

접수번호

※기재금지

「전남 체류형 여행상품 개발 지원」
여행상품 개발 계획서

[작성 시 유의사항]

- 본 "상품개발계획서"는 한글(HWP) 파일, **최대 A4 4매**로 작성
- 제목을 제외한 본문은 11포인트, 줄 간격 140으로 작성
- **파란색 안내문**은 이해를 돕기 위한 문구이므로 작성 시 삭제
- **도표, 그림 등 자유롭게 활용**하여 상품계획서 작성 가능
- **상품개요 및 이미지**는 「전남관광재단 홈페이지」에 게시되므로 정확하게 작성해 주시기 바랍니다.
- 관광상품 운영에 필요한 인허가 사항 등 관계 법령 필수 준수, 법령 위반으로 발생하는 모든 책임은 창작사에 귀속
- 문의처: 재단법인 전남관광재단 해외마케팅팀(061-802-2152)

2026년 04월 20일

전남 체류형 여행상품 개발 계획서

여행사명	행복한여행사 (소재 목포시)	대표자명	김지연										
상품 개요	◎ 여행상품명 : 근대 목포 온 김에 시간과 맛을 걷다 ◎ 여행상품가격 : 280,000원 ◎ 특이사항 : #목포 1박 2일 #미식 여행 #근대역사 #해상케이블카 ◎ 여행사명(연락처): 행복한여행사 / 061-245-1501 ◎ 상품이미지 : 800px 이상 해상도의 JPG 파일 3장 별도 제출												
상품 일정 (상품 코스)	1. 상품조건												
	<table><tr><td>상품 전체일정</td><td colspan="2">■ (1)박 (2)일</td><td>☐ 당일투어 (최소 4시간 이상)</td></tr><tr><td>전남 소재 숙박 수</td><td>☐ 미해당 ■ 1박 ☐ 2박</td><td>☐ 3박 이상 ()박</td></tr><tr><td>전남 소재 유료 입장 관광지 및 체험 이용 건수</td><td>☐ 1건 이상 ☐ 2건 이상</td><td>■ 3건 이상 (3)건</td></tr></table>			상품 전체일정	■ (1)박 (2)일		☐ 당일투어 (최소 4시간 이상)	전남 소재 숙박 수	☐ 미해당 ■ 1박 ☐ 2박	☐ 3박 이상 ()박	전남 소재 유료 입장 관광지 및 체험 이용 건수	☐ 1건 이상 ☐ 2건 이상	■ 3건 이상 (3)건
	상품 전체일정	■ (1)박 (2)일		☐ 당일투어 (최소 4시간 이상)									
	전남 소재 숙박 수	☐ 미해당 ■ 1박 ☐ 2박	☐ 3박 이상 ()박										
	전남 소재 유료 입장 관광지 및 체험 이용 건수	☐ 1건 이상 ☐ 2건 이상	■ 3건 이상 (3)건										
	2. 상품일정표												
	상품일정표												
	일자	시간	방문지	숙소	비고								
	1일차	11:30	목포역 집결	신안비치호텔	버스								
		11:30~13:00	독천식당		중식								
13:00~14:00		목포대중음악의전당 (구 호남은행)	체험										
14:00~15:00		화신연쇄점 (구 화신연쇄점)	카페										
15:00~15:30		포도책방 (구 조선미곡창고)	체험										
15:30~17:30		목포원도심투어 (구 목포영사관)	투어										
17:30~19:00		영란횃집	석식										
19:00~		체크인 및 휴식	숙박										
2일차	07:00~09:00	조식 식사	신안비치호텔	호텔조식									
	09:00	체크 아웃 진행											
	9:30~11:30	목포해상케이블카		체험									
	11:30~12:30	목포온김에		중식									

상품 일정
(상품 코스)

구 분		견적금액(원)
숙박	신안비치호텔	100,000
식사	1일차 중식	15,000
	1일차 석식	40,000
	2일차 조식	12,000
	2일차 중식	10,000
체험	화신연쇄점	7,000
	목포원도심투어	2,000
	목포해상케이블카	24,000
교통	전남 전일	25,000
가이드	가이드비	10,000
기타	여행자 보험	5,000
합계		250,000
여행사 수수료		30,000
최종 1인당 상품 가격		280,000

- 2026년 6월 ~ 2026년 12월 유치목표: 총 1,120명
(산출근거: 20명/회 X 8회/개월 X 7개월 = 총 1,120명)

- 기본 방향: '짧지만 깊은 전남 여행(1박 2일 완성형 코스)' 강조
- 온라인 홍보: SNS 중심 슷품 콘텐츠 및 인플루언서 활용
- 오프라인 홍보: 수도권 집중 프로모션, 관광박람회 참가, 및 기업·기관 단체 유치
- 차별화: 1박 2일 내 핵심 관광·체험 압축 구성(미식·체험·야간 콘텐츠 등)

- 판매 방식: 여행 플랫폼과 자사 홈페이지, 여행사 등을 함께 활용해 판매
- 가격 설정: 실제 비용을 기준으로 무리 없는 가격으로 책정
- 덤핑 방지: 너무 싼 가격으로 판매하지 않도록 최소 가격 기준 설정
- 운영 관리: 판매 결과와 고객 반응을 보고 계속 개선