

# ONE OF ONE

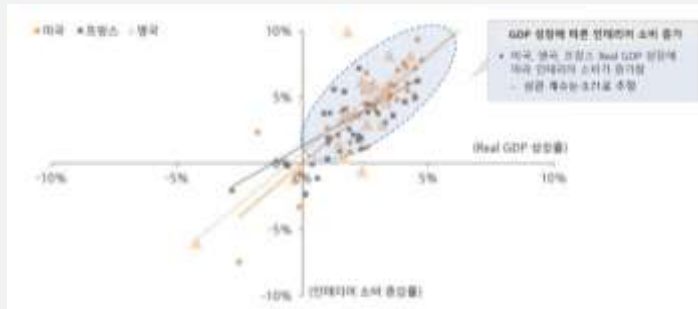
명품 그릇/가구 리세일 서비스



# 시장 분석- 시장의 성장

국민소득의 증가에 따라  
프리미엄 리빙 시장이 폭발적으로 성장 중임

## 국민소득과 홈퍼니싱 시장의 상관 관계



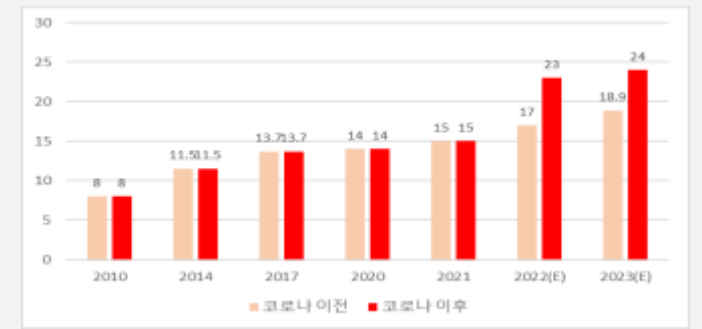
• Source: 한국투자증권 리서치센터

## 홈퍼니싱 지출액과 1인당 소득수준



• Source: 신영증권

## 한국 홈퍼니싱 시장의 성장



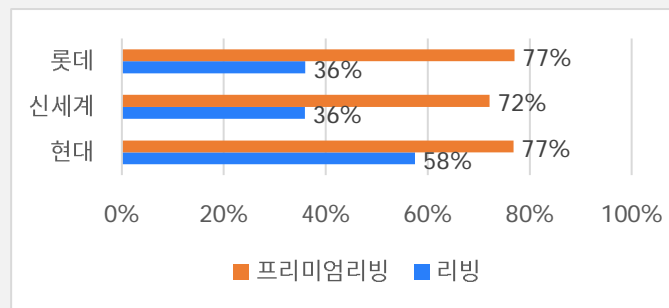
• Source: 통계청, 한국건설산업연구원

## 백화점 리빙 매출 증가

순위	17년	18년	19년
1	해외패션 23%	해외패션 + 25%	해외패션 + 30%
2	잡화 12%	잡화 - 11%	잡화 - 11%
3	스포츠 9%	스포츠 - 9%	리빙 + 9.2%
↑	영패션 8%	리빙 + 9%	스포츠 - 8%
5	리빙 8%	영패션 - 8%	F&B - 7%

• Source: 신세계 백화점

## 특히, 프리미엄 리빙의 폭발적 성장



• Source: 국민일보 2021-05-30

## 홈족의 진화

오랜 시간 머무르는 집에 아낌 없이 투자,  
집이 소비가 일어나는 핵심 공간이 됨

명품소비,  
화장품 → 잡화 → 의류 → 리빙으로 관심 확대

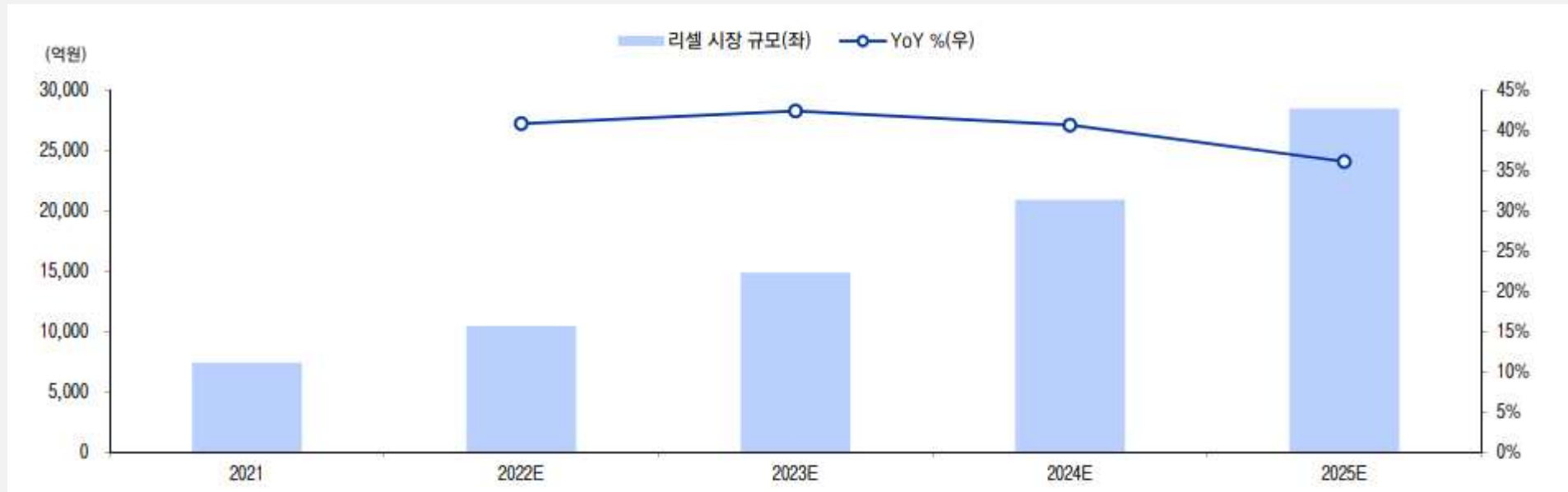
• Source: 뉴시스 (2019.04.19)

# 시장 분석-

## 시장의 성장

리세일 시장 역시 성장하고 있으며  
하나의 소비패턴으로 자리잡음

### 국내 리세일 시장 규모 추정



- 근검 절약을 넘어선 신소비 트렌드, 2025년까지 약 2.8조원 규모로 성장
- 현재 스니커즈 중심에서 희소성을 가진 명품, 콜렉티블 (수집카드, 아트토이, 도자기) 등 다양한 품목으로 확장이 예상됨
- 특히 하이엔드 제품일수록 가치 보전을 위해 물량을 한정적으로 관리하는 정책을 지속하고 있으며 남과 다른 특별한 제품, 한정판을 바라는 소비 심리 때문에 리세일은 지속될 것임.
- 타 카테고리에 비해 상대적으로 감가상각이 적고 오히려 시간이 지나며 역사성과 희소성이 더해져 가격이 상승하기도 한다는 점에서 초 하이엔드 리세일 시장의 성장은 지속될 것임

• Source: 이베스트투자증권

# 문제점- 전문적인 중고 플랫폼의 부재

프리미엄 리빙 제품의 리세일을  
안전하게 할 수 있는 플랫폼은 없음

수 백, 수천만원대 프리미엄 리빙 제품들이 정확한 밸류에이션, 정품인증 절차 없이 현금으로 거래되고 있음



트리뷰 아웃도어가구 2만원



로얄코펜하겐 앤틱그릇 개당 천만원



까시나 LC3 소파 2천만원



에르메스 생루이 화병 4백만원

# 문제점- 전문적인 중고 플랫폼의 부재

새 제품 시장의 폭발적 성장에도 불구하고  
프리미엄 리빙에는 전문적인 After Market이 없음

## 고가 리셀 시장 카테고리별 컨시어지 현황

						
	자동차	명품 자전거	IT 기기	명품 패션	한정판 신발	명품 그릇/가구
거래단가	2,000만원	500만원	50만원	50만원	50만원	50만원/380만원
컨시어지 Key역할	성능검증 결제안정성	수거/성능검증 결제안정성	성능검증 결제안정성	진품검증 결제안정성	진품검증 결제안정성	수거/진품검증 결제안정성
컨시어지 서비스	SK엔카	라이트 브라더스	번개장터	구구스/고이비토 리본즈/	Xxblue/Frog Kream/ SoldOut/OutOfStock	없음

# 문제점- 소비자들이 겪는 어려움

‘중고나라’는  
명품 그릇/가구를 거래하기에 어려운 플랫폼임



## 진품 여부

위조품  
가능성



## 정보 불균형

상태와 실물이 다름  
**부정확한 시세**와 제품 정보  
(셀러별 시세 차이가 50%이상)



## 현금 거래

고가의 제품인데도  
**카드결제 불가**



## 반품 불가

중고 특성상  
**교환 반품 불가**

# 솔루션

## 편리한 판매와 안전한 구매를 할 수 있는 전문적인 중개 플랫폼(C2B2C)이 필요함



### 편리한 판매

1분 판매 신청  
무료 방문 수거

### 전문적인 컨시어지

정품 인증 / 상태 인증  
데이터 기반 최적의 판매가 제안  
촬영 및 콘텐츠화

### 안전한 구매

카드 결제 가능  
교환 반품 가능  
파손 없이 수령

## 명품 중고 거래 Solution을 아래와 같이 제공함





# 서비스 상세- 판매 신청

번거로운 상품 정보 등록 No!  
상담톡에서 사진만 보내면 판매 신청이 가능함

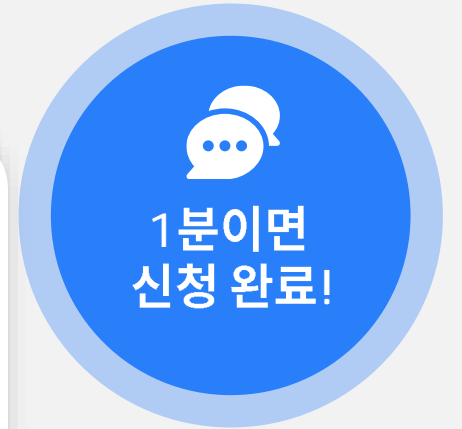
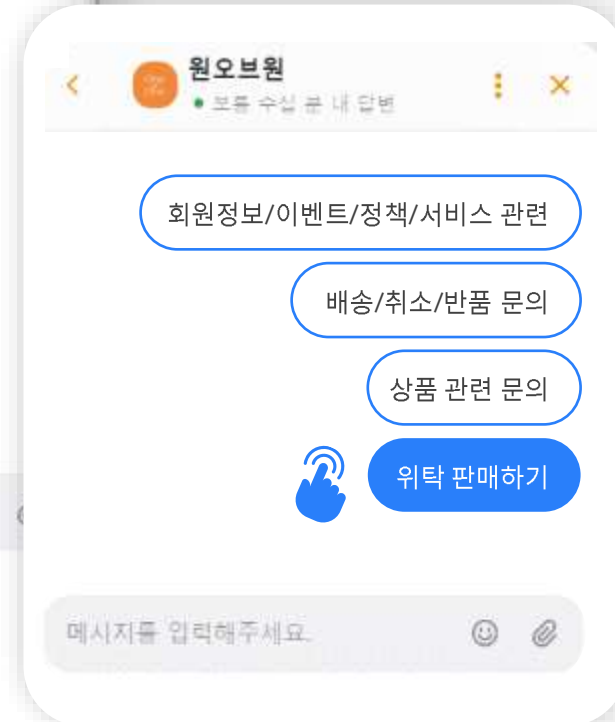
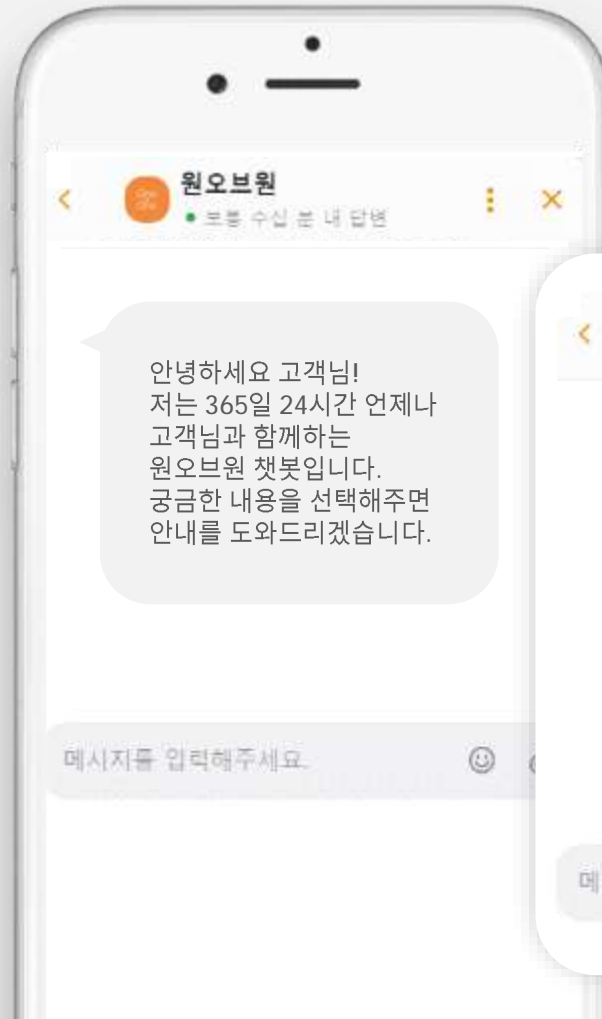
Step 01

Step 02

Step 03

Step 04

Step 05



# 서비스 상세- 제품 수거

고가의 파손이 쉬운 제품 특성상  
방문 수거를 필수적으로 제공함

Step 01

Step 02

Step 03

Step 04

Step 05

서울 및 수도권에만 방문 수거를 집중해도  
72% 커버 가능할 것으로 추정됨

- > 근거 1: 구매자의 72%가 서울 및 수도권에 거주함
- > 근거 2: 현재까지 위탁이 강남4구 및 경기도에서 이루어짐



거래 단가가 높아  
수거 비용  
상쇄가 가능함

ONE OF ONE



# 서비스 상세- 검수 · 등록

데이터베이스 기반 시세 측정,  
진품 감정, 전문지식 제공으로 '신뢰'를 부여함

Step 01

Step 02

Step 03

Step 04

Step 05



## 01 진품 보증

- 아닐 시 2배 보상



## 02 컨시어지톡 (전문지식) 제공

- ✓ 중고가/정가
- ✓ 브랜드 히스토리
- ✓ 생산 연도/국가
- ✓ 퍼스트/세컨드 여부
- ✓ 단종 여부
- ✓ 관리 방법
- ✓ 상태

원오브원만의  
차별화 요소

# 서비스 상세- 검수 · 등록

특히 컨시어지톡은 원오브원이 콘텐츠를 소비하면서 자연스럽게 구매로 까지 이어지는 효과를 냄

컨시어지톡  
(전문지식) 효과

세션시간 4-7분, 재방문율 82%, 재구매율 55%, 재위탁률 68%,  
마케팅 비용 거래액의 1% 미만

Step 01

Step 02

Step 03

Step 04

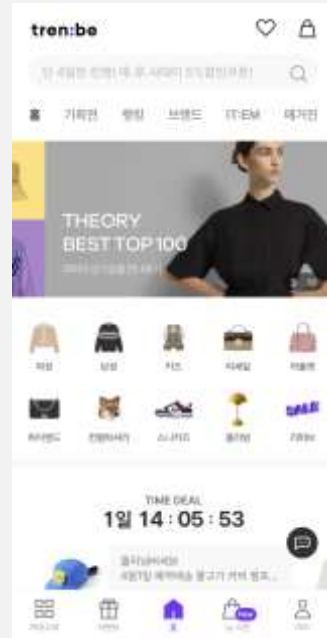
Step 05



# 서비스 상세- 검수 · 등록

단순히 유통만 잘하는 것이 아니라,  
컨텐츠를 통해 브랜드화되는 플랫폼을 지향함

## 유통사



- 병행 수입 업체의 오픈마켓으로 똑같은 셀러들이 입점 되어 결국 제품 차이가 없음
- 원하는 제품을 더 큰 할인폭으로 제공하는 곳에서 구매함
- “가격이 싸다”는 것으로 소구함
- 3개사의 정확한 차이를 고객은 인지하지 못함
- 즉, 유통은 잘 하지만 브랜드화되지 못함



## 브랜드사













- 다른 곳에 없는 한정판이 많고 비싸지만 팔림
- “싸다”는 것으로 소구하지 않음
- 이 곳에서 사고팔면 힙한 문화의 일원이라는 느낌
- 컨텐츠를 소비하면서 자연스럽게 구매로 이어짐
- 입점된 명품사들도 브랜드 하락이라는 이미지 대신 MZ세대에게 어필하는 좋은 창구로서 인식함
- 즉, 단순히 유통을 잘하는 것보다 플랫폼 자체가 브랜드화 되었다는 느낌

# 서비스 상세- 판매

정찰제, 카드결제 등 결제 편의성 높이는 동시에  
고객 로열티 제고 프로그램을 운영함

Step 01
Step 02
Step 03
<b>Step 04</b>
Step 05

The Others	VS	ONE OF ONE
SNS채널 판매(블로그,인스타)		온라인 쇼핑몰 판매 
가격 비공개, 비정찰제		가격 공개, 정찰제 
셀러별 가격차 50% 이상		국내외 데이터 기반 최적 판매가 
현금 결제만 가능		카드 및 간편 결제 가능 
CRM 해당 없음		등급별 혜택, 로열티 제고 프로그램 

✓ 전형적인 지하 경제에 투명성을 가져옴

# 서비스 상세- 입금 · 재이용

한 번 사용하면 교체하기 힘들었던 그릇/가구...  
싫증나면 언제든지 교체할 수 있는 선순환 구조를 설계함

자산 거래소의 역할,  
명품 구매 주기를 관리함

Step 01



싫증난 그릇/가구  
판매 신청

Step 02

Step 03



교체한 그릇/가구도  
사용하다 싫증나면..

Step 04

Step 05

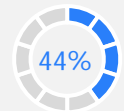


판매완료!  
: 매주 금요일 로켓 정산




다른 그릇/가구  
구매\*

위탁자 중  
구매자 비율



# 서비스 상세- 입금 · 재이용

각 카테고리별 단순 판매만 아니라 소장품을 위탁 판매해드리면서 한 명의 VIP고객을 통해 이루어지는 거래액이 2천만원에서 **최대 3억**으로 매우 높은 편임

고객 예시	그릇 		가구 		총 Transaction
	구매	위탁	구매	위탁	
50대, 남자, 용인	에르메스, 생루이, 꼬게 등 1420만원	헤렌드, 마이센 등 1280만원	까시나 1560만원	리네로제, USM등 920만원	5180만원
50대, 여자, 청담/가평/호치민	에르메스, 아스티에 드 빌라트 등 940만원	에르메스, 로알코펜하겐, 헤렌드,베르나르도 등 3850만원	USM, 카펠리니 등 1510만원	앤틱 세브르장 베어브릭 등 770만원	7070만원
50대, 여자, 반포/한남	에르메스, 로알코펜하겐 등 2000만원	로알코펜하겐, 헤렌드 등 2000만원	-	이태리 앤틱장 100만원	4100만원
30대, 여자, 서초/용인	에르메스 등 1240만원	로알코펜하겐 등 5470만원	까시나, 베르판, 프리츠한센, USM, 허먼밀러 등 2440만원	까시나, 나뚜찌, 허먼밀러 등 1240만원	1억
20대, 남자, 서초	-	-	까시나 650만원	까시나, 자노타, 아르데미데 등 1200만원	1850만원
40대, 여자, 한남	줄리СКА 76만원	헤렌드, 로알코펜하겐 등 1530만원	-	그랑지 1150만원	2750만원



# 서비스 상세- 입금 · 재이용

위탁을 위해 고객님의 댁 방문 후  
새로운 스타일링 추천하여 추가 판매로까지 이어짐

AS-IS  
빌레로이앤보흐 (1만원)



TO-BE  
바카라 크리스탈 (35만원 - 50만원)



# 서비스 상세- 입금 · 재이용

위탁을 위해 고객님의 댁 방문 후  
새로운 스타일링 추천하여 추가 판매로까지 이어짐

AS-IS  
앤티크 가구 470만원

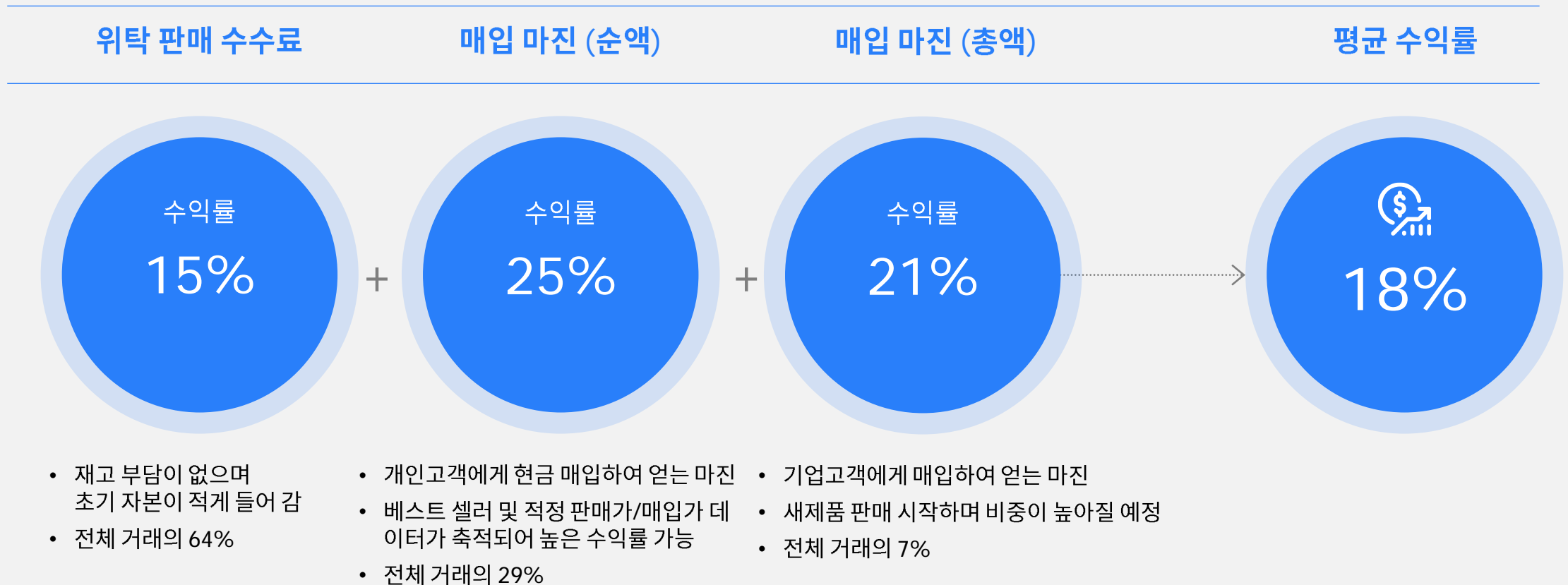


TO-BE  
Knoll 베르토이아 체어, 클라시콘, 사리넨 테이블 1450만원



# 수익 모델

위탁자에게 부과하는 판매 수수료와  
매입 마진을 통해 수익을 창출함



# 차별화 전략

아래 4가지 전략을 통해  
타 서비스와의 격차를 벌림



## Phase I

## Phase II



### 공급

- ▶ 구매자들이 가장 사고 싶은 제품을 소싱함  
ex) 에르메스, 로얄코펜하겐, 까시나, USM
- ▶ 특히 에르메스는 테이블웨어 역사가 짧아 전 세계에 중고 전문점이 없어 선점해야 함
- ▶ 다양하고 압도적인 양의 상품 리스팅이 필요함



### 컨텐츠

- ▶ 고객과 신뢰를 구축할 수 있는 전문적인 컨텐츠를 제공함 (컨시어지톡)
- ▶ 명품을 판매하는 업체 중 전 세계 유일하게 명품에 담긴 히스토리를 제공함  
→ 세션시간 3-7분, 재방문율 83%
- ▶ 기술은 따라해도, 오랫동안 쌓아온 컨텐츠는 쉽게 따라할 수 없음



### VIP고객 확보 및 리텐션

- ▶ 1개월 이내 2회 이상 결제 비율 55%, 위탁자의 68%가 재위탁하는 만큼 충성 고객 Care PGM이 필요함
- ▶ 위탁 및 구매하는 상품 수준과 일치하는 고급스러운 서비스를 제공해야 함
- ▶ 하이퍼리치의 유입이 많아 백화점 수준의 VIP Care PGM이 필요함



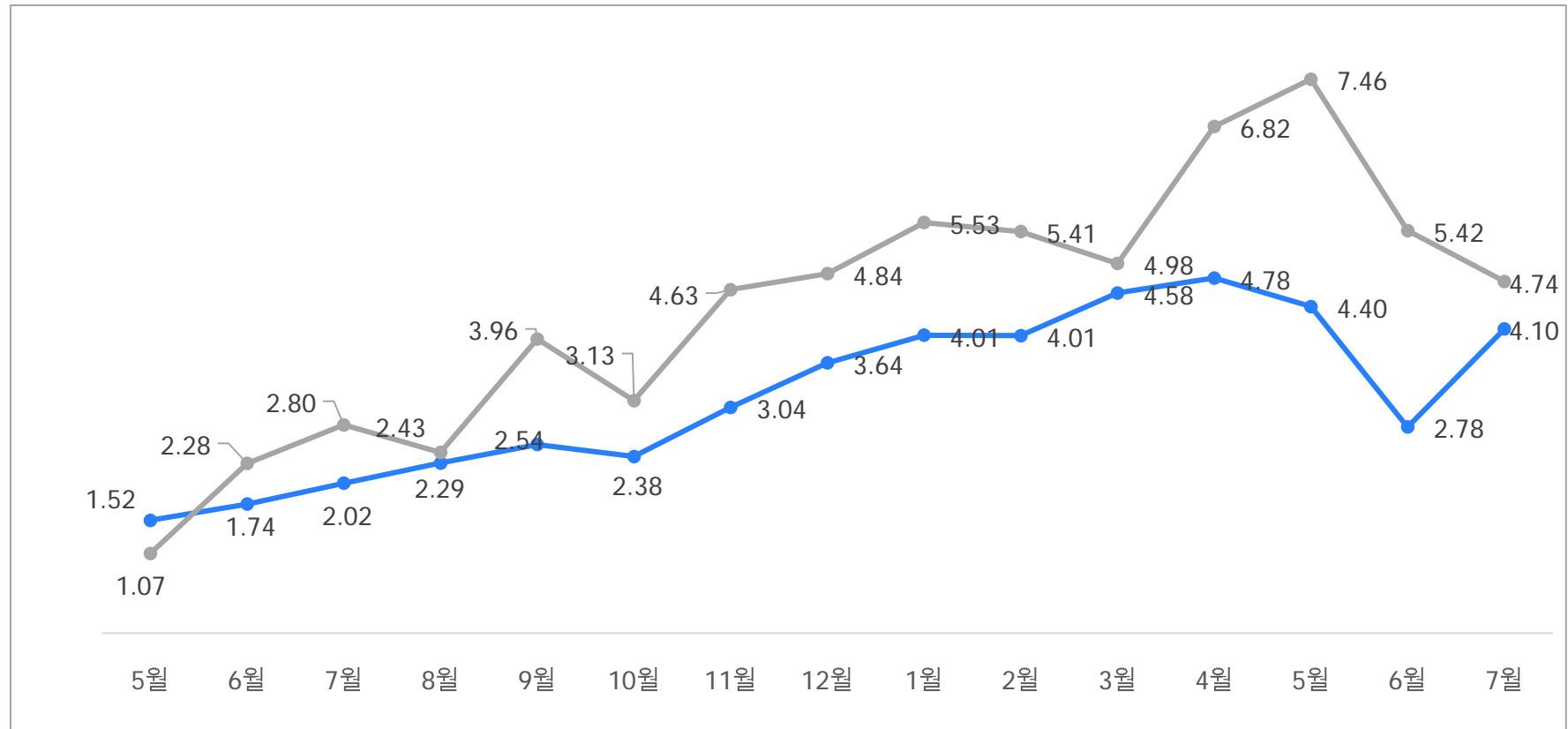
### 기술

- ▶ 국내외 새 제품, 중고 시장 거래가를 활용하여 가격 책정 자동화가 필요함
- ▶ 중고 거래의 Trial & Error를 줄이는 공신력있는 가격 데이터 공개로 당사 플랫폼으로의 유입을 유도하며 많은 양의 위탁을 이끌어 냄.

# 2020년 5월 서비스 오픈 후 24개월 운영 결과

2년간 누적 거래액 50억, 꾸준히 성장하여  
사업 모델에 대한 가능성을 확인함

## Ⅰ 상품 공급 및 거래액 (억원) Ⅰ



공급액

거래액

# 2020년 5월 서비스 오픈 후 24개월 운영 결과

입고 제품의 86%가 판매 완료, 누적 거래액 50억원을 달성하여  
사업 모델에 대한 가능성을 확인함

## 구매자 분석

구매력 있는 30-60대 + 비싸도 사고 + 한 번 사면 계속 산다는 특징이 있음

12년간 누적 거래액

50억원

주문 금액 (원)

누적 최고  
107,637,577원  
평균 118만원

재구매율

54%

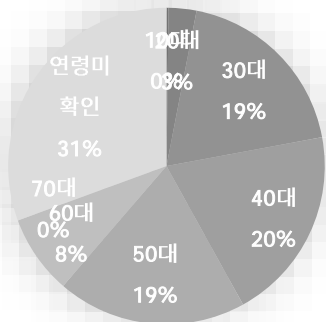
\*1개월 내 2회 이상  
결제한 고객 수  
/ 전체 고객 수

재고 소진율

1개월 내 54%  
6개월 내 82%  
1년 내 86%

\*참고: the real real  
1개월 내 재고  
소진률 60%

연령별



• 30-50대가 핵심 고객임

지역별

지역	비율
서울	49%
경기	22%
부산	4%
대전	4%
대구	3%
경남	2%
인천	2%
전남	2%
경북	2%

• 방문수거를 서울 및 수도권에 집중해도  
71% 커버 가능할 것으로 추정됨

서울 매출 분석

순위	구	비율	아파트
1위	강남구	21%	상지리츠빌, 청담자이, 타워팰리스, 현대, 미성, 한양
2위	서초구	18%	서초그랑자이, 푸르지오써밋, 반포자이, 아크로리버파크
3위	용산구	17%	한남더힐, 나인원한남, 유엔빌리지, 래미안 첼리투스
4위	마포구	7%	마포 래미안 푸르지오, 신공덕 삼성 래미안
5위	종로구	6%	경희궁의 아침
6위	양천구	5%	목동현대, 래미안 아델리체, 센트럴아이파크
7위	송파구	5%	잠실엘스, 리센츠, 트리지움, 파크리오, 올림픽훼미리타운, 헬리오시티

• 구매력 있는 VIP 고객이 많음

# 2020년 5월 서비스 오픈 후 24개월 운영 결과



# 2020년 5월 서비스 오픈 후 24개월 운영 결과

명품 가구와 그릇은 초 하이엔드 명품이며,  
그만큼 타 이커머스에서 쉽게 확보하지 못하는 VIP고객이 많음

**허세(?)의 피라미드** ✓

- 탑티어: 가구
- 1티어: 인테리어
- 2티어: 집
- 3티어: 차
- 시계
- 명품
- 바디프로필
- 파인다이닝
- 골프
- 파인다이닝

Left side text (chat/comments):

- 바디프로필은... 노려서... 일교차...
- Zaku Lima
- 스스로 마인드컨트롤 합시다
- 봉이봉
- 티비에서도 요새 골프 많이 보여주는데
- 전복죽
- 윤로하다 골로간...
- 나는 정말 신선해
- 나는 진짜 아무것도 안하네 ㅋㅋㅋㅋㅋ
- 크어휴
- 정말사
- 바라기대어...

#부익남 #부동산읽어주는남자 #재테크

'허세 인플레이션'에 고통 받는 2030, 지금 정신 차려야 합니다.



# 확장 계획

명품 그릇/가구 브랜드로 경험과 역량을 쌓은 후, 구매력 있는 VIP고객을 기반으로 카테고리 확장하여 '초하이엔드 명품 거래 플랫폼'으로 성장, 글로벌 진출 도전할 것임



# 최종 목표 시장 규모

초 하이엔드 명품 전 영역을 다루는 유일한 서비스가 되어  
한국 부자들이 공급자 혹은 위탁자로 참여 및 집결하는 플랫폼이 되고자 함



부자 32만명



월 28만원



12개월



**1조원**

한국 부자 월 평균 지출액  
1,200만원 중 2%

(단위: 억원)

	그릇	의류	시계	보석	오디오	미술	합계
새제품	8,000	60,000	35,000	25,000	1,000	2,000	131,000
리세일 (35%)	2,797	20,979	12,238	8,741	350	2,000	47,105
<b>Target (20%)</b>	<b>559</b>	<b>4,196</b>	<b>2,448</b>	<b>1,748</b>	<b>70</b>	<b>400</b>	<b>9,421</b>

• Source

- 새 제품 명품 시장 규모: 불황 없는 명품 시장 한국의 몇 위? [http://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html\\_dir/2019/04/17/2019041780038.html](http://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2019/04/17/2019041780038.html)
- 리세일 명품 시장 규모: 명품의 민주화 ' 럭셔리 경매, 8국내서 성공할까 (2017.08) <https://news.joins.com/article/21879375>
- 리세일 비율: 새 제품 시장 규모/리세일 시장 규모 = 35%로 추산함 (2020.10)
- 각 카테고리 시장 규모: 식약청, 한국시계산업협동조합, 월곡주얼리산업연구소, 한국미술시가감정협회
- 부자 정의, 부자 수, 월지출액: KB 한국부자보고서 2019

# 글로벌 사례

명품 시장이 성숙한 미국과 유럽에서는 200년 전부터 지속된 모델이며,  
현재는 로컬 마켓에 국한되지 않고 온라인에서 거대화 되고 있음

AS-IS

## 로컬 앤틱샵



미국 전역에 2만 5천개 사치품 거래 상점

## 온라인화·글로벌화

TO-BE



소더비, 크리스티  
연 거래액 9조,  
매출 1조

# 더 리얼리얼 - 원오브원 지표 비교

미국의 유니콘 기업 더 리얼리얼과  
원오브원이 같은 패턴의 판매 사이클을 보이고 있음



	객단가	위탁자 중 구매자 전환비율	재구매율	3개월 내 재고소진율
<b>TheRealReal</b> <small>AUTHENTICATED LUXURY OWNERSHIP</small>	446불	55%	GMV의 80%가 반복 고객을 통해 창출됨	60%
<b>ONE OF ONE</b>	99만원	44%	54%	82%



이상희 | CEO

- 중고 명품 그릇 판매 (2년)
- 여성 의류 쇼핑몰 운영 (4년)
- 현대카드 M포인트몰 앱 (1년)
- 현대카드 리서치 (고객조사) 4년
- 연세대학교 사학/의류환경학과 졸업



오세종 | COO

- 대응계약 생산관리팀 리더 (2년)
- CJ제일제당 전략 구매 기획 (7년)
- 연세대학교 노어노문학과



이소연 | 브랜드 디렉터

- 스타트업 더잠 (속옷 이커머스) 프로젝트 매니저
- 스타트업 왕왕 (여성 수리기사 플랫폼) 브랜드 디렉터
- 종합 브랜딩 대행사 BAT 마케터



조효현 | 운영

- 도예과 졸업



이선호 | 운영

- 고려대학교 국제대학원 졸업
- 루이비통 PR 프리랜서

감사합니다.

- 
- ☎ 회 사 : (주)원오브원
  - 👤 대 표 : 이상희
  - ☎ 전화번호: 010-2441-4799
  - ✉ 이메일 : sanghee@oneofone.co.kr
  - 📍 주 소 : 서울시 강남구 테헤란로81길 10 소석빌딩 201호
- 



# 명품 그릇 정의

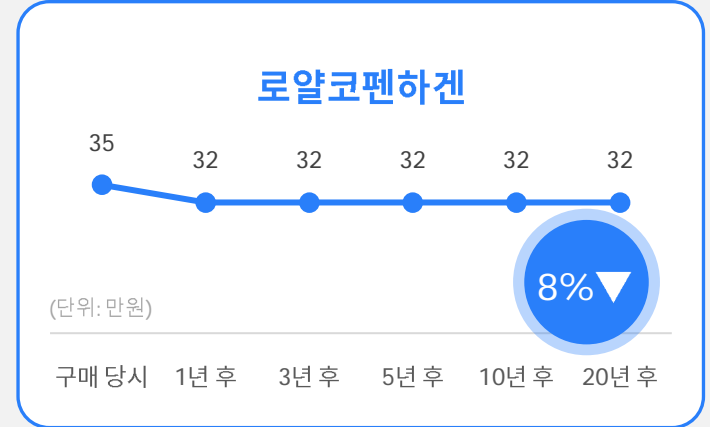
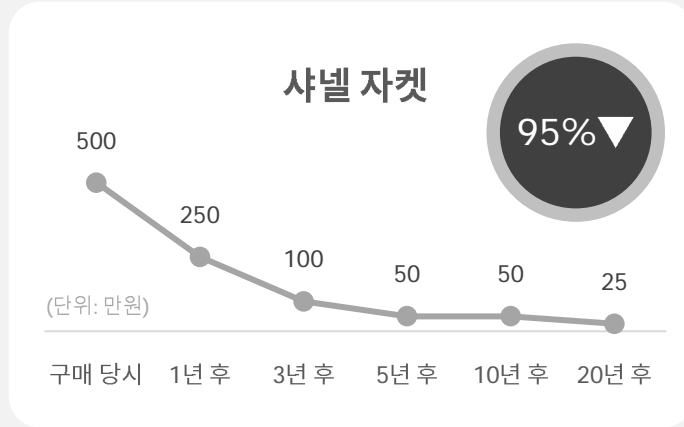
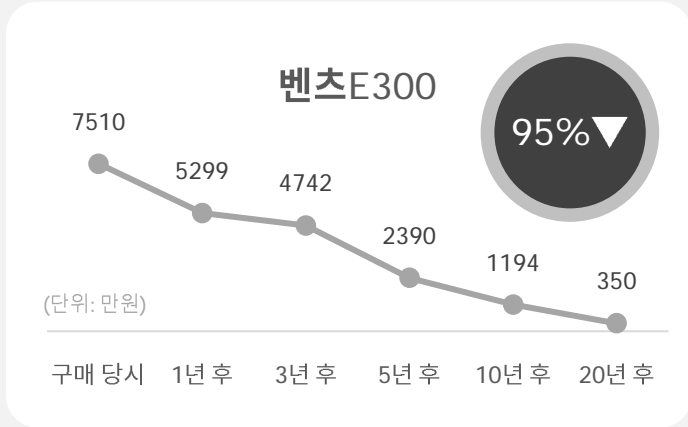
거래 건당 최소 10만원 이상의 '브랜드' 식기를 의미함  
(단품으로 안될 시, 세트 구성)

China	High	에르메스 웨이우드 하빌랜드	로얄코펜하겐 로얄크라운더비 아스띠에드빌라트	마이센 리모주 JL꼬끼	헤렌드 드레스덴 베르나르도	베르사체 지앙 레이노	줄리스카 로젠탈 리차드지노리
	Middle	로얄알버트 로얄우스터 앤슬리 광주요	빌레로이앤보흐 로모노소프 빙앤그린달 진묵도예	스타우브 레녹스 쿨포트 문도방	르쿠르제 노리다케 후첸로이터 화소반	KPM 셸리 해머슬리 아리타	민튼 로얄덜튼 파라곤 시라큐스
	Low	오덴세	에밀양리	덴비	이도	스포드	포트메리온
Crystal/ Glass	High	바카라	크리스토플	생루이			
	Low	리델	쇼트츠비젤	나흐트만	파카웨어		
Sliver/ 유기	High	티파니	크리스토플	에퀴	고햄	월래스	유기그릇
	Low			실버도금 제품			

# 명품 그릇 특징

명품 그릇은 감가상각과 유행에서 자유로워  
중고 거래에 독보적으로 유리함

## 01. 감가상각이 적음



## 02. 유행이 적음



200년 전 디자인이  
현재도 똑같이 생산됨

새 제품 가격이  
매년 인상됨에 따라  
중고 가격도 상승



시간이 지날수록  
유행에 뒤쳐지는 것이 아니라  
역사성과 희소성이 더해져  
가격이 상승함

e.g. 앤슬리 베일리  
- 2년 전 가격: 1조 18만원  
- 현재 가격: 1조 35-40만원

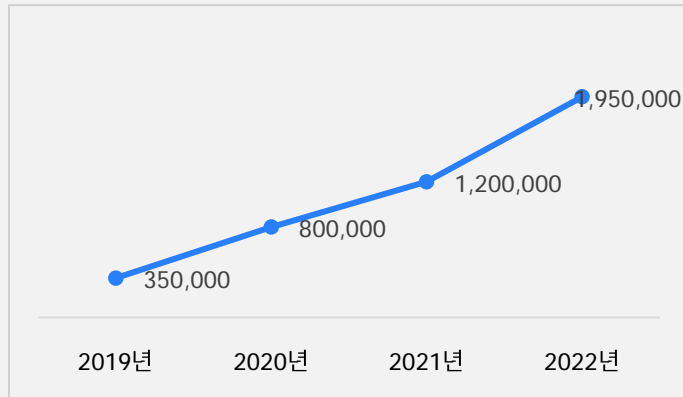


# 명품 그릇 특징

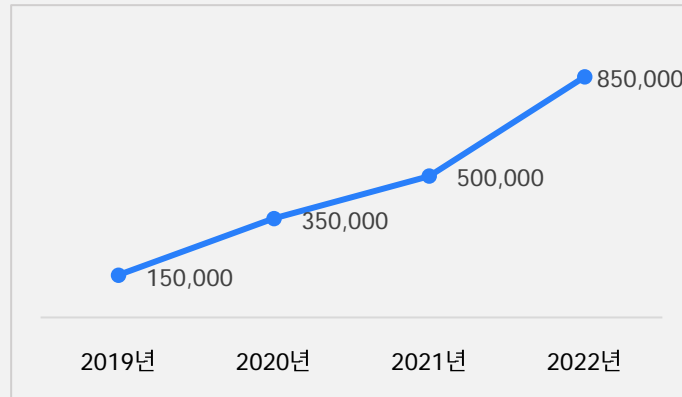
## 원오브원에서 거래된 한정판 제품의 시세 변화



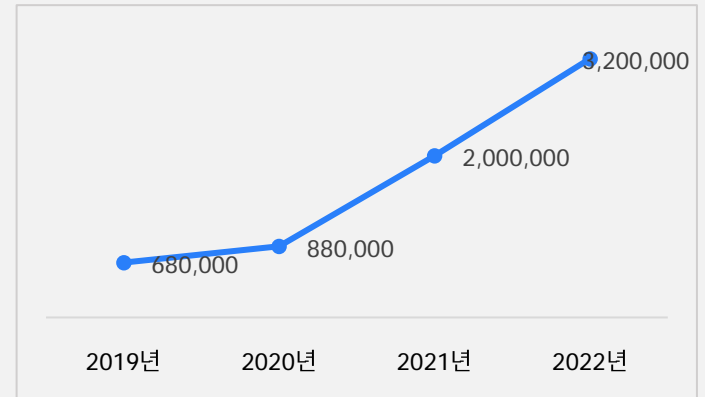
(단위:원)



로얄코펜하겐 앤틱 피겨린 시세 변화



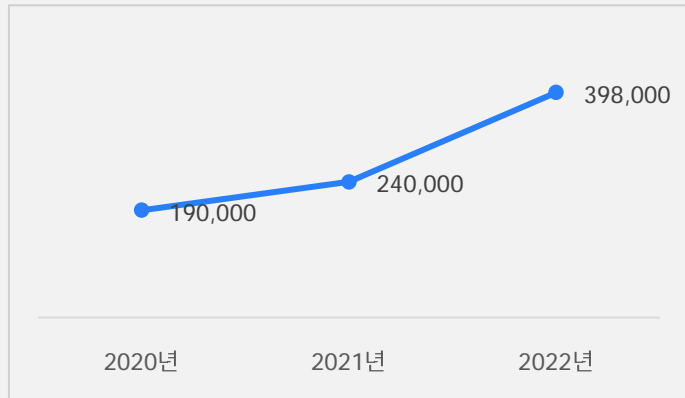
로얄코펜하겐 앤틱 포도종지 시세 변화



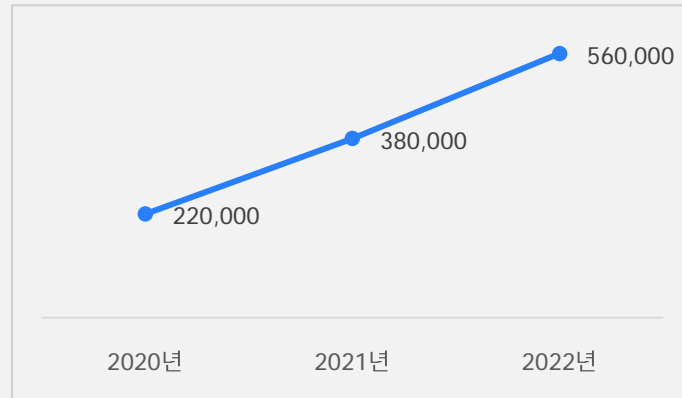
로얄코펜하겐 앤틱 매미 접시 시세 변화

# 명품 그릇 특징

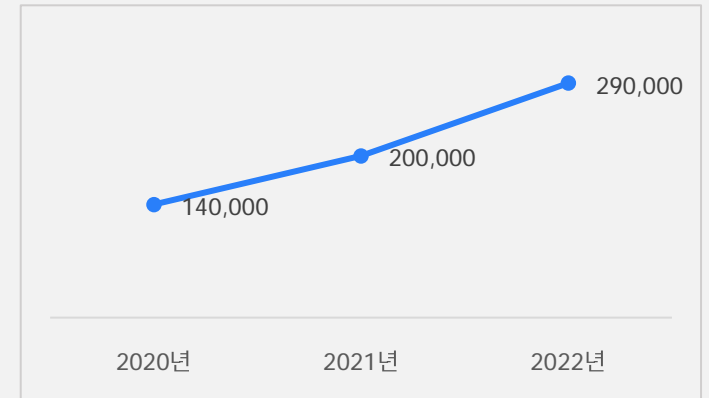
## 원오브원에서 거래된 한정판 제품의 시세 변화



에르메스 모자이크 골드 디저트 접시 시세 변화



에르메스 랠리24 스몰 오벌



에르메스 블루다이하 디저트 접시 시세 변화

(단위:원)

# 명품 그릇 특징

또한 명품 그릇은 경기를 타지 않고,  
세트 완성을 위한 추가 구매가 필수적임

## 03. 매니아층이 두터움



출처: 인스타 bouequet835



majoong59



sunnysky



salon\_de\_desiree

열광하는 것에  
꿈임없이  
지갑을 여는  
“**덕후**” **분야**의 대표 예

## 04. 경기를 타지 않음



일시적 트렌드가 아닌  
**300년 이상** 지속된  
인류의 대표적인 사치품

## 05. 세트 구성



한 번도 안 산  
사람은 있어도,

**한 개만 산 사람은  
있을 수 없음!**

# 중고 명품 그릇/가구 위탁자 분석

30-60대 주부 및 고소득자임.  
강남4구 및 경기도가 대부분이나 지방의 경우 1인의 위탁금액이 매우 큼

- 01

**위탁자**

257명
- 02

**총 위탁 금액**

2,297,406,362원
- 03

**평균 위탁 금액**

9,044,907원
- 04

**1인 최고  
위탁 금액**

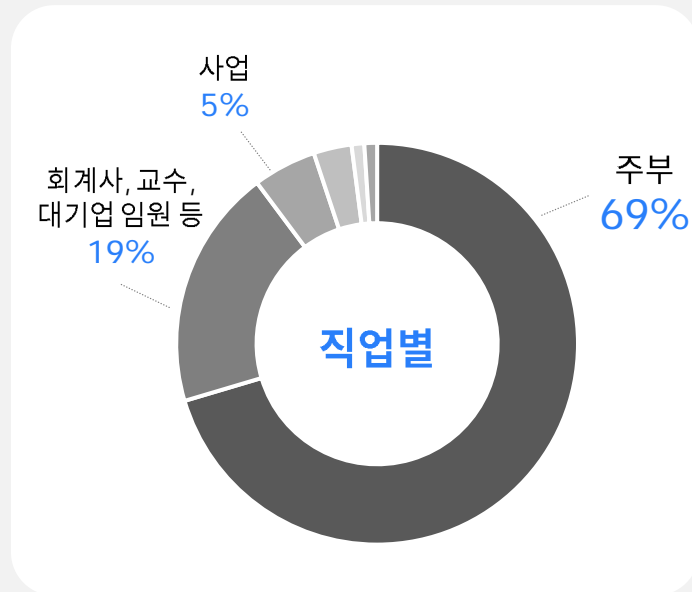
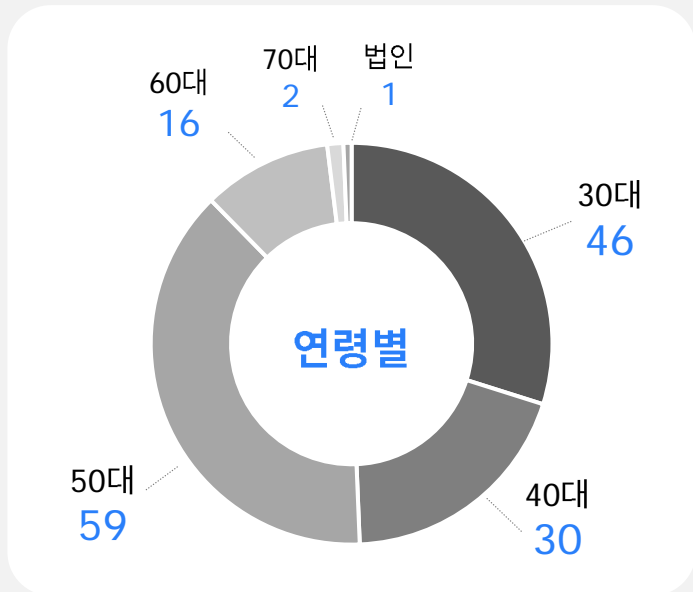
214,276,800원
- 05

**구매자로  
전환 비율**

44%
- 06

**평균 주문 금액**



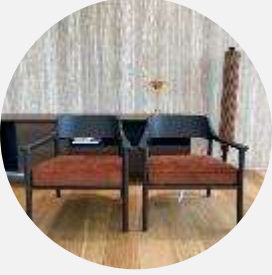

2,156,921원



**지역별**

지역	위탁 총액	액수 비중	사람수	사람 비중
경기	445,711,120	19%	43	17%
강남	362,870,120	16%	31	12%
서초	355,703,400	15%	20	8%
대전	253,292,300	11%	6	2%
송파	205,864,000	9%	11	4%
전북	76,155,000	3%	1	0%
전남	58,681,000	3%	1	0%
영등포	51,356,800	2%	3	1%
용산	50,171,302	2%	9	4%

# 리세일 가능한 명품 가구의 정의

정의	예시	리세일 밸류	주요 고객	유통 방식*
<p>미드센추리 모던 디자인 가구</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>1950-60년대 유명 건축가들에 의해 만들어진 유명 디자인의 오리지널 빈티지 ex) 르 코르지뷔에의 LC시리즈</li> </ul>	<p>▲ High</p> <p>피스당 수천 - 1억 이상 소더비/크리스티에서 유통됨</p>	-	위탁
	<p> 건축가 사후 디자인 판권을 따낸 회사에서 만들어진 리프로덕션 제품의 중고 ex) 까시나의 LC시리즈</p>	<p>▲ High</p> <p>신품 정가의 70-100% 신품제작기간 3-6개월 때문에 신품가에 가깝게 리세일됨</p>	30-40대	위탁 매입
<p>청담동에서 유통되는 전통적인 프리미엄가구</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>미노띠</li> <li>B&amp;B 이탈리아</li> <li>몰테니앤씨</li> <li>폴트로나 프라우</li> <li>무아쏘니에</li> <li>파넬</li> <li>리네로제</li> <li>치에레</li> </ul>	<p>◆ Medium</p> <p>신품 정가의 20-50% 정가가 2천 - 1억원대로 높아 리세일 가격도 높음</p>	50대 이상	위탁
<p>미드센추리 이전 앤티크가구</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>마호가니/월넛/오크 가구</li> <li>현재는 벌목이 금지된 로즈우드 등의 가구</li> <li>프렌치 쉐비 가구</li> <li>버니스마틴 등 디자인 기법으로 불리는 가구</li> </ul>	<p>▲ High</p> <p>중고만 존재 구매가격 그대로 판매가능</p>	50대 이상 기존 그릇 고객	위탁

**\*유통방식**

- **위탁**: 위탁 고객 집에서 컨디션 체크, 사진 촬영 후 온라인 판매만 진행. 판매가 완료되면 위탁 고객 집에서 구매 고객 집으로 배송하는 방식
- **매입**: 대기수요가 높은 제품에 대해서 국내, 혹은 해외 옥션을 통해 구매하여 원오브원 가구 스튜디오에서 보관 및 촬영하여 판매하는 방식

# 중고 명품 그릇/가구 위탁자 분석

시간과 공수, 공간을 아끼고 싶다는 특성이 있음



중고장터  
상품등록 경험 O

중고장터  
상품등록 경험 X

판매됨 - 기분 좋은 거래

판매됨 - 기분 나쁜 거래

판매됨

판매 안 됨

몰라서

아는데 양이 너무 많아서

아는데 귀찮아서

아는데 시간이 없어서

팔기 싫어서

위탁 가능성

위탁 광고 시 소구 메시지 예시

▽ Low

▲ High

▲ High

▲ High

▲ High

▲ High

▲ High

▽ Low

과도한 흥정, 찢러보기, 잠수.. 아직도 힘들게 직접 판매하시나요?

1시간 이내 55% 판매완료!  
가격을 내리지 않아도 괜찮아요. 빠르게 판매해드릴게요!

잠들어 있는 그릇/가구를 현금화하세요.  
가만히 앉아서 5백만원 벌었다!

판매할 그릇만 준비해주세요. 수거, 촬영, 고객응대, 택배 등  
번거로운 모든 것은 원오브원이 책임지겠습니다.

구매했던 기분 그대로, 판매도 우아하게.  
더 현명하고 더 우아하게 판매해보세요.

이걸 언제 다 정리하지? 1분이면 무료 방문 수거 가능