의 화장품 시장은 2023년 약 20억 달러로, 2025년까지 연평균 10% 이상의 성장이 예상됩니다. 특히, 젊은 소비자층이 많아 K-뷰티 제품에 대한 수요가 높습니다.</p>															
자체 진행 현황	<p style="text-align: right;">[단위 : USD]</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><thead><tr><th>국가</th><th>매출액</th><th>비고</th></tr></thead><tbody><tr><td>러시아(국내 총판)</td><td>5,000</td><td></td></tr><tr><td>러시아(해외 바이어)</td><td>10,000 (수출 절차 진행 중)</td><td>- 미국 FDA 공장 및 제품 승인 완료. - 유럽 CPNP 인증 진행 중. - 약 5개국 수출 미팅 진행 중.</td></tr><tr><td>일본(해외 바이어)</td><td>3,000 (품목 신고 진행 중)</td><td></td></tr><tr><td>베트남(해외 바이어)</td><td>5,000 (예정)</td><td></td></tr></tbody></table>	국가	매출액	비고	러시아(국내 총판)	5,000		러시아(해외 바이어)	10,000 (수출 절차 진행 중)	- 미국 FDA 공장 및 제품 승인 완료. - 유럽 CPNP 인증 진행 중. - 약 5개국 수출 미팅 진행 중.	일본(해외 바이어)	3,000 (품목 신고 진행 중)		베트남(해외 바이어)	5,000 (예정)	
국가	매출액	비고														
러시아(국내 총판)	5,000															
러시아(해외 바이어)	10,000 (수출 절차 진행 중)	- 미국 FDA 공장 및 제품 승인 완료. - 유럽 CPNP 인증 진행 중. - 약 5개국 수출 미팅 진행 중.														
일본(해외 바이어)	3,000 (품목 신고 진행 중)															
베트남(해외 바이어)	5,000 (예정)															

* 진출 희망지역의 시장현황(현지 시장의 니즈), 자사 제품(상품)의 경쟁력 등을 기재

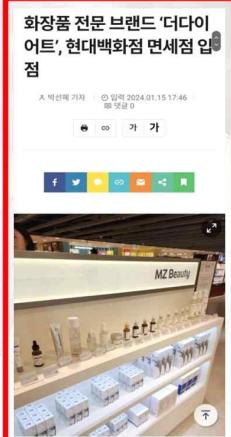
○ 목표고객군

목표고객군	<ol style="list-style-type: none"> 1. 젊은 여성 소비자 2. 뷰티 및 패션에 관심이 많은 소비자 3. 소셜 미디어 사용자 4. 친환경 및 자연 성분을 선호하는 소비자 5. 중산층 이상 소비자
선정사유*	 <p>[미국 FDA승인 및, 해외 B2B바이어 수요에 맞춘 강남비결 제품라인]</p> <p>젊은 여성 소비자: 베트남의 젊은 여성들은 화장품에 대한 관심이 높고, 새로운 제품을 시도하는 데 적극적임. 특히 18세에서 30세 사이의 소비자들은 소셜 미디어를 활발히 사용하며, 인플루언서의 추천에 큰 영향을 받음.</p> <p>뷰티 및 패션에 관심이 많은 소비자: 뷰티와 패션에 대한 관심이 높은 소비자들은 새로운 트렌드와 제품에 민감함. 이들은 인플루언서의 리뷰와 추천을 통해 제품을 구매하는 경향이 있음.</p> <p>소셜 미디어 사용자: 베트남에서는 Facebook, Instagram, TikTok 등 다양한 소셜 미디어 플랫폼이 인기를 끌고 있음. 이러한 플랫폼을 활발히 사용하는 소비자들은 인플루언서의 콘텐츠에 노출될 가능성이 높아, 효과적인 마케팅 대상이 됨.</p>

* 제품 및 진출시장의 특성상 목표고객을 설정한 사유를 기재

라. 해외마케팅 준비현황

○ 수출 준비현황

수출인프라 구축도	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="3">[단위 : USD]</th></tr> <tr> <th>국가</th><th>매출액</th><th>비고</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>러시아(국내 출판)</td><td>5,000</td><td rowspan="4"> <ul style="list-style-type: none"> - 미국 FDA 공장 및 제품 승인 완료. - 유럽 CPNP 인증 진행 중. - 약 5개국 수출 미팅 진행 중. </td></tr> <tr> <td>러시아(해외 바이어)</td><td>10,000 (수출 절차 진행 중)</td></tr> <tr> <td>일본(해외 바이어)</td><td>3,000 (품목 신고 진행 중)</td></tr> <tr> <td>베트남(해외 바이어)</td><td>5,000 (예정)</td></tr> </tbody> </table> <p>B2B 바이어 확보 및 샘플 인보이스 지불OR 지불예정인 수출국가 - 키르기스스탄, 러시아, 덴마크, 미국, 중국, 일본, 베트남 => 미국, 러시아, 키르기스스탄, 베트남 유력</p>	[단위 : USD]			국가	매출액	비고	러시아(국내 출판)	5,000	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 FDA 공장 및 제품 승인 완료. - 유럽 CPNP 인증 진행 중. - 약 5개국 수출 미팅 진행 중. 	러시아(해외 바이어)	10,000 (수출 절차 진행 중)	일본(해외 바이어)	3,000 (품목 신고 진행 중)	베트남(해외 바이어)	5,000 (예정)
[단위 : USD]																
국가	매출액	비고														
러시아(국내 출판)	5,000	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 FDA 공장 및 제품 승인 완료. - 유럽 CPNP 인증 진행 중. - 약 5개국 수출 미팅 진행 중. 														
러시아(해외 바이어)	10,000 (수출 절차 진행 중)															
일본(해외 바이어)	3,000 (품목 신고 진행 중)															
베트남(해외 바이어)	5,000 (예정)															
전담인력	불어, 영어 가능 해외 수출 전담인력 상주.															
해외시장정보 획득 여부/경로	각종 B2B채널 및 수출기업들을 통한 정보 획득.															
해외마케팅 온·오프라인 홍보활동여부	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;">  <p>화장품 전문 브랜드 '더다이어트', 현대백화점 면세점 입점</p> </div> <div style="flex: 1; margin-left: 20px;"> <p>'2023 페이스 오브 아시아 with FANTOO' 싱가폴 대회서 'The Diet 0313상'에 모델 Adielle' 선정</p> <p>2023-08-21 22:28:53</p> <p>김치윤 기자</p> </div> <div style="flex: 1; margin-left: 20px;">  <p>2023 페이스 오브 아시아 with FANTOO 싱가폴 대회에서 'The Diet 0313상'에 모델 Adielle 선정</p> <p>2023-11-05 12:58:27</p> </div> <div style="flex: 1; margin-left: 20px;">  <p>2023 페이스 오브 아시아 with FANTOO 싱가폴 대회에서 'The Diet 0313상'에 모델 Adielle 선정</p> <p>2023-11-05 12:58:27</p> </div> </div> <p>다양한 온오프라인 마케팅, 영업활동을 통해 초기 B2B바이어 확보. 내수기업에서->25년도 수출 최소 10만불 이상 목표.</p>															
기수출 여부	내수기업.															
기타																

마. 수출마케팅 목표

○ 향후 목표

- 현재 24년기준 30억 제품매출달성, 국내 외 필요인증사항 확보



K-코스메틱 글로벌 성장의 잠재적 위험요인

The Diet
DIET

세부내용

Point 01

화장품 과용

피부과 내원 1,000명 조사 결과
화장품 과다 사용
(한번에 기초 3~6개 이상) : 약 70%
→ 우리나라 피부민감성 전 세계 1위 (56.8%) (프랑스&한국 공동연구)

Point 02

복잡한 유통

화장품 제조사 (원가 2,500원)
→ 브랜드사 (판매 4,000원)
→ 유통점 (판매 10,000원)
→ 고객 (구매가 25,000원)
제조원가의 10배 이상

Point 03

과도한 용기

50ml 크림 제조원가 2,500원
= 재료비 500원 + 용기 1,300원
박스 200원 + 제조경비 500원

Point 04

과장광고

과학적 근거 부족한 성분 과장
(ex. 줄기세포, 액소좀, SOD, 추출물 표기 등)

리뷰 및 사진 조작을 통한 제품 효능 과장

02 (주)리퍼럴링크의 해결방향

The Diet
DIET

Point 01

간편한 스킨케어

- 과도한 화장품 스킨케어 루틴 지양
- 3~5단계 이상에서 2~3단계 이하로 화장품 다이어트

Point 02

심플한 유통

- 4단계 유통구조를 2단계로 축소... 리퍼럴 마케팅 활용 (추천인 코드를 통해 수익 쇄어)
※ 온라인 리퍼럴(추천) 마케팅 ⇨ 부업자 증가

Point 03

최신, 최고 효능 성분 사용

- 미국 국립의학도서관에 게재된 최신, 최고 임상 성분 사용
- 경력 30년 이상 화장품 연구소장들도 인정한 집요한 효능 제품 개발 : 기간 2년 / 금액 10억 이상 사용
- 아모레퍼시픽 전 한상훈 CTO 공동 개발 → 글로벌 TOP5 이내 효능 제품으로 인정

- 자체 제조시설을 통한 내수 매출 30억->70억 달성 ,B2B바이어발굴,
아마존, 쇼피플랫폼을 통한 온오프라인 수출 매출 10만불이상 달성
목표

4 직접제조 & 고객과 직거래

타 화장품 브랜드 회사	당사
<ul style="list-style-type: none"> 화장품 브랜드 설립 → 제조사에 제품 개발 및 생산 의뢰 제조사 : 원가에서 약 1.5배로 브랜드사로 유통 (제품공급가 약 4,000~10,000원) 브랜드사 : 제조사 매입가에서 5~20배 정도의 판매가 수립 (소비자가 약 20,000~200,000원) 	<ul style="list-style-type: none"> 화장품 직접 개발 및 생산 당사는 제조사 수익을 얻고, 브랜드사 마진은 고객에게 혜택 <p>→ 가심비 높은 소비자가 : 약 7,900~19,900원 회원묶음가 : 약 3,900~9,900원</p>

1 리퍼럴 마케팅이란?

- 고객이 다른 사람을 추천할 때, 보상이나 혜택을 제공
- 고객이나 블로거, 인플루언서들이 아마존 제품에 대한 링크를 SNS 등에 올리고, 해당 링크를 통해 제품이 판매될 경우 일정 비율의 수당 지급

2 국내외 주요 기업 사례

- 아마존 : Amazon Associates
- 쿠팡 : 쿠팡 파트너스
- 테슬라
- 아이허브(건강식품 플랫폼)
- 에어비앤비



세부내용

■ 중장기 손익 전망

[단위: 천원]

구 분	2025년	2026년	2027년	2028년	구성비
매 출 액	7,986,404	30,136,441	67,200,230	85,262,333	100.0%
매출원가	2,795,242	10,547,754	22,176,076	28,136,570	33.4%
매출총이익	5,191,163	19,588,687	45,024,154	57,125,763	66.6%
판매관리비	4,961,979	16,724,360	35,680,121	44,410,101	53.9%
인건비	958,369	3,013,644	5,376,018	5,968,363	8.3%
판매수수료	3,194,562	12,054,576	26,880,092	34,104,933	40.0%
임차료	250,000	300,000	400,000	500,000	0.8%
경상개발비	239,592	301,364	672,002	852,623	1.2%
지급수수료	159,728	452,047	1,008,003	1,278,935	1.6%
기타	159,728	602,729	1,344,005	1,705,247	2.0%
영업이익	229,184	2,864,326	9,344,033	12,715,662	12.7%