

2022. 11. 10(목) ~ 11. 13(일)
일산 KINTEX 제 1 전시관 3, 4, 5홀

메가쇼 2022 시즌2
결과보고서



Contents

1. '메가쇼 2022 시즌2' 전시 개요	03
- 특별관① : 홈프리미엄쇼	
- 특별관② : 홈솔상점	
2. [주요 개최 결과] 메가쇼 4일상점	09
- 참관객	
- 홍보/프로모션	
3. [주요 개최 결과] 바나나라운지	14
- 대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회	
- 신제품 쇼케이스	
- 메가쇼 세미나	
4. 참가기업 및 기관 후기	19
5. 메가쇼 2023년 일정 안내	23
※ 부록 - 전시회 현장 사진	24



22. 11. 10(목) ~ 13(일)

1. '메가쇼 2022 시즌2' 전시 개요



- 일 시 : 2022. 11. 10(목) ~ 13(일), 4일간
- 장 소 : 킨텍스(KINTEX) 제1전시장 3·4·5홀
- 주 최 : 메가쇼* ▪ 후 원 : sba

- 전시규모 : 901개사 1,008부스
- 관람객수 : 소비자 및 바이어 99,054명
- 행사구성 : [B2C] 대규모 오프라인 판매전 '4일상점'
[B2B] 국내외 판로개척 플랫폼 '바나나라운지'
 - 1) 대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회
 - 2) 신제품 쇼케이스
 - 3) 메가쇼 세미나

- 전시품목 :

홈&라이프	뷰티&패션
다이닝	푸드

- 특별관 :

 프리미엄 생활용품 특별관	 주류 특별관
--	---

- 동시개최 :

	
---	---

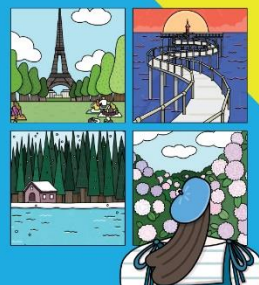
22. 11. 10(목) ~ 13(일)

1. '메가쇼 2022 시즌2' 전시 개요



메가쇼 2022 시즌 2
mega show
 2022. 11. 10(목) ~ 13(일)
 일산 킨텍스-제1전시장 3-4-5층

- 동시 개최**
- 최대 10만 부도스
 - 팔도방상페어
 - 트래블쇼
 - 프리미엄 쇼
 - 홈플러스점



2022 트래블쇼
 2022.11.10(목) ~ 13(일)
 일산 킨텍스 제1전시장 5층

메가쇼 바나나라운지

관	부스	주요 업체	관	부스	주요 업체	관	부스	주요 업체	관	부스	주요 업체
카를라	3001	3002	3003	3004	3005	3006	3007	3008	3009	3010	3011
	3012	3013	3014	3015	3016	3017	3018	3019	3020	3021	3022
	3023	3024	3025	3026	3027	3028	3029	3030	3031	3032	3033
	3034	3035	3036	3037	3038	3039	3040	3041	3042	3043	3044
	3045	3046	3047	3048	3049	3050	3051	3052	3053	3054	3055
	3056	3057	3058	3059	3060	3061	3062	3063	3064	3065	3066
	3067	3068	3069	3070	3071	3072	3073	3074	3075	3076	3077
	3078	3079	3080	3081	3082	3083	3084	3085	3086	3087	3088
	3089	3090	3091	3092	3093	3094	3095	3096	3097	3098	3099
	3100	3101	3102	3103	3104	3105	3106	3107	3108	3109	3110
홈플러스	4001	4002	4003	4004	4005	4006	4007	4008	4009	4010	4011
	4012	4013	4014	4015	4016	4017	4018	4019	4020	4021	4022
	4023	4024	4025	4026	4027	4028	4029	4030	4031	4032	4033
	4034	4035	4036	4037	4038	4039	4040	4041	4042	4043	4044
	4045	4046	4047	4048	4049	4050	4051	4052	4053	4054	4055
	4056	4057	4058	4059	4060	4061	4062	4063	4064	4065	4066
	4067	4068	4069	4070	4071	4072	4073	4074	4075	4076	4077
	4078	4079	4080	4081	4082	4083	4084	4085	4086	4087	4088
	4089	4090	4091	4092	4093	4094	4095	4096	4097	4098	4099
	4100	4101	4102	4103	4104	4105	4106	4107	4108	4109	4110
프리미엄 쇼	5001	5002	5003	5004	5005	5006	5007	5008	5009	5010	5011
	5012	5013	5014	5015	5016	5017	5018	5019	5020	5021	5022
	5023	5024	5025	5026	5027	5028	5029	5030	5031	5032	5033
	5034	5035	5036	5037	5038	5039	5040	5041	5042	5043	5044
	5045	5046	5047	5048	5049	5050	5051	5052	5053	5054	5055
	5056	5057	5058	5059	5060	5061	5062	5063	5064	5065	5066
	5067	5068	5069	5070	5071	5072	5073	5074	5075	5076	5077
	5078	5079	5080	5081	5082	5083	5084	5085	5086	5087	5088
	5089	5090	5091	5092	5093	5094	5095	5096	5097	5098	5099
	5100	5101	5102	5103	5104	5105	5106	5107	5108	5109	5110
홈플러스점	6001	6002	6003	6004	6005	6006	6007	6008	6009	6010	6011
	6012	6013	6014	6015	6016	6017	6018	6019	6020	6021	6022
	6023	6024	6025	6026	6027	6028	6029	6030	6031	6032	6033
	6034	6035	6036	6037	6038	6039	6040	6041	6042	6043	6044
	6045	6046	6047	6048	6049	6050	6051	6052	6053	6054	6055
	6056	6057	6058	6059	6060	6061	6062	6063	6064	6065	6066
	6067	6068	6069	6070	6071	6072	6073	6074	6075	6076	6077
	6078	6079	6080	6081	6082	6083	6084	6085	6086	6087	6088
	6089	6090	6091	6092	6093	6094	6095	6096	6097	6098	6099
	6100	6101	6102	6103	6104	6105	6106	6107	6108	6109	6110

전시장 입출구(3층)

전시장 입출구(5층)

홈프리미엄쇼

- 일상 속 필수품인 주방, 욕실용품 부터 취향을 반영한 헤어,바디 제품 등 프리미엄 생활용품 집중 조명
- 친환경, 가치소비 등 최근 트렌드에 맞는 제품군으로 2040 소비자 맞춤 저격
- 10만 명의 관람객 대상 자사 브랜드의 매력과 제품의 차별성을 홍보
- 다수의 기업들이 차기 홈프리미엄쇼 재참가 희망



참가기업 REVIEW



어반디지털마케팅

제품 개선점 현장 파악과 단기간에 신규 고객 확보가 가능하여 매우 만족



오그리

신제품에 대한 즉각적인 반응과 재방문을 통한 재구매까지! 온라인 판매로는 느낄 수 없는 경험



베아티투도

소비자들의 니즈를 직접 들을 수 있는 소중한 기회 바이어와의 미팅으로 신규 판로 확대 기대



2040 인지도 확대

가치소비를 중시하는
숨은 젊은 잠재고객 손쉽게 모객



사업 확장 방향 정립

핵심 고객 트렌드를 바로 캐치하고
신제품 선호도 및 시장성 분석 현장 진행



브랜드 가치 상승

제품 경험을 통해 직관적으로
프리미엄 생활용품 브랜드 아이덴티티 전달



새로운 바이럴 마케팅 수단 확보

생활용품 소비의 주역인 여성 소비자들의
자발적인 입소문 본거지로서 역할

홈프리미엄쇼

참가기업 공통 성과

팔도밥상FAIR
홈술상점

팔도의 술을 맛보다! 특색 있는 우리 술을 선보이는 주류 특별관 <홈술상점>

- 주류 소비 문화를 이끄는 2040 소비자와 직접 대면하여 우리 술 홍보 가능
- 관련성 높은 참관객 수 / 기대 이상의 현장 매출 / 주최 측의 진행 등 참가기업 만족도 上



<팔도밥상FAIR>의 특별관으로 시너지 극대화

단순히 술을 홍보하고 판매하는 행사가 아닌
국내 최대 식품전 <팔도밥상FAIR>와 함께 어우러져
지역 특산주, 특산품 연계 홍보를 통한 시너지 폭발!



264 청포도 와인 264청포도 와인 3종(광야, 절정, 꽃)

첫 참가였는데도 타 주류 전문 전시회보다 만족도가 높아 내년에도 참가하려 합니다!
최대 물량으로 준비했음에도 마지막 날 일찍이 전량 완판 되었습니다!



댄싱사이더 컴퍼니 애플사이더, 배사이더 등

참관객의 호응이 높아 제품에 대한 홍보를 넓힐 수 있는 좋은 기회였습니다!
또한 시음을 통해 소비자들의 실시간 반응을 확인할 수 있어 좋았습니다.



주식회사 낙천 지장수 막걸리, 까메오 막걸리 등

주류 부스가 한 공간에 모여 있어 관심도 높은 고객 유입이 효과적이었습니다.
4일간 약 1,300만 원의 매출을 기록하였습니다!





시음은 물론 취향에 맞는 술을 선택해 투표하는 '홈술 픽 어워즈'로
 참관객의 즐거움과 만족도를 높인 <홈술상점>



p*** ★★★★★
 #홈술픽어워즈 당첨 #홈술상점 #지역특산주
 제주 오메기 맑은 술 시음해 보고 살까 말까 고민하다 안 샀는데
 홈술픽어워즈에 당첨되었어요 😊!

0***** ★★★★★
 #아이엠더문 #과일리큐르 #홈파티술
 알싸도 좋아할 달다구리 술이에요! 단맛이 인위적이지 않고 연말
 파티용으로 딱일 것 같더라고요! 2병이나 구매하였답니다. 🍏

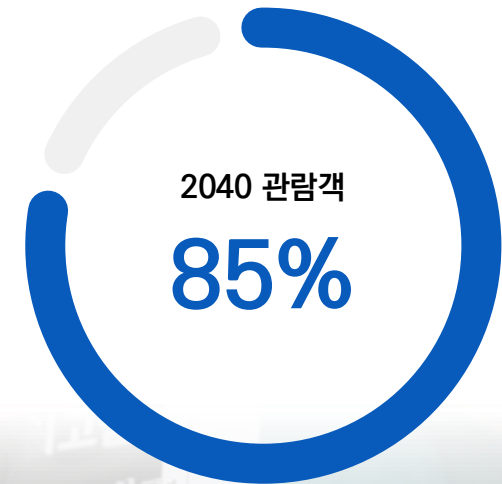
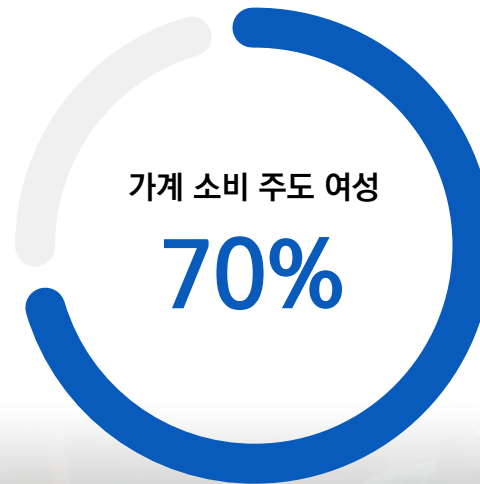
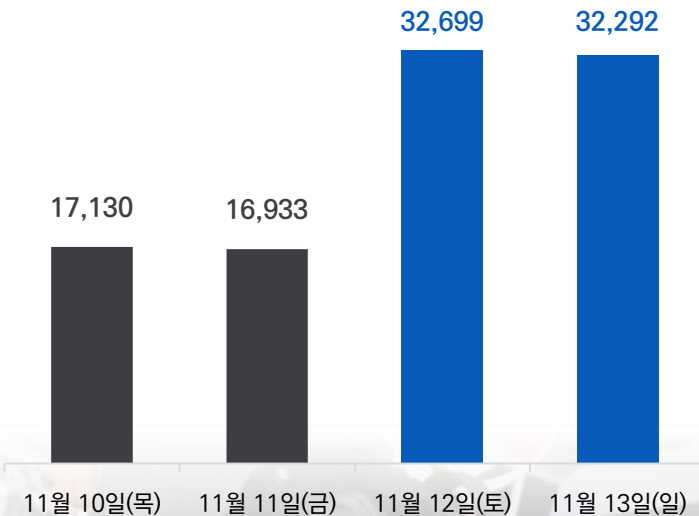
22. 11. 10(목) ~ 13(일)

2. [주요 개최 결과] 메가쇼 4일상점

참관객

4일간, 99,054명 방문

가계 소비를 주도하는 '여성' 관람객이 활발한 구매 활동을 이끔



판매 성과가 증명하는 성공적인 홍보/프로모션 진행 완료 !



- 참관객의 취향을 저격하는 PICK 제작 후 62만 명의 사전등록자에게 발송 완료



홈쇼핑상점
<https://bit.ly/3XoffEX>



팔도밥상페어
<https://bit.ly/3V2Cjrg>



홈프리미엄쇼
<https://bit.ly/3ExZx1b>



살림의 고수
<https://bit.ly/3AzJHlt>



취향찾아 삼만리
<https://bit.ly/3i7fLaf>

◆ 44회차 주요 PICK ◆

- 모바일 최적화 콘텐츠로 330만 VIEW 달성!

배포 채널1. 카카오킬림톡

62만 사전등록자 대상 발송
- 6회 이상 발송 -



배포 채널2. 카카오프러스 친구

메가쇼 및 BIZ메가쇼(바이어)
플러스 친구 대상으로 개별 주제 구성 발송



배포 채널3. 메일 발송

62만 사전등록자 대상으로 기획페이지 메일 발송
- 8회 발송 -



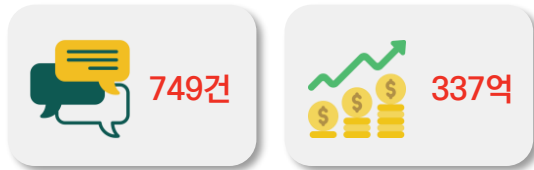
- 실질적인 방문을 유도하는 2억 원 상당의 참관객 우편DM(초청장 4매 & 관람안내지) 30만 건 발송 완료!



행사 개요

- 일 시 : 2022. 11. 10(목) ~ 11(금), 2일간
- 장 소 : 킨텍스(KINTEX) 바나나라운지 내 '구매 및 수출 상담회장'
- 상담규모 : 대형유통사 49개사, 참여 MD 총 92명
 - ▷ 구매상담회(내수판로 목적) - 36개사(MD 67명)
 - ▶ 수출상담회(수출 목적) - 13개사(MD 25명)

- 상담세션 / 상담 거래액 :



- 참가대상 : 메가쇼 참가기업 210개사

(※메가쇼 전체 참가사 중 약 23% 참여)

참여 유통사



22. 11. 10(목) ~ 13(일)

3. [주요 개최 결과] 바나나라운지

대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회

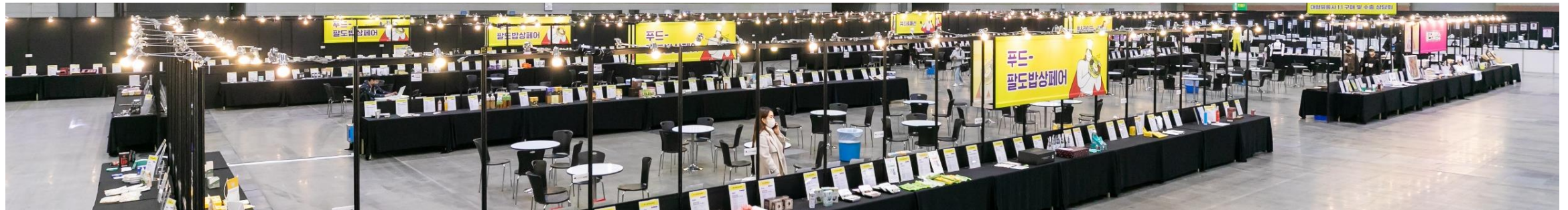


22. 11. 10(목) ~ 13(일)

3. [주요 개최 결과] 바나나라운지

신제품 쇼케이스

- 일 시 : 2022. 11. 10(목) ~ 13(일), 4일간
- 장 소 : 킨텍스(KINTEX) 바나나라운지 내 '신제품 쇼케이스장'
- 행사규모 : 총 281개사 참여 (※메가쇼 전체 참가사 중 31% 참여)
 - ▶ 푸드 - 팔도밥상페어 쇼케이스
 - ▶ 홈프리미엄쇼 쇼케이스 **특별관**
 - ▶ 홈&라이프쇼 쇼케이스
 - ▶ 뷰티&패션쇼 쇼케이스
- 참관 바이어 규모 : 14,126명

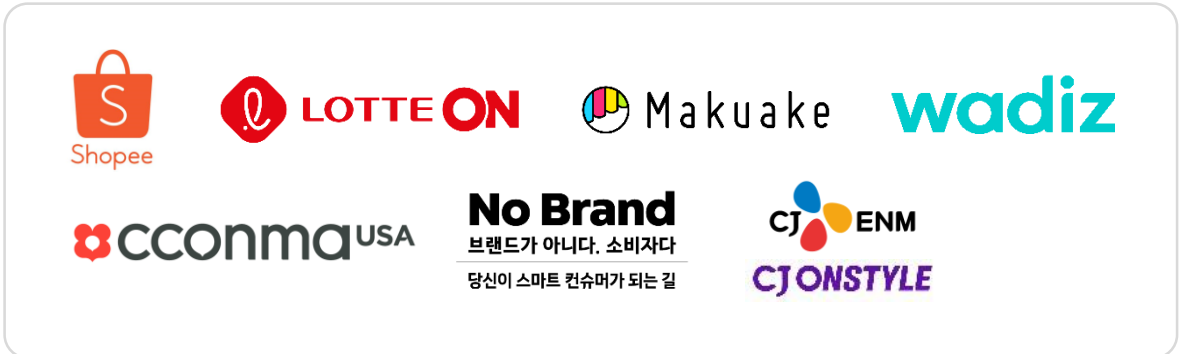


22. 11. 10(목) ~ 13(일)

3. [주요 개최 결과] 바나나라운지

메가쇼 세미나

- 주 제 : 대형유통사 입점 및 수출판로개척
- 일 시 : 2022. 11. 10(목) ~ 11(금), 2일간
- 장 소 : 킨텍스(KINTEX) 바나나라운지 내 '메가쇼 세미나장'
- 참가대상 : 메가쇼 참가기업 & 판로 개척을 희망하는 국내 우수 제조사
- 행사규모 : 총 7개 대형유통사, 양일간 총 7개 세션 진행
- 참여유통사 :



대형유통사 입점 및 수출판로 개척을 위한
메가쇼 세미나

- 일정 : 2022년 11월 10일(목) ~ 11일(금), 2일간
- 장소 : 메가쇼 2022 시즌2 전시장 내 바나나라운지
- 규모 : 세션당 선착순 100명, 2일 간 7개 세션

11월 10일(목)		1일차 프로그램
시간	주제 및 강연 내용	연사/신청가능품목
13:00 ~ 13:50	소피를 통한 동남아시아/남미 온라인 진출 전략 · 뷰티(화장품), 패션, 건강기능식품, 식품(상문부러), 및	소피 하승빈 팀장 Shopee
14:00 ~ 14:50	2022 롯데ON을 활용한 이커머스 시장 진출 성공 전략! · 전통품	롯데쇼핑 이커머스 (롯데ON) 이정주 책임 LOTTE ON
15:00 ~ 15:50	마쿠아케를 통한 일본 클라우드편입 진출 및 성공사례 · 생활용품 및 리빙제품	[주]마쿠아케 김혜나 큐레이터 Makuake
16:00 ~ 16:50	와디즈, 어렵지 않아요! 클라우드 편입 성공 노하우 · 전통품	와디즈 우경진 PD wadiz

11월 11일(금)		2일차 프로그램
시간	주제 및 강연 내용	연사/신청가능품목
14:00 ~ 14:50	중소기업의 미국 시장 진출을 위한 실전 지침! 꽃미USA와 함께하는 마케팅&물류 전략 · 식품	(주)꽃미는 아낌없이 최동영 CconmaUSA CEO cconmaUSA
15:00 ~ 15:50	No Brand 입점 프로세스, 차별화 상품 개발 전략 · 식품	(주)이마트 노브랜드 이영재 부팀장 No Brand
16:00 ~ 16:50	TV쇼핑 유통채널의 특징과 제조사 입점 프로세스 안내! · 주방/생활가전, 주방용품 및 생활용품	이온스타일 심유나 과장 CJ ENM CJ ONSTYLE

QR코드를 통해 무료로 신청하실 수 있습니다.

※ 세미나 프로그램은 주최측 및 유통사 사정으로 인해 변동될 수 있습니다.



(주)경자네식구들

- 돼지국밥, 순대국밥 밀키트

“조기 완판은 물론 5,000만 원 이상의 매출!”

메가쇼의 큰 강점은 다른 전시회에서는 느껴보지 못한 ‘압도적인 **참관객 수**’입니다! 8월 섕크 메가쇼 첫 참가 이후 연이어 참가하였는데, **4일 내내 조기 완판**은 물론 약 **5,000만 원 이상의 매출**을 기록하였습니다! 심지어 한 번 맛을 보고 **온라인으로 추가 구매를 원하는 단골 고객**이 많이 생겨나고 있습니다! 아쉽게 구매를 하지 못하고 돌아가신 소비자분들을 위해 11월 까지만 전시회 현장가로 구매 가능한 특별 이벤트를 하려고 합니다!



(주)대력

- 삼광999와사비 등

“B2C, B2B 두 가지 성과를 동시에 얻는 곳!”

메가쇼를 통해 서울, 경기 수도권 지역의 소비자 반응과 높은 관심도 등 큰 성과를 얻었습니다! 현장에서 많은 소비자들을 만남으로써 소통은 물론 홍보를 통해 자사의 인지도 향상에 큰 도움이 되었습니다. 4일간 **약 800만 원의 매출이 발생**하였고, NTS인터내셔널 유통사와의 상담을 통해 제품 보완과 수출에 대한 판로를 개척할 수 있었습니다! **B2B는 물론 B2C 성과를 동시에** 얻어 재참가에 대한 의사가 매우 강하게 있습니다!



대구 돌돌이 무침회

- 오징어 무침회 밀키트, 납작만두

“어마어마한 관람객 수에 홍보, 판매까지!”

시식을 통해 소비자들의 반응 확인은 물론 구매로 까지 이어져 매우 좋았습니다. **어마어마한 관람객 수에 제품을 홍보하기에는 너무나 적합한 곳**이라 생각하였습니다! 첫 참가였지만, 4일간 약 750만 원 이상의 매출 성과를 얻었습니다. 12월 수원 메가쇼 때는 더 완벽하게 준비해 많은 사람들에게 ‘대구 돌돌이 무침회’를 알릴 수 있는 각오로 임하려 합니다! 행사를 준비함에 있어 **친절히 안내 도와주신 메가쇼 관계자분들께 감사합니다!**



썬양의 자연주의

- 천연 기능성 비누, 샴푸바 등



미셀코리아랩

- 기능성 화장품



고띠(다솔)

- 샴푸, 트리트먼트 등

“브랜드 컨셉을 노출할 수 있는 독보적인 기회!”

독특하지만 다소 무거울 수 있는 ‘천연&수제’ 컨셉의 제품이라 소비자가 쉽게 다가오지 못하는 부분이 항상 신경쓰였는데, **독특하고 훌륭한 기능을 가진 제품들이 주변에 많아 시너지가 났습니다!** 비슷한 결의 제품들이 모여있으니 소비자가 접근하기도 쉽고, **저희 브랜드 컨셉이 더 드러나는 느낌을 받았습니다.** 덕분에 **4일 간 800만 원 이상의 매출도 기록했습니다!**

“대규모 모객 능력이 메가쇼의 강점!”

메가쇼에서 저희를 처음 알게 된 소비자들은 꾸준히 방문하시더라고요! 단골 고객을 확보하기에는 메가쇼가 최고인 것 같습니다! 게다가 **직접적인 피드백도 듣고 충성 고객의 반응을** 알 수 있어 좋았습니다. 계속 참여해보니 메가쇼가 소비자대상 **광고 홍보 채널 운영에 강해 현장판매 매출로** **쪽쪽 연결될 수 밖에** 없는 것을 느꼈습니다.

“타 박람회 대비 월등한 관람객 수!”

소비자와 바이어에게 **브랜드 인지도를 높일 수 있었던 최적의 장소였습니다!** 제품이 돋보일 수 있는 전시 운영을 해주신 주최 측에도 감사의 인사 드립니다. 다른 전시회와 비교했을 때 **월등하게 높은 관람객이 좋은 판매 성과의 요인**이었습니다. 이번 성과를 바탕으로 **차기 전시도 바로 참가 계획을 세웠습니다.**



오그리

- 친환경 신소재 발포세라믹 욕실용품

“교보하트렉스 입점 후 전국에서 입점 러브콜”

약 650만 원의 매출 달성과 더불어 제품에 대한 고객 관심도나 구매력을 현장에서 실감할 수 있었습니다!
 지난 전시에서 구매하지 못한 고객, 구매 후 재구매를 위해 방문한 고객들과 만나며 제품 만족도에 대한 후기도 직접 들을 수 있었는데요, 온라인 판매로는 겪을 수 없는 소중한 경험 하고 갑니다.
 특히 교보하트렉스 입점 후 판매율이 높아 전국에서 러브콜을 받는 등 B2B 성과 또한 확실히 가져갑니다!



언니에반하다

- 마스크, 핫팩

“5개월 만의 재참가 후 인지도 상승효과 실감”

올해 상반기 참가 후 2번째 참가입니다. 상반기에는 100명 중 1명이 알아본 저희 제품을 약 5개월이 지난 지금 100명 중 10명이 알아보는 것을 보며 “역시 메가쇼”라는 것을 다시 한 번 느꼈어요!
 평소 온라인 마켓 판매만 진행하면서 쉽게 접할 수 없던 다양한 바이어를 만날 수 있었고, 현장 판매와 온라인 스토어 판매를 병행하여 신규 고객 유입에도 탁월합니다!



브릿지앤컴퍼니

- 반려동물 간식(오래오래프로젝트)

“4일간 약 1,100만 원의 현장 매출 달성”

올해 6월 첫 참가 후 추가 계약을 진행하며 꾸준히 참가 중입니다. 타 박람회와 달리 외부 바이어와의 연결 기회가 많다는 것이 메가쇼의 장점이라고 생각해요. 실제 메가쇼 대형유통사 1:1 구매 및 수출상담회를 통해 매칭된 바이어와 납품 계약 및 수출 협상을 진행 중에 있습니다. 더불어 구매력 높은 고객까지 만나 약 1,100만 원의 현장 매출 또한 함께 가져갈 수 있는 매우 만족스러운 전시입니다. 내년 일정도 참가 예정입니다. ☺

“억 단위의 어마어마한 매출, 주요 고객 확보 등 메가쇼는 관내기업의 성공적인 도약을 위한 결정적인 기회였다!”

기업사랑농촌사랑운동본부



판로개척과 홍보
두 마리 토끼를 한 번에!

- 초보기업이나 중소기업들이 다양한 유통 매체를 접할 수 있는 최고의 기회
- 소비자의 제품 반응을 직접 느낄 수 있는 소중한 시간
- 참가기업 만족도 최상!

모두의경제 사회적협동조합



메가쇼 최대 강점은
‘구매의사’를 가진 참관객의 방문!

- 대형유통사 뿐 아니라 실제 거래성사율이 높고 거래가 용이한 중소유통사 및 바이어들의 높은 방문율
- 가장 큰 성과는 우리 기업 제품들의 가치와 시장성을 확인하고, 판로를 확대했다는 점

영월군농촌신활력플러스 사업추진단



소비자 인지도를 높이는
최고의 플랫폼!

- 신사업을 단기간에 빨리 홍보할 수 있는 최적의 장소
- 엄청난 관람객분들의 방문으로 영월 전통장류의 소비자 인지도를 제고하고 품질을 홍보하는데 큰 도움

22. 06. 23(목) ~ 26(금)

5. 메가쇼 2023 일정 안내

Suwon Convention Center

3월

<수원메가쇼 2023 시즌 1>

- ① 일 시 : 2023. 03. 30(목) ~ 04. 02(일), 4일간
- ② 장 소 : 수원컨벤션센터 전시장 전관
- ③ 규 모 : 250개사 400부스
- ④ 참관객 수 : 50,000명
- ⑤ 주 최 : 메가쇼

KINTEX

6월

<메가쇼 2023 시즌 1>

- ① 일 시 : 2023. 06. 15(목) ~ 06. 18(일), 4일간
- ② 장 소 : KINTEX(킨텍스) 제2전시장 7, 8홀
- ③ 규 모 : 650개사 1,000부스
- ④ 참관객 수 : 100,000명
- ⑤ 주 최 : 메가쇼
- ⑥ 행사 구성 : 대규모 오프라인 판매전 '4일상점'
바이어 소싱 플랫폼 '바나나라운지'
- ⑦ 동시 개최 : 팔도밥상FAIR - 대규모 식품 판매전

Suwon Convention Center

7월

<팔도밥상 FAIR 2023>

- ① 일 시 : 2023. 07. 13(목) ~ 07. 16(일), 4일간
- ② 장 소 : 수원컨벤션센터 전시장 전관
- ③ 규 모 : 250개사 400부스
- ④ 참관객 수 : 50,000명
- ⑤ 주 최 : 메가쇼

SETEC

8월

<세텍메가쇼 2023>

- ① 일 시 : 2023. 08. 24(목) ~ 08. 27(일), 4일간
- ② 장 소 : SETEC(세텍) 전시장 전관(1,2,3관)
- ③ 규 모 : 250개사 400부스
- ④ 참관객 수 : 50,000명
- ⑤ 주 최 : 메가쇼, 서울산업진흥원
- ⑥ 행사 구성 : 대규모 오프라인 판매전 '4일상점'
바이어 소싱 플랫폼 '바나나라운지'

11월

<메가쇼 2023 시즌 2>

- ① 일 시 : 2023. 11. 09(목) ~ 11. 12(일), 4일간
- ② 장 소 : KINTEX(킨텍스) 제1전시장 2, 3, 4홀
- ③ 규 모 : 1,000개사 1,500부스
- ④ 참관객 수 : 150,000명
- ⑤ 주 최 : 메가쇼
- ⑥ 행사 구성 : 대규모 오프라인 판매전 '4일상점'
바이어 소싱 플랫폼 '바나나라운지'
- ⑦ 동시 개최 : 팔도밥상FAIR - 대규모 식품 판매전
트래블쇼 - 신개념 여행박람회

12월

<수원메가쇼 2023 시즌 2>

- ① 일 시 : 2023. 12. 07(목) ~ 12. 10(일), 4일간
- ② 장 소 : 수원컨벤션센터 전시장 전관
- ③ 규 모 : 250개사 400부스
- ④ 참관객 수 : 50,000명
- ⑤ 주 최 : 메가쇼

22. 06. 23(목) ~ 26(금)

전시회 현장 사진



22. 06. 23(목) ~ 26(금)

전시회 현장 사진



22. 06. 23(목) ~ 26(금)

전시회 현장 사진



22. 06. 23(목) ~ 26(금)

전시회 현장 사진





메가쇼 사무국 문의

대표 번호 02-6677-3477

이 메 일 megashow@megashow.co.kr

주 소 (12248) 경기도 남양주시 다산순환로 20 다산현대프리미어캠퍼스 A동 640호

www.megashow.co.kr