
2026 월드컵 Korean Festival

+

Buyer Matching 수출상담회

운영 제안서

2026. 03. 25

2026 년 월드컵 Korean Festival

바이어 B2B 바이어 매칭 및 B2C 마켓 행사

□ 사업 개요

월드컵 기간 중 형성된 대규모 유동인구와 K-Culture 및 한국 뷰티·식품에 대한 높은 관심을 실질적인 수출 성과로 연계하고자, 미국 진출을 희망하는 한국 기업을 대상으로 **미국 현지 바이어 대상 1일 B2B 매칭 행사와 1일간의 B2C 마켓 행사를 연계 개최**합니다.

본 프로그램은 미국 시장 진출을 희망하는 한국 뷰티·식품 기업을 대상으로, 실질적인 바이어와의 비즈니스 미팅을 통해 계약 가능성을 제고하고, 동시에 현지 소비자 반응을 직접 확인함으로써 단기간 내 수출로 이어질 수 있도록 체계적인 가이드를 제공하는 것을 목표로 합니다.

1

제안개요

□ 사업 추진 배경

- 월드컵 기간 중 형성된 대규모 유동인구 및 글로벌 관심도 활용
- K-Culture 확산에 따른 한국 뷰티·식품에 대한 미국 내 수요 증가
- 일회성 홍보를 넘어 실질적 수출 성과로 연계 필요

□ 사업 목적

- 미국 시장 진출을 희망하는 한국 뷰티·식품 기업의 현지 진출 지원
- 실질 바이어 매칭을 통한 수출 계약 가능성 제고
- 현지 소비자 반응 검증 및 시장성 테스트
- 단기간 내 수출 진행을 위한 실무 가이드 제공

□ 기간: 2026년 06월 17일(수) ~ 21일(일)

□ 장소: 힐튼 (DoubleTree) Hotel at Fort Lee & Korea Way at Manhattan

□ 대상: 미국 진출을 희망하는 한국 뷰티·식품 기업(20개사)

□ 방식: B2B 바이어 매칭 행사 + B2C 마켓 연계 운영

□ 구성: 1일 B2B 바이어 1:1 매칭 상담회 개최, 1일간 일반 소비자 대상 B2C 마켓 운영

□ 프로그램 세부 내용

1. B2B 바이어매칭 수출상담회 운영

- 미국 현지 유력 유통사·도매상·전문 바이어 대상 사전 수요조사 실시
- 품목 적합도 및 수입 가능성 검토를 통한 맞춤형 1:1 사전 매칭 체계 구축
- 수출상담회 개최를 통한 계약 추진형 비즈니스 미팅 운영
- 유통 입점, 총판 계약, 투자 연계 등 실질 성과 중심 상담 진행
- 상담 결과 분석 및 기업별 후속관리(추가 미팅, 샘플 발송, 계약 지원 등) 체계 운영
- 통역 지원 및 MOU 체결 지원을 통한 계약 가시화

2. B2C 월드컵 코리안 페스티벌 전시회 운영

- 월드컵 기간 대규모 유동인구(약 10만 명 이상) 대상 한국 뷰티·식품 홍보관 운영
- 제품 전시·체험·현장 판매를 통한 실질 소비자 반응 검증
- 현장 설문조사 및 소비자 데이터 수집을 통한 시장성 분석
- K-Culture 연계 프로그램 운영을 통한 브랜드 인지도 및 호감도 제고
- SNS·영상 기록물 제작을 통한 사후 홍보 및 확산 효과 창출

3. B2B·B2C 연계 성과 창출 전략

- B2C 판매 실적 및 소비자 반응 데이터를 모집 미국시장 진출 데이터로 활용
- 바이어 현장 초청을 통한 제품 판매 현황 직접 확인 및 신뢰도 제고
- 단기 매출 창출과 중장기 수출 계약을 병행하는 성과 연계형 운영 모델 구축
- 행사 종료 후 후속관리 체계를 통한 실질 수출 계약 전환 지원

□ 주요 일정

06 월 18 일: B2B 바이어 수출상담 행사/ 힐튼(Double Tree) Hotel

06 월 20 일: B2C 월드컵 페스티벌 마켓 행사/ Korea Way

	17 일(수)	18 일(목)	19 일(금)	20 일(토)	21 일(일)
	1 일차	2 일차	3 일차	4 일차	5 일차
09:00 ~ 10:00	인천 > 뉴욕 뉴욕 오전 10 시 현지 도착/ 공항 픽업	로비 집결	자유시간	7 시 집합 Korea Way 이동	뉴욕>인천
10:00 ~ 11:00		B2B 매칭행사	미국마켓 방문(H-mart, Costco & Walmart etc)	B2C 마켓행사진행	
11:00 ~ 12:00	이동 (공항>호텔)				
12:00 ~ 13:00	점심식사	점심식사	점심식사	점심식사	
13:00 ~ 14:00	체크인	B2B 매칭행사	미국마켓 방문(GSP etc)	B2C 마켓행사진행	
14:00 ~ 15:00	오리엔테이션		B2C 행사준비		
15:00 ~ 16:00					
16:00 ~ 17:00					
17:00 ~ 18:00	저녁식사 후 자유 시간	저녁식사	저녁식사 후 자유 시간	저녁식사 후 자유 시간	
18:00 ~ 20:00		자유 시간	자유 시간	자유 시간	
20:00 ~ 21:00		자유 시간	자유 시간	자유 시간	

□ 주요 추진 내용

○ B2B 바이어 매칭

- 사전 수요조사 및 매칭을 통한 협회 소속 실질 바이어 1:1 상담 진행
- 품목 적합도 분석 후 맞춤형 비즈니스 미팅 주선
- 수출 계약 가능성 제고 및 후속 협의 연계 지원

○ B2C 마켓 행사 운영

- 월드컵 페스티벌 기간 중 약 10만 명 유동인구 대상 제품 홍보 및 판매
- 현장 소비자 반응 조사 및 피드백 수집
- 브랜드 인지도 제고 및 시장성 테스트 수행

○ 바이어 회사 방문 프로그램

- 현지 주요 바이어 회사 방문 및 미팅 진행
- 물류센터·공장 견학을 통한 유통 구조 이해 및 협력 기반 마련
- 장기적 거래 가능성 확대

○ 홍보 지원

- 기업별 영문 브로셔 및 배너 제작 지원
- 바이어와의 MOU 체결 지원
- 행사 전 과정 영상 기록 및 홍보 콘텐츠 제작

○ 현장 운영 지원

- 협회 소속 전문 통역 인력 배치
- 행사 운영 스태프 지원을 통한 원활한 프로그램 진행
- 상담 일정 관리 및 현장 대응 체계 구축

○ 물류 지원 체계 구축

- 통관 절차 안내 및 필요 서류 준비 지원
- 현지 물류창고(3PL) 연계 및 보관·배송 프로세스 안내
- 바이어 계약 체결 시 초도 물량 배송 관련 물류 컨설팅 제공
- 소량 테스트 물량 배송 지원을 통한 시장 진입 장벽 완화
- 식품·화장품 관련 FDA 등 미국 규정 준수 안내 및 라벨링 가이드 제공

4

Expense Plan

□ B2B 바이어 매칭 및 B2C 월드컵 페스티벌

No.	항목	세부내용	금액(US)
1	바이어 매칭 및 수출 상담회 (18 일)	통역 20인 X \$300 = \$6,000.00 장소대관 \$8,000.00 (DoubleTree기준) 상담회장소 운영책임 3인 X \$350 = \$1,050 바이어발굴 30개사 X \$600 = \$18,000	33,050
2	월드컵 페스티벌 남양주 통합부스 (20-21일)	Prime Location Booth Zone 1 (Korean Festival Booth Zone Chart 참조) 부스운영 인력 (\$350 x 25 = \$8750)	50,000 8750
3	홍보·제작	브로셔, 배너, 기념품, 소셜미디어, 미디어 홍보, 언론사 광고게제 (최소 5회이상) 및 관련 보도자료 배포	15,000
4	운영비	책임운영팀 및 코디네이터 · 기록 담당(사진.촬영)\$800 X 5Days =\$4,000.00 행사 4일 식사 : \$4200 (30 명 x \$35 x 4일)	4,000 4200
5	공항 픽업,드랍	현지 교통지원(행사장 이동 및 공항 픽업& 드랍) 45인승 버스임차 \$900 X 5Days =\$4,500.00,기사 \$300 X 5Days=\$1,500.00	6,000
7	물류운송	로컬 물류운송(\$300 x 3), 창고보관(300 x 20)	6900
6	운영 대행	사업운영 대행수수료 전체 예산(\$127,900)의 5% =\$6,395.00	6,395
		Total	134,295

5

기대 효과

- 현지 바이어 사전 매칭 기반의 1:1 상담을 통해 단기 계약 추진이 가능한 즉시 실행형 B2B 성과 창출
- 실질 바이어와의 상담을 통한 수출 협의 구체화 및 후속 미팅·계약 체결 가능성 확대
- 실제 소비자 대상 판매 운영을 통해 현지 시장 반응 및 제품 경쟁력 객관적 검증
- 소비자 피드백 데이터 확보를 통한 제품 개선 방향 도출 및 현지화 전략 수립
- 참가 기업의 미국 시장 진출 가능성을 가시적 수출 성과 및 유통 네트워크 확보로 전환
- B2B·B2C 연계 운영을 통한 단기 매출 창출과 중장기 시장 진입 기반 동시 확보

6

수행 체계

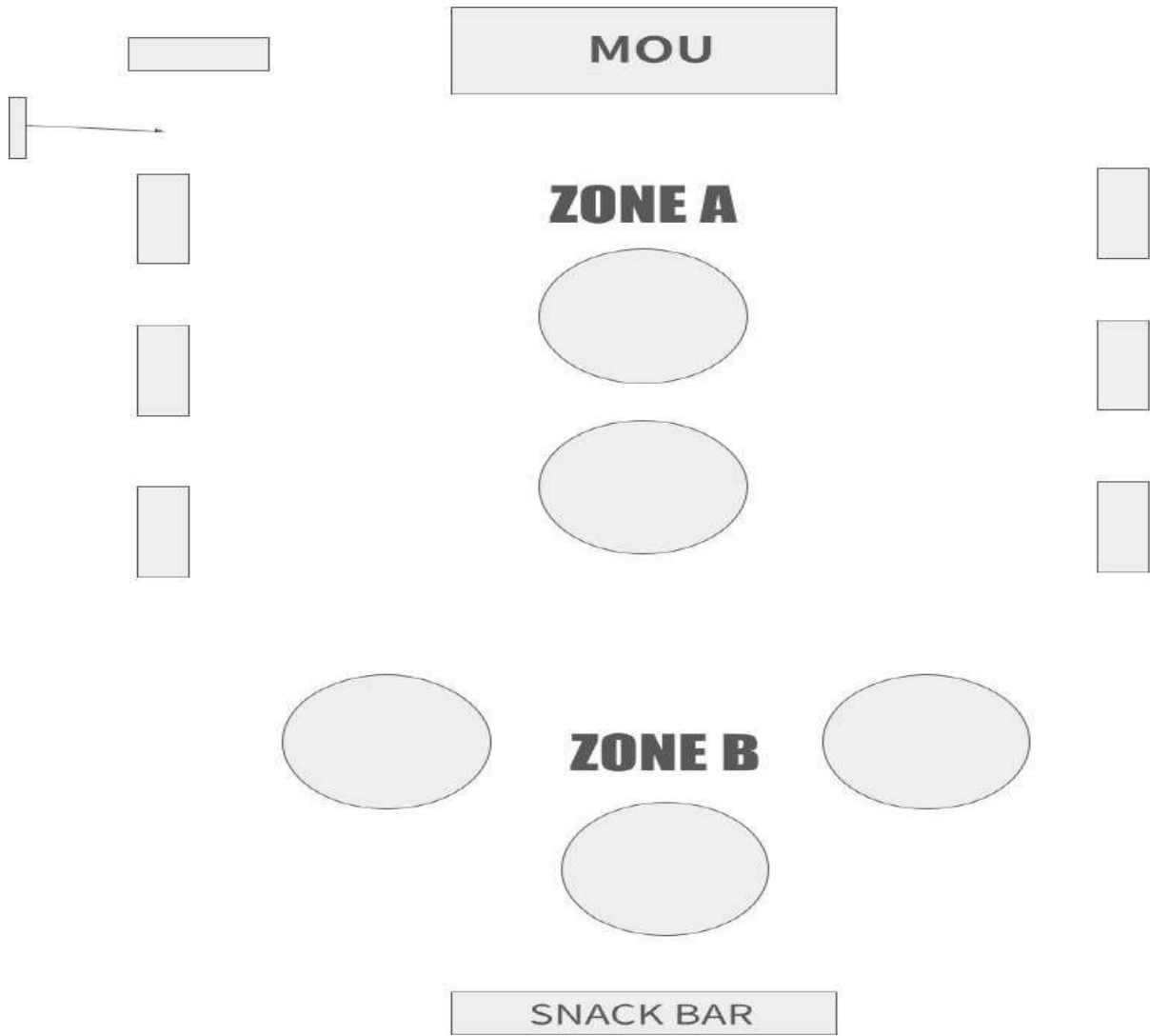
- 실행 및 추진인력 현황



소속	성명	직위	담당 업무
OKTA 뉴욕	이창무	회장	사업총괄 책임
OKTA 뉴욕	강영모	수석부회장	Worldcup Festival 조직운영
OKTA 뉴욕	마틴황	부회장	Worldcup Festival 사무총장
OKTA 뉴욕	김엘리나	총무이사	행사 재무 담당 및 행사총괄
OKTA 뉴욕	김정우	사업이사	바이어 매칭 총괄
OKTA 뉴욕	홍순찬	부회장	물류지원 담당
OKTA 뉴욕	전홍만	무역이사	행사 인력운영 담당
OKTA 뉴욕	김우식	사업이사	참여업체 관리 담당

B2B 바이어 매칭 / 레이아웃 예시

바이어사	대표자	2021년 매출(\$)	연간 수산물 수입 규모(\$)
BCS Corp	유대현	200,000,000	30,000,000
	미동부지역 식품유통 전문기업 오프라인 스토어는 운영하지 않으며 온라인유통과 미주류 소매점 과 메인스트림 마트에 납기 유통하는 중견기업으로 회사의 수입규모와 비교해 한국식품의 수입량은 미미한 편이나 한국수산물 수입에 꾸준한 관심을 가지고 있으며 잠재 확장성을 지니고 있는 기업		
SUPER FRESH Corp.	이희중	500,000,000	100,000,000
	미주 뉴욕과 뉴저지등에 위치한 대형 체인스토어이며 주고객은 히스패닉과 주류백인층이다 꾸준히 성장하고있으며 최근 성장세가 돋보이는 기업이다 미국내 한류에 힘입어 한국제품 수입에 많은 관심이 있으며 수입양도 꾸준히 늘고 있음		
H-MART	권일연	5,000,000,000	1,000,000,000
	H 마트는 미주최대 아시아마트로 한아름 그룹이 운영하는 미국의 슈퍼마켓 체인점으로 본사는 뉴저지주 린드허스트에 위치해 있음. 미국 내 전역 여러 곳에 위치한 이 체인점은 아시아(한국)식품과 수산물을 전문으로 유통하며 한국수산물 수입량이 매년 꾸준히 늘고있음		
FOOD BAZAAR	KEVIN	500,000,000	50,000,000
	미주 뉴욕과 뉴저지등에 위치한 체인스토어 이며 주고객은 히스패닉과 백인층이다 꾸준히 성장하고있으며 미국내 한류에 힘입어 한국농.수산물 수입량을 꾸준히 늘리고있다		
HanSung food	장철동	50,000,000	20,000,000
	뉴욕에 본사를 두고 있으며 한국농.수산 식품수입을 30년이상 해오고있는 기업으로 대형창고와 냉동창고를 보유하고 미국내 마트와 레스토랑에 한국산식품을 납품하고 있음. 한국산 식품 유통만을 전문적으로 하는 기업		
Lotte plaza	이승길	300,000,000	50,000,000
	아시아.한인 마트를 미국 버지니아 플로리다지역에 여러개를운영하고있으며 최근에는 뉴저지 지역에 추가 매장을 오픈하였다 한국 수산식품을 수입을 꾸준히 하고있음		
Ottugi America	최순식	20,000,000	7,000,000
	한국산 수산물수입을 확장하고있으며 신상품 론칭과 유통에 적극적인 기업		
WHOLESOME DIRECT	송지원	10,000,000	2,000,000
	식품 이-커머스 전문 유통기업이다 코로나상황에 온라인 만으로 급성장한 기업 한국수산물, 밀키트 제품에 관심이 많고 기존 한국상품을 수입하고있음		
한양마트	한양마트	80,000,000	20,000,000
	한양마트는 1986년 뉴욕 우드사이드에 첫번째 지점을 오픈한 이래로 1989년 플러싱지점 오픈(한인 최초의 대형매장), 1991년 엘머스트지점 오픈, 1994년 뉴저지 버겐필드지점 오픈, 2000년 뉴욕 모닝글로리 오픈, 2007년 롱아일랜드헤릭스빌지점 오픈에 이어 2009년 뉴저지 리지필드지점을 오픈했다.한국수산물상품에 이해도가 높으며 꾸준히 수입을 하고 있음		



MOU 존 예시



상담테이블 예시



