

CONFIDENTIAL

INVESTMENT OPPORTUNITY

K-Beauty & Culture Station

세종학당 글로벌 네트워크 기반
O2O 체험형 커머스 플랫폼

Date
2026. 01.

Presented By
TY LOGISTICS CO.,LTD

Executive Summary

K-Beauty & Culture Station 사업 핵심 요약

OVERVIEW



PROBLEM

해외 마케팅 비용 급증

전통적인 팝업스토어 및 인플루언서 마케팅 비용이 지속적으로 상승하고 있으나, 실제 구매 전환율은 저하되어 ROI(투자 대비 수익) 확보가 어려운 상황입니다.



SOLUTION

세종학당 네트워크 활용

전 세계 88개국 256개소의 세종학당을 K-뷰티 체험 거점으로 전환하여, 별도의 임대료 없이 글로벌 오프라인 접점을 즉시 확보합니다.



MODEL

Learn – Touch – Buy

한국 문화 학습(Learn)과 제품 체험(Touch)을 자연스럽게 연결하고, QR 코드를 통해 즉시 구매(Buy)로 이어지는 완벽한 O2O 순환 모델을 구축합니다.



RESULT

CAC 절감 및 고효율

이미 한국 문화에 관심이 높은 '총성 타겟'에게 접근하여 고객 획득 비용(CAC)을 최소화하고, 구매 전환율을 극대화하여 수익성을 보장합니다.

Market Challenges

화장품 업계의 3대 난제

중소 화장품 브랜드가
해외 시장 진출 시 직면하는
구조적인 한계점



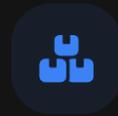
01 해외 고객 획득 비용(CAC) 상승

디지털 광고 경쟁 심화로 클릭당 비용(CPC)이 폭등하고 있으며, 단순 노출만으로는 실제 구매로 이어지지 않는 '고비용 저효율' 구조가 심화되고 있습니다.



02 불확실한 마케팅 ROI

일회성 팝업스토어와 인플루언서 마케팅에 막대한 예산을 투입하지만, 지속적인 팬덤 확보나 재구매율(Retention) 데이터 확보가 불가능해 투자 효율이 불투명합니다.



03 복잡한 규제 및 물류 장벽

국가별 상이한 통관 규제(MoCRA 등)와 복잡한 배송 프로세스로 인해, 제품력이 우수해도 적시에 시장에 진입하지 못하는 '스케일업(Scale-up)'의 한계가 존재합니다.

기존 해외 진출의 한계 vs 새로운 해법

비효율적인 전통적 수출 방식에서 데이터 기반의 O2O 플랫폼 모델로의 전환

Traditional Model

기존 수출 방식



광고
Ads



유통
Retail



프로모션
Promo



고정비 과다 지출

팝업스토어 임대료, 인건비 등 높은 초기 투자 비용



낮은 구매 전환율

불특정 다수 대상 마케팅으로 타겟 적중률 저조



파편화된 데이터

유통 채널별 데이터 단절로 고객 분석 불가

VS

K-Beauty Station

당사 제안 모델



체험
Touch



직연결
Connect



풀필먼트
Fulfillment



비용 효율 극대화

세종학당 인프라 활용으로 임대료 및 모객 비용 Zero



고전환 타겟팅

K-컬처 팬덤(충성 고객) 대상 체험으로 즉시 구매 유도



End-to-End 통합

1st-party 데이터 확보 및 물류-판매 시스템 완전 연동

Market Opportunity

Why Now?

지금 이 글로벌 확장의
골든타임인 이유

K-BEAUTY EXPORT GROWTH



글로벌 K-Beauty의 폭발적 성장

3,778억 달러 시장

2025년 글로벌 화장품 시장 규모 3,778억 달러 전망. 한국 화장품 수출액은 역대 최고치에 근접하며 '제2의 전성기'를 맞이하고 있습니다.



세종학당 네트워크의 확장

수강생 +20.8% YoY

전 세계 88개국 256개소, 수강생 21.6만 명 돌파. 온라인 회원 50만 명을 포함한 거대한 '잠재적 K-컬처 소비자 군단'이 형성되었습니다.



체험형 O2O + 팬덤경제의 결합

New Paradigm

단순 온라인 판매를 넘어, '직접 체험(Touch)'과 '팬덤(Fandom)'이 결합된 새로운 O2O 모델이 가장 강력한 구매 전환 동력으로 부상했습니다.

SECTION 02

Solution.

K-Beauty & Culture Station
솔루션 아키텍처

K-Beauty & Culture Station

핵심 메커니즘

세종학당의 글로벌 거점과 O2O 기술을 결합하여 체험에서 구매까지 단절 없는 고객 경험을 제공합니다.



01

체험 거점화

전 세계 세종학당을 K-뷰티 체험존(파우더룸) 및 교육장으로 전환하여, 단순 제품 노출이 아닌 '문화 교육'의 일환으로 제품을 깊이 있게 경험하게 합니다.



02

O2O 연결

체험 현장에 비치된 QR 코드를 스캔하면 제조사 자사몰(DTC) 또는 전용 랜딩페이지로 즉시 연결되어, 오프라인 경험을 온라인 데이터로 전환합니다.



03

글로벌 풀필먼트

주문 발생 시 미국(LA) 및 한국(여주) 물류센터에서 즉시 출고 시스템이 가동되며, 현지 배송망을 통해 빠르고 안전하게 고객에게 전달됩니다.

THE MECHANISM

Learn - Touch - Buy

팬덤을 충성 고객으로 전환하는 5단계 선순환 프로세스

STEP 01



Learn

세종학당 문화 수업 및
한국어 강좌에서
K-뷰티 콘텐츠 자연 노출

STEP 02



Touch

학당 내 파우더룸 및
체험존에서 실제 제품
테스트 및 사용 경험

STEP 03



Buy

전시된 QR 코드 스캔으로
제조사 공식몰/랜딩페이지
즉시 접속 및 구매

STEP 04



Delivery

현지 거점(LA 등) 또는
한국 물류센터(여주)에서
One-Stop 직배송

STEP 05



Retention

후기 작성, 멤버십 가입,
재구매 유도를 통한
지속적 관계 형성

Zero

마케팅 비용

100%

타겟 적중률

Fast

배송 시스템

Global Network

전 세계 88개국 256개소의 거점

세종학당재단의 글로벌 네트워크는 단순한 한국어 교육 기관을 넘어, K-뷰티와 문화를 전파하는 가장 강력한 오프라인 플랫폼입니다.



88

Countries (국가)



256

Locations (학당)



5

Strategic Hubs (주요 거점)



Map Legend

- 주요 거점 (Hubs)
- 일반 학당 (Branches)

체험존 운영 콘셉트

세종학당 내 유희 공간과 문화 수업을 전략적으로 활용하여 자연스럽게 몰입도 높은 브랜드 체험 환경을 조성합니다.



01

파우더룸 표준 키트

학당 로비나 휴게실 등 유희 공간에 'K-뷰티 파우더룸'을 설치하고, 학생들이 쉬는 시간에 자유롭게 사용할 수 있는 최신 유행 표준 테스터 키트를 상시 비치합니다.



02

문화수업 교보재 연동

세종학당 정규 과정인 'K-메이크업' 문화 수업 시 실제 실습용 교보재로 제품을 제공하여, 단순 체험을 넘어선 교육적 가치를 전달하고 제품에 대한 깊이 있는 이해를 돕습니다.



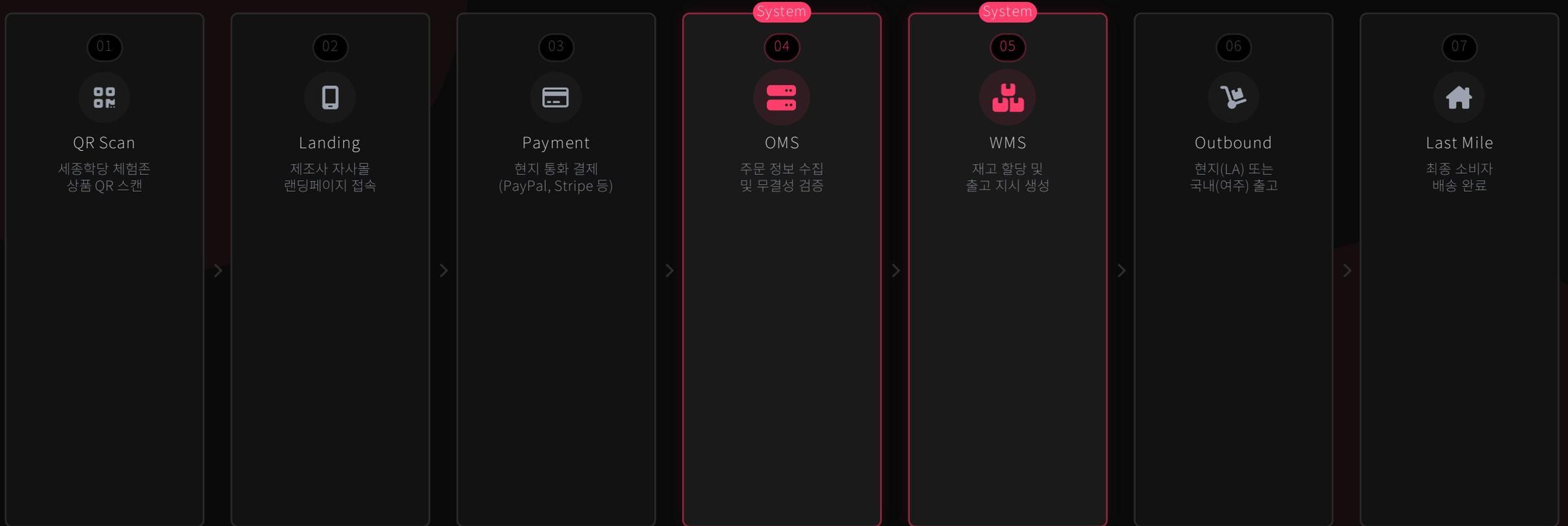
03

브랜딩 일체화

재단 로고와 K-Beauty 아이덴티티가 담긴 전용 포장 박스, 다국어 사용 가이드, QR 코드가 포함된 디스플레이 거치대를 제공하여 일관된 프리미엄 브랜드 이미지를 구축합니다.

End-to-End Fulfillment Flow

체험에서 배송까지, 데이터가 끊김 없이 연결되는 원스톱 시스템



Real-time

데이터 동기화

Auto

주문 처리 자동화

Global

전 세계 배송

Data-Driven CRM Strategy

체험에서 구매로 이어지는
데이터 선순환 구조 구축

O2O CONVERSION FUNNEL



행동 데이터 수집

Event Tracking

체험존 내 QR 스캔, 제품 상세 페이지 조회, 장바구니 담기 등 오프라인 접점에서의 고객 행동 데이터를 실시간으로 수집하여 1st-Party Data를 확보합니다.

정밀 세그멘테이션

Hyper-Targeting

국가별(피부톤/기후), 학당별(도심/교외), 수강 강좌 타입(언어/문화)에 따라 고객을 세분화하여, 각 타겟 그룹에 최적화된 제품을 큐레이션합니다.

리텐션 & 로열티

LTV Growth

수집된 데이터를 기반으로 이메일 마케팅, 포인트 리워드, 정기 구독 모델을 제안하여 일회성 체험 고객을 충성도 높은 구매 고객으로 전환시킵니다.

공공기관 협력 논리 vs 상업성 한계 극복

상업적 접근의 리스크를 '교육 및 문화 기부' 프레임으로 전환하여 협력 유도

Commercial Frame

상업 판매 접근 (리스크)



-  공공성 훼손 우려
공공 교육 기관이 특정 기업의 판촉 창구가 된다는 비판
-  행정적 거부감
영리 활동 지원 불가 원칙에 따른 예산 및 장소 협조 불가
-  특혜 시비 가능성
특정 브랜드 독점 지원에 따른 공정성 논란 발생 위험

VS

Education & Donation

교육·기부 프레임 (설득 논리)



-  교육용 기자재 기부
최신 K-뷰티 제품을 수업 실습용 '보조 자료'로 무상 기증
-  문화 체험 가치 제공
단순 제품이 아닌 '한국의 최신 뷰티 트렌드'를 문화로 체험
-  상업성 최소화
현장 판매 없음, 학생이 원할 때만 QR로 접근하는 간접 방식

SECTION 03

Market Opportunity.

시장 기회 및 성장 동력

글로벌 K-뷰티 시장의 폭발적 성장 모멘텀

역대 최고 수출 실적 달성 및 지속적인 두 자릿수 성장 전망



2025 Global Market

\$377.8 B

전 세계 화장품 시장 규모



2026 Korea Export Forecast

\$10.97 B

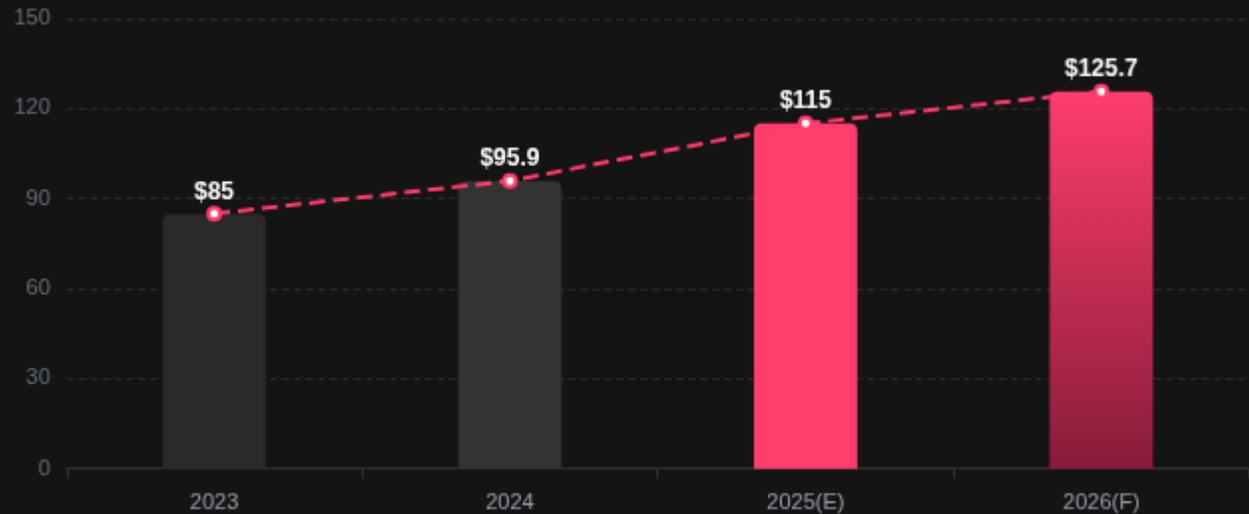
2025년 대비 성장률 전망

+14.5%

한국 화장품 수출액 추이 및 전망

● 과거 실적 ● 전망치 (Estimate)

위: 억 달러



Source: 관세청 무역통계, 글로벌 리서치 기관(2025), 산업연구원 전망치

미국 뷰티 시장의 새로운 기회와 규제 변화

온라인 중심의 채널 이동과 MoCRA 규제 대응이 핵심 성공 요인



Online Channel Shift

40%+ **Rapid Growth**

아마존 및 DTC 채널 비중 확대
오프라인 진입의 교두보 역할

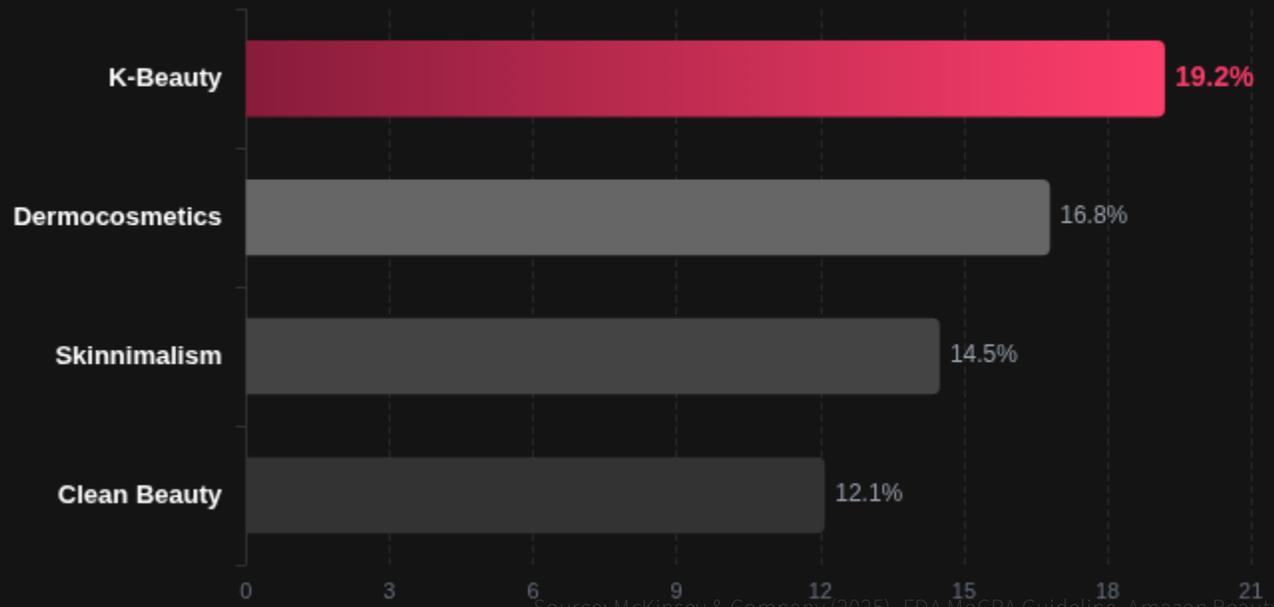


Regulatory Barrier

MoCRA

화장품 규제 현대화법 발효
RP 지정 및 시설 등록 의무화

2026 미국 뷰티 트렌드 키워드 성장 전망



Source: McKinsey & Company (2025), FDA MoCRA Guideline, Amazon Beauty Report

압도적인 글로벌 도달 범위

세종학당재단은 전 세계 88개국에 퍼진 가장 강력한 K-컬처 오프라인 채널이며, 매년 두 자릿수의 가파른 성장세를 기록하고 있습니다.

YoY +4.2%



256

Global Locations

전 세계 88개국 거점
(2024년 기준)

YoY +20.8%



21.6만

Offline Students

연간 오프라인 수강생
(2023년 실적)

Cumulative



50.6만

Online Members

누리-세종학당 회원 수
(잠재 고객 풀)

K-Culture Evangelist

단순 소비자가 아닌, 한국 문화를 체험하고 전파하는 능동적 팬덤



Core Target

Sophia (22)

세종학당 중급반 수강생 / 대학생

"드라마에서 주인공이 쓰던 그 립스틱, 한국어 수업 끝나고 바로 써볼 수 있어서 너무 신기해요!"

#K-Drama

#K-Beauty

#GenZ

#Instagram



체험 선호 (Experience)

텍스트나 영상보다 직접적인 터치와 테스트를 선호합니다. 실패 없는 구매를 위해 물리적 경험을 필수적으로 여깁니다.



강력한 구전 (Viral)

자신의 '한국통' 이미지를 강화하기 위해 희소성 있는 K-제품을 발견하면 SNS와 커뮤니티에 즉각 공유합니다.



문화 몰입 (Immersion)

화장품을 단순 소비재가 아닌, 동경하는 한국 라이프스타일의 일부로 인식하여 높은 관여도를 보입니다.



효능 신뢰 (Trust)

'세종학당'이라는 공신력 있는 기관에 비치된 제품이라는 점에서 품질에 대한 의심 없이 구매를 결정합니다.

Purchase Journey



세종학당
수업/휴게실 노출



QR 스캔
상세정보/리뷰 확인



DTC 구매
현지/직배송 수령

COMPETITIVE ADVANTAGE

압도적 효율과 데이터 주권

기존 해외 진출 방식의 한계를 뛰어넘는 구조적 경쟁 우위

CRITERIA

TRADITIONAL POP-UP

ONLINE MARKETPLACE

 SEJONG O2O

 CAC Efficiency
고객 획득 비용

 High Cost
임대료/인테리어

 Medium-High
광고비(CPC) 경쟁

 Zero / Low
공간 무상 활용

 Conversion Rate
구매 전환율

 Low (<1%)
불특정 유동인구

 Medium (2-3%)
가격 비교 심화

 Very High
100% 타겟 팬덤

 Data Ownership
데이터 소유권

 None / Offline
휘발성 데이터

 Platform Owned
고객 정보 차단

 1st Party Data
DTC 직접 연결

 Scalability
확장성

 Low Speed
물리적 제약

 High Speed
글로벌 오픈

 High Speed
즉시 거점 확장

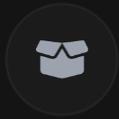
SECTION 04

Business Model.

수익 구조와 파트너십

다각화된 수익 구조 (Revenue Stream)

초기 진입 비용은 낮추고, 물류와 판매에서 지속 가능한 수익을 창출합니다.



입점 패키지 (One-time)

브랜드당 초기 세팅비 및 체험 키트 제작/전시 비용 청구.
(물류 입고, 전산 등록, 체험존 디스플레이 포함)

Revenue Share: 10%

01

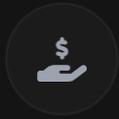


물류비 마진 (Recurring)

국제 운송, 통관, 현지 풀필먼트 및 라스트마일 배송 수수료.
거래량이 늘어날수록 마진폭이 확대되는 핵심 수익원.

★ Revenue Share: 50%

02

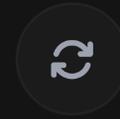


판매 수수료 (Performance)

QR 코드를 통한 구매 전환 발생 시 결제액의 일정 비율 수취.
(옵션: PG 수수료 별도, 플랫폼 이용료 개념)

Revenue Share: 25%

03



구독/유지보수 (Retainer)

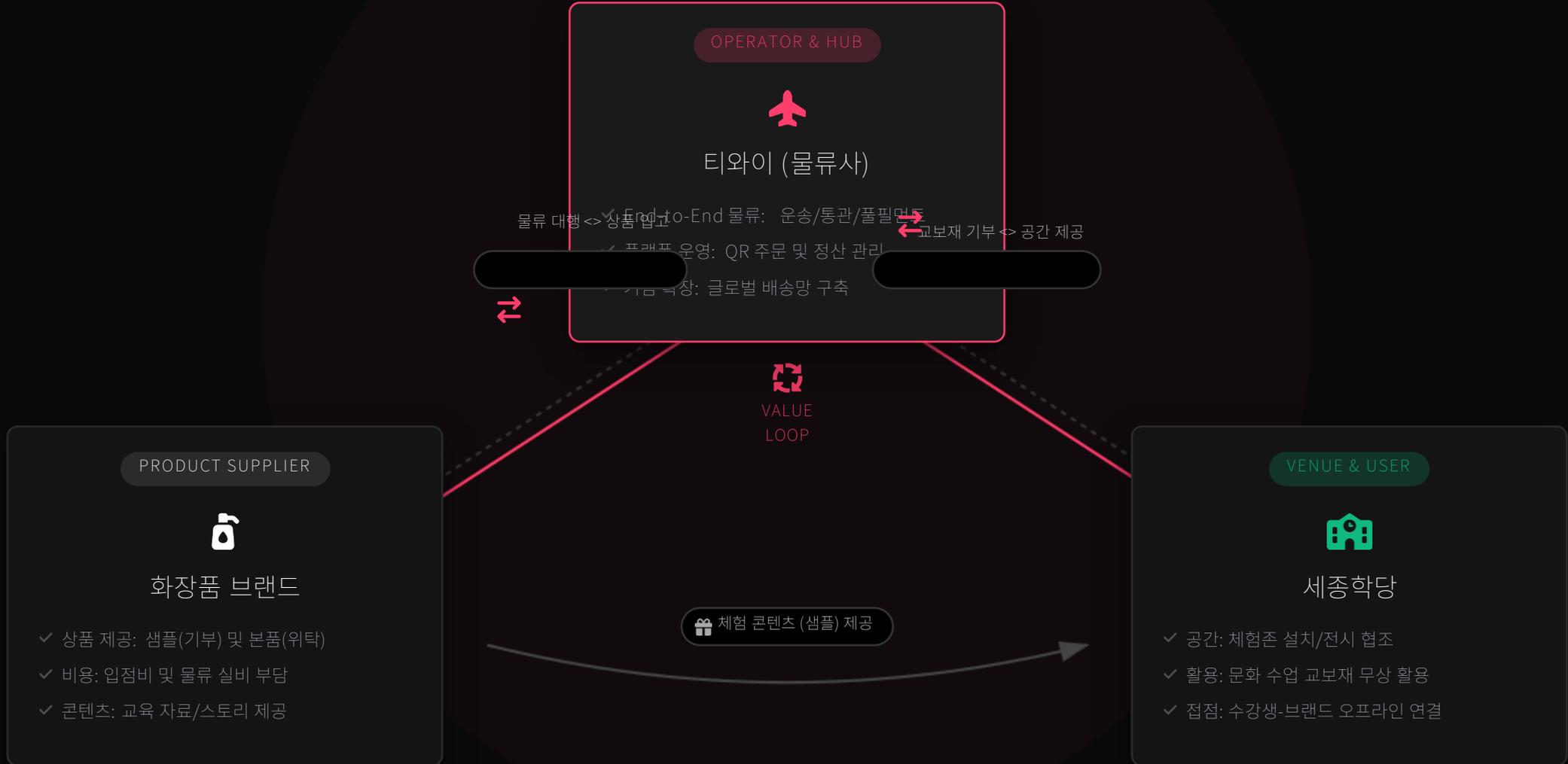
지속적인 재고 관리, 체험존 리뉴얼, 월간 리포트 제공 서비스.
안정적인 현금 흐름을 창출하는 구독형 모델.

Revenue Share: 15%

04

지속 가능한 3자 협력 생태계

각 파트너의 핵심 역량을 결합하여 시너지를 극대화하는 선순환 구조



단계별 실행 로드맵 (Action Plan)

파일럿 검증부터 글로벌 스케일링까지, 체계적인 4단계 성장 전략



Phase 01

파일럿 테스트

베트남 하노이 또는 미국 LA 1개소 선정
3~5개 파트너 브랜드 '체험박스' 시범 운영
QR 스캔 데이터 및 현장 VOC 수집

Now - 2025 Q2



Phase 02

본부 MOU 체결

세종학당재단 본부와 공식 업무협약 추진
'K-컬처 확산을 위한 물류/콘텐츠 협력' 명분
표준 운영 매뉴얼 및 가이드라인 수립

2025 Q3 - Q4



Phase 03

플랫폼화

티와이 홈페이지 내 '입점 신청' 시스템 오픈
전용 물류 프로세스(WMS 연동) 고도화
거점 5개국(미/베/칠/UAE/프)으로 확대

2026 Q1 - Q2



Phase 04

글로벌 스케일링

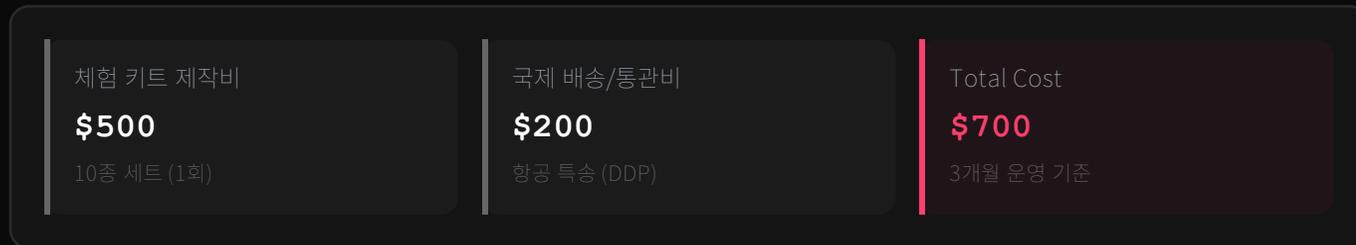
전 세계 88개국 256개소 전체 대상 확장
수익 모델 다각화 (입점비/판매수수료 도입)
온라인 한국어 클래스와 커머스 결합 상품

2026 Q3 ~

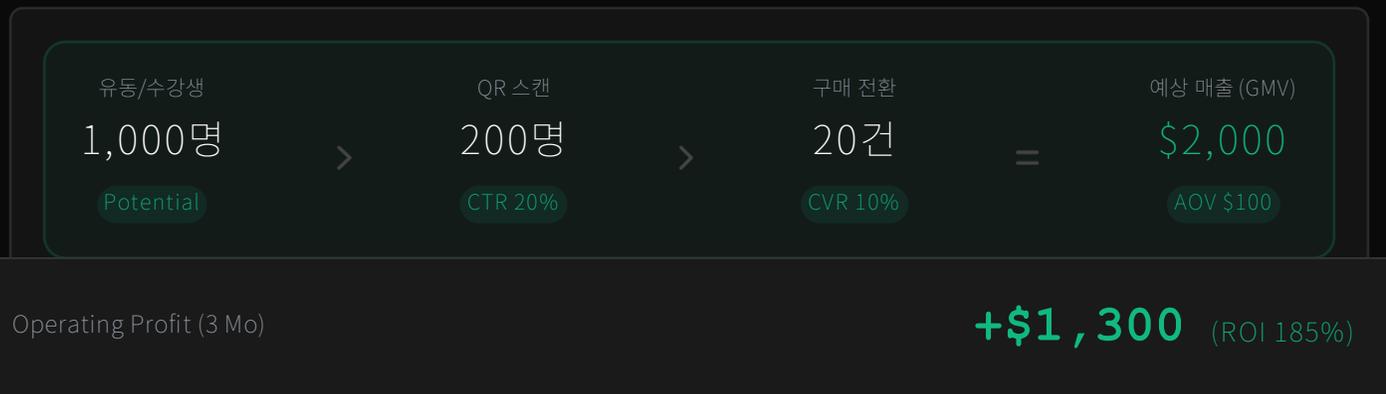
1개 학당 기준 경제성 분석 (3개월)

낮은 초기 비용과 높은 전환율로 전통적 마케팅 대비 압도적인 ROI 달성

- Cost Structure (Investment)



+ Revenue Model (Projection)



CAC Efficiency

고객 획득 비용 (Customer Acquisition Cost) 비교

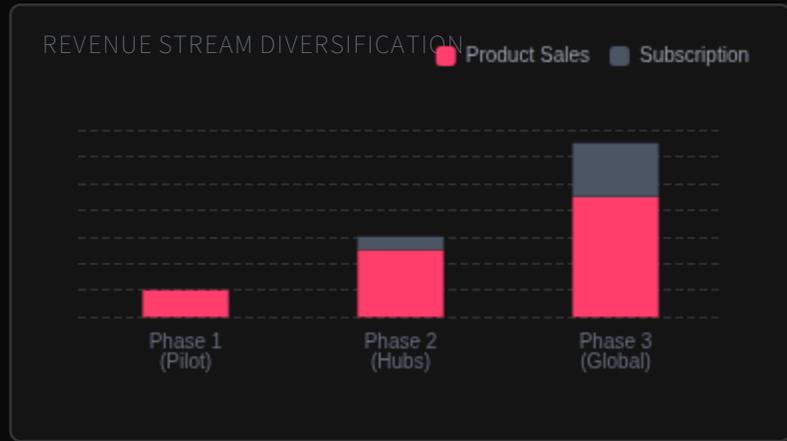


운영비 \$700 투입 시 50명의 진성 고객(구매자) 확보 가능. 클릭당 비용이 아닌, '체험' 기반의 고효율 마케팅

Scalability Strategy

Expansion Model

지역 확장에서
수익 모델 고도화까지



중동/유럽 거점 확장

Global Scale-up

미국/베트남 파일럿 성공 모델을 기반으로, K-뷰티 수요가 급증하는 중동(UAE, 사우디) 및 유럽(프랑스, 영국) 주요 세종학당으로 거점을 확대하여 글로벌 커버리지를 확보합니다.



온라인 클래스 & 라이브커머스 연계

Content Commerce

세종학당 온라인 클래스 내 'K-뷰티 문화 강좌'를 개설하고, 현지 졸업생 인플루언서와 연계한 라이브커머스를 진행하여 오프라인 체험을 온라인 트래픽으로 즉각 전환합니다.



구독 박스 & 멤버십 도입

Recurring Revenue

학습 진도에 맞춘 월간 'K-Culture Box' 정기 구독 모델을 도입하고, 충성 고객(우수 수강생) 대상 멤버십 혜택을 제공하여 일회성 구매를 넘어선 지속적인 LTV를 창출합니다.

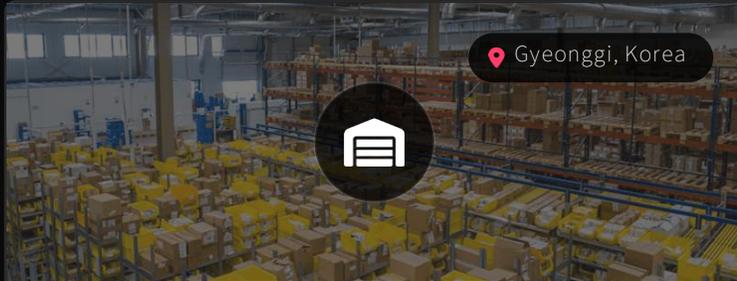
SECTION 05

Competitive Advantage.

핵심 경쟁우위

운영 인프라 우수

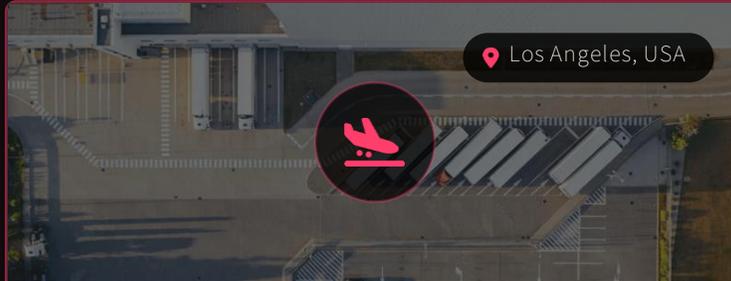
국내외 자체 물류 센터와 통합 시스템으로 단절 없는 End-to-End 서비스 제공



Global Distribution Hub

국내 물류센터 & 스튜디오

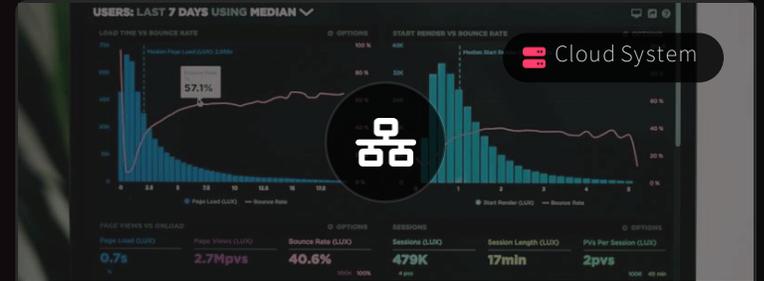
- ✓ 규모: 대지 4,000평 / 창고 600평 (화장품 전용 메자닌)
- ✓ 설비: 다품종 소량 관리에 최적화된 DAS 시스템
- ✓ 콘텐츠: 60평 규모 전용 촬영 스튜디오 보유



US Fulfillment Center

미국 현지 풀필먼트 센터

- ✓ 규모: 50,000 sq.ft (약 1,400평) 대형 물류 기지
- ✓ 접근성: LA 항만/공항 30분 거리, 서부 배송 최적지
- ✓ B2B(아마존 FBA) 및 B2C(세종학당 직배송) 병행 처리



IT Infrastructure

통합 물류 시스템 (WMS/OMS)

- ✓ 연동: 주문(QR)-재고-배송 실시간 데이터 연동
- ✓ 가시성: 화주사 전용 대시보드로 글로벌 재고 한눈에 파악
- ✓ 효율: 바코드 기반 오출고율 0.1% 미만 관리

압도적인 접근성과 비용 효율성

상업적 임대료가 발생하는 기존 팝업스토어와 달리,
'교육 기부' 프레임워크를 통해 진입 장벽과 비용을 획기적으로 낮췄습니다.

✓ Cost Saving



0원

Zero Rental Cost

해외 팝업스토어 임대료 대비
완벽한 '제로 비용' 구조 실현

💡 Framework



Edu Kit

Educational Frame

판매 상품이 아닌 '교육용 교구'로
접근하여 상업적 거부감 제거

🤝 Win-Win



High

Access & Coop

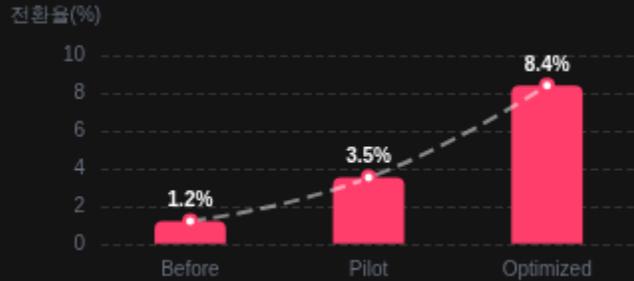
양질의 K-문화 콘텐츠를 제공하여
현지 학당의 자발적 공간 협조 유도

Competitive Advantage

Data-Driven Impact

데이터로 완성하는
구매 전환의 과학

OPTIMIZATION EFFECT (CVR)



체험 데이터 기반 퍼널 최적화

Conversion Up

세종학당 내 오프라인 체험(Touch) 반응 데이터와 QR 스캔 로그를 결합하여, 관심 단계에서 구매 단계로 이어지는 퍼널(Funnel)을 정교하게 최적화합니다.



국가/학당별 초정밀 큐레이션

Hyper-Localization

88개국의 기후, 피부 타입, 선호 트렌드 데이터를 분석하여 베트남엔 '수분 진정', 미국엔 '비건 색조' 등 학당별 최적의 SKU를 선별 공급합니다.



독점적 1st-Party 데이터 확보

Data Asset

기존 유통 채널(Amazon, Sephora)이 제공하지 않는 실사용자 피드백과 직접 구매 데이터를 확보하여 제품 개발(R&D) 및 마케팅 전략에 즉시 반영합니다.

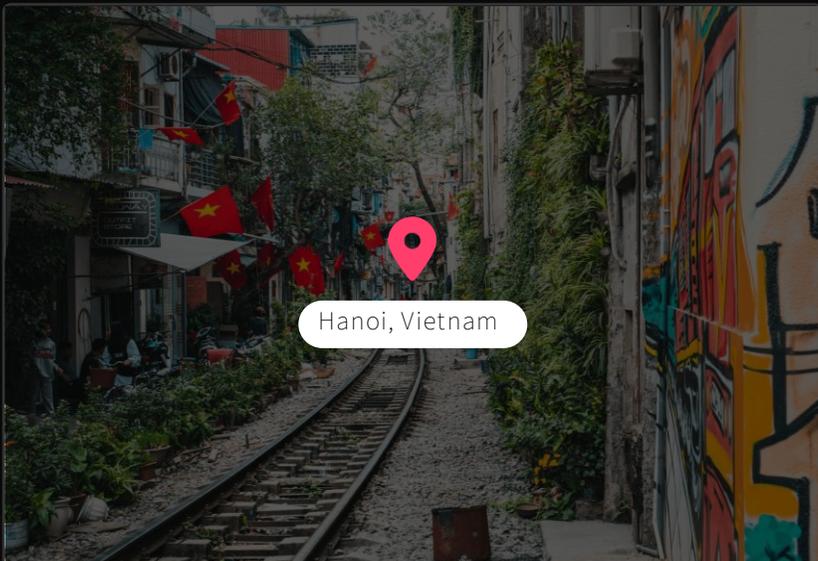
SECTION 06

Execution Plan.

실행 로드맵과 운영

파일럿 테스트 계획

시장 진입의 첫 관문, 베트남 하노이 거점에서의 실증 테스트 전략



베트남 하노이 세종학당

K-뷰티 관심도가 가장 높고, 기존 네트워크(사장단)와의 관계가 견고한 전략적 요충지입니다. 젊은 수강생 비율이 높아 바이럴 확산에 최적화되어 있습니다.

#Primary_Hub

#High_Engagement

#Fast_Logistics

Step-by-Step Action Plan

- 1** Brand Sourcing (브랜드 선정)
수출바우처 우수 고객사 중 제품력이 검증된 3~5개 브랜드 선정. (스킨케어, 색조 등 카테고리 믹스 구성)
- 2** Installation (체험존 설치)
학당 로비/휴게실에 'K-Beauty Box' 전용 매대 설치. 제품별 테스트 샘플 배치 및 QR 코드 POP 부착.
- 3** Data Tracking (데이터 수집)
학생 대상 QR 스캔 유도 및 설문조사 진행. 체험 후 구매 전환율 및 제품 만족도(NPS) 측정.



1,000+

Target QR Scans

월간 순 방문자 기준



10%

Conversion Rate

구매 전환율 (CVR)



9.0

Target NPS

순 추천 지수 (만족도)

입점 · 운영 프로세스

브랜드 소싱부터 최종 피드백까지, 데이터 기반의 원스톱 순환 구조



STEP 1-3

PREPARATION PHASE

소싱 및 물류 준비

1. **최적성 선택**: 유망 K-뷰티 브랜드 및 제품 선정
2. **샘플 준비**: 국내 창고 집하 및 전용 패키징 작업 (라벨링)
3. **국제 운송**: 해상/항공을 통해 세종학당 거점 국가로 발송

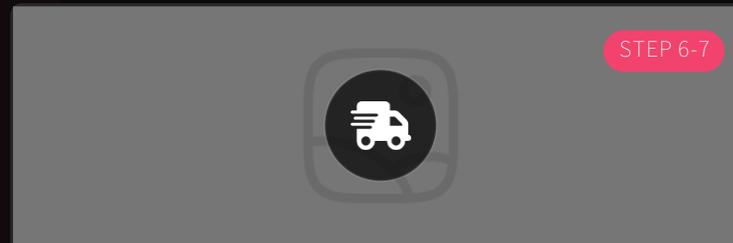


STEP 4-5

EXPERIENCE PHASE

현장 전시 및 디지털 연결

4. **전시/교육**: 세종학당 파워룸 및 문화 수업 교보재 활용
5. **이동 연결**: 유 QR 코드로 상세 페이지 및 구매처 연결
6. **데이터 수집**: 스캔 횟수, 체류 시간 등 관심도 데이터 확보



STEP 6-7

TRANSACTION PHASE

주문 출고 및 피드백 순환

6. **현원/출발**: 또는 국내 센터에서 즉시 배송 (Last Mile)
7. **피드백**: 실구매자 리뷰 수집 및 브랜드사에 인사이트 제공
8. **재구매 유도**: CRM 마케팅을 통한 지속적인 재구매 유도

리스크 매니지먼트 및 대응 방안

예상되는 주요 리스크 요인을 사전에 식별하고, 체계적인 대응 프로세스를 구축했습니다.



HIGH IMPACT

규제 및 통관 리스크

국가별 화장품 성분 규제(MoCRA 등) 강화 및 통관 지연 발생 가능성

SOLUTION

PRE-CHECK SYSTEM

- 사전 성분 검토:전문 관세법인과 제휴하여 수출국별 금지 성분 및 라벨링 규정 사전 스크리닝
- HS 코드 최적화:품목 분류 오류 최소화를 위한 데이터베이스 구축 및 전담 관세사 배정



MEDIUM IMPACT

공공성 침해 우려

교육 기관(세종학당) 내 상업적 판매 활동에 대한 거부감 및 운영 제약

SOLUTION

PARTNERSHIP STRATEGY

- '기부' 프레임 접근:상업 판매가 아닌 '교육용 교보재 및 체험 키트 무상 기부' 형태로 진입 장벽 해소
- 본부 MOU 체결:재단 본부와 공식 협약을 통해 운영 가이드라인 수립 및 정당성 확보



MEDIUM IMPACT

배송 파손 및 품질

장거리 국제 운송 중 제품 파손 및 현지 배송 오류로 인한 브랜드 이미지 실추

SOLUTION

QC & PROTECTION

- 표준 패키징:5겹 강화 박스(DW골) 및 맞춤형 완충재 사용으로 파손율 0.1% 미만 관리
- 책임 보상제:적하 보험 가입 및 파손/분실 시 100% 즉시 재발송 프로세스 운영

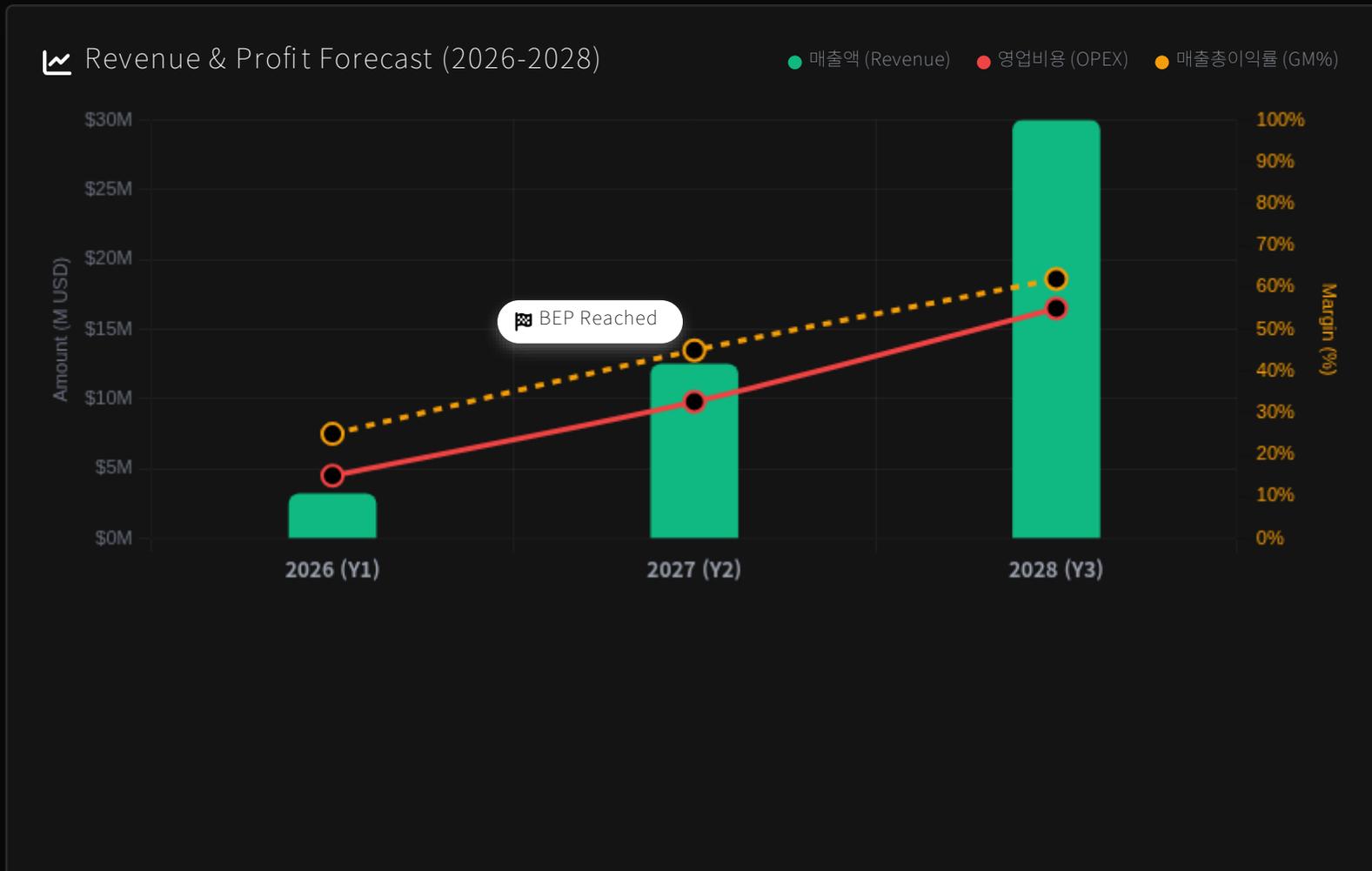
SECTION 07

Financial.

3개년 전망 및 투자

3개년 재무 전망 및 BEP 분석

초기 투자 이후 폭발적인 J-Curve 성장, 2027년 상반기 손익분기점(BEP) 달성 예상



연평균 성장률 (CAGR)

148%

Rapid Scaling Phase

손익분기점 (BEP) 시점

2027. Q2

Month 16 after Launch

2028년 예상 영업이익률

32.5%

Profit Maximization

Key Takeaway

2026년 플랫폼 구축 및 파일럿 확장에 집중 투자하며, 2027년부터 세종학당 글로벌 네트워크 효과가 본격화되어 수익 구간에 진입합니다. 2028년에는 규모의 경제 실현으로 30% 이상의 높은 영업이익률을 달성할 전망입니다.

USE OF FUNDS

투자금 사용 계획

Series A 투자 유치 자금은 플랫폼 고도화와 글로벌 거점 확장에 집중 투입됩니다.

Target Raise

₩20억



플랫폼 & WMS 고도화

세종학당 전용 주문 앱(App) 개발 및 글로벌 재고 연동 WMS/OMS 통합

해외 거점 확장

미국(LA) 외 유럽(파리), 동남아(하노이) 물류 허브 세팅 및 배송망 확보

핵심 인력 채용

글로벌 MD, 커머스 기획자, 개발자 등 전문 운영 인력 총원

제품 큐레이션 & 샘플

체험용 키트(파우더룸 박스) 제작 및 브랜드 소싱 비용

파일럿 & 마케팅

초기 붐업을 위한 학당 내 온/오프라인 프로모션 및 이벤트

SECTION 08

Team & Closing.

팀 역량과 제안

팀 역량 및 트랙레코드

물류 전문성과 공공 협력 경험을 겸비한 최적의 수행 조직을 구축했습니다.

Core Team



이주용

CEO / Project Lead

물류경력 15년 국제운송



이호용

COO / Operations

수출통관 품필먼트



TY LOGISTICS STAFF

Head of Contents

교육콘텐츠 공공협력



Proven Track Record

2026.01

해외 화장품 물류기지 구축 사업 (최종3위)

미국 LA 거점 50,000sqft 풀필먼트 센터 확보 및 WMS 연동 완료. 중소 기업 200개사 대상 물류 대행 수행.

Logistics Infra

2025.12

세종학당 문화 교육자료 배송 제안경험

전 세계 87개국 252개소 대상 교보재 및 한복 키트 배송 제안. 공공기관 특화 물류/통관 프로세스 설계.

Global Network



Partner Network



FedEx / DHL



CJ Logistics



관세법인 더존



Amazon Global



Cafe24 (ERP)



K-Beauty 협회

Join Our Journey

K-뷰티의 글로벌 확산을 위한 혁신적인 O2O 플랫폼의 파트너가 되어주십시오.

SERIES A

Target Raise Amount

₩20억 (KRW)

본 자금은 플랫폼 개발, 미국 LA 및 유럽 거점 확장, 초기 트래픽 확보를 위한 마케팅에 집중 투입되어 2027년 BEP 달성을 위한 핵심 동력이 될 것입니다.

Valuation

Pre-Money ₩80억

(협의 가능)

Key Condition

Milestone Tranche

KPI 달성 연동 납입



이주용

CEO / Founder



Email

James@tylogistics.co.kr



Direct Line

02-6914-9365 / 010-9434-3042



Office

경기도 고양시 덕양구 향동로 218 현대테라타워 803~805호



Schedule a Meeting