산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY	**보 도 자 료**	희망의 새시대 / 경제혁신 3개년 계획 / 3년의 혁신, 30년의 성장

2015년 2월 10일(화) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 무역정책과 조영태 과장(044-203-4020), 정승진 사무관(4025)

윤상직 장관, 올해 전자상거래 수출액 7천억 원 달성 노력

- 전자상거래 창업센터 방문 및 수출협의회 개최 -

◆ **중소.중견기업 1,500개사의 세계 온라인 쇼핑몰 등록지원**

◆ **중국 전자상거래시장 진출 지원: 해상배송체계 구축 등**

◆ **주요국 진출 전략 마련 및 전자상거래 수출 통계 개발**

◆ **액티브엑스(Active-X) 없는 온라인 결제제도 도입 등 편리한 쇼핑환경 조성**

◆ **지재권 보호 강화 : 해외 상표침해 및 모조품 피해상담 창구 마련**

□ 윤상직 산업통상자원부 장관은 2.9.(월) 오후, 가산디지털단지에 위치한 **전자상거래 창업센터**(Cafe24 운영)를 **방문**해, 입주업체들의 **수출 애로사항**을 **청취**하고 **청년 창업인들을 격려**했다.

○ 이번 현장방문은 **한·중 자유무역협정(FTA) 타결**을 계기로 윤상직 장관이 **전자상거래 수출 활성화**를 올해 산업부의 **중점 과제**로 삼고 추진함에 따라 마련했다.

○ 윤상직 장관은 창업센터에 입점하여 자체 쇼핑몰 구축을 통해 해외직판을 준비중인 창업가들을 만나 현장의 소리를 듣고 지원 방향도 소개했다.

- "**전자상거래 수출**은 대기업보다는 **중소기업과 1인 창업가들에게 더 큰 기회가 될 것**"이라고 하며, "한·중 자유무역협정(FTA)으로 거대한 중국시장이 열린 만큼 적극적으로 해외진출에 나서달라."라고 당부했다.

□ 현장방문에 이어 윤상직 장관은 중기청, 관세청, 특허청, 통계청, 등 관련 부처와 대한무역진흥공사(코트라: KOTRA), 무역협회 등 유관기관, 전자상거래 수출업체 대표가 참석한 가운데, 2015년 제1차 **전자상거래 수출협의회**를 열었다.

○ 이번 협의회에서는 전자상거래 수출을 활성화하기 위해 2015년 한 해 동안 중점적으로 추진할 정책이 발표됐다.

① 중소·중견기업의 **글로벌 전자상거래 쇼핑몰 등록 지원** 및 한국 식품 전용관 설치를 확대했다.

- 올해에는 중소·중견기업 1,500개사 상품을 아마존(**Amazon,미국**), **타오바오(淘宝, 중국)** 등 세계적인 온라인 쇼핑몰에서 판매할 수 있도록 적극 지원하고, 2만개 상품의 외국어 페이지 제작을 지원하기로 했다.(중기청)

- 특히, **농식품 수출 확대**를 위해 라쿠텐(일)과 이베이(ebay, 호주)에도 **한국식품 전용관**을 **설치**하기로 했다.(농식품부)

* 현재 중국 1호점, 알리바바 등 2개 쇼핑몰 내 한국식품 전용관 운영 중

② 최근 급격히 확대되고 있는 **중국 전자상거래 시장 진출**을 **집중 지원**한다.

- 올해 6월까지는 중국으로 수출하는 전자상거래 기업의 해외배송비를 절감하기 위해 **(한)인천→(중)칭다오 간** 페리선을 활용한 **해상 배송 서비스를 도입**할 계획임(산업부, 관세청)

- 또한, 올해 3월에는 중국 **알리바바와 협력**해 연간 100명 이상의 중국 전문 **파워셀러(Power Seller)**를 **양성**하는 교육과정을 개설하고, 셋방(Xidibuy) 등 **중국 전자상거래 기업의 한국관 내 제품 소싱**을 **지원**할 계획이다.(무역협회, 코트라)

③ **주요국 진출전략 수립, 수출통계 개발** 등을 통해 전자상거래 수출에 대한 기업들의 관심과 참여를 유도하기로 했다.

- 중국, 베트남 등 **주요국 전자상거래시장 진출전략**을 **마련**하고, 12월까지는 **국가 전자상거래 수출 통계**를 **개발***하여, 기업이 필요로 하는 정보를 체계적으로 제공하기로 했다.(산업부, 통계청)

* '14년 관세청에서 집계한 전자상거래 수출액은 약 2,800만불에 불과하나, 국내 주요 전자상거래 기업의 수출액은 약 4.5억불 이상으로 추정됨

④ 국내외 소비자와 수출기업에게 편리한 **온라인 쇼핑환경**을 **조성**할 것임

- 올해 4월까지는 국내 주요 온라인 쇼핑몰에 **내·외국인 모두 액티브 액스(Active-X) 없이 편리하게 이용**할 수 있는 **온라인 결제 제도 도입**을 완료했다.(미래부·금융위)

- 올해 7월부터는 **우체국 국제특송(EMS)**을 활용해서 **목록 통관**하는 경우에도 관세청으로부터 **수출실적 증명서**를 **발급**받아 무역금융, 부가세 영세율 적용 등에 활용할 수 있다.(우정사업본부)

⑤ 올해 2월에는 **해외 상표침해**와 **모조품 피해**를 **종합지원**하는 창구도 마련하여 **우리 기업의 지재권 보호**도 **강화**한다. (특허청)

- 한국지식재산보호협회 내 **'지재권분쟁대응센터'**에서 **'케이(K)-브랜드 상담'**을 실시하기로 했다.

□ 윤상직 장관은 전자상거래 수출협의회에서 "**전자상거래 수출**은 우리 **중소기업의 해외판로 개척**, 나아가 **청년 창업을 통한 일자리 창출**에 크게 이바지 하게 될 것이다." 라고 말했다.

○ 또, **올해 전자상거래 수출액 7천억원 달성**을 위해 각 부처와 유관기관들이 최선을 다해줄 것을 당부했다.

※ 참고 : ① 전자상거래 수출 현장방문 및 수출협의회 개최 개요
② 기관별 '15년 전자상거래 수출 지원계획

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 무역정책과 정승진 사무관(☎ 044-203-4025)에게 연락주시기 바랍니다.

참고 1 전자상거래 수출 현장방문 및 수출협의회 개최 개요

□ 전자상거래 수출 현장방문 개요

○ 목 적 : 전자상거래 창업 현장방문을 통해 수출 애로사항을 청취 청년 창업인들을 격려

○ 일 시 : 2015. 2. 9(월), 14:40~15:00

○ 장 소 : Cafe24* 창업센터(가산디지털단지 소재)

* ㈜심플렉스인터넷이 운영하는 전자상거래 통합지원 플랫폼

○ 참석자 : 장관님, 무역정책관, Cafe24 창업센터장, 입주기업 대표 등

< Cafe24 창업센터 개요 >

◎ 개요 : 전자상거래 사업자를 위한 촬영, 배송 등의 지원 서비스가 제공되는 공동사무실(1인 기업을 위한 공동좌석, 2인 이상 기업을 위한 독립 사무공간 등)

◎ 규모(가산점) : 전체 400평, 공동사무실 220석 중 150여석 입주, 스튜디오 5개

◎ 입주자 유형 : 의류패션 / 아동용품 / 생활잡화 쇼핑몰, 도매업, 홈페이지·영상 제작업, 기타 모바일 스타트업 등

○ 방문업체 개요(3곳)

- (크레이즈걸스) 여성의류 판매업체로, 자체 쇼핑몰(영문, 중문, 일문)을 통해 일본, 중국 등에 해외직판 진행중

- (MNJ) 가방 등 패션잡화 판매업체로, 처음부터 해외시장을 겨냥해 창업하여 현재 자체 쇼핑몰(영문)을 통해 해외직판 진행중

- (썸투) 화장품 판매업체로, 타오바오에 입점하여 해외시장 반응을 확인중이며, Cafe24를 통해 해외몰 제작중

□ 수출협의회 개요

○ **(일시/장소) '15.2.9(월) 15:00~16:30, 가산디지털단지 내 CAFE24***

* 가산 대성 디폴리스 지하 1층 대회의실(서울 가산동)

○ **(참석자)** 산업부 장관, 전자상거래 업체 및 정부·수출유관기관 등 20여명

- (오픈마켓) Ebay코리아, Cafe24, 바이포유
- (종합몰) 롯데닷컴
- (자체몰) 스타일난다, HM인터내셔날, 판다코리아
- (배송업체) 중원GLS
- (결제업체) 한국사이버결제
- (정부) 산업부, 관세청, 중기청, 특허청, 통계청 등
- (공공) KOTRA, 무역협회 등

○ **(주요내용)** 기관별 후속조치 현황보고 및 해외시장 진출 전략 논의

① 기관별(산업부, 중기청, 관세청, 특허청, 통계청, KOTRA, 무협) 보고

- 기관별 5분 내외, 후속조치 현황 및 '15년 주요 지원시책 발표

② 전자상거래 수출 활성화 방안 토론

- 업계의견 청취 및 토론

○ **세부 시간계획(안)**

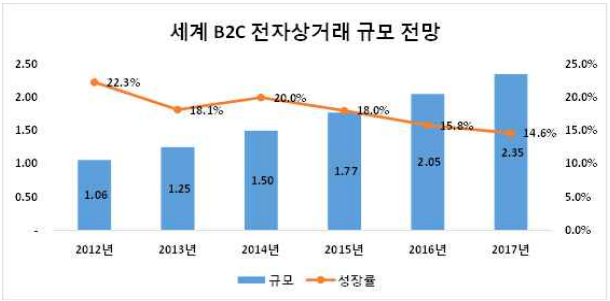
시 간	소요	주요내용	비 고
15:00~15:05	5'	· 모두말씀	**· 장관**
15:05~15:40	35'	· '15년 전자상거래 수출 진흥시책 보고	· 각 기관
15:40~16:25	45'	· 전자상거래 수출 활성화 방안 토론	· 참석자
16:25~16:30	5'	· 마무리말씀	**· 장관**

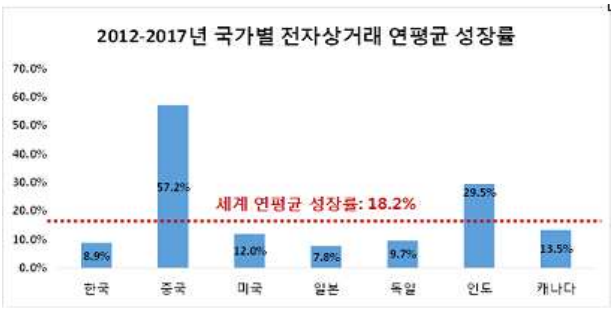
참고 2 **기관별 '15년 전자상거래 수출 지원계획**

1 **2015년도 전자상거래 수출 진흥시책(관계부처 합동)**

1. 전자상거래 무역 현황

□ 신흥국 온라인 사용자 증가, 스마트폰 보급 확대 등으로 **전세계 전자상거래 시장 규모가 급격히 상승중**('13년 1.25조달러, eMarketer)





○ 특히 **중국 시장이 폭발적으로 성장,** 전세계 평균에 비해 4배 높은 수준으로 성장중('13년도 성장률 중국 78.5%, 전세계 18.3%, eMarketer)

2. 그간의 추진경과

□ 무역투자진흥회의 등을 통해 **범정부** 차원의 **전자상거래 수출 활성화 대책**을 수립하고 후속조치 **추진중**

○ **(Kmall24 개통) 중소중견기업 수출전용 온라인 쇼핑몰** 구축('14.6월)

○ **(해외물류 지원) 국제특송 특가요금 적용, 현지 공동물류 및 A/S 지원 등**을 통한 우리나라 전자상거래 **업계 지원 확대**

○ **(결제제도 개선)** 신용카드 온라인 결제시 **공인인증서 사용의무 폐지**('14.5월), **각종 본인확인 규제 개선** 및 아이디와 비밀번호로 결제가 가능한 **간편결제 서비스 개시**('14.12월)

○ **(통관 간소화)** 다품종·온라인 수출의 특성을 감안한 **'간이수출제도' 신설**('14.7월) **및 수출통계 집계를 위한 제도 보완**('14.9월) 완료

⇒ 전자상거래 수출 활성화를 위한 민관의 다양한 노력을 통해 **작년 약 4,630억원 이상의 수출을 달성한 것으로 집계**

* 전자상거래 수출협의회(간사 : 무역협회)에서 업계 조사를 통해 추산

3. 2015년도 중점 추진과제

◇ 중소·중견기업의 전자상거래 수출 확대, 對중국 인프라 및 인력 확충, 물류경쟁력 확충, 주요국 진출전략 마련 등 추진

⇒ **전자상거래 수출 7천억 원 달성**

□ **중소·중견기업**에 대한 **지원 확대** ⇒ 전자상거래 **초보 중소·중견기업의 판매, 컨텐츠 제작 등을 지원**

○ **(판매대행)** 중소·중견기업 상품의 글로벌 온라인 쇼핑몰(**Amazon**(美), **淘宝**(타오바오, 中) 등) **등록지원* 확대****

* 상품등록, 판매전략 수립, 홍보, 배송, C/S 등 판매 전 과정 대행

** 지원대상 : ('14년) 1.0천개사 → ('15년) 1.5천개사 → ('17년) 2.5천개사

○ **(컨텐츠제작) 외국어 상품 설명·전자카달로그 등 제작** 지원 확대

* 상품 페이지 번역 : ('14년) 1.5만개 → ('15년) 2만개 → ('17년) 5만개

○ **(농식품)** 주요국가 **온라인 쇼핑몰 내 한국식품전용관* 확대**

* (현재) 중국 1호점(b2c), 알리바바(b2b) → (계획)일본 라쿠텐, 호주 ebay

□ 對**중국 인프라 및 인력 학충 ⇒ 급격히 확대중인 중국 전자상거래 시장에 대한** 우리 전자상거래 수출 **역량 제고**

○ **(해상배송) 중국과 해상배송 간이통관 시스템을 구축**하여 한국 전자상거래 제품의 가격경쟁력(물류비 30% 이상 절감) 제고('15.上)

○ **(판매망개척) 무역협회**(Kmall24)와 **중국 온라인 쇼핑몰 간 협력** 통해 우리 중소중견기업 상품의 온라인 수출길 지속 확대

□ 주요국 진출전략을 마련하고 국가통계도 개발 ⇒ **민간에서 필요로 하는 정보를 체계적으로 제공**

○ **(전략마련)** 한류, FTA 등 변화한 수출여건을 최대한 활용하도록 주요 **국가별 전자상거래 수출시장 진출 전략 마련**('15.상, 연구용역)

○ **(통계개발)** 기존 수출신고 기준 기존통계에서 완전히 탈피, **온라인 쇼핑몰 전수조사에 의한 국가 전자상거래 수출 통계 개발**

* 국가별, 상품군별 수출동향을 파악, 민·관의 전략수립에 기초자료로 활용

□ 그간 **제도개선의 성과를 국민이 체감**할 수 있도록 관리 ⇒ **편리한 쇼핑환경 조성 및 업체부담 경감**

○ **(편리한 환경)** 주요 온라인 쇼핑몰에 **내·외국인 모두 Active-X 없이 편리하게 이용**할 수 있는 **온라인 결제제도 도입**('15.4월)

○ **(수출실적 인정확대) 우체국 해외배송**(EMS 등) 활용 목록통관에도 **수출실적 증명서가 발급***되도록 **관세청-우체국 간 연계**('15.上)

* 전자상거래 수출업체에 무역금융, 정부포상 및 부가세 영세율 적용 혜택

□ 전자상거래 수출 **성공사례 및 활용방법 홍보** ⇒ **전자상거래 수출에 대한 관심 및 참여 유도**

○ **(가이드북) 무역협회***와 **중진공****을 통해 온라인 해외마케팅 성공사례 및 지원시책 안내 책자 발간 및 중소기업에 배포

*「e-知한 온라인 해외마케팅 수출성공 스토리」(무역협회, '14.12월 旣 발간)
**「성공사례로 알아보는 B2C 마케팅」(중진공, '15.2월초 발간 예정)

○ **(동영상) 산업방송(채널i)**을 통해 전자상거래 수출 홍보 및 가이드 영상을 제작하여, 인터넷·SNS 등을 통해 관련 영상을 제공

2	글로벌 온라인 쇼핑몰 입점 지원(중기청)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ 온라인쇼핑몰 시장은 빠르게 성장, **거대 新수출시장**으로 부상

* 글로벌 전자상거래 규모(십억달러, emarketer) : ('11)857 → ('14)1,445→ ('16^{e})1,860

○ 비용·시간·공간 등 물리적 제약을 극복할 수 있어, **중소기업에 적합한 해외마케팅 수단이나 우리기업의 활용은 초보수준**

➡ **글로벌 온라인 쇼핑몰을 활용하여 중소기업 수출 확대 추진**

□ 추진 경과

○ **중소기업 1,032개사**(6,669개 제품)에 대해 **글로벌 온라인 쇼핑몰 등록을 지원**, 총 372,323건 7,616천불 판매 ('14.6월 ~)

(단위 : 개사, 건, USD, '14.12월 기준)

구분	목표	계약	상품등록		성과	
			기업수	제품수	판매건수	금액(USD)
라쿠텐	200	210	210	1,554	15,969	131,613
아마존	200	209	199	1,103	253,323	5,345,197
이베이	200	205	205	1,270	6,654	940,645
큐텐	200	206	206	1,749	70,766	922,411
타오바오	200	202	202	993	25,611	276,895
합계	1,000	1,032	1,022	6,669	372,323	7,616,761

○ 중소기업 제품의 **해외 배송비 절감을 위해 국제 특송기업과 업무협약 체결** ('14.4 중진공-DHL, '14.9 중진공-Fedex)

○ 해외에서 팔릴만한 **우수 중소기업 제품을 발굴, DB로 구축** (16,601개)

('15.1월 기준, 단위 : 건)

구분	가구·리빙·건강	화장품·식품	패션의류·잡화	컴퓨터·디지털·가전	스포츠·자동차	유아동·취미·애견·문구	합계
제품수	3,583	3,568	4,780	1,941	486	2,243	16,601

○ 중소기업의 온라인 수출에 대한 관심제고를 위해 **온라인 수출 가이드북을 발간·배포** ('14.12, 6,000부)

* 글로벌 온라인쇼핑몰 특징, 진출 노하우, 진출 성공사례 등을 수록

2. 15년 계획

1. 주요 내용

1 해외온라인 쇼핑몰(B2C) 입점지원 확대

○ **(온라인 쇼핑몰 입점)** 중소기업제품 **입점지원 및 판매채널을 확대하고** 제품등록, 배송, 수출신고, 고객지원(C/S) 등 전 과정 지원

* 입점지원(개사) : ('14) 1,032 → ('15) 1,500
* 판매채널 : 아마존, 타오바오, 이베이, 라쿠텐, 큐텐 → 쑤닝, Kmall, 11번가 등 추가

○ **(외국어 번역)** 글로벌 온라인 쇼핑몰 등록을 위한 **외국어 상품 페이지·전자카다로그 등의 제작 지원** ('14년 15,336건 → '15년 20,000건)

○ **(상품소싱)** 해외수요를 반영한 **시장별 수출유망 전략상품 발굴*** 및 **상품별 등급** 부여로** 바이어의 신뢰도 확보

* 면세점, 명동매장의 외국인 대상 판매실적 및 해외유통기업(쑤닝, CJ오쇼핑 등) 데이터를 활용하여 소비트랜드를 분석

** P(프리미엄), A, B 등 등급부여로 및 상품검색기능 강화

2 해외 온라인쇼핑몰 판매 전문인력 양성 및 정보제공

○ **(교육) 중소기업(또는 개인)이 글로벌 온라인쇼핑몰에 직접 진출**할 수 있도록 판매 전문인력 **육성** (200명)

* 해외 온라인쇼핑몰 계정생성에서 제품판매까지 실습중심 교육

○ **(정보제공)** 전국 **주요 거점도시 순회 세미나**(10회)를 개최, 온라인 쇼핑몰 사업 홍보 및 중소기업의 관심 제고

3 온·오프라인 사업 연계 (Online to Offline)

○ 고비즈코리아(B2B), 해외 정책매장(오프라인) 및 해외 홈쇼핑 등과 상호연계를 통한 **O2O마케팅 추진**으로 해외 직접판매 성과 제고

* **(오프라인)** 온라인쇼핑몰 인기상품의 해외 K-HIT 매장 및 현지 유통망 입점 지원
* **(온라인)** 고비즈코리아 등록, 대기업 해외 홈쇼핑 판매연계 등으로 바이어 발굴 지원

3 온라인몰 내 한국식품전용관 확대(농식품부)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ 최근 급성장하고 있는 온라인마켓을 통한 한국농식품의 판촉확대 및 신규 유통망 개척으로 한국농식품의 수출확대 및 인지도 제고

* 중국 인터넷 쇼핑시장 규모 : ('08) 174억불(1,208억위안) → ('13) 3,010(18,500)

□ 추진 경과

○ 중국, 일본, 미국 등 온라인마켓을 대상으로 판촉활동 전개

- 온라인마켓 신규 입점 및 거래 활성화 추진

* ('13) 중국(1호점, 워마이왕), 일본(라쿠텐), 미국(아마존) 등 5회
  · 중국 1호점 : 김우빈 스타마케팅 8일간 3억원 매출성과
* ('14) 중국(알리바바 등 4회), 일본(라쿠텐, 야후), 미국(아마존), 대만(야후), 베트남(SCJ) 등 9회

○ 중국 온라인 B2B 분야 한국 농식품 수출시장 확대를 위해 알리바바에 한국식품 전용관 개설('14.10.27)

- 판매제품 : 486개 → 872(증 386), 입점업체 : 13개 → 24(증 11)

< 알리바바 한국식품 판매실적 >

(단위 : 개, 천RMB)

구 분	2013년도	2014년도	증가율(%)
입점업체	13	29	123.0
판매제품	466	1,008	116.3
판매금액	95,036	151,901	59.8

(단위 : 개, 천RMB, %)

구 분	2013.10.27~12.31	2014.10.27~12.31	증가율
입점업체	13	29	123.0
판매제품	466	1,008	116.3
판매금액	11,685	32,496	178.7

○ 중국 온라인 시장진출 확대 및 신규 입점지원을 위해 중국 온라인 마켓 주요 MD 초청상담회 개최('14.12.4)

- 1호점 등 온라인 MD(15명) 초청 및 수출업체(14개사)와 1:1매칭 지원(총 70건 상담, 180만불 상담성과 창출)

2. 15년 계획

1. 주요 내용

1 해외 온라인 마켓 확대에 따라 B2C, 모바일몰 등을 활용한 **온라인 한국농식품 판촉전 개최** 확대(12회)

○ 중국, 미국, 일본 등 주요 온라인 마켓 판촉전 개최로 한국식품의 신규 입점 및 거래활성화 도모

* '15년 계획 : 중국(1호점 등 5회), 일본(라쿠텐 등 2회), 미주(아마존 등 2회) 등 12회

2 **중국 온라인 마켓 MD 초청 입점 상담회 개최**(1회)

○ 중국 온라인마켓에 입점을 희망하는 수출업체와 1:1매칭 상담지원으로 온라인 거래 활성화 도모

* 주요 MD 관심 품목('14) : 온라인 주요고객인 젊은 층을 겨냥한 간편식(비빔컵밥, 떡볶이 등), 유아용 시장확대에 따른 캐릭터 음료 등

3 **중국 온라인 마켓에 「한국식품 전용관」 운영**

○ 중국 주요 대형 온라인 쇼핑몰 2개사(B2C)에 한국식품 전용관 운영 및 대규모 프로모션을 통한 한국식품의 신규 입점 및 거래 확대 도모

* ('13) 1개소(1호점) → ('14) 2개소(알리바바) → ('15) 4개소(티엔마오, 워마이왕 추가)

4 Kmall24 운영현황 및 계획(무역협회)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ tradeKorea 10만 기업의 해외직판 전환으로 B2C 수출인식 확산

○ 중소 제조·내수기업의 온라인 해외판매(B2C) 진입장벽 해소

○ 전자상거래 수출 관련 법·규제 개선(통관·수출신고, 분쟁 등)

□ 추진 경과

○ 첫 온라인 해외직판 채널로서의 역할 강화

- 800개사, 8,000개 상품 입점 완료('15. 1월 기준)
- B2B 인콰이어리 매칭 지원을 통해 B2C 거래의 B2B 전환 유도

○ 중소기업의 판매·홍보 채널 확대 구축

- Kmall24.com(英), Kmall24.jp(日), Kmall24.com.cn(中), 모바일
- 해외 쇼핑몰 연계 판매 : 글로벌티몰(中), 아마존(英), 라쿠텐(日)
  ※ 중국 충칭 자유무역지구 운영 Igetmall 연계 추진 중('15. 1월 MOU 체결)

○ 해외 소비자 대상 Kmall24 인지도 제고

- 검색엔진 키워드 광고(Google, Yahoo 등), SNS(페이스북, 中웨이보, 日아메바 등), 해외 파워블로거 및 인기 커뮤니티 등을 활용한 온라인 마케팅 실행

○ B2C 해외판매에 대한 인식전환 교육

- '14년 : 전국 순회교육을 통한 해외직판 인식전환 및 Kmall24 홍보(47회, 3,427명)
- '15년 : 온라인 해외직판 성공사례 세미나(1/13, 800명),
  한중 전자상거래 컨퍼런스(1/23, 500명)

2. '15년 계획

1. 주요 내용

1 우수상품 유치 및 중소기업 대상 B2C 수출기업 저변 확대

○ 1천개사, 1만개 상품 입점 지원
- 협회 및 tradeKorea 10만개 기업 대상 입점업체 지속 발굴
- 경쟁력 있는 유통벤더(파워셀러) 활용 전략상품 발굴 확대
- 중진공 등 유관기관과의 협업을 통한 소싱 효율화

○ 전국 순회교육을 통한 인식전환 및 Kmall24 홍보 지속(4천명 규모)

2 마케팅 전략 고도화를 통한 방문자 증대 및 판매 제고

○ 전 세계적인 모바일 구매 트렌드에 따른 모바일앱 활용 프로모션

○ Amazon, Tmall, Rakuten 입점상품 증대를 통한 상품 홍보 강화
- 중국 Igetmall 등 해외 온라인 쇼핑몰과의 O2O(Online to Offline) 마케팅

○ Kmall24 글로벌 SNS 서포터즈 활용 Kmall24 해외인지도 제고('15. 3월~)

3 B2B ↔ B2C 협력체계 강화로 수출확대 시너지 창출

○ B2C 판매에서 B2B 거래 지원을 통한 대규모 수출 유도

4 대학생·청년 대상 온라인 해외직판 관련 창업기회 제공

○ 온라인 수출 경진대회(가칭) 개최를 통해 상품 등록부터 온라인 판매까지 전자상거래 수출의 全 프로세스 경험 제공

○ 무역아카데미와 공동으로 e-Marketer 양성 교육 등을 기획하여, 전자상거래 수출에 관심 있는 대학생·청년의 창업 유도 및 지원

5 전자상거래 수출 지원센터 기능 수행

○ Kmall24 입점 안내(번역·촬영·해외C/S 등 지원) 및 전자상거래 수출 시장정보 제공 中

5	전자상거래 무역인력 양성 계획(무역협회)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ 세계적인 전자상거래 플랫폼 인프라(물류, PG 등) 발달로 국경간 거래가 활성화 되고 있으나, 관련분야 전문인력풀은 현저히 부족

* 한국의 2013년 해외 직구 금액 1조, 1100만 건(통계청 자료)

□ 추진 경과

○ 재직자 대상 전자상거래 교육 시행('14년 실적 : 3개 과정, 9회 / 126명)

○ 전자상거래 전문무역인력 양성을 위한 교육과정(글로벌 e마케터 양성과정, eBay공동, '14년 7월) 개설 및 운영(총 3회, 79명 교육)

○ 한·중 Cross Border Trade(CBT) 전자상거래 인력 양성 사업 추진(알리바바 공동)

* 교육대상 : 한국청년층 100명 / 진행방식 : 중국 알리바바 본사 초청교육

** Pre-Course교육 시행('15.1.12~1.16, 중국 항저우 알리바바 본사, 알리바바 글로벌 T몰 입점업체 등 36명 교육)

2. 15년 계획

1. 주요 내용

1 글로벌 e마케터 양성과정 확대운영

○ 교육개요

- 교육대상 : 대학생/기업체 재직자

- 교육시간 : 총 60시간
- 교육내용 : 해외시장조사, 마케팅전략수립, e마켓플레이스 활용, eBay플랫폼활용 온라인 수출, Google/Youtube 활용

○ 운영계획

- 연간 총 7회, 175명 전자상거래 전문인력 양성

※ '14년 실적 : 총 2회, 61명 교육

2 한·중 Cross Border Trade(CBT) 전자상거래 인력 양성

○ 교육개요

- 교육대상 : 대학생/기업체 재직자 등 연100명
- 교육구성(예상)
  · 전자상거래 기본교육(국내, 5일) → 중국소비자분석/알리바바 플랫폼활용교육(중국, 5일) → 중국현지 견학(물류업체 등)

○ 운영계획

- 연간 총 4회, 100명 중국 전자상거래 전문인력 양성

※ Pre-Course('15년 1월, 중국 항저우) : 국내전자상거래 업체 등 총 36명 교육

3 전자상거래 플랫폼 활용 온라인수출 창업자 과정 개설(신규)

○ 교육개요

- 교육대상 : 예비 창업자
- 교육내용
  · 알리바바, eBay, e마켓플레이스 등 전자상거래 플랫폼을 활용방법
  · 현지마케팅, 물류 및 배송, 결제 노하우 및 성공사례분석 등

6	한·중 해상배송체계 구축(관세청)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ 한・중(인천 → 칭다오)간 페리선을 활용한 특송물품의 해상배송 체계 도입 추진(제6차 무투회의)

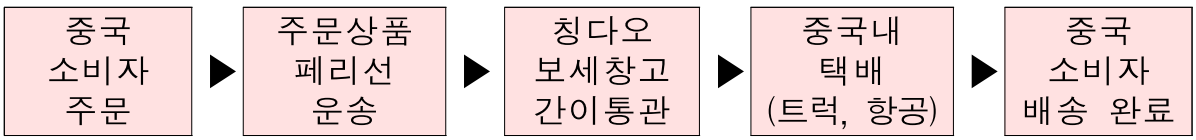
* 한국 물류기업에서 기존 노선(인천→칭다오 주 3항차・14시간 소요)을 활용

○ 칭다오 세관內 간이통관체체 구축을 통해 전자상거래 물품 해상 배송으로 물류비 절감

- 우체국EMS 대비 배송기간은 1일 정도 더 소요되나, 비용은 30% 이상 저렴

* (우체국 EMS) 3~4일 Vs. (페리선 해상배송) 4~5일

【 인천→칭다오 페리선 배송 및 간이통관 프로세스 】



□ 추진 경과

○ 해상배송체계 구축 지원을 위한 관계기관 회의 개최('14.5.21, '14.8.19)

*〔참석〕 관세청, 산업부, KOTRA 본부, 칭다오 무역관장 등

○ 해상배송체계 구축 방안 협의를 위한 중국 방문('14.9.3~4)

*〔韓〕 북경관세관, 청도무역관 등 /〔中〕 **청도시 상무국, 청도해관 등**

○ 해상 특송화물 간이수출신고 **전산시스템 구축 컨설팅**('14.10.23)

*〔참석〕 관세청(통관기획과, 특수통관과, 정보관리과), 인천세관(수출과), 중원GLS

2. 15년 계획

1. 주요 내용

[1] 한-중 관세당국간 실무협의

○ 해상배송체계의 차질없는 추진을 지원하기 위한 한-중 관세당국간 실무협의(3월)

[2] 해상배송체계(인천↔칭다오) 구축・시행(5월)

7	공동물류센터를 통한 B2C 물류지원(KOTRA)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ 중소기업의 수출시 물류애로 해소를 지원하고자 22개국 42개소에 현지물류회사와 협력하여 해외공동물류센터를 旣운영 중('04년부터)

○ 국경간 B2C 전자상거래를 지원하기 위한 맞춤형 공동물류 사업 신규추진

□ 추진 경과

○ **('14년 상반기)** 전자상거래 시범대상 무역관 선정
- (미국) 시카고, LA센터 현지 B2C 전자상거래 맞춤형 물류위탁업체 발굴
- (중국) 한중(칭다오-인천) 해상페리 활용 간이통관 시스템 구축

○ **('14년 하반기)** 일본(도쿄) 시범대상 추가
- 물류배송과 현지수입대행 에이전트 역할을 병행하는 물류업체 발굴
  * 부산-후쿠오카 노선 이용, 매일 배송 B2C전문 물류업체 발굴

2. 15년 계획

◆ 미국 : 온라인→온/오프라인 대형 유통망 물류지원확대
◆ 중국 : 해상간이통관 사업본격 추진
◆ 일본 : 직배송·창고보관형 물류업체 발굴
◆ 유럽 : 영·독 EU 역내 시범사업 추진

1. 주요 내용

□ 미국

○ 온라인 ⇒ 온/오프라인 유통망으로 물류 지원 확대

- 미 온라인 유통시장 진출 기업 확대 : 수출 + 시장테스트 기회 제공
- 온라인 판매성과 기반 → 타 온/오프라인 대형 유통망 진출 지원

○ 전자상거래 연계 마케팅 및 사후관리 지원

- 북미 대표 온라인 유통망 및 파워벤더 대규모 수출상담회 개최
- 국내기업 대상 Amazon 등에 직접 벤더등록 마켓팅 지원(연중)
- 공동물류센터를 활용, 반송된 물품의 A/S처리 또는 재포장판매

□ 중국

○ 해상간이통관용 수출입 테스트 추진('15. 3월~6월)

- 수출입 신고 처리용 해관 내부관리 시스템 완비, 해상 수출입 시스템 시연

○ 사업본격 추진

- 시스템 개통식 및 사업설명회 등 사업 추진계획 수립(3월한)
- 사업예산 확보 및 사업추진(6월한)
  * 참여 국내플랫폼(11번가 등)별 파워셀러 육성사업
  * 국내외 홍보를 위한 설명회 개최 등(중국 소비자 포함)

□ 일본

○ **(직배송형)** 2014년 하반기 한일간 B2C 전문 직배송 물류업체 발굴(C사)

- 사업협력모델, 서비스요율 등 세부조건 협의 中
  * 성공사례 : (주)여수룬(명함, 현수막, 스티커 등) 국내제작 후 대일본 직배송 수출(90억원)

○ **(창고보관형)** 현지 정식수입 후 창고 보관, 발송하는 B2C 물류지원

- 위탁물류업체가 수입대행업무를 겸하여 수입부터 통관 이후 현지 창고 보관까지 일괄진행
  * 기존 위탁물류업체를 통한 B2C 서비스 최적화(요코하마 창고 거점)

□ 유럽

○ 영국, 독일 등 EU시장 대상 전자상거래 맞춤형 공동물류 사업시범추진(하반기)

- 영국은 유럽 내 최대의 직구시장, EU 역내 전자상거래 무관세 활용

8 해외시장에서 우리상품의 지식재산권 보호(특허청)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ **중국 사업자**의 우리 기업 제품에 대한 **상표권 선등록**으로 우리 기업의 중국 온라인 **시장 진출**이 **곤란**하며, **모조품 유통 피해**도 **심각**

□ 추진 경과

○ **(특허청) 해외 상표출원 지원사업* 강화**와 **온라인 모조품 유통 단속****을 통한 전자상거래분야 수출애로 해소노력 경주

* (IP-DESK) 상표·디자인 출원비용 지원사업, (RIPC) 특허·상표 등 해외 출원비용 지원사업

** 온라인 단속(알리바바-지식재산보호협회/IP-DESK) 및 침해조사(IP-DESK) 연계.

○ **(관계부처 합동)** 중국·ASEAN 지역에서의 한국 브랜드 침해피해 예방 및 대응을 위해 **'K-브랜드 보호 종합대책'** 발표('14.12. 지재위)

2. 15년 계획

1. 주요 내용

1 국내 K-브랜드 상담창구 마련

○ 우리 기업의 **해외 상표침해·모조품 피해상담** 및 관련 **지원요청**을 접수하여 담당기관으로 **신속 연계**해주는 **종합창구 역할**

* 한국지식재산보호협회 내 **'지재권분쟁대응센터'**에서 **'K-브랜드 상담'** 실시

【 K-브랜드 상담창구 역할 】

◈ **해외 K-브랜드 침해에 대한 기업 피해사례 접수 및 신속한 상담**

- 해외 업체 무단 선등록, 해외 모조품 유통 사례 접수, 법률자문, 컨설팅 지원사업, 침해조사 사업 등 연계 지원

◈ **중국 전문 상표상담원 배치 및 무단 선등록 상표 법률구제**(이의신청, 무효심판, 소송, 협상 등) **방향 제시**

2 산업단체 중심의 해외 모조품 단속 지원

○ 제품특성을 잘 아는 산업단체가 회원사를 대상으로 침해조사 수요발굴 및 직접 지원이 가능토록 하는 등 **산업밀착형 모조품 단속지원**

* ('15년) 침해피해가 많은 5개 산업단체(의류·식품·화장품·전자·프랜차이즈) 우선지원

3 해외지식재산센터(IP-DESK)의 해외 지재권 보호기능 강화

○ **(온라인 침해감시)** IP-DESK에서 온라인 모조품 유통 실태 등을 조사하여 기업에 제공하는 **'온라인 침해조사 모니터링 서비스' 신규 추진**

* (절차) 기업신청 → **온라인 모니터링** → **침해조사보고서** → 침해조사 연계 → 행정단속
* 모니터링 결과 제공 후 알리바바 등 중국 오픈마켓의 모조품 게시물 삭제신고 대행

○ **(침해조사) IP-DESK의 현지 모조품 대응을 위한 침해조사 지원 강화**

- 침해조사·행정단속 실효성 확보를 위한 **침해조사 지원비용·횟수 상향조정**

* 지원상한 : (종래) 5천$(행정단속 미포함시 3천$) → (개선) 1만$(행정단속 미포함시 6천$)
* 지원횟수 : (종래) 연 1회(기업부담 30%) → (개선) 연 3회(단, 2,3회차 기업부담 50%, 70%로 조정)

○ **(해외출원지원) 상표·디자인 출원 및 세관지재권 등록비용 지원 확대**

- 해외 출원 및 세관 지재권 등록시 **기업 Needs를 고려**하여 기업당 **지원건수를 대폭 상향조정**

* 해외출원지원예산(IP-DESK+RIPC) : ('13) 49.1억원 → ('14) 67억원 → ('15) 70억
* 상표출원 및 세관 지재권 등록지원 한도 : (종래) 연 4건/社 → (개선) 연 8건/社

4 현지 단속기관 및 세관 등을 통한 해외 모조품 단속 강화

○ **(해외 지재권 공무원 초청연수)** 현지국가의 집행기관 공무원 등과의 우호적인 관계를 형성하기 위한 **협력 네트워크 구축 지속 추진**

* 공무원초청연수 : 중국('08~'14, 181명), 베트남('11~'14, 41명), 태국('12~'14, 24명)

- **중국**에 대해서는 **국경조치(세관)**와 **행정조치(공상행정관리국)**로 세분화하여 **침해대응 기관 맞춤형 확대 운영 추진**

* 중국공무원초청 : (종래) 연 1회 일괄초청 → (개선) 연 2회(세관/공상행정국으로 구분)

○ **(K-브랜드 보호세미나)** **현지 단속공무원**을 대상으로 **한국 브랜드 소개** 및 **모조품과의 식별요령 설명**을 통한 **행정단속 유도**를 위한 **세미나** 개최 확대

* ('14) 총 3회(중국, 태국 등) → ('15) 총 6회(중국 4회, 태국 1회, 베트남 1회)

9	해외 역직구 및 직구 통계 개발(통계청)

1. 과제 개요

□ 추진 배경

○ 온라인쇼핑을 통한 수출 확대 등 정부 정책수요에 대응하는 역직구(수출) 통계 개발 필요

- 역직구 규모에 대한 여러 추정자료의 언론 보도로 올바른 통계자료를 시급하게 제시하여 혼란 방지 필요(참고1 기관별 역직구(수출)규모 참조)

* ″2013년 온라인쇼핑몰의 역직구 규모 3,700억, 기존 260억의 14배('14.11.5, 연합뉴스)″, ″해외 직구 금액 역직구의 55배, 무역역조('15. 1.19, 중앙일보)″ 등

○ 내수시장 활성화, 유통 산업 패러다임 변화에 따른 역직구(수출) 및 직구(수입) 상품에 대한 통계 이용자의 관심 증가 및 세분화 요구

- 역직구 및 직구 통계 작성 및 제공 필요

2. 15년 계획

□ 기초 자료 수집 체계

① 역직구 통계

- (1안) 상품 통관시 관세청에 수출 신고한 자료(통관자료) 및 우정사업본부의 전자상거래 우편물 목록을 기초로 재분류·연계하여 작성

- (2안) 역직구 통계는 통계청 온라인쇼핑 조사대상사업체와 일부 수출사업체에서 국외로 판매한 금액을 조사하여 작성

② 직구 통계

- 관세청에 신고한 수입 신고 자료(통관자료)를 온라인쇼핑 상품군으로 재분류·연계하여 작성

□ **작성되는 통계정보**

① 상품군*별 수출액/수입액, 증감률

* 컴퓨터 및 주변기기, 소프트웨어, 가전·전자·통신기기, 서적, 음반·비디오·악기, 아동·유아용품, 음·식료품, 꽃, 스포츠·레저용품, 생활·자동차용품, 의류·패션 및 관련상품, 화장품, 사무·문구, 농수산물, 기타

② 국가(지역)별 수출액/수입액, 증감률

□ **기타 사항**

○ 통계정보의 활용도를 제고하기 위하여 '14. 1월부터 작성

○ 신속한 현황 파악을 위해 월간 통계로 개발 추진

○ 금년말까지 통계 개발 완료를 목표로 추진