

20
26
ASIA
BRAND
SENSORY

◆ IN SHANGHAI ◆

ASIA BRAND SENSORY 2026 IN SHANGHAI

Asia Brand Sensory 2026 IN SHANGHAI EXECUTIVE SUMMARY

한국과 중국의 브랜드 비즈니스를 연결하는 새로운 플랫폼

대한민국 산업통상부, KOTRA, 주중대한민국대사관의 후원으로 이데일리M이 주최하는
『Asia Brand Sensory 2026 in Shanghai』는 한국과 중국의 패션·뷰티를 비롯한
브랜드 산업의 미래를 조망하고, 양국 기업 간 실질적인 비즈니스 연결과
협력을 만들어가는 프리미엄 비즈니스 플랫폼입니다.

단순히 중국 시장의 트렌드를 듣는 자리를 넘어, 중국 주요 플랫폼·브랜드·유통사·투자기관과
한국 브랜드가 직접 만나고 연결되는 비즈니스 네트워크를 구축합니다.

중국 소비시장의 변화와 새로운 브랜드 트렌드를 읽고,
현지 플랫폼과 유통·마케팅 전략을 공유하며,
투자·JV·현지 파트너십까지 이어지는 중국 비즈니스의 새로운 기회를 모색합니다.



주 최 EDAILY M

주 관 EDAILY M MYBiZTRIP

WHY ASIA BRAND SENSORY?

Overview

본 행사는 단순 컨퍼런스를 넘어, 대한민국을 대표하는 리딩 브랜드와 중국의 거대 유통·플랫폼·패션 그룹 리더들이 모여 차세대 소비 트렌드와 브랜드 외교를 논의하는 공식 비즈니스 리더십 플랫폼입니다.

행사명	Asia Brand Sensory 2026 in Shanghai
일자	2026년 10월 29일(목)~30일(금)
장소	중국 상하이 벨라지오호텔
주요내용	중국 소비자 이해, 상하이 비즈니스 기회, 중국 시장 진입 전략, 투자&비즈니스 네트워크
참석 규모	한·중 주요 기업 C-Level, 글로벌 유통 및 패션 라이프스타일 플랫폼 리더 200여개사 (약 400여명) 중국 측: : Tmall, Douyin, Xiaohongshu 등 주요 플랫폼 C-Level, 현지고급 백화점/리테일 그룹(SKP, K11 등) 채널 책임자, 중국 신형 패션·럭셔리 브랜드 CEO 한국 측: 글로벌 시장을 주도하는 소비재·럭셔리·콘텐츠·IP 기업 리더

WHY ASIA BRAND SENSORY?

◆ 01 - INSIGHT | 중국 시장의 변화를 가장 가까이에서

중국 소비시장과 브랜드 산업을 이끄는 현지 플랫폼·브랜드·유통·마케팅 전문가들의 인사이트를 통해 중국 시장의 변화와 새로운 성장 기회를 조망합니다.

◆ 02 - CONNECTION | 중국 비즈니스의 핵심 플레이어와 직접 연결

중국 시장의 변화와 한·중 브랜드 산업의 미래를 조망하고 현지 주요 기업과 전문가들의 인사이트를 공유합니다.

◆ 03 - EXPERIENCE | 컨퍼런스에서 현장으로

10월 29일 컨퍼런스에서 중국 시장의 변화와 전략을 이해하고, 10월 30일 비즈니스 투어를 통해 중국의 실제 브랜드·유통·비즈니스 현장을 직접 경험합니다.

◆ 04 - OPPORTUNITY | 인사이트를 비즈니스 기회로

중국 시장에 대한 정보 교류에 그치지 않고, 투자·JV·유통·마케팅·현지 파트너십 등 한국 브랜드의 중국 시장 진출과 사업 확대를 위한 실질적인 협력 가능성을 모색합니다.

Insight



Experience



Business



FOR EXECUTIVES

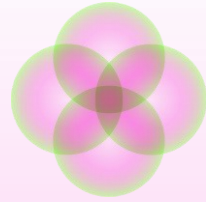


중국 시장의 다음 기회를 찾는 CEO와 C-Level을 위한 Executive Business Program

Asia Brand Sensory 2026은 중국 시장 진출을 준비하는 기업과
이미 중국에서 사업을 전개하고 있는 기업의
CEO·Founder·C-Level·Business Leader를 위해 설계되었습니다.

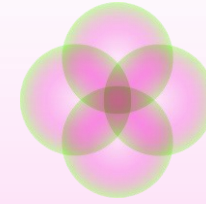
중국 소비자의 변화,
플랫폼과 유통 생태계의 변화,
브랜드와 마케팅의 새로운 전략,
그리고 투자와 현지 파트너십까지.

중국 비즈니스의 현재와 다음 기회를 한자리에서 만나보십시오.



DAY 1 CONFERENCE

2026.10.29.Thu.



Asia Brand Sensory 2026 타임라인

시간	프로그램		내용	연사
09:30~10:00	리셉션		등록 및 VIP 리셉션	
10:00~10:30	오프닝 세레머니	오프닝 영상 (3')	오프닝 세션	TBD
		오프닝 공연 (10')		TBD
		개회사 (5')	연결이 만드는 새로운 시장 FROM KOREA TO ASIA, 새로운 비즈니스 여정의 시작	곽재선 KG그룹 회장 (한국무역협회 부회장)
		축사 (5')	한중 교류와 협력의 새로운 장	노재현 주중대한민국대사관 대사
		환영사 (5')	深化中韩经贸合作, 共享中国市场新机遇 한중 경제무역 협력을 심화하고, 중국 시장의 새로운 기회를 함께 나누다	쉬창(Xu Qiang), 중국국제상회(CCOIC) 양자협력부장
10:30~10:40	VIP 기념촬영			
10:40~11:00	오프닝 키노트	오프닝 키노트 (20')	THE NEW CHINA PLAYBOOK 중국 소비시장의 변화와 글로벌 브랜드의 새로운 성장 공식	마샤 마오(Marcia Mao·毛霞云) 징둥크로스보더 비즈니스총괄
11:00~11:50	메인세션	메인 패널 토론 (50')	NEXT CHINA 중국 시장, 다음 10년을 말하다	한국대표: TBD 중국대표: 안타스포츠 경영진 / 야오왕 CEO
11:50~13:20	점심식사			
13:20~14:20	비즈니스 세션 1	비즈니스 강연 1 (30')	HOW TO WIN CHINA 중국에서 팔리는 브랜드는 어떻게 만들어지는가	TBD
		비즈니스 강연 2 (30')	HOW TO WIN CHINA 중국 소비자는 왜 이 브랜드를 선택하는가	더우(Poizon) Manager/Director급 참가 예정 (9월 말 명단 확정)
14:20~14:35	브레이크 타임			
14:35~15:15	상하이 스페셜 세션 (40')		WHY SHANGHAI 왜 지금, 한국 브랜드는 상하이에서 시작해야 하는가	황푸구 상무위원회 국장 양샤오제(杨晓洁) 쉬후이구 상무위원회 주임(主任)
15:15~16:15	비즈니스 세션 2	비즈니스 강연 1 (30')	HOW TO BUILD CHINA BUSINESS 중국 진출 이후, 현지에서 브랜드를 키우는 법	MISTO Holdings / Mantova Shanghai CEO Aron Wu (우이룽)
		비즈니스 강연 2 (30')	HOW TO BUILD CHINA BUSINESS 중국 투자자가 바라보는 글로벌 브랜드의 성장 조건	BA Capital Managing Partner David He
16:15~16:30	폐회			

DAY 1 CONFERENCE

2026.10.29.Thu.

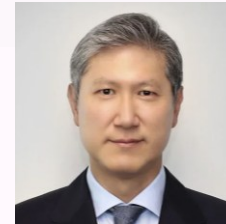
개회사

곽재선 KG그룹 회장(한국무역협회 부회장)
"FROM KOREA TO ASIA, 새로운 비즈니스 여정의 시작"



축사

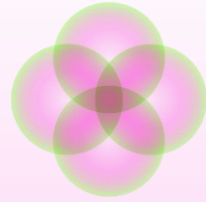
노재현 주중 대한민국대사관 대사
한·중 경제협력 확대
한국 브랜드의 중국 진출 의미
민간 비즈니스 교류 활성화 메시지



환영사

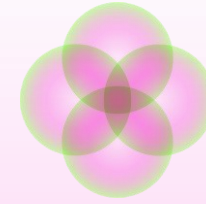
쉬창(徐强) 중국국제상회(CCOIC) 양자협력부 부장
중국 시장의 변화와 새로운 비즈니스 기회
한국 기업·브랜드와 중국 기업 간 협력 가능성
현지 파트너십과 비즈니스 네트워크의 중요성





DAY 1 CONFERENCE

2026.10.29.Thu.



Opening Keynote

THE FUTURE OF BRANDS

중국 소비의 다음 10년, 그리고 글로벌 브랜드의 기회

오프닝 키노트

THE FUTURE OF BRANDS

글로벌 브랜드의 미래, 중국에서 답을 찾다

Speaker

Key Question

마샤 마오(毛霞云) 징둥크로스보더 비즈니스총괄

“한국 브랜드가 지금 중국에서 어떻게 시작하고,
무엇을 준비해야 하는가”



Main Session

NEXT CHINA

중국 시장, 다음 10년을 말하다

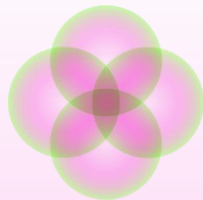
한·중 대표 브랜드와 플랫폼 리더들이 중국 소비시장 변화와
미래 성장 전략을 논의하는 메인 세션



한국 대표

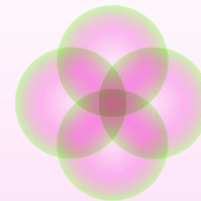


중국 대표



DAY 1 CONFERENCE

2026.10.29.Thu.



Business Session_1

HOW TO WIN CHINA

중국 소비자를 사로잡는 마케팅 전략

Speaker_1

TBD

「중국에서 팔리는 브랜드는 어떻게 만들어지는가」
콘텐츠에서 소비, 소비에서 매출로 이어지는 중국 커머스의 새로운 공식

Speaker_2

더우(Poizon) 관계자

「중국 소비자는 왜 이 브랜드를 선택하는가」
중국 MZ의 브랜드 선택 기준과 새로운 소비·유통의 법칙

SHANGHAI SPECIAL SESSION

WHY SHANGHAI?

왜 지금, 한국 브랜드는 상하이에서 시작해야 하는가

[SPECIAL DIALOGUE]

Panel

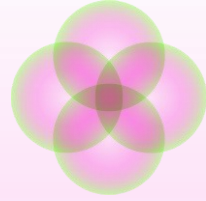
황푸구 상무위원회
양샤오제(杨晓洁) 쉬후이구 상무위원회 주임(主任)

KEY TOPICS

- ① WHY SHANGHAI
상하이 시장 경쟁력 · 소비 트렌드
- ② K-BRAND OPPORTUNITY
한국 패션·뷰티·라이프스타일 브랜드 진출 기회
- ③ HOW TO ENTER
유통 · 팝업 · 파트너십 · 현지화
- ④ DISTRICT DIFFERENCE
황푸구 vs 쉬후이구 상업·문화·비즈니스 환경
- ⑤ GOVERNMENT SUPPORT
해외 브랜드 유치 · 정책 · 지원 프로그램

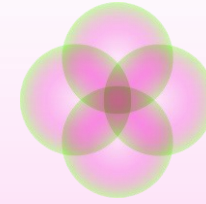
KEY TAKEAWAY

한국 브랜드가 상하이에서 무엇을 할 수 있고, 누구와 협력할 것인가



DAY 1 CONFERENCE

2026.10.29.Thu.



Business Session_2

HOW TO BUILD CHINA BUSINESS

투자·JV·현지 파트너십

중국 시장 진출 성공과 실패에서 배우다

중국 투자기관과 브랜드 전문가들이 직접 진출 전략을 공유하는 세션

Speaker_1

MISTO Holdings / Mantova Shanghai

CEO Aron Wu (우이룽)

FROM ENTRY TO SCALE

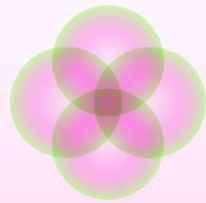
중국 진출 이후, 현지에서 브랜드를 키우는 법

Speaker_2

BA Capital Managing Partner David He

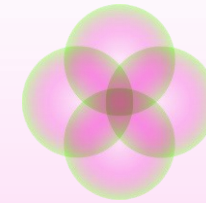
WHAT CHINESE INVESTORS LOOK FOR

중국 투자자가 바라보는 글로벌 브랜드의 성장 조건



DAY 2

BUSINESS IMMERSION TOUR



2026.10.30.Fri.

실제 중국 소비시장과 플랫폼 운영 방식을 직접 체험하는 현장 프로그램폼 투어

Platform Tour | 오전



우강루
(Wukang Road)

Platform

- a. 더우 (Dewu)
- b. E-LAND
E INNOVATION
VALLEY

Key Point 핵심 내용

라이브커머스	플랫폼 운영 전략
AI 기반 커머스	브랜드 입점 프로세스



안푸루
(Anfu Road)

Shanghai Trend Tour | 오후



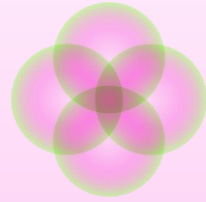
신천지
(Xintiandi)

Spot

- a. 안푸루(Anfu Road)
- b. 우강루(Wukang Road)
- c. 신천지(Xintiandi)
- d. 동후루
- e. 화이하이중루

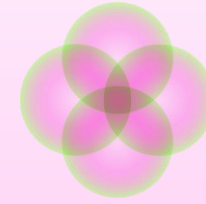
Key Point 핵심 내용

로컬 브랜드 인사이트
프리미엄 상권 분석
공간 브랜딩 및 소비 경험



PACKAGE

2026.10.28.Wed. ~ 10.31.Sat.



◆ VIP Prestige Package

VIP Prestige Package

선착순 마감
670만원 / 1인
(vat 별도)

- 대한항공·아시아나항공 비즈니스 클래스 왕복 항공권
- 벨라지오 호텔 3박 (1인 1실)
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석
- VIP 네트워킹 디너 초청
- 프리미엄 비즈니스 투어 포함

10/28	입국 및 이동 체크인 후	비즈니스석 입국 → 1:1 전용 차량 공항 픽업 벨라지오 호텔 체크인 → 자유일정
10/29	컨퍼런스 컨퍼런스 이후	본 행사 컨퍼런스 참여 저녁 네트워킹 참여
10/30	투어 저녁	비즈니스 투어 자유 일정
10/31	체크아웃 및 귀국	호텔 체크아웃 → 공항 배웅 → 귀국

◆ Premium Plus Package

Premium Plus

선착순 마감
550만원 / 1인
(vat 별도)

- 대한항공·아시아나항공 이코노미 클래스 왕복 항공권
- 하얏트 호텔 3박 (1인 1실, 와이탄 뷰)
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석
- VIP 네트워킹 디너 초청
- 비즈니스 투어 포함

10/28	입국 및 이동 체크인 후	입국 → 전용 버스 공항 픽업 호텔 체크인 → 자유일정
10/29	컨퍼런스 컨퍼런스 이후	본 행사 컨퍼런스 참여 저녁 네트워킹 참여
10/30	투어 저녁	비즈니스 투어 자유 일정
10/31	체크아웃 및 귀국	호텔 체크아웃 → 공항 배웅 → 귀국

◆ Premium Standard Package

Premium Standard

선착순 마감
450만원 / 1인
(vat 별도)

- 대한항공·아시아나항공 이코노미 클래스 왕복 항공권
- 하얏트 호텔 3박 (1인 1실, 와이탄 뷰)
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석
- 비즈니스 투어 포함

10/28	입국 및 이동 체크인 후	입국 → 전용 버스 공항 픽업 호텔 체크인 → 자유일정
10/29	컨퍼런스 컨퍼런스 이후	본 행사 컨퍼런스 참여 16:30 컨퍼런스 종료 후 자유 일정
10/30	투어 저녁	비즈니스 투어 자유 일정
10/31	체크아웃 및 귀국	호텔 체크아웃 → 공항 배웅 → 귀국

◆ Prestige Focus (City) Package

*투어 제외 패키지
580만원 / 1인
(vat 별도)

- 대한항공·아시아나항공 비즈니스 클래스 왕복 항공권
- 벨라지오 호텔 3박 (1인 1실)
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석
- VIP 네트워킹 디너 초청

◆ Premium Focus Package

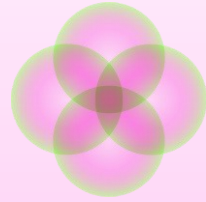
*투어 제외 패키지
485만원 / 1인
(vat 별도)

- 대한항공·아시아나항공 이코노미 클래스 왕복 항공권
- 하얏트 호텔 3박 (1인 1실)
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석
- VIP 네트워킹 디너 초청

Conference Light를 제외한 모든 패키지는 10/28~10/31 3박 4일 패키지입니다.

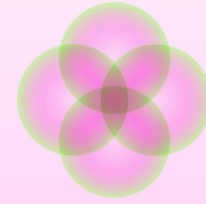
네트워킹 및 비즈니스 투어가 포함되어 있지 않은 패키지는 자유 일정에 개별적으로 상하이를 둘러보실 수 있습니다.

*자유 일정은 별도 동행 가이드나 차량이 제공되는 투어가 아닌, 참가자가 직접 계획하는 시간입니다.



PACKAGE

2026.10.28.Wed. ~ 10.31.Sat.



◆ Conference Standard Package

Conference Standard

선착순 마감
390만원 / 1인
(vat 별도)

- 대한항공·아시아나항공 이코노미 클래스 왕복 항공권
- 하얏트 호텔 3박 (1인 1실, 시티뷰)
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석

10/28	입국 및 이동 체크인 후	입국 → 전용 버스 공항 픽업 호텔 체크인 → 자유일정
10/29	컨퍼런스 컨퍼런스 이후	본 행사 컨퍼런스 참여 16:30 컨퍼런스 종료 후 자유 일정
10/30	자유 일정	자유 일정
10/31	체크아웃 및 귀국	호텔 체크아웃 → 공항 배웅 → 귀국

◆ Conference Light Package

Conference Light

선착순 마감
220만원 / 1인
(vat 별도)

- 항공 및 숙박 자유
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석

10/28	입국 및 이동 체크인 후	개별 입국 및 이동 개별 숙박 및 자유 일정
10/29	컨퍼런스 컨퍼런스 이후	행사장 개별 합류 → 본 행사 컨퍼런스 참여 16:30 컨퍼런스 종료 후 개별 일정

◆ Conference Light Package (+Networking)

*네트워킹 포함 패키지
350만원 / 1인
(vat 별도)

- 항공 및 숙박 자유
- 아시아 브랜드 센서리 컨퍼런스 전 일정 참석
- VIP 네트워킹 디너 초청

Conference Light를 제외한 모든 패키지는 10/28~10/31 3박 4일 패키지입니다.

네트워킹 및 비즈니스 투어가 포함되어 있지 않은 패키지는 자유 일정에 개별적으로 상하이를 둘러보실 수 있습니다.

*자유 일정은 별도 동행 가이드나 차량이 제공되는 투어가 아닌, 참가자가 직접 계획하는 시간입니다.