

[콘텐츠 크리에이터]

굿즈베이커리의 새로운 크리에이터가 되어 보세요 !

수 많은 팬과 팔로워는 자신이 좋아하는 콘텐츠와 아이디어를 담아
정말로 간직하고 싶은 특별한 팬덤굿즈를 만들 수 있습니다.



[사업소개] 굿즈베이커리는 무엇인가 ?

June, 2025
블루스톤 커넥트

❖ 굿즈베이커리는 IP 커머스 시장을 선도하는 로켓입니다.

굿즈베이커리는 IP 커머스 시장을 선도하는 로켓입니다.

굿즈베이커리를 통해 귀사의 IP 커머스 사업을 가장 빠르게 원하는 고도까지 성장시킬 수 있습니다.

IP 커머스 시장에 처음 진입하는 IP 기업을 혁신적 성장으로 이끌고, 올드 패러다임의 POD플랫폼을 통해 억지로 IP 커머스를 추진하고 있는 고객사에게는 새로운 지평을 열어 드립니다.

굿즈베이커리라는 이름의 로켓에 올라 타세요.
놀라운 성공을 경험하세요.



❖ 왜 “IP 커머스” 인가 ?

1. IP 콘텐츠의 화두는 콘텐츠의 생산에서 IP 비즈니스의 수익창출로 변화하고 있습니다.

IP 콘텐츠는 온라인부터 오프라인까지, 국내에서 전세계 시장까지 다양한 채널과 시장에서 소비되면서 큰 화제성과 함께 수익창출의 중심으로 자리잡아 가고 있습니다.

2. IP 커머스 시장은 급속히 성장하고 있습니다.

“K-팝, K-드라마·영화, K-게임을 비롯한 한국 작품이 글로벌 콘텐츠 시장을 휩쓸면서, 이를 활용한 IP(지식재산) 비즈니스 시장이 주목 받고 있다. 그중에서도 '굿즈'로 대표되는 IP커머스 시장은 K콘텐츠 기업에 '기회의 땅'으로 여겨진다. K콘텐츠에 대한 글로벌 고정 팬 층이 두터워 진 만큼 디즈니와 일본 애니메이션 못지않은 IP커머스 성장이 가능할 것이란 기대감이다.”

(OO일보, 2022. 12.19)

세계 콘텐츠 '캐릭터·라이선스' 시장 규모 및 전망치

(단위: 억달러)

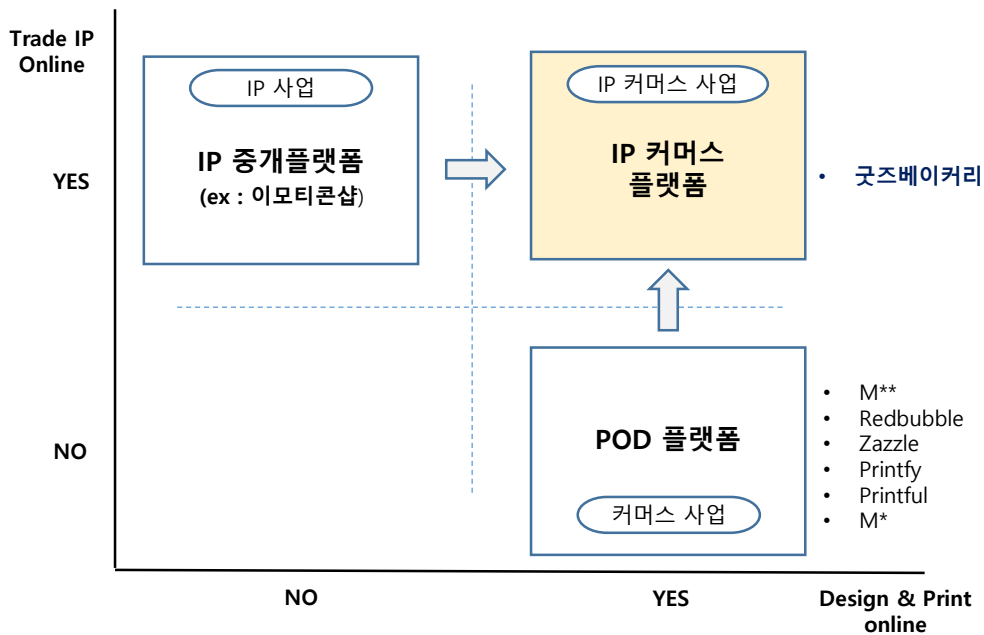


*자료: 한국콘텐츠진흥원(출처: PwC(2021), LIMA(2020))

- 세계시장 : IP 커머스의 주요한 사업부문인 '캐릭터 라이선스' 부문에서 2024년도의 글로벌 시장규모는 약 500조원
- 국내시장 : 24년도 기준 국내의 팬덤시장 규모는 약 15조원으로 추산됨.

❖ 왜 “굿즈베이커리”인가 ?

- 굿즈베이커리는 POD 플랫폼과 IP 중개플랫폼의 한계를 모두 극복하고 **1)“IP콘텐츠숍”을 통한 IP 거래의 플랫폼화와 2)“디자인 메이커”를 통한 굿즈 디자인/제작의 플랫폼화**를 통합적으로 구현한 최초의 IP 커머스 플랫폼입니다.
- 콘텐츠 기업들은 굿즈베이커리를 통해 **IP 사업과 커머스 사업을 융합**하여 새로운 형태의 IP 커머스 사업을 창출할 수 있습니다.



1. POD 플랫폼 : IP 거래의 플랫폼화 불가

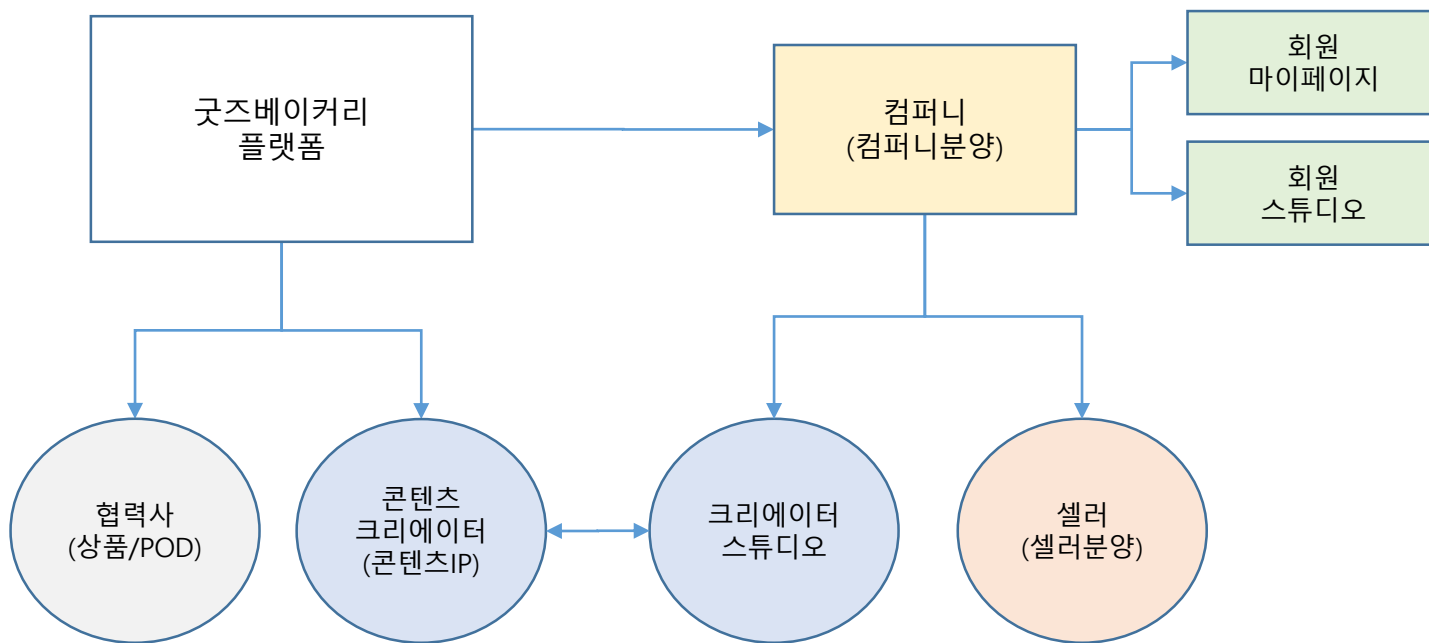
- POD 플랫폼에서는 개인이 자신의 PC에 콘텐츠를 보유하고 이미지 업로드를 통해 굿즈를 제작합니다. 즉, 크리에이터와 소비자가 온라인 숍을 통해 **자유롭고/투명하게** 콘텐츠 IP를 거래할 수 없습니다.
- **소비자의 IP활용** : 따라서 소비자는 자신이 좋아하는 콘텐츠IP를 자유롭게 선택하여 굿즈제작을 할 수 없고
- **IP의 보호** : 콘텐츠기업과 크리에이터는 각 개인의 PC에 있는 콘텐츠의 불투명한 사용을 방지할 수 없습니다.
- 굿즈베이커리는 **“IP콘텐츠숍”을 통해** 소비자와 크리에이터의 자유롭고/투명한 콘텐츠IP의 거래를 가능하게 합니다.

2. IP 중개플랫폼 : 굿즈 디자인/제작의 플랫폼화 불가

- IP 중개플랫폼에서는 IP를 자유롭고/투명하게 거래하지만 소비자가 IP와 상품을 결합하여 개별화된 새로운 상품(굿즈)을 직접 디자인/제작할 수는 없습니다.
- 굿즈베이커리는 **“디자인메이커”를 통해** 소비자가 IP와 상품을 결합하여 굿즈를 직접 디자인/제작할 수 있도록 지원합니다.

❖ 굿즈베이커리 멤버

굿즈베이커리 플랫폼의 5대 멤버 : 굿즈베이커리는 IP 커머스 사업을 총괄하는 **컴퍼니**, 컴퍼니의 파트너인 **셀러와 크리에이터**, 상품공급과 인쇄제작(POD)의 파트너인 **협력사**, 그리고 소비자인 **회원들**이 함께 만들어 가는 **참여형 커머스 플랫폼**입니다.



❖ 굿즈베이커리 플랫폼분양

• 컴퍼니분양

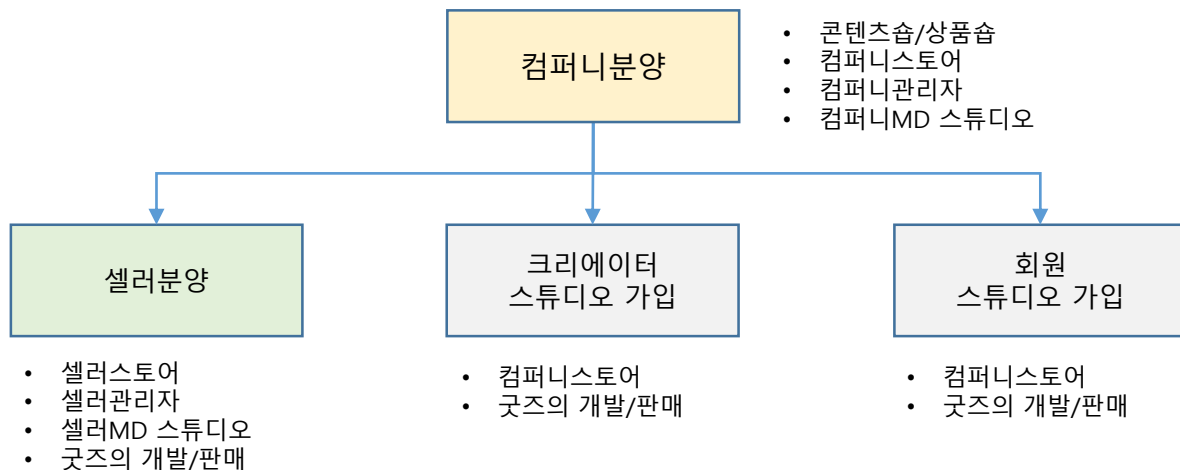
콘텐츠 IP를 보유한 기업들은 단순히 IP만을 공급하는 수준을 넘어 굿즈베이커리의 컴퍼니분양을 통해 IP 커머스 사업을 자신의 새로운 성장사업으로 추진할 수 있습니다. 굿즈베이커리는 성장을 이끄는 가장 빠르고 강력한 로켓입니다.

• 셀러분양

개인형 크리에이터나 사업자는 굿즈베이커리의 셀러분양을 통해 독자적인 도메인을 가진 IP 커머스 쇼핑몰을 운영할 수 있습니다.

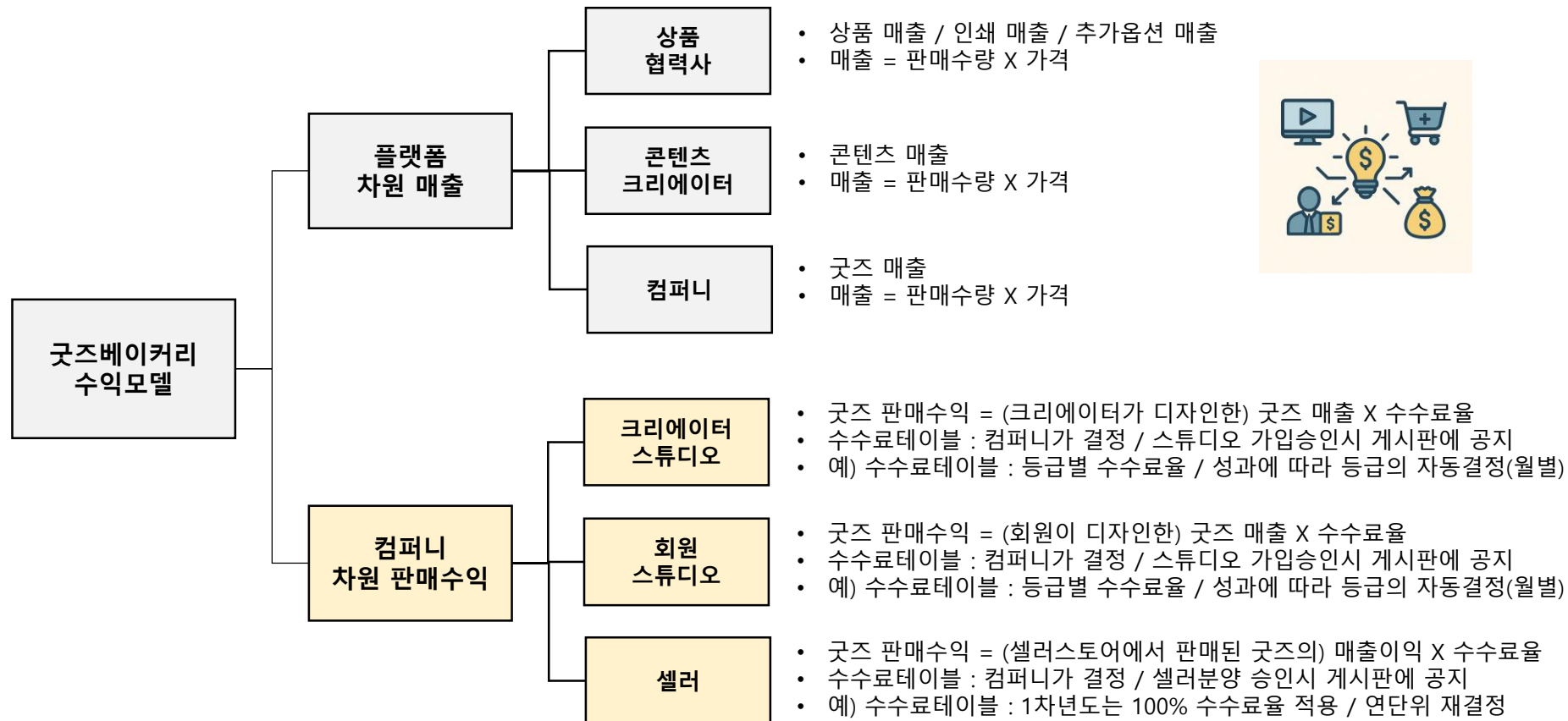
• 스튜디오 가입

크리에이터나 회원은 굿즈를 개발/판매할 수 있는 스튜디오에 가입할 수 있습니다. 이를 통해 회원들과 크리에이터들은 플랫폼이 제공하는 IP와 상품에 자신의 아이디어를 담아 창의적인 굿즈를 제작/판매할 수 있습니다.



❖ 굿즈베이커리 수익모델

굿즈베이커리 멤버의 수익모델은 1)플랫폼 차원에서 결정되는 매출(매입)과 2)컴퍼니 차원에서 결정되는 판매수익(판매수수료)의 2가지로 분류할 수 있습니다.



❖ 굿즈베이커리 스토어 With Design Maker

굿즈베이커리 스토어는 디자인메이커와 완벽하게 통합됨으로써, 소비자와 크리에이터는 자신이 원하는대로 콘텐츠와 상품을 결합하여 굿즈를 직접 디자인/제작할 수 있습니다.

1. IP콘텐츠숍

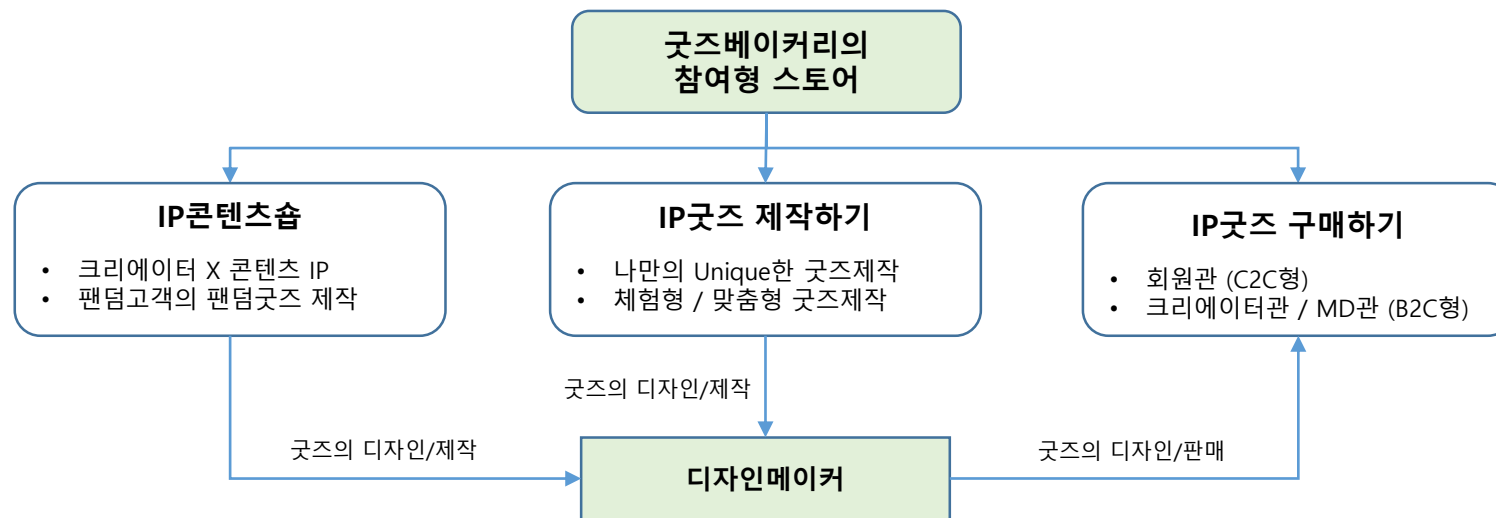
자신이 좋아하는 크리에이터의 콘텐츠IP를 구매하여 자신만의 특별한 팬덤굿즈를 직접 디자인/제작할 수 있는 **팬덤고객을 위한 스토어**

2. IP굿즈 제작하기

단순한 상품구매를 넘어 소비자가 굿즈의 디자인/제작에 직접 참여하여 자신만의 개성을 표현할 수 있는 **소비자 참여형 스토어**

3. IP굿즈 구매하기

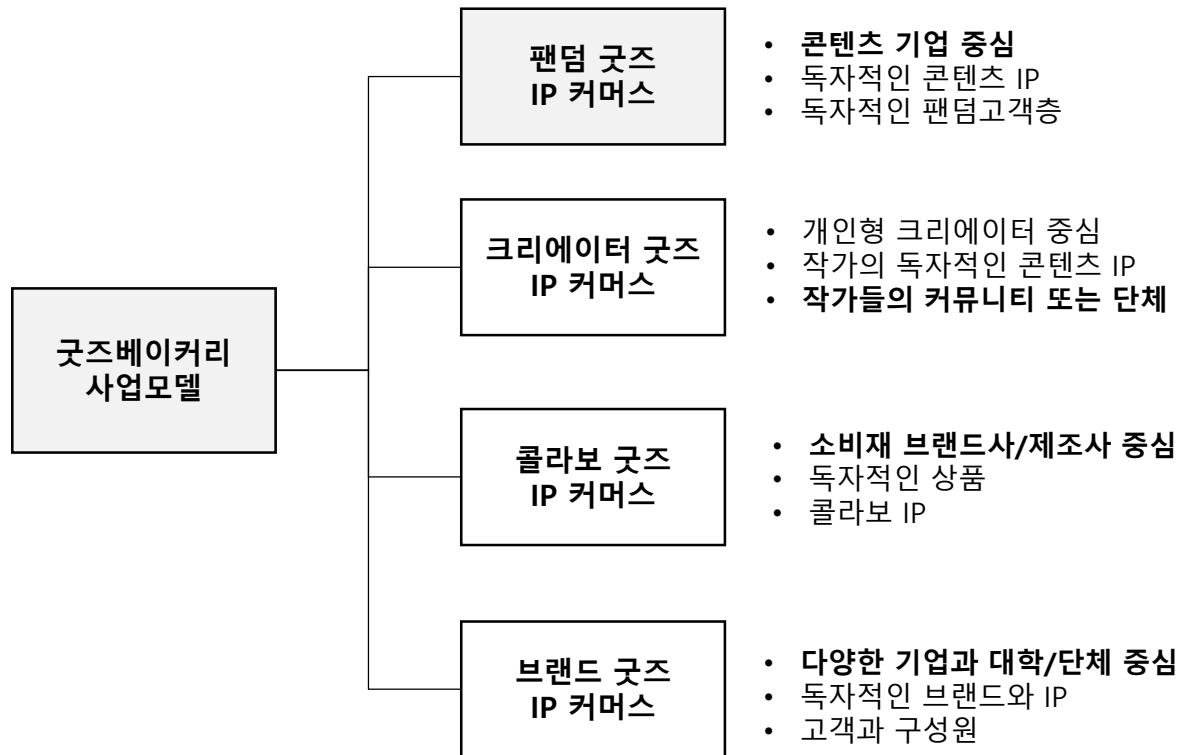
컴퍼니와 크리에이터등 사업자가 굿즈를 디자인/판매하는 기존의 B2C형 마켓플레이스만이 아니라 소비자도 굿즈의 디자인/판매에 참여할 수 있는 **C2C형 스토어**



(상세내용은 “별첨 : 굿즈베이커리 디자인메이커” 참조)

❖ 굿즈베이커리 사업모델

굿즈베이커리의 플랫폼분양을 통해 기업들은 자신의 핵심역량과 사업전략에 맞는 IP 커머스 사업모델을 도입할 수 있습니다.



❖ 팬덤굿즈 IP 커머스 : 콘텐츠 기업

1. 팬덤굿즈 IP 커머스는 무엇인가 ?

- 팬덤굿즈 IP 커머스는 스타와 작품을 통해 프리미엄 콘텐츠IP를 창출하여 폭넓은 팬덤고객층을 구축한 콘텐츠 기업을 위한 IP 커머스 모델입니다.
- 수많은 팬과 팔로워는 팬덤굿즈 플랫폼을 통해 자신이 좋아하는 콘텐츠와 아이디어를 담은 고품질의 팬덤굿즈를 직접 만들어 자신만의 특별한 구매경험을 즐길 수 있습니다.

2. 팬덤굿즈 IP 커머스는 어떤 콘텐츠 기업에 적합한가 ?

- 엔터테인먼트 콘텐츠 기업 : K-팝, K-영화/드라마등 스타 중심의 IP콘텐츠
- 게임 콘텐츠 기업 : 게임 중심의 IP콘텐츠
- 웹 콘텐츠 기업 : 웹툰, 웹소설등 웹작품의 IP콘텐츠
- 스포츠단 : 스타와 브랜드 중심의 IP콘텐츠

3. 팬덤굿즈 IP 커머스는 무슨 사업가치를 제공할 수 있나 ?

- IP 수익창출 : IP콘텐츠와 IP굿즈의 판매를 통해 획기적인 수익사업을 창출
- 팬덤고객층의 확대와 홍보 : 팬덤의 공동체 의식과 소속감 강화, 팬의 참여와 충성도 제고, 스타와 작품의 홍보를 통해 아티스트와 팬들과의 관계를 더욱 강화할 수 있습니다.
- IP 유통의 투명화 : 비공식IP 거래를 플랫폼화함으로써 IP 거래의 투명성을 강화

❖ 팬덤굿즈 IP 커머스 : 게임사 사례

• N사의 사업목표

1. IP 커머스 사업을 통한 새로운 수익창출
2. 팬덤고객에 대한 공식IP의 홍보와 팬덤고객층의 확대
3. 팬덤고객층의 확대목적으로 묵인하고 있는 팬아티스트의 비공식IP 유통을 플랫폼화
4. 팬아티스트의 수익창출을 지원하여 팬아티스트 개발을 활성화

• IP 거래의 플랫폼화

1. N사의 공식IP를 IP콘텐츠숍을 통해 거래
2. 팬아티스트를 크리에이터로 가입해서 팬아트를 IP콘텐츠숍을 통해 거래
3. IP콘텐츠숍을 통해 IP 유통을 통합하여 IP거래의 투명화와 시장확대를 추진

• 굿즈 제작/판매의 플랫폼화

1. B2C 모델 : N사(컴퍼니)와 팬아티스트(셀러)가 회원에게 IP굿즈를 제작/판매
2. C2C 모델 : 회원(팬덤고객)도 IP굿즈를 제작하여 다른 회원에게 판매
3. 팬덤고객층의 확대 : 일반고객의 회원가입 활성화를 통해 팬덤층 확대

• 수익모델

1. N사(컴퍼니) : IP 매출, 굿즈 매출
2. 팬아티스트(크리에이터/셀러) : IP 판매수익, 굿즈 판매수익
3. 팬덤고객(회원) : 굿즈 판매수익



❖ 크리에이터 굿즈 IP 커머스 : 작가들의 커뮤니티/단체

1. 크리에이터 굿즈 플랫폼의 의미

- 행복 추구는 굿즈베이커리 플랫폼 모델의 핵심입니다.
- 개인형 콘텐츠 작가들은 굿즈베이커리가 제공하는 기업가적 여정(수익창출)을 통해 자신의 삶을 통제하고 새로운 재정적 자유를 누릴 수 있습니다.

2. 크리에이터 굿즈 플랫폼은 어떤 기업과 단체에 적합한가 ?

- 개인형 크리에이터들의 작품이 판매되는 이모티콘숍 / 콘텐츠숍
- 미술관, 박물관, 지역홍보관등 작가/작품의 홍보가 필요한 단체

3. 크리에이터 굿즈 플랫폼의 사업가치는 무엇인가 ?

- 개인형 콘텐츠 크리에이터들은 굿즈베이커리에 등록되는 순간부터 자신이 개발한 콘텐츠를 판매하여 기업가로 성장하고 싶은 꿈을 실현할 수 있습니다. 굿즈베이커리에 참여하는 수많은 셀러와 회원들이 크리에이터가 만든 그림, 예술작품, 캐릭터등의 콘텐츠를 구매하여 자신이 원하는 굿즈를 만들기 때문입니다.
- 개인형 크리에이터들은 독창적인 크리에이터 굿즈를 개발하여 판매할 수도 있습니다. 자신이 개발한 콘텐츠를 담은 창의적인 크리에이터 굿즈를 만들어 세상과 공유함으로써 자신의 재능을 통해 수 많은 사람들에게 특별한 영감을 제공할 수 있습니다.

굿즈베이커리는 당신의 열정과 이익이 함께 하는 곳입니다.



❖ 콜라보 굿즈 IP 커머스 : 소비재 브랜드사/제조사

1. 콜라보 굿즈 시장의 대두

- 소비재 산업의 브랜드사/제조사는 치열한 판매경쟁 속에서 제품혁신/상품혁신을 통해 마케팅 경쟁력을 강화하기 위해 노력하고 있습니다.
- 특히 MZ세대의 신세대 고객층은 제품의 브랜드나 대중적인 인기라는 트렌드보다 자신의 개성과 취향을 구매선택의 최우선 순위에 두는 경향이 강화되고 있습니다.

2. 콜라보 굿즈 플랫폼은 어떤 기업과 사업에 적합한가?

- 신세대 고객층을 잡기 위한 취향중심의 마케팅이 점점 중요해 지고 있는 화장품, 패션부터 키즈상품, 액세서리 소품, 가정/생활용품까지 콜라보 굿즈의 중요성은 증가하고 있습니다.

3. 콜라보 굿즈 플랫폼의 사업가치는 무엇인가?

- 소비자는 플랫폼을 통해 자신이 좋아하는 콘텐츠와 아이디어를 담은 콜라보 굿즈를 직접 디자인하고 제작하는 새로운 체험을 즐길 수 있습니다.
- 기업의 상품개발 전문가는 플랫폼을 통해 자신들의 재고상품에 창의적인 아이디어와 콘텐츠를 결합한 콜라보 굿즈를 만들어 고객에게 더 큰 만족을 제공할 수 있습니다.

굿즈베이커리는 자신만의 개성과 취향을 중시하는 MZ세대 고객층을 위한 가장 탁월한 상품전략이자 마케팅 솔루션입니다.



❖ 브랜드 굿즈 IP 커머스 : 기업, 대학과 단체

1. 기업의 브랜드 굿즈

사람들이 실제로 갖고 싶어하는 브랜드 굿즈는 고객에게 브랜드의 핵심가치를 전달하는 마케팅의 전략적 도구입니다. 따라서 판촉과 홍보, 고객충성도 개선, 직원참여 제고등의 목적을 위해 제공되는 맞춤형 브랜드 굿즈는 기업의 성과를 가시적으로 개선합니다.

2. 대학의 브랜드 굿즈

학생, 교직원 및 졸업생에게 공식적인 학교의 브랜드 굿즈를 판매하고 배포하면 캠퍼스 안팎에서 구성원들의 진정한 소속감을 증진하는데 크게 도움이 됩니다. 학교의 브랜드 굿즈에 포함되는 공유된 브랜드와 콘텐츠는 사람들의 공통된 경험과 소속감을 불러일으키는 무엇인가를 담고 있습니다.

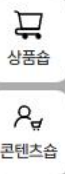
3. 비영리단체의 브랜드 굿즈

비영리단체, 자선단체의 고유한 브랜드와 콘텐츠를 담은 브랜드 굿즈는 자신들의 사명과 요구사항등의 메시지를 세상에 전파하고, 조직구성원의 소속감과 소명의식을 고취하는 전략적 도구입니다.

굿즈베이커리의 플랫폼분양을 통해 기업, 대학, 단체등은 자신들의 브랜드 굿즈를 직접 개발/제작/판매할 수 있습니다. **굿즈베이커리를 통해 독자적인 브랜드 굿즈 플랫폼을 구축하세요.**



별첨 : 굿즈베이커리 디자인메이커(Design Maker)



1. 상품샵/콘텐츠샵 X

샵을 이용하면 다양한 상품과 콘텐츠로 수준높은 굿즈를 만들 수 있어요.

- 버튼이 음영일 경우 콘텐츠샵은 사용할 수 없는 상품이에요.
- 상품샵에서 새로운 상품을 선택하면 작업이 초기화돼요.

확인

사용 콘텐츠 X

이번 제작에서 사용한 콘텐츠를 쉽게 찾을 수 있어요.

좋아요 콘텐츠

콘텐츠샵에서 '좋아요'♥ 한 콘텐츠를 쉽게 사용할 수 있어요.



생활 / 건강 **UV 인쇄 (기본)** 레이저 인쇄

미니 하트 손거울

2,484 원

현재 선택된 색상은 흰색입니다.

☒ ☐ ☐

작업영역



후면

100 % - + 확대/축소 초기화

저장하기

< 뒤로 초기화 되돌리기 다시하기 삭제 앞으로 뒤로 좌우반전 상하반전 왼쪽 가운데 오른쪽 위쪽 위쪽 중간 아래쪽 사용 콘텐츠 좋아요 콘텐츠 이용안내

상품샵

콘텐츠샵

텍스트

템플릿

이미지

리소스

2. 나만의 디자인

텍스트와 무료 템플릿을 이용해보세요.
또 내가 가지고 있는 이미지를 업로드하여
자유롭게 꾸밀 수 있습니다.

● 전문가는 리소스에서 SVG파일을 이용해보세요.

나만의 디자인을 만들어보세요!

확인



전체숨김

전체잠금

전체선택

선택삭제

생활 / 건강

UV 인쇄 (기본)

레이저 인쇄

미니 하트 손거울

2,484 원

현재 선택된 색상은 흰색입니다.



작업영역



후면

100 % - + 확대/축소 초기화

저장하기

3. 인쇄기술 선택

인쇄기술을 선택할 수 있어요.

- 선택한 인쇄기술에 따라 콘텐츠숨을 사용 못 할 수 있어요.
- 작업 도중 인쇄기술을 바꾸면 작업이 **초기화**돼요!

같은 상품이라도 인쇄 기술에 따라 다른 느낌을 줘요.

확인



후면

100 % - + 확대/축소 초기화

저장하기

4. 상품정보와 작업영역 X

상품의 기본정보를 확인할 수 있어요.

색상을 선택하여 색상별로 내가 만든 굿즈를 확인해요.

작업영역을 선택하면 인쇄가능한 영역마다 디자인 할 수 있어요.

확인



미니 하트 손거울

2,484 원

현재 선택된 색상은 흰색 입니다.

☒ ☐ ☐

작업영역



후면

자세한 상품정보 X

하단의 탭을 이용하여 상품의 기본정보와 인쇄기술가이드를 확인해보세요

확대/축소 초기화

5. 콘텐츠 편집

편집기능을 이용하여 편하게 디자인 하세요.

디자인 하러가기

👁️ 전체숨김

🔒 전체잠금

☑️ 전체선택

🗑️ 선택삭제

생활 / 건강

UV 인쇄 (기본)

레이저 인쇄

미니 하트 손거울

2,484 원

현재 선택된 색상은 흰색 입니다.



작업영역



후면



100 % - + 확대/축소 초기화

저장하기



굿즈베이커리의 멤버가 되면
세상을 더욱 멋지게 만드는 여정을 함께할 수 있습니다.

굿즈베이커리의 멤버가 되어 보세요 !