

MEGA ZOO

2026. 05. 29 Fri - 31 Sun

메가주 시즌1_결과보고서

01 전시회 개요

- 1.1 전시회 개요
- 1.2 전시회 개최 성과 요약

02 전시회 개최 결과

- 2.1 참가기업 모집 결과
- 2.2 국내 참관객 분석
- 2.3 해외 참관객 분석
- 2.4 비즈니스 매칭 상담회 결과
- 2.5 주요 참여자 인터뷰

03 참가기업 마케팅

- 3.1 참가기업 지원 프로그램
- 3.2 참가기업 콜라보 이벤트

04 현장스케치

- 4.1 현장 스케치

05 연간 행사 일정

- 5.1 연간 행사 일정

01 전시회 개요

1.1 전시회 개요

케이펫페어/메가주는 대한민국 대표 반려동물 산업 전시회입니다. 다년간 축적해온 데이터와 노하우, 전문적인 전시 운영으로 참가기업의 효과적인 마케팅을 지원하는 최고의 비즈니스 플랫폼이자 반려인&반려동물과 함께하는 문화공간입니다.

행 사 명	[국문] 2026 메가주 시즌 1 [영문] MEGAZOO 2026 SEASON 1		
기 간	2026년 05월 29일(금) - 31(일), 3일간	장 소	KINTEX 2전시장 7-8홀 (22,580m ²)
주 최	 사단법인 한국펫사료협회	주 관	 메제이상
후 원	 농림축산식품부	국제인증	 AKEI
전시품목	사료&간식, 의류&액세서리, 외출용품, 놀이용품, 미용&위생용품, 리빙용품, 헬스케어, 서비스		
공식채널	 https://k-pet.co.kr/  K-PET FAIR  kpetfair  https://blog.naver.com/kpetfair  카톡 검색창에서 '케이펫페어' 검색하고 친구추가!  K-PET FIAR & MEGAZOO		

1.2 전시회 개최 성과 요약

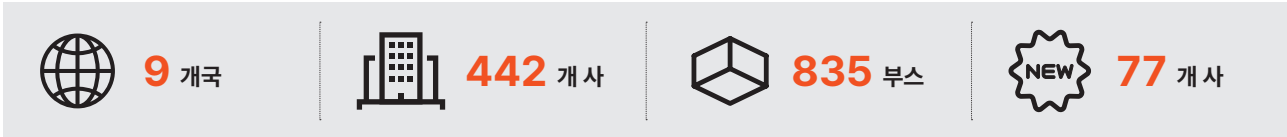
메가주는 국내 반려동물 산업 전시회 가운데 참가기업 수, 부스 규모, 참관객 수 등 주요 지표에서 독보적인 규모를 갖춘 국내 최대 박람회입니다. 타 반려동물 전시회와 비교해도 모든 핵심 지표에서 가장 큰 규모를 기록하며, 국내 반려동물 산업을 대표하는 전시 플랫폼으로 자리매김하고 있습니다.

참가업체	
 9 개국 (중국, 호주, 뉴질랜드, 미국, 싱가포르 등)	 442 개 사
 835 부스	 수출 상담액: USD 10,253,600 (약 155 억) 상담건수: 250 건
참관객	
 33 개국 (중국, 일본, 대만, 홍콩, 태국 등)	 42,319 명 (국내 39,716명 + 해외 2,603명)

02 전시회 개최 결과

2.1 참가기업 모집 결과

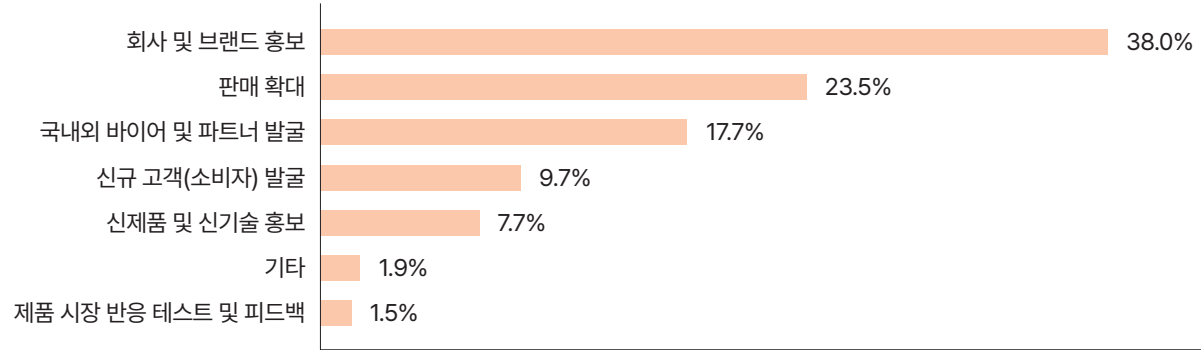
참가기업 규모



품목 별 참가 비율



참가 목적



02 전시회 개최 결과

2.2 국내 참관객 분석

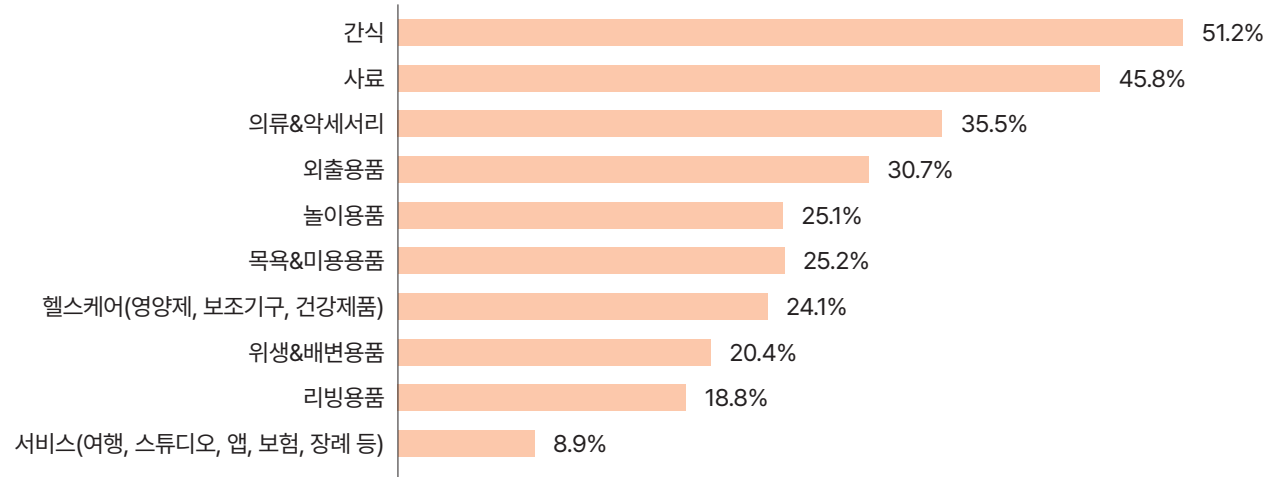
참관객 규모

2026. 5. 29 Fri	2026. 5. 30 Sat	2026. 5. 31 Sun	총 42,319 명
11,697 명	15,697 명	14,856 명	

구분	2023	2024	2025	2026
국내 참관객 수	30,109	33,801	36,782	39,716
해외 참관객 수	304	909	1,636	2,603

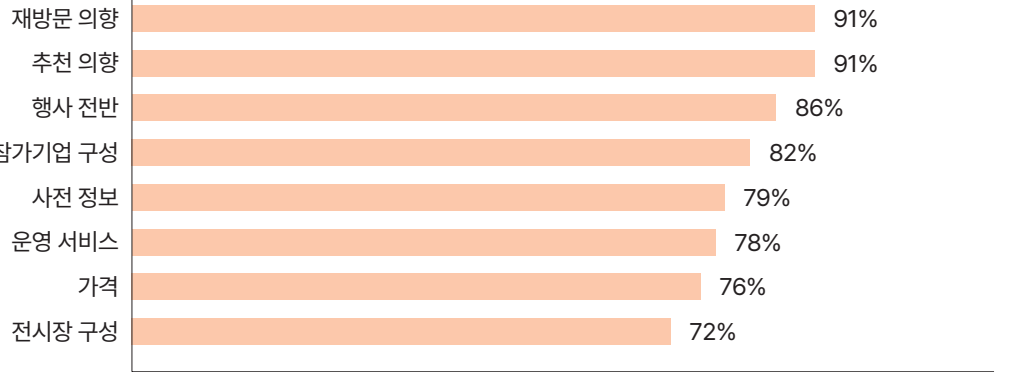
관심 카테고리

*중복 응답



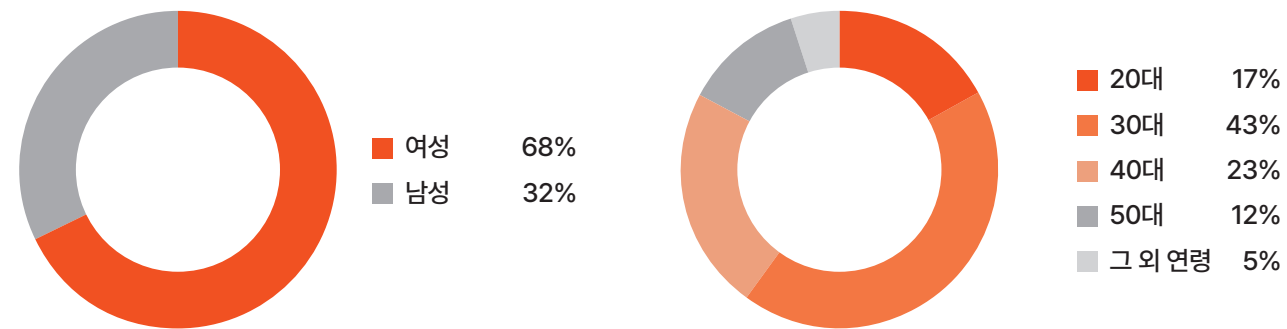
참관객 만족도

*중복 응답

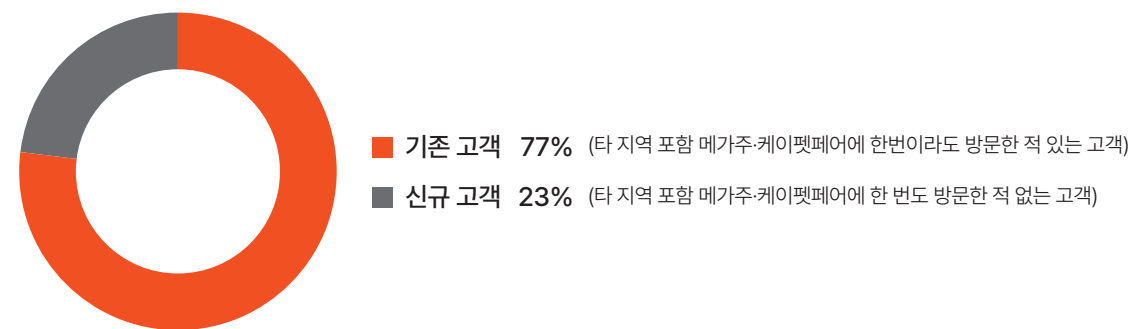


02 전시회 개최 결과

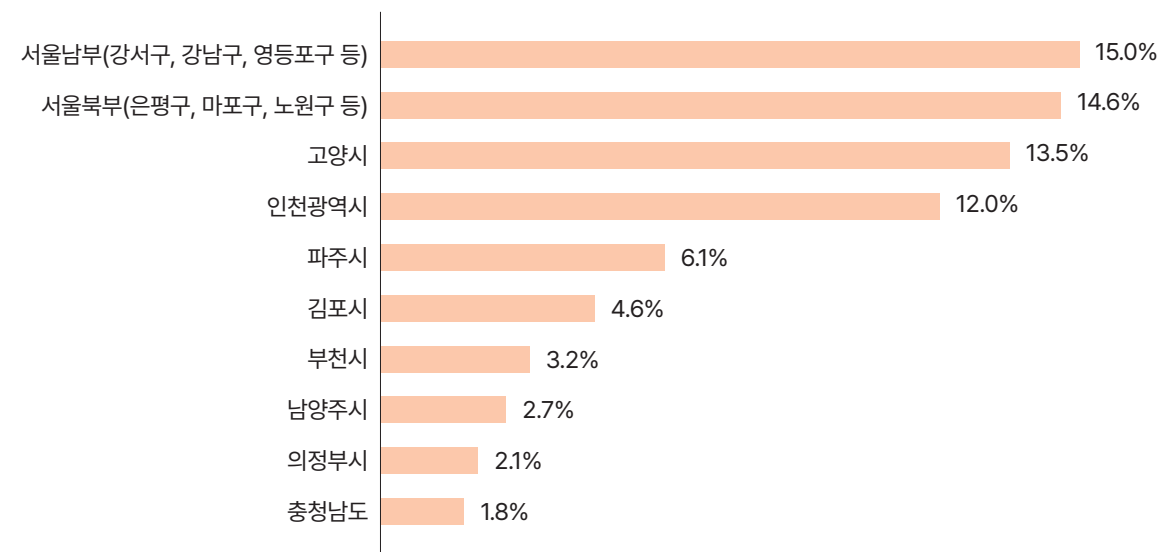
성별 및 연령대



등록 구분



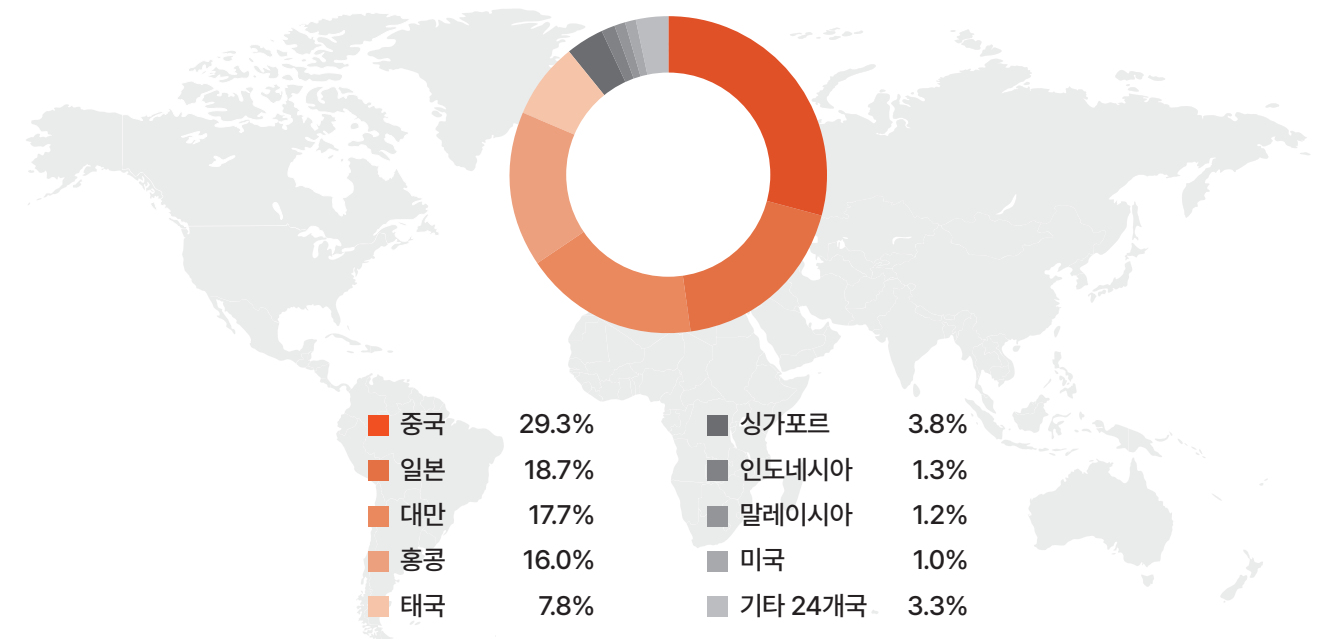
지역 구분



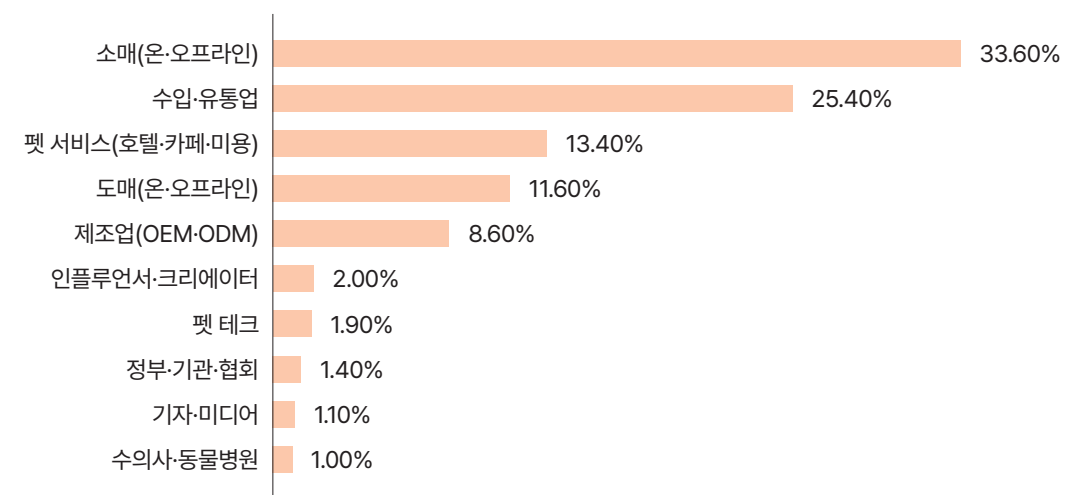
02 전시회 개최 결과

2.3 해외 참관객 분석

해외 참관객 분석

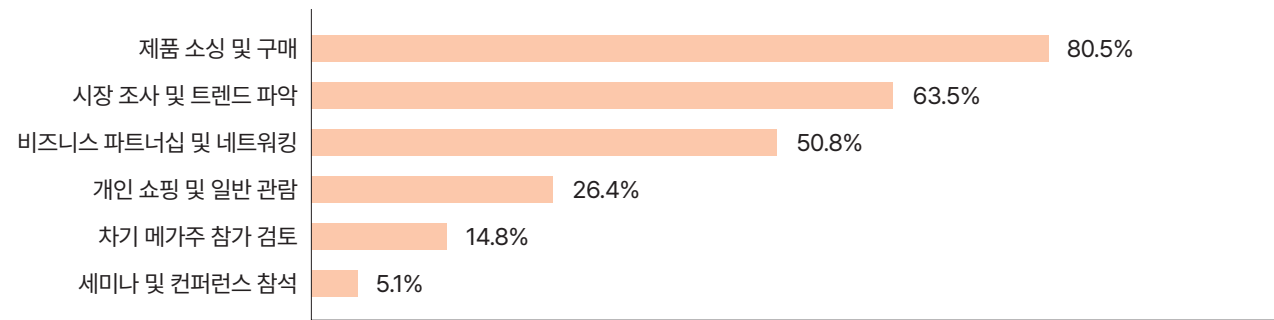


종사 직종

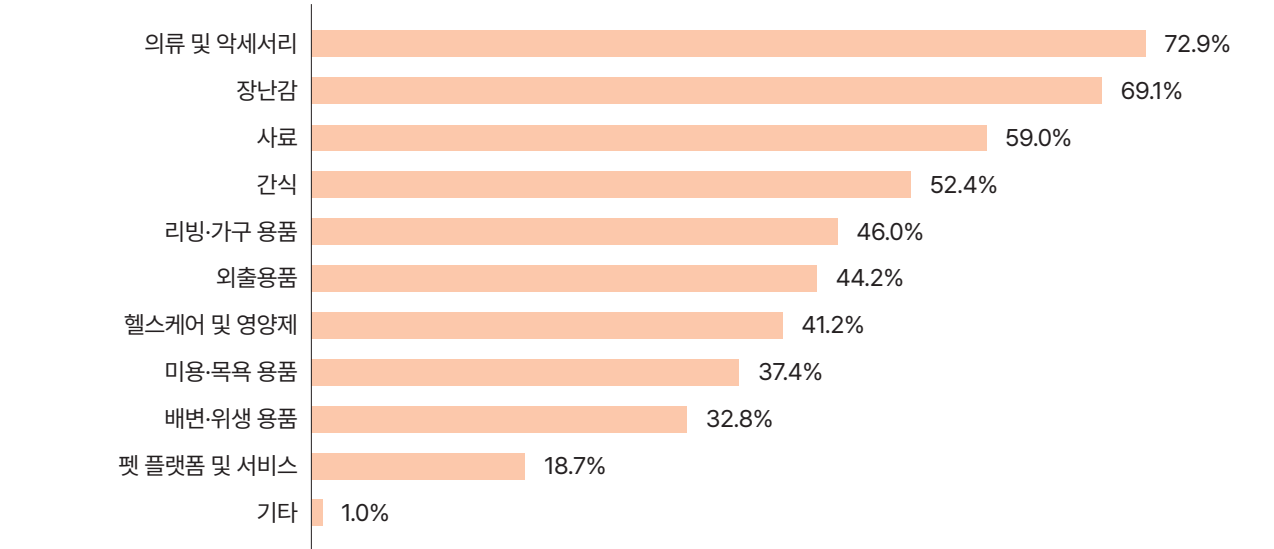


02 전시회 개최 결과

방문 목적 *중복 응답



관심 품목 *중복 응답

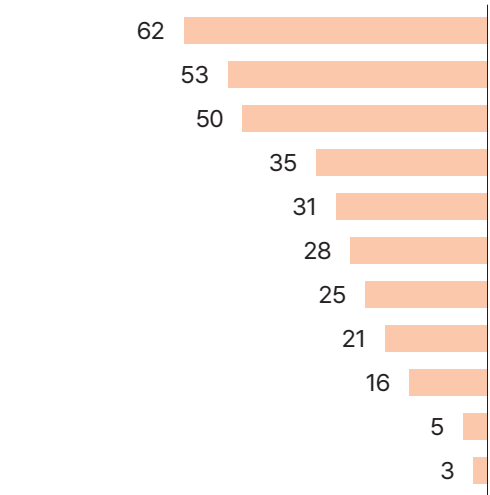


02 전시회 개최 결과

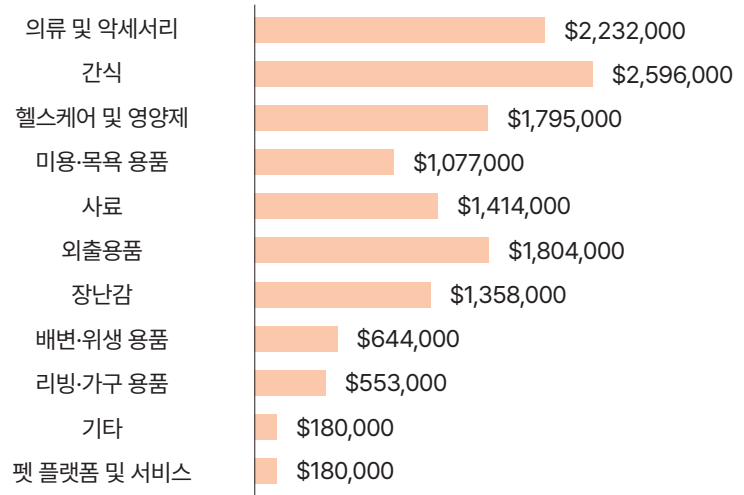
2.4 비즈니스 매칭 상담회 결과



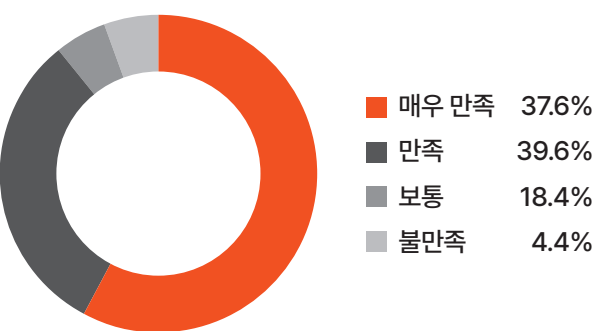
상담 건 수 (단위: 건)



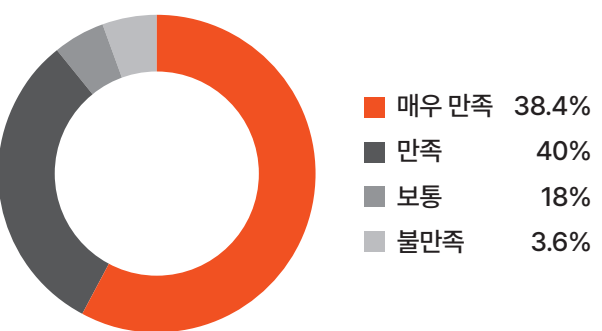
수출상담액 (단위: \$)



참가기업 만족도



바이어 만족도



02 전시회 개최 결과

2.5 주요 참여자 인터뷰

국내 참가기업

[M사]

Q) 이번 메가주 참가 목적은 무엇이었나요?

A) 이번 메가주 참가의 주요 목적은 현장 판매를 통한 매출 증대, 잠재 고객 DB 확보, 그리고 국내외 바이어 발굴이었습니다. 제품을 직접 체험하고 구매할 수 있는 기회를 제공하는 동시에 브랜드를 효과적으로 알리고, 향후 지속적인 고객 관리와 유통 채널 확대를 위한 기반을 마련하는 데 중점을 두었습니다.

Q) 가장 만족스러웠던 성과는 무엇이었나요?

A) 가장 만족스러웠던 성과는 예상보다 높은 매출 성과를 달성한 점입니다. 메가주는 국내 최대 규모의 펫 박람회인 만큼 경쟁 브랜드가 많아 판매 경쟁력이 다소 떨어질 수 있다는 우려가 있었지만, 실제로는 지난 하반기 메가주 대비 약 25% 높은 매출을 기록하며 기대 이상의 성과를 거둘 수 있었습니다. 이를 통해 브랜드 경쟁력과 제품에 대한 소비자 선호도를 다시 한번 확인할 수 있었으며, 신규 고객 확보 측면에서도 의미 있는 성과를 얻었습니다.

Q) 메가주만의 가장 큰 강점은 무엇이라고 생각하시나요?

A) 메가주의 가장 큰 강점은 국내 펫 박람회 중 가장 높은 인지도와 집객력을 보유하고 있다는 점입니다. 최근 다양한 펫 박람회가 개최되고 있음에도 불구하고 여전히 업계에서 가장 높은 경쟁력을 유지하고 있으며, 수도권뿐만 아니라 지방에서도 많은 참관객이 방문하는 모습을 보며 전국 단위의 영향력을 실감할 수 있었습니다. 다양한 소비자층이 방문하는 만큼 브랜드를 효과적으로 알리고 신규 고객을 확보할 수 있는 최적의 전시회라고 생각합니다.

Q) 다른 전시회와 비교했을 때 차별점은 무엇이었나요?

A) 메가주는 단순히 제품을 홍보하거나 판매하는 행사에 그치지 않는다는 점이 가장 큰 차별점이라고 생각합니다. 일반 소비자와의 직접적인 소통을 통해 브랜드 인지도를 높이는 것은 물론, 실질적인 유통 파트너 및 바이어를 발굴할 수 있는 비즈니스 기회까지 함께 제공한다는 점에서 높은 가치를 지니고 있습니다. 소비자 마케팅과 B2B 비즈니스가 동시에 이루어질 수 있는 환경이 조성되어 있어 참가기업 입장에서는 단기적인 매출뿐만 아니라 장기적인 사업 확장 가능성까지 기대할 수 있는 전시회라고 평가합니다.

02 전시회 개최 결과

[S사]

Q) 이번 메가주 참가 목적은 무엇이었나요?

A) 이번 메가주 참가의 가장 큰 목적은 브랜드 인지도를 확대하고 소비자와 직접 소통하는 것이었습니다. 현장에서 제품을 직접 소개하고 고객들의 의견과 반응을 실시간으로 확인하며, 브랜드에 대한 신뢰를 높이고 향후 제품 및 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있는 다양한 고객 의견을 수집하는 데 중점을 두었습니다.

Q) 가장 만족스러웠던 성과는 무엇이었나요?

A) 가장 만족스러웠던 성과는 역대 가장 많은 고객과 직접 만나 브랜드를 소개하고 소통할 수 있었던 점입니다. 제품을 체험한 고객들의 생생한 반응을 확인할 수 있었으며, 브랜드에 대한 긍정적인 인식을 형성하고 신규 고객과의 접점을 크게 확대할 수 있었습니다. 단순한 판매를 넘어 브랜드 팬을 확보하고 고객과의 관계를 강화할 수 있었던 의미 있는 성과였습니다.

Q) 메가주만의 가장 큰 강점은 무엇이라고 생각하시나요?

A) 메가주의 가장 큰 강점은 국내 최대 규모의 반려동물 박람회라는 높은 인지도와 압도적인 집객력이라고 생각합니다. 전국 각지에서 다양한 소비자들이 방문하기 때문에 브랜드를 단기간에 많은 고객에게 효과적으로 알릴 수 있으며, 제품 체험과 상담을 통해 브랜드 가치를 직접 전달할 수 있는 최적의 환경이 마련되어 있습니다. 또한 소비자와의 적극적인 소통을 통해 시장 트렌드와 고객 니즈를 파악할 수 있다는 점도 큰 장점입니다.

Q) 다른 전시회와 비교했을 때 차별점은 무엇이었나요?

A) 메가주는 국내 최대 반려동물 박람회라는 상징성과 높은 브랜드 인지도, 그리고 압도적인 참관객 규모가 가장 큰 차별점이라고 생각합니다. 단순히 방문객 수가 많은 것을 넘어 다양한 연령층과 지역의 소비자들이 방문하기 때문에 브랜드를 폭넓게 알릴 수 있으며, 제품 홍보와 판매는 물론 소비자와의 심도 있는 커뮤니케이션을 통해 브랜드 충성도를 높일 수 있는 기회를 제공합니다. 또한 참가기업 입장에서는 신규 고객 확보와 시장 반응을 동시에 확인할 수 있는 대표적인 비즈니스 플랫폼이라는 점에서 높은 가치를 지닌 전시회라고 생각합니다.

[D사]

Q) 이번 메가주 참가 목적은 무엇이었나요?

A) 당사 제품을 국내 소비자와 해외 바이어에게 알리는 것이었습니다. 단순 판매를 넘어 브랜드 인지도 확대, 소비자 반응 확인, 해외 판로 개척까지 함께 검증할 수 있는 자리로 생각하고 참가했습니다.

02 전시회 개최 결과

Q) 가장 만족스러운 성과는 무엇이었나요?

A) 가장 만족스러운 성과는 메가주를 통해 국내 소비자 반응과 해외 바이어 반응을 동시에 확인할 수 있었다는 점입니다. 현장에서 많은 보호자분들이 제품을 직접 체험하고 긍정적인 반응을 보여주셨고, 이를 통해 제품의 시장성을 다시 한번 확인할 수 있었습니다. 이번 메가주를 계기로 글로벌 확장을 가속화할 수 있는 실질적인 발판을 마련했다는 점에서 매우 의미 있는 성과였다고 생각합니다.

Q) 메가주만의 가장 큰 장점은 무엇이라고 생각하시나요?

A) 메가주의 가장 큰 장점은 국내 우수 펫 브랜드와 고관여 소비자, 그리고 해외 바이어가 한자리에서 만날 수 있다는 점이라고 생각합니다. 국내 홍보와 해외 비즈니스 확장이 함께 이루어질 수 있는 전시회라는 점이 가장 큰 장점이라고 느꼈습니다.

Q) 다른 전시회와 비교했을 때 차별점은 무엇이었나요?

A) 다른 전시회와 비교했을 때 메가주는 단순 판매 중심의 전시를 넘어, 브랜드가 실제로 성장할 수 있는 다양한 기회를 제공한다는 점이 차별화된다고 생각합니다. 방문객 규모와 바이어 구성, 현장 운영 측면에서도 브랜드 홍보 효과가 크고, 소비자 반응과 B2B 가능성을 동시에 확인할 수 있어 참가 기업 입장에서는 매우 효율적인 전시회라고 느꼈습니다.

해외 참가기업

[Bitee (Weihai) Pet Products Co., Ltd (7J-02)]

Q) 메가주 참가 시 가장 긍정적으로 평가하신 사항은 무엇입니까?

A) 반려동물을 대동한 관람객이 많음에도 불구하고 이질감이 적고 질서가 잘 유지되고 있습니다.

Q) 개선해야할 점이 있다면?

A) 전시회 기간 동안 1:1 비즈니스 상담 코너가 더 많이 마련되길 바랍니다. 이를 통해 전시업체와 바이어가 더욱 심도 있고 맞춤형 소통을 할 수 있어, 실질적인 협업을 보다 효율적으로 이끌어낼 수 있을 것입니다.

[미국펫푸드협회 (7J-15)]

Q) 메가주 참가 시 가장 긍정적으로 평가하신 사항은 무엇입니까?

A) 다양한 체험 프로그램과 부스가 운영되어 방문객분들의 만족도도 높은 것으로 보였습니다. 참가업체 입장에서 특별히 아쉬운 점은 없었으며, 행사 운영 또한 원활하게 이루어졌다고 생각합니다. 향후에도 반려동물 산업 관계자와 소비자가 함께 소통할 수 있는 좋은 플랫폼으로 지속되기를 기대합니다!

02 전시회 개최 결과

해외 주요 참관객

[JPPMA (일본펫용품공업회)]

Q) 메가주 방문해주셔서 감사합니다.

메가주에서 느끼신 점과 의견을 자유롭게 말씀하여 주시기 바랍니다.

A) 한국 메가주는 일본의 주요 펫 박람회와 비교해도 손색이 없을 만큼 수준 높은 전시회였습니다. 특히 메가주만의 체계적인 운영 시스템이 매우 인상적이었습니다. 전시회 전반에서 주최 측의 전문성과 노하우를 느낄 수 있었으며, 앞으로도 더욱 기대되는 전시회라고 생각합니다.

[PETZOO: Jay Xie (중국 바이어)]

Q) 메가주 비즈매칭에 참여해주셔서 감사합니다.

메가주 비즈매칭은 어떠셨나요?

A) 세계 여러 펫 전시회를 방문해보았지만, 메가주의 비즈니스 매칭 시스템은 그중에서도 매우 인상적이었습니다. 참가기업과 바이어가 효율적으로 연결될 수 있도록 체계적으로 운영되었으며, 실제 상담까지 이어지는 과정도 매우 편리했습니다. 특히 사전 매칭부터 현장 운영까지 전반적인 지원이 잘 이루어져, 바이어 입장에서 실질적인 비즈니스 기회를 얻을 수 있는 전시회라고 느꼈습니다.

[Bear's Fortunes Company Limited: Fan Chun Hin (홍콩 바이어)]

Q) 메가주 비즈매칭에 참여해주셔서 감사합니다.

메가주 비즈매칭은 어떠셨나요?

A) 여러 국가의 펫 전시회를 방문해왔지만, B2B 관점에서는 메가주가 Interpets보다 더 많은 비즈니스 기회를 제공한다고 느꼈습니다. 참가기업과 바이어를 연결하는 시스템이 매우 효율적이었고, 실제 상담의 질도 매우 높았습니다.

03 참가기업 마케팅

3.1 참가기업 지원 프로그램

참가기업 홍보 지원 프로그램은 전시 현장을 방문하는 참관객은 물론, SNS 채널을 통해 반려인들에게도 제품을 소개할 수 있는 홍보 기회를 제공합니다.
온·오프라인을 통해 더 많은 반려인과의 접점을 만들 수 있도록, 맞춤 콘텐츠를 기획하여 지원합니다.



01 신규브랜드 소개

메가주에 처음 참가하는 브랜드를 소개하는 콘텐츠로, 참관객이 새로운 브랜드와 제품의 특징을 한눈에 확인할 수 있도록 구성하였습니다.
메가주에 방문 예정인 고객을 대상으로 첫 참가 브랜드가 자연스럽게 소개될 수 있도록 인지도 제고와 접점 확대를 목적으로 운영하였습니다.

[브랜드 수] 52개



02 외출 & 여행용품 소개

날씨가 따뜻해지고 외출이 늘어나는 5월의 시즌성을 고려한 콘텐츠입니다.
외출 및 여행에 특화된 제품을 보유한 브랜드를 소개하며, 소재·기능성·휴대성·디자인 등 외출 및 여행 제품의 특징을 효과적으로 전달하는 것을 목적으로 운영하였습니다.

[브랜드 수] 71개



03 신제품 & 리뉴얼 제품 소개

기존 제품의 리뉴얼 또는 신규 출시 제품의 홍보가 가능한 콘텐츠입니다.
리뉴얼 제품은 기존 제품의 변경, 개선 사항을 소개하고, 신제품은 제품의 주요 특징을 효과적으로 전달하여, 제품에 대한 관심과 구매 의향을 높이는 것을 목적으로 운영하였습니다.

[브랜드 수] 101개



03 참가기업 마케팅

04 고양이 제품 소개

고양이 전용 및 강아지 겸용 제품을 보유한 브랜드를 고양이 반려인들에게 소개하는 콘텐츠입니다.
펫페어에서 상대적으로 제품 정보 접근이 적은 고양이 반려인들의 니즈에 주목하여, 관련 제품을 한눈에 확인하고 선택할 수 있도록 구성하였습니다.

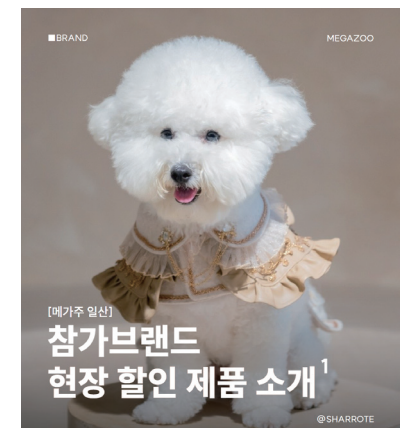
[브랜드 수] 67개



05 할인 제품 소개

박람회 현장에서만 제공되는 참가기업의 특별 할인 제품을 사전에 소개하는 콘텐츠입니다.
현장에서만 누릴 수 있는 가격 혜택을 미리 알려 참관객의 방문 및 구매 결정을 함께 이끌고, 실질적인 현장 구매로 이어질 수 있도록 하는 것을 목적으로 운영하였습니다.

[브랜드 수] 168개



06 현장 이벤트 소개

참가기업에서 진행하는 다양한 이벤트 참여 시 추가 할인 또는 증정품을 받을 수 있는 현장 혜택을 사전에 소개하는 콘텐츠입니다.
이벤트 정보를 미리 접한 반려인들이 직접 부스를 찾아오도록 유도하며, 참가기업의 부스 방문객 확대와 고객 유입을 지원하는 것을 목적으로 운영하였습니다.

[브랜드 수] 142개



03 참가기업 마케팅

3.2 참가기업 콜라보 이벤트

참가기업 콜라보 이벤트는 참가기업 및 제품 협찬 기업과 함께 기획·운영하는 공동 이벤트 프로그램입니다. 기업의 제품을 이벤트와 직접 연계하여 제품 노출 효과를 높이는 동시에, 반려인들이 직접 참여하고 경험할 수 있는 기회를 제공합니다.



01 슈퍼포우와 함께하는 건치 자랑대회

슈퍼포우 덴탈츄 부스터를 소개하고 제품을 더 많은 반려인들에게 알리기 위해 기획한 콜라보 이벤트입니다. 반려동물의 치아 건강에 관심 있는 반려인들의 자발적인 참여를 유도하여 제품에 대한 자연스러운 관심과 노출을 이끌어내는 것을 목적으로 운영하였습니다.

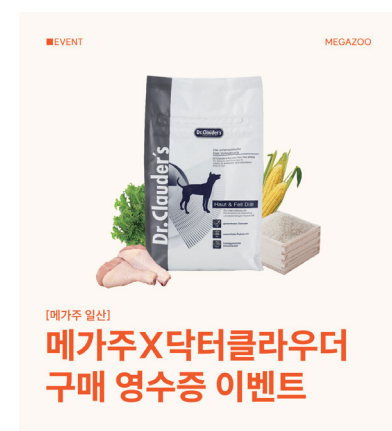
- 브랜드명: 슈퍼포우
- 참여 시 필수 해시태그 포함: #메가주 #슈퍼포우 #덴탈츄부스터
- 경품: 슈퍼포우 덴탈츄 부스터
- 당첨인원: 총 60명
- 신청인원: 총 79명



02 빌리스벳과 함께하는 미니 플로깅 in 메가주

빌리스벳의 자체 운영 행사인 플로깅을 메가주 박람회 현장에 맞게 재구성한 콜라보 프로그램 미니 플로깅입니다. 브랜드 활동을 홍보하는 콘텐츠로 활용하며, 펫티켓에 대한 반려인들의 인식을 높이고 책임감 있는 반려문화를 함께 만들어가는 것을 목적으로 운영하였습니다.

- 브랜드명: 빌리스벳
- 참여 시 필수 해시태그 포함: #메가주 #빌리스벳 #미니플로깅
- 경품: 빌리스벳 프로바이트 밀크, 빌리스벳 생분해 에코폼백 6롤
- 당첨인원: 총 150명
- 신청인원: 총 126명



03 메가주X닥터클라우드더 구매 영수증 이벤트

참가브랜드의 현장 구매를 촉진하기 위해 기획한 구매 영수증 이벤트입니다. 구매 즉시 혜택을 받을 수 있는 이벤트 기획을 통해 현장 구매 전환율을 높이는 것을 목적으로 운영하였습니다.

- 이벤트명: 메가주X닥터클라우드더 구매 영수증 이벤트
- 경품: 닥터클라우드더 피부모질 FSD 기능성 강아지 사료 어덜트 1kg
- 참여인원: 총 300명



03 참가기업 마케팅

04 낫쏘빅과 함께하는 유모차 럭키드로우

낫쏘빅 유모차를 경품으로 제공하는 현장 참여형 이벤트입니다. 프리미엄 경품을 통해 전시장 방문 유인을 높이고, 낫쏘빅 유모차에 대한 관심과 브랜드 인지도를 자연스럽게 확대하는 것을 목적으로 운영하였습니다.

- 브랜드명: 낫쏘빅
- 경품: 낫쏘빅 플란더즈 맥스
- 당첨인원: 총 3명
- 참여인원(쿠폰 사용 수 / 다운로드 수)
- ① 5월 29일(금): 630명 / 1,663명
- ② 5월 30일(토): 733명 / 1,829명
- ③ 5월 31일(일): 728명 / 1,950명



05 낫쏘빅과 함께하는 부스 방문 인증 이벤트

낫쏘빅 유모차를 경품으로 제공하는 부스 방문 이벤트입니다. 부스 방문을 유도하고, 참관객의 사진 업로드 및 공유를 통해 브랜드와 제품을 자연스럽게 홍보하는 것을 목적으로 운영하였습니다.

- 브랜드명: 낫쏘빅
- 경품: 낫쏘빅 캠퍼
- 당첨인원: 총 1명
- 참여인원: 총 48명



06 매직캔과 함께하는 애개육아템 이벤트

아이와 반려동물을 함께 키우는 '애개육아' 가정을 타겟으로 한 콜라보 이벤트입니다. 애개육아 환경에서 발생하는 냄새 문제와 매직캔의 주요 기능인 냄새 차단 특징점을 연결하여, 제품의 장점을 효과적으로 알리는 것을 목적으로 운영하였습니다.

- 브랜드명: 매직캔
- 참여 시 필수 해시태그 포함: #메가주 #매직캔
- 경품: 매직캔 트레이닝 챔프 25L
- 당첨인원: 총 50명
- 참여인원: 총 13명



04 현장스케치

4.1 현장 스케치

현장 스케치



05 연간 행사 일정

5.1 연간 행사 일정

행사명	행사일정	행사장소
케이펫페어 대전	2.6(금) - 2.8(일)	대전컨벤션센터
케이펫페어 수원 시즌1	2.27(금) - 3.1(일)	수원메세
케이펫페어 세텍	3.20(금) - 3.22(일)	학여울 세텍
케이펫페어 광주	4.3(금) - 4.5(일)	광주 김대중컨벤션센터
케이펫페어 부산 시즌1	4.24(금) - 4.26(일)	부산 벅스코
케이펫페어 청주 시즌1	5.1(금) - 5.3(일)	청주오스코
메가주 일산 시즌1	5.29(금) - 5.31(일)	일산 킨텍스
케이펫페어 마곡	6.19(금) - 6.21(일)	코엑스마곡 전시장
케이펫페어 수원 시즌2	6.26(금) - 6.28(일)	수원메세
케이펫페어 서울	7.17(금) - 7.19(일)	코엑스 삼성
케이펫페어 대구 시즌1	8.14(금) - 8.16(토)	대구 엑스코
케이펫페어 수원 시즌3	9.11(금) - 9.13(일)	수원메세
케이펫페어 송도	9.18(금) - 9.20(일)	송도 컨벤시아
케이펫페어 대구 시즌2	10.2(금) - 10.4(일)	대구 엑스코
메가주 일산 시즌2	11.20(금) - 11.22(일)	일산 킨텍스
케이펫페어 부산 시즌2	12.11(금) - 12.13(일)	부산 벅스코

Next MEGA ZOO

2026. 11. 20 Fri - 22 Sun