

참고 1 위탁운영계획서 작성 참고 자료

'포스트 코로나19' 대비를 위한 수출 전략은?



경기도주식회사

코리아경기도주식회사 기획조정실 실장 홍 석 민

코로나19의 확산으로 인해 글로벌 경제는 장기적인 침체와 더불어 4차 산업혁명인 디지털 경제로의 전환에 가속도가 붙고 있습니다. 보스턴컨설팅그룹(BCG)에 의하면 2020년 온라인 전자상거래 시장 경우 코로나19 영향으로 인해 5년치를 한꺼번에 성장할 정도로 급성장을 거두었다고 합니다.

우리 코리아경기도주식회사(이하 코경주)에서는 디지털 수출역량이 부족한 기업들을 대상으로 2019년부터 매년 100개 기업을 선발하여 주요 무역상대국인 중국, 아세안 지역의 직접 진출을 위한 온, 오프라인 융합형 사업을 진행중에 있습니다.

온라인 채널 전략을 통한 현지 소매유통 시장 직접 진출

코경주에서는 우리 수출기업들의 보다 빠른 현지 소매유통 시장 직접 진출을 위해 오픈채널 형태의 온, 오프라인 융합형 수출 지원 사업을 추진중에 있습니다. 이미, 미국, 중국 등의 주요 국가에서는 소통을 기반으로 체험과 공유의 기능이 가능한 오프라인 매장, 전자상거래를 기반으로 편리성과 비대면이 극대화된 온라인 마켓을 결합하여 소비자 및 바이어들에게 다양한 경험을 제공하고 있습니다.

현재 코경주에서는 현지 소매 유통망과 연계하여 중국 동북 지역을 중심으로 60개의 스텝인숍 매장, 전자상거래 쇼핑몰(타몰) 및 1개의 수출지원센터, 베트남을 중심으로 한 아세안 시장 진출을 위한 30개의 스텝인숍 매장, 전자상거래 쇼핑몰(쇼피) 및 1개의 수출지원센터를 운영하여 우리 수출 기업들의 현지 온, 오프라인 소매 유통시장 조기진출을 위한 동반자 역할을 수행하고 있습니다.



문화와 경제가 융합된 지역별 수출 거점 확보

지역별 거점을 중심으로 하는 오프라인 매장 경우 단순히 상품 판매를 위한 공간 보다는 문화와 상품의 판매가 결합된 융합 공간

으로 서의 운영을 통해 잠재적 소비자 및 바이어들이 원하는 지속적인 콘텐츠의 제공이 필요 합니다.

코경주가 운영하는 베트남 하노이 경기도 비즈니스 센터(GBC) 경우 현지 중심 상업지구인 복합 문화 및 상업 공간을 조성하여 1층에는 우리 중소기업 상품 체험관 및 경기아트센터 홍보관(21년 하반기 개관), 2층에는 한국도자재단 홍보관, 3층에는 중소기업 수출지원센터를 구성하여 문화와 경제가 융합된 경기도형 수출 전진기지를 운영하고 있습니다. 해당 거점은 하노이 현지 주요 상업지구에 위치하고 있어 잠재적 소비자 및 바이어들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

온라인을 활용한 수출 및 홍보 방식의 다양화

코경주는 동북아 지역의 주요 물류 허브로 육성중인 중국 연변보세물류센터내에 경기도 비즈니스 센터(GBC)를 개관하여 보세지역을 활용한 전자상거래 물류시스템 구축 및 연변주에 위치한 지통온라인창업원내의 전자상거래 전문 셀러 50여명과 함께 중국내 유명 전자상거래 사이트인 타오바오와 티몰등에 우리 중소기업 제품의 판매를 진행하고 있습니다.

또한, 한류스타와 해외 유명 인물루언서를 활용한 PPL, 드라마 제작 및 라이브커머스, SNS를 통한 홍보 채널을 구축하여 우리 중소기업의 해외 온라인 홍보를 지원하고 있습니다.

포스트 코로나19 시대로 인해 급성장한 전자상거래 시장 경우 우리 대한민국이 중국(1위), 미국(2위), 영국(3위), 일본(4위)에 이어 5위를 차지할 정도로 막강한 경쟁력이 있습니다. 온라인 사업에 특화된 코경주의 다양한 수출지원 사업을 통해 우리 기업들의 디지털 수출로의 전환이 빠르게 진행될 수 있기를 희망합니다.

contribution

참고 2 위탁운영계획서 작성 참고 자료

- 포스트 코로나19 시대의 중소기업 수출 촉진 방안(중소기업연구원)

<https://www.kosbi.re.kr/kosbiWar/front/functionDisplay?menuFrontNo=3&menuFrontURL=front/focusDetail?dataSequence=J200803K01>

- 기타 경기도주식회사 해외 사업 관련 인터넷 기사 참조

※ 위탁운영계획서 작성 시 상기의 자료 참고 바랍니다.