

[서식3-사업계획서]

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	정부보조금(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	쇼피 입점 및 컨텐츠 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					

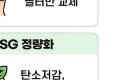
□ 수출마케팅 세부 추진 계획

가. 기업현황

회사명	(주)안코 (ANCORE Co., Ltd.)	설립년월일	2025.06.05.
		글로벌 강소기업 1,000+프로젝트 지정이력(연도)	해당없음 (25년 6월 신규 창업기업)
사업자등록번호	822-86-03513	법인등록번호	130111-0124974
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 해당없음. (2025년 6월 신규 창업기업)	'24년 직접 간접 합계 해당없음	'25년(예정) 직접 간접 합계 1,008 0 1,008
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)

구 분	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(택일)	개발 중(R&D진행) (완료)	개발 완료 (완료)	시제품 생산 (완료)	양산 단계 ○
차세대 친환경 공조 필터 솔루션				
용도, 특성 및 수출 현황, 수출 가능성	 최대 50% 전력 절감 실증 데이터 보유 3대 핵심 성능 혁신 (Before vs After)			
	간편 도입 & ESG 효과 간편 도입  시스템 변경 NO, 필터만 교체			
	ESG 경쟁화  탄소저감, 폐기물 Zero (측정 가능)			
개발 및 생산 현황 (신뢰 기반)	2025.06 창업	6개월 만에 양산 체제 구축	국내 주요 시설 검증 완료 (25년 6월 1.0)	월 1,000개+ 생산 능력 (OEM 업무 중)

■ 용도 및 특성
○ 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)



○ 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: 			
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 동시에 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(동남아, 중국)와 환경규제 선진국(미국, 유럽)에서 수요 급증 			
○ 해외 파트너십 구축 현황 (창업 6개월 만에 다각적 사업 추진)			
국가	파트너/고객	진행 경과	
홍콩/중국	TMG	기 남풀 고객의 중국 모회사 채널을 통한 중국 제조기업 수출 추진	
베트남	CÔNG TY TNHH KDT VINA	현지 OEM 생산 및 영업 플레이 등 공급 예정	
미국	LG엔솔	소케이스 진행(2025.07) 및 공급 협의 진행	
미국	농심	소케이스 진행(2025.09) 및 PoC(개념 증명) 협의	
인도네시아	HAO IDN.	인도네시아 공급망 MOU 체결(2025.08)	
제품의 국내외 시장규모/시장점유율		국내 (Domestic)	국외 (Overseas)
- 시장규모 : 연간 1.8조 원 (하단 표 참조)		- 시장규모 : 약 36조 원 (하단 표 참조)	



경쟁업체 혁황

○ 국내 경쟁 현황

- 중·대형 필터 제조사 다수 존재 (㈜한일필터, 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
 - 시장 점유율: 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 11억원 달성을 위한 시장성 검증 완료

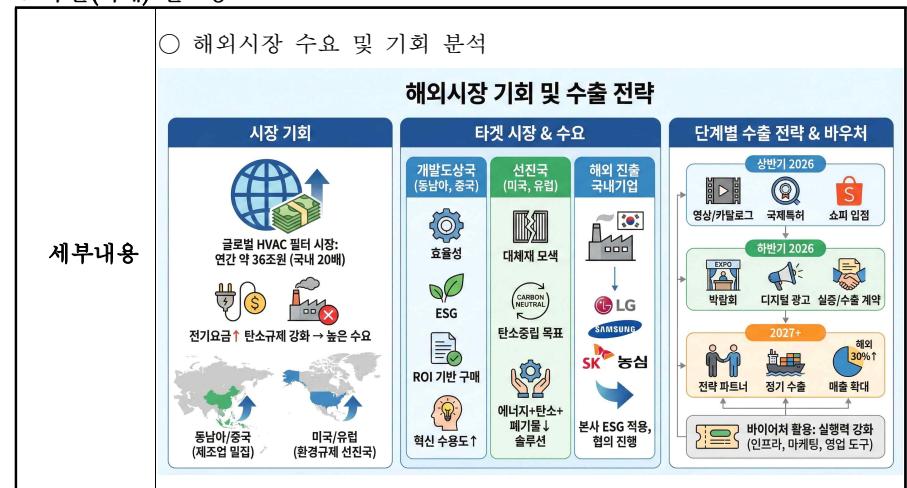
© 국외 경쟁 협회

- 글로벌 HVAC 필터 주요 기업: 3M(미국), Camfil(스웨덴), AAF International(미국), Donaldson(미국) 등
 - 시장 특성:

선호 중심 프리미엄 제품군 vs 가격 중심 보급형 제품군으로 양분화

	<p>대부분 전통적인 부직포 또는 합성섬유 방식</p> <p>- 경쟁사 한계점:</p> <p>“장기적 저차압 유지 + 실증 기반 에너지절감 데이터“를 동시에 제시하는 제품 매우 제한적</p> <p>에너지 · ESG · 경제성을 통합 제공하는 솔루션 희소</p> <p>B2B 맞춤형 ROI 분석 서비스 부재</p> <p>- 시장 규모: 글로벌 HVAC 필터 시장 연간 약 36조원 (2024년 기준)</p> <p>○ 당사의 글로벌 경쟁 우위</p> <ol style="list-style-type: none">1. 실증 데이터 기반 에너지 절감 입증<ul style="list-style-type: none">- 국내 적용 사례 통해 정량적 효과 검증 완료- 고객사별 맞춤 ROI 분석 자료 제공 가능2. B2B 특화 접근 전략<ul style="list-style-type: none">- 단순 제품 판매가 아닌 종합 솔루션 제공- 에너지 절감 컨설팅 + 제품 공급 + 사후관리 패키지3. 가격 경쟁력<ul style="list-style-type: none">- 기존 부직포 필터의 총 운영비용(TCO) 대비 동등하거나 낮은 수준- 초기 투자비 12개월 내 회수 가능4. 신속한 시장 대응력<ul style="list-style-type: none">- 창업 초기 기업의 유연성과 기민성- 고객 맞춤형 제품 개발 및 납기 대응 능력
--	---

○ 수출(확대) 필요성



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
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 개발도상국 시장의 특성 <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 판행과 달리 혁신제품 수용도가 높음 - 특히 동남아 진출 한국 기업들은 본사 ESG 정책에 따라 에너지 절감 솔루션 적극 도입
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 선진국 시장의 특성 <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
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 제조거점 보유 국내기업들의 수요 <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), 서브원(베트남) 등과 협의 진행 중
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단계별 수출 전략 및 바우처 활용 계획 <ol style="list-style-type: none"> 1단계 (2026년 상반기: 2월 ~ 5월) - 마케팅 인프라 구축 및 자재권 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 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 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
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출바우처 활용을 통한 실행력 강화 <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
	<p>다. 목표시장 및 목표고객군</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 목표시장

희망(기) 진출시장	동남아시아, 중동, 북미
진출 희망국가	베트남, 인도네시아, 말레이시아, 미국, 아랍에미리트
선정사유	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현지 진출한 한국 기업(공장)에 공급 <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
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 많은 글로벌 기업들의 아시아 H.Q. 및 제조공장 포진 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 기초산업에 도움이 되는 기술/아이템을 적극 홍보 <ul style="list-style-type: none"> ※예: TKDN(국산부품사용) 인증제도, Tingkat Komponen Dalam Negeri - 당사 경영진은 과거 거래하던 현지 공급채널을 보유 중.
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 환경 규제 등의 이유로, 신제품에 대한 높은 니즈 <ul style="list-style-type: none"> - 탄소+에너지 복합형 기술에 대한 높은 지원 - 쇼케이스 진행 (LG엔솔 AR, 농심 CA) <p>※단, 관세 협약에 따른 후속상황 주시 필요.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국수력원자력의 바라카 원전 사업 등 다수 진행 <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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 베트남 <ul style="list-style-type: none"> ☞ 서브원 공급 협의 중 (LG디스플레이 공급 예정) ☞ 현지 제조업체 CÔNG TY TNHH KDT VINA와 OEM 제조계약 협의 중. ○ 인도네시아 <ul style="list-style-type: none"> ☞ HAO Indonesia와 공급망 MOU 체결 (25 '08) ○ 미국 <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	<p>해외 진출 초기 단계</p> <p>※ 흥보·광고 등 구체적 영업마케팅 Tool의 부재</p>
전담인력	<p>경영진 2명으로 구성된 회사로서, 해외 영업·기술 설명 등 병행</p> <p>※ 단, 경영진 2명의 해외주재원/현지법인장/기업체경영 등 해외사업 경력은 도합 28년임. (영국, 스웨덴, 중국, 베트남 등)</p>
해외시장정보 획득 여부/경로	<p>산업 네트워크 및 파트너 협의를 통한 정보 수집</p> <p>※ 외국어 버전 홍보영상 및 자료 등 필요.</p>
해외마케팅 온·오프라인 홍보활동여부	<p>자체 제작 영문 자료/기술 설명자료/제품 소개자료 보유</p> <p>※ 본 바우처 사업을 통해 영상 제작 및 전시회 참가를 계획하고 있음</p>
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



구분	내용
단기 목표 (1년 내)	<ul style="list-style-type: none"> - 해외 홍보용 영상 및 카탈로그 제작 - 국제특허 출원 및 지재권 확보 - 소피 입점 및 디지털 광고 진행 - 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	내용
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 18,572천 원)

분야	내 용
박람회	<p>[해외 박람회 참가] (10,000천 원)</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] (8,572천 원)</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 10,000천 원)

분야	내 용
광고	<p>[인플루언서 디지털 광고 집행] (5,000천 원)</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 컨텐츠 제작] (5,000천 원)</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. =