



Jewelry Art Luxury

다진주얼리

Brijin



CONTENTS

01. 사업개요

- 1) 회사 소개
- 2) 제품 소개

02. 브랜드 전략

- 1) Overview
- 2) 제품정보
- 3) 사업전략
- 4) 기대효과





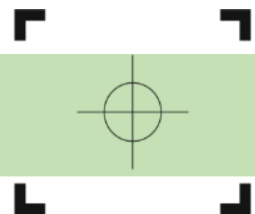
사업 개요



01. 사업개요

1) 회사소개

회 사 명	다진주얼리
대표이사	김용호
주요사업	귀금속. 장신구 디자인 및 제조, 판매
브 랜 드	브리진 [BRIJIN]
설 립 일	2014년 11월 13일
공장등록증	1497-5883-6514-5947
주 소	13181 경기도 성남시 중원구 광명로 294번길 3, 3층(금광동)



시대의 변화를 반영한 차별화된 브리진 아트 주얼리

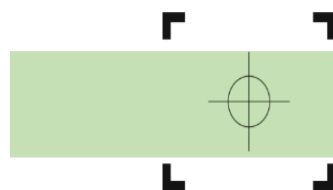
1. 제품의 개요

자체 개발한 “형상 특수공법”으로 주얼리 장식물인 ‘스톤’을 다양한 색상과 예술성이 가미된 비정형, 비대칭 형상 구현으로 제품 가치와 생산성을 높인 소량 다품종화로 대중의 호응을 높인 기존 제품과 차별화된

Luxury Art jewelry BRIJIN 브랜드로 명품화 시킨 신제품.

2. 제품의 특성

- 1) 10 여년 의 연구 개발을 통해 특수 공법으로 수작업에 의존한 생산 방식을 개선한 세계 최초의 신기술개발 제품.
- 2) 수정, 큐빅 지르코니아, 희토류 및 천연 광물재료를 화산 용암 분출 마그마와 동일한 1700도에서 용해 하여 빛 과 광택이 영구적이며 흠집에도 강함.
- 3) 강도가 천연 보석에 버금가고 모양과 색상이 다양한 Gemstone 신소재 보석광물
 미네랄과 빛의 합성어인 “미네라이트(Minerite)” 보석 명 부여
- 4) 자연 친화적인 천연광물 사용 탄생한 세계 최초의 **man-made-stone gem jewelry** 인공석 보석임
- 5) 세계적으로 유명한 주얼리 회사에서도 모방 및 생산이 안 되는 세계 유일의 기술임.
- 6) 경쟁사가 없는 고부가가치 상품임



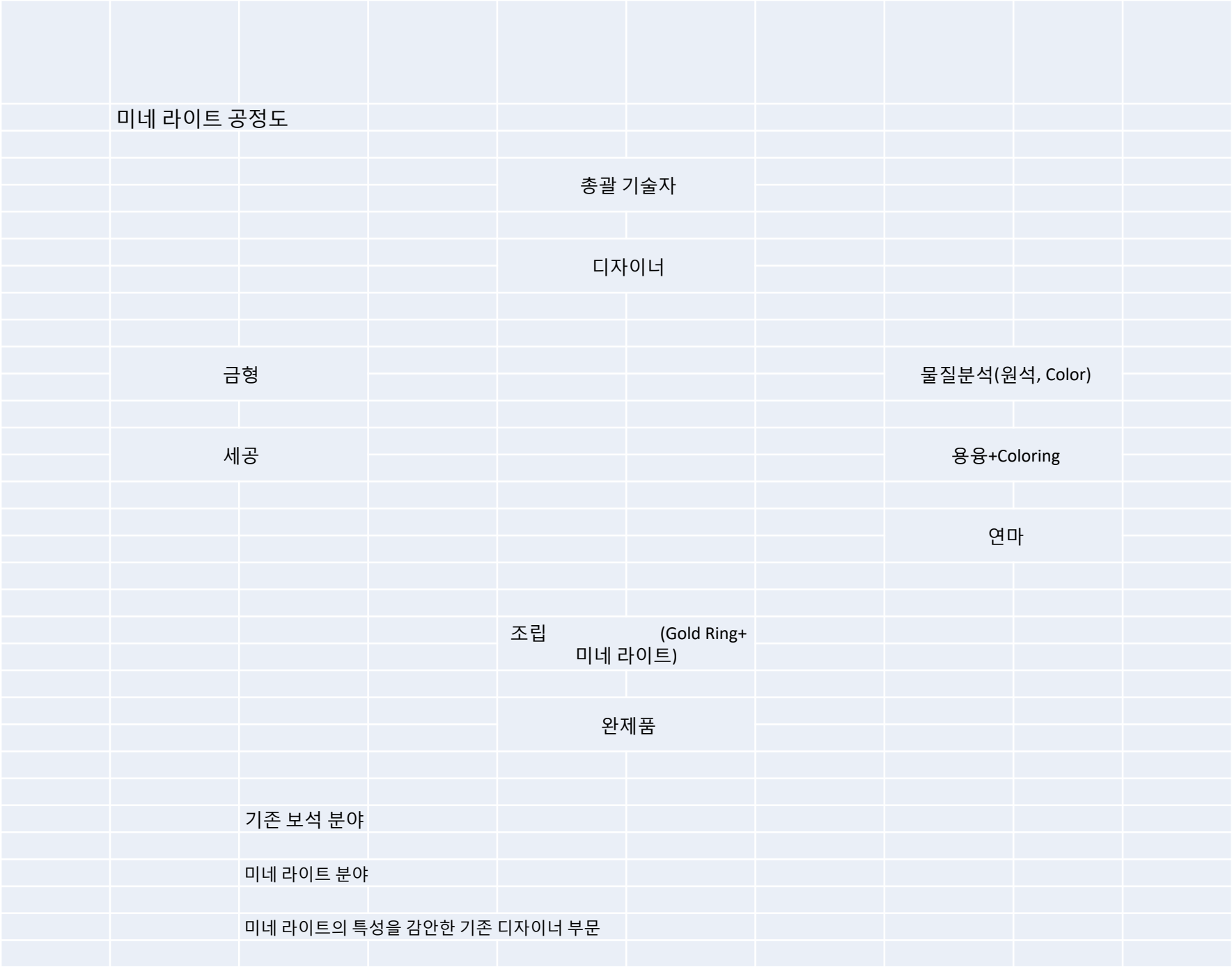
시대의 변화를 반영한 차별화된 브리진 주얼리

01. 사업개요

3) 기존제품과의 차이점



		기존 주얼리	다진 주얼리
제조방식		정형화된 커팅방식	용융주조방식
		전량 수작업	3D 프린팅
생산량		수작업-소량생산	대량생산 및 소량.다품종화
다양성		획일적 입체형 모양	무한대의 형상 및 Coloring
가격 /소비층		고가	합리적인 가격
소비층		일부 부유층 (예: 상위 10% Target)	대중화 (예: 상위 30%)
주문제작 주문제작	형상	일부 가능	주문자 100% 수용 가능
	칼라	불가	주문자 100% 수용가능
경쟁상대		많음	없음
품질		일반품질	고품질
기타		천연원석	천연원석 아트 보석





마케팅

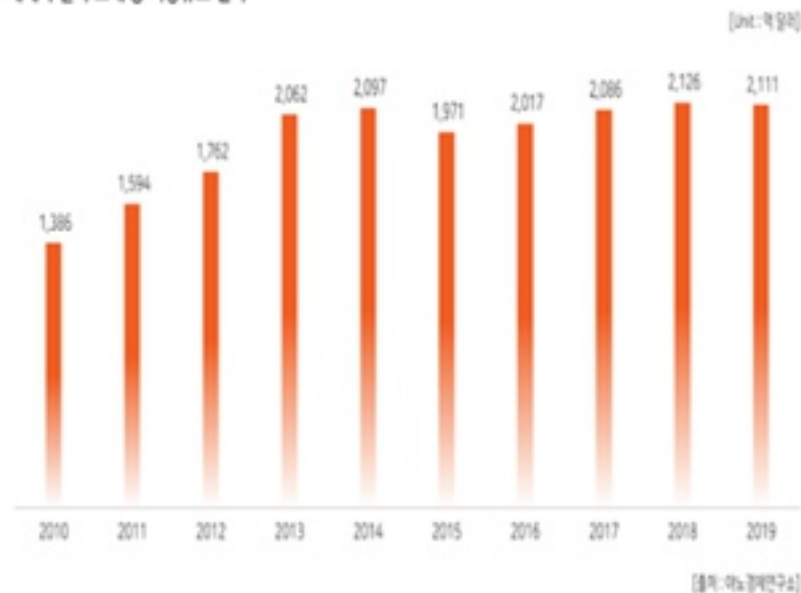


1. 시장현황

- 1). 세계 주얼리 시장 Luxury Art 주얼리 지속적인 증가추세임
- 2). 노동집약적 산업으로 기술개발이 어려움
- 3). 예술성과 Customized된 제품의 욕구와 수요가 늘고 있음
- 4). 온라인 시장이 점점 커지고 있음
- 5). 당사 핵심 생산 기술 보유로 일반 제품과 차별화

2. 소매시장의 변화

세계 주얼리 소매 총 시장규모 변화



세계 주얼리 소매 주요 국가별 시장규모 변화

[Unit: 억 달러]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
북미	470	520	550	594	604	594	640	637	677	693
중국	366	402	502	527	527	449	451	460	487	449
유럽	189	177	160	160	162	140	135	138	139	129
일본	80	111	95	98	78	91	86	86	87	90
러시아	42	45	50	56	61	63	65	69	75	68
그 외 아시아	114	181	200	330	345	333	326	365	345	351
그 외 국가	116	158	205	297	320	301	314	331	316	331
전체	1,386	1,594	1,762	2,062	2,097	1,971	2,017	2,086	2,126	2,111

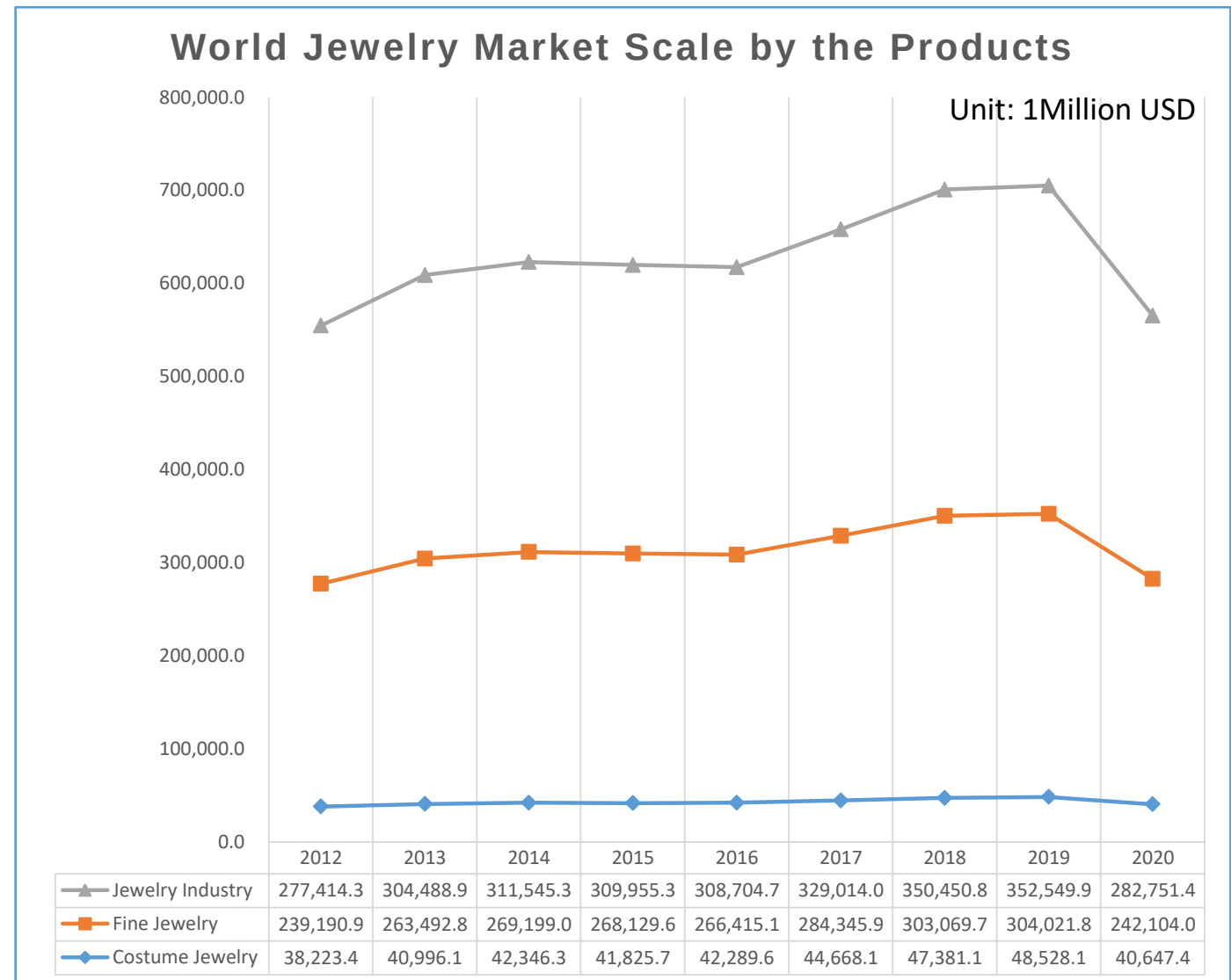
[출처: 아노경제연구소]

2. 마케팅

제품별 시장 규모



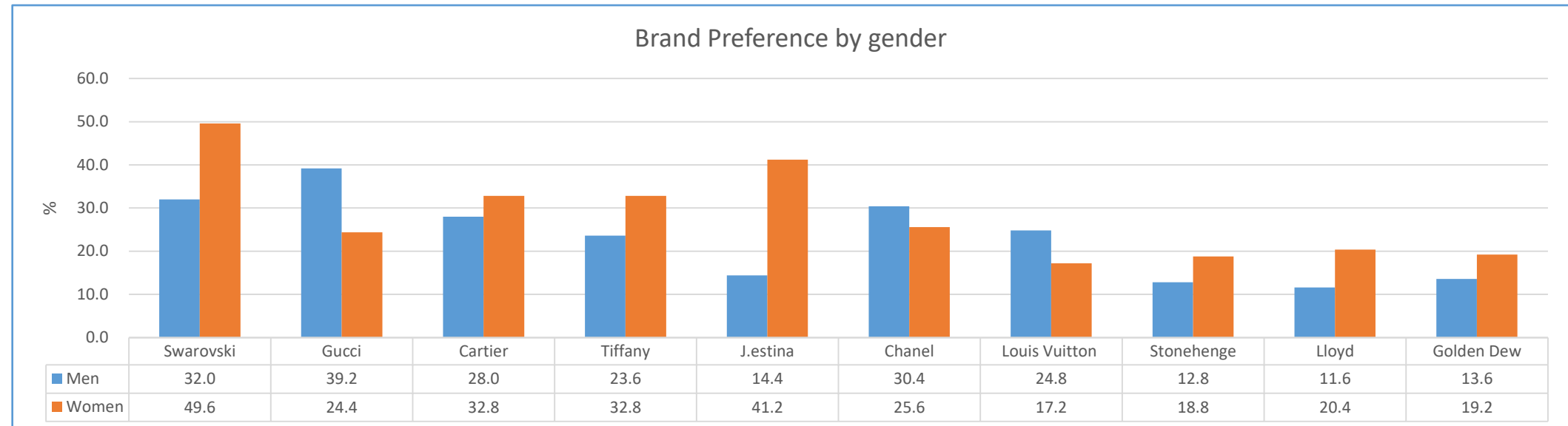
Dajin Jewelry in G-Fair, Dubai 2019



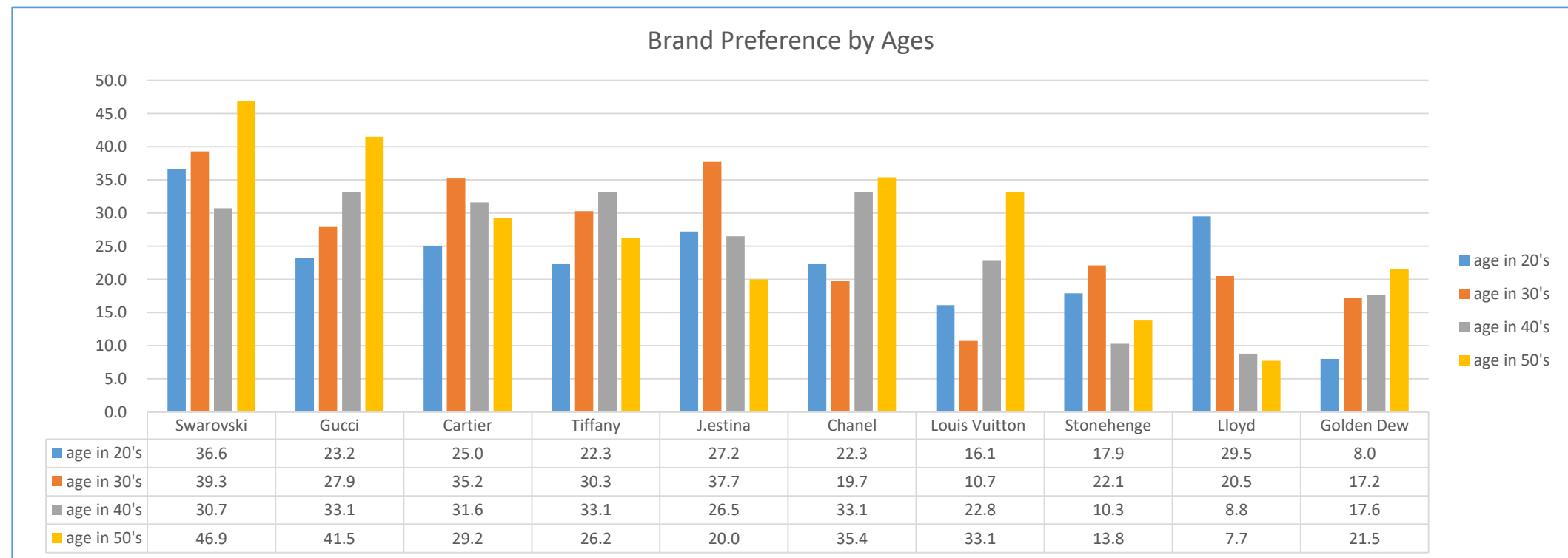
※ Source: Euromonitor

2. 마케팅

브랜드 선호도



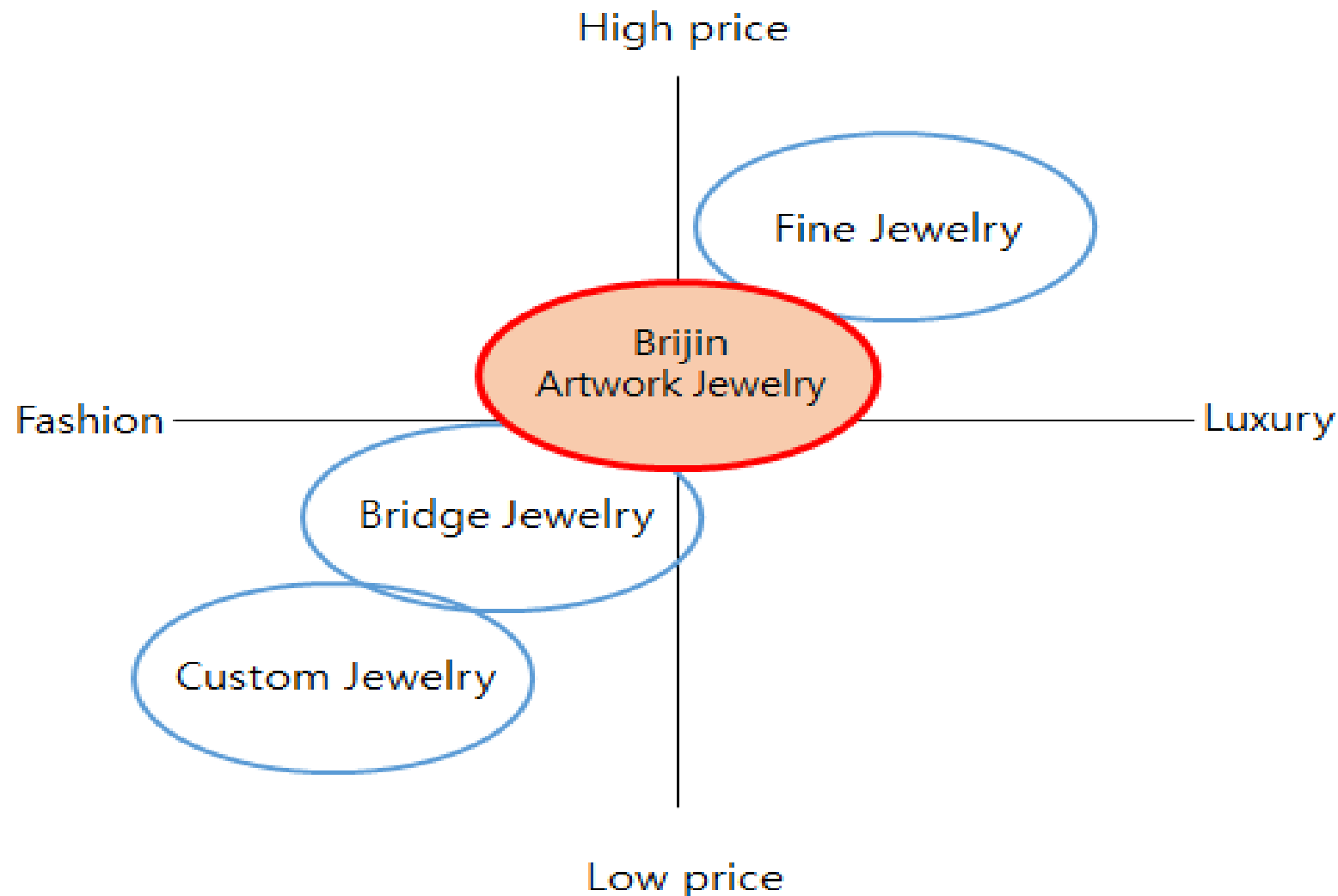
※ Source: Wolgok Jewelry Foundation(Korea), Korea GALLUP, 2017



※ Source: Wolgok Jewelry Foundation(Korea), Korea GALLUP, 2017

1. 타겟 마케팅

- 세계 주얼리 시장 럭셔리 아트 주얼리 지속적으로 증가하는 추세
- 화려한 예술성과 개성이 강한 제품에 대한 소비자 욕구가 확대
- 브리진 LUXURY 아트 주얼리 기존 파인 주얼리와 거의 동일한 품질 가격은 화인 주얼리 와 브릿지 주얼리 사이 위치함
- 핵심 생산 기술 보유로 일반적인 제품과 차별화 이룸
- 아트 주얼리 소비자 시장을 크게 확장 할 수 있음



2. 마케팅 전략

보석 착용의 일상 생활화 유도/자신만의 Customized Art Jewelry 시대 개막

- 1). 원천기술 보유 및 기존제품과의 차별화
- 2). 제품의 다양성과 합리적인 가격
- 3). ON-DEMAND 서비스 구축
- 4). 독창적인 신소재광물(MINERITE) 보석
- 5). 브랜드화
- 6) 보석 착용의 일상 생활화 유도/자신만의 Customized Luxury Art Jewelry 시대 개막

3. 마케팅 방법

- 1). 국내외 주얼리 시장 글로벌 거점 판매망 구축
- 2). 온라인.오프라인 판매 플랫폼 홈 구축
- 3). 소셜미디어 적극활용
- 4). 글로벌기업과 전략적 제휴
- 5). 전시회 및 Conference 적극 참여



인증.특허



아트 작품 주얼리 금속 틀에 부착되는 스톤 (아래 그림 참조) 을 형상 특수공법 방식으로 다양한 형상의 칼라 스톤 디자인 제품을 개발 수작업대 비 월등히 높은 생산성으로 소량 다품종 생산이 가능



- 특허 등록번호 제 111806호: 규석을 주재료한 용융물의 형상 주조방법
- 특허 등록번호 제 0332336호 : 형석 가공 방법
- 공장 등록증번호 제 1497-5883-6514-5947
- 국가지정 금·은세공 장인지정 제 2002-5호(노동부)
- 1988년 서울 보석가공 기능대회 보석가공 부분 은메달 수상

- 스톤을 용융 방식으로 성형하여 Art jewelry를 생산하
경쟁사는 국내외에 없음



기술개발 제품과 기존 제품 차이



기술개발 제품

동사 발명 특허기법 특징 : 다양한 형상의 칼라 스톤 제품 유형군을 한번 세팅 으로 수작업대비 월등히 높은 생산성으로 소량 다품종 생산 가능



기존 제품

기존 수작업 제품은 틀에 맞게 그라인더에 갈아 맞춰야 하므로 많은 시간이 소요되며 소량 생산으로 인한 고가의 판매 상품 형성

8. 워크숍

Hidden Champion, Dajin jewelry



Design Room



Mineral Analysis Laboratory

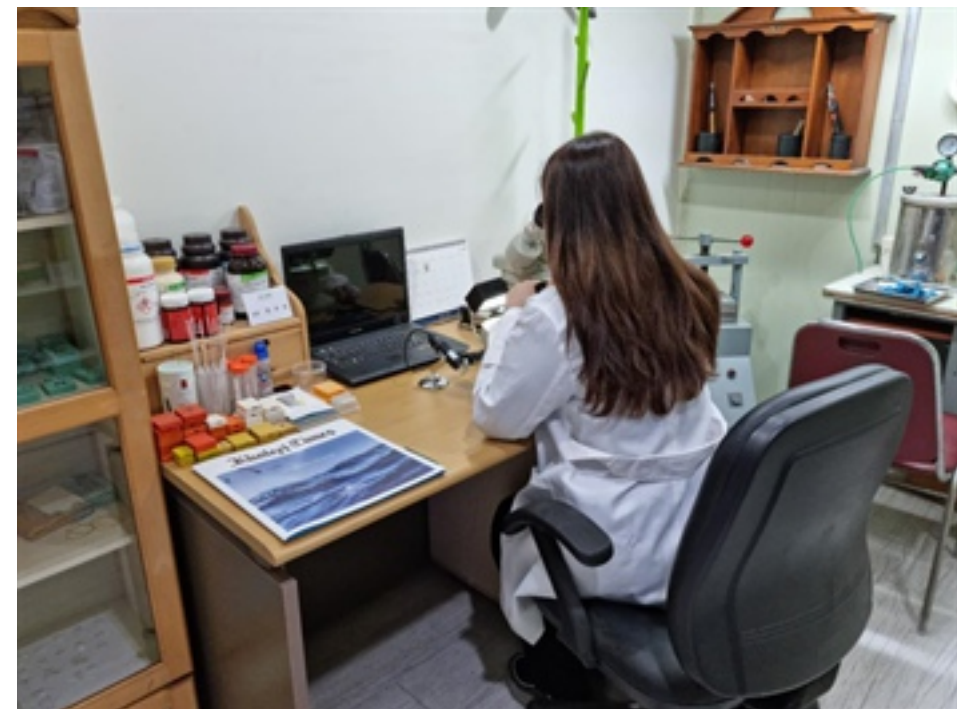


Mineral Melting Room



8. 워크숍

작업실



© DL Innovation All rights reserved. Contains DL
Innovation's Confidential and Proprietary information and
may not be disclosed or reproduced without the prior written
consent of DL Innovation



THANK YOU

DaJin jewelry www.dajingem.com

