

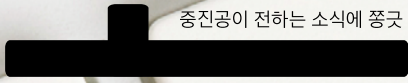


이메일 구독



카카오톡 채널

중진공
뉴스레터



중진공이 전하는 소식에 쫓겨



2023. 09. VOL24
SPECIAL THEME

온라인을 날아,
세계로 수출하다



중진공이 전하는 소식에 풍긋

중진공 뉴스레터
2023.09 VOL.24

Special Theme

온라인을 날아, 세계로 수출하다

New Wave

9월의 경제 포커스

- 03 DASH BOARD
- 온라인수출 관련 지표
- 04 INSIGHT REPORT
- 06 중소기업in
(주)메드비
온라인전시관 입점하니
사우디 시장까지 논스톱
- 08 중진공 지원사업
- 10 플러스 지원정보
- 12 온라인전시회 체크 포인트
- 13 인콰이어리 완전정복

- 14 Hot! 키워드
- 15 경제 이슈 읽기
- 16 Monthly 경제 동향
- 17 DASH BOARD
금융경제지표 모니터링



Cover story

전자상거래와 플랫폼이 글로벌 무역을 주도하는 가운데
중소벤처기업의 해외 진출에 유용한
온라인수출 해안을 제시합니다.

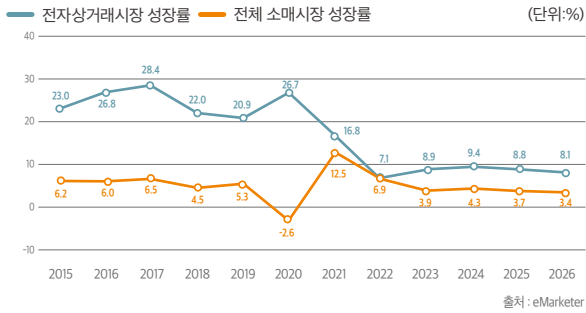
DASHBOARD

온라인수출 관련 지표

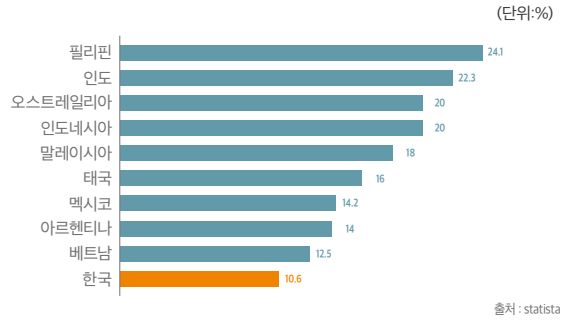


글로벌 전자상거래

<글로벌 소매시장과 전자거래시장 성장률 추이 및 전망>

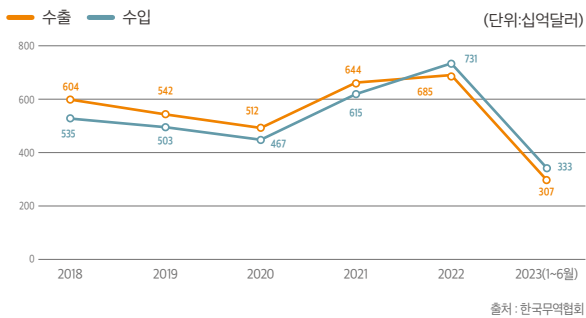


<2023년 유망국별 전자상거래 시장성장률 전망(매출액기준)>

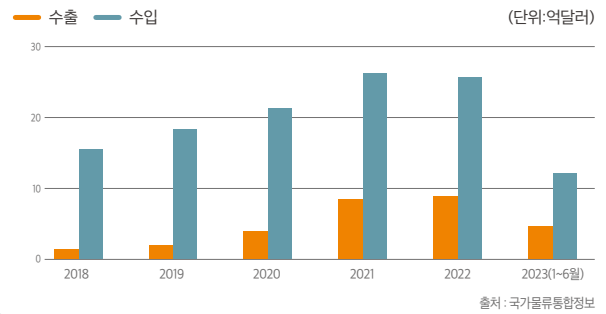


국내 전자상거래 시장

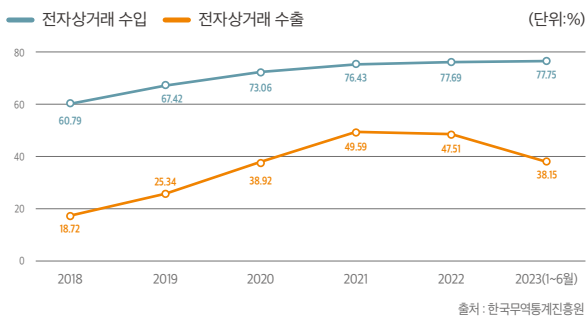
<전체 수출입 추이>



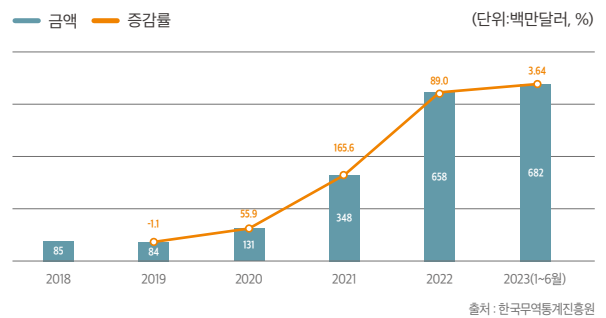
<전자상거래 수출입 추이>



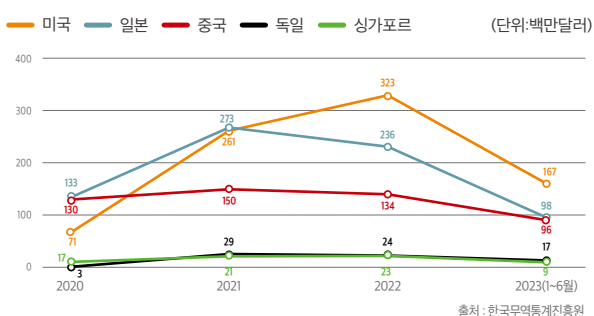
<전체 수출입 중 전자상거래 수출입 비중(건수 기준)>



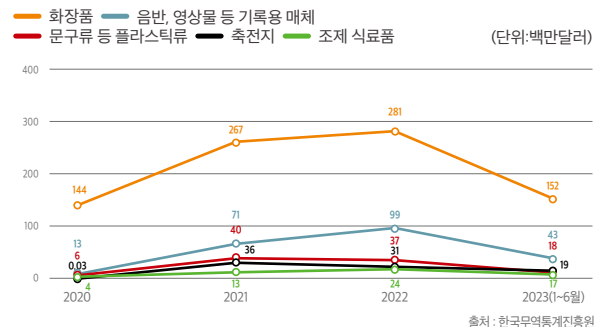
<중소기업 전자상거래 수출 추이(전년대비)>



<전자상거래 수출 상위 5개국 실적 추이>



<전자상거래 수출 상위 6개 품목 실적 추이>



INSIGHT REPORT

최근 온라인수출 이슈



2023년 2분기 수출 실적 평가 및 3분기 전망(출처:한국수출입은행 해외경제연구소)

☑ '23년 2분기 수출 전년 동기 대비 12.0% 감소, 전기 대비 3.0% 증가

- 전년 동기(1,777억달러)보다 12.0% 감소하고, 1분기(1,513억달러)보다 3.0% 증가한 1,558억 달러 기록
- 중국과 글로벌 경기 회복 지연, 반도체 가격 및 유가 하락 등의 영향으로 '22년 10월 이후 9개월 연속 전년 동기 대비 감소
- 품목별로는 반도체, 석유화학 등이, 지역별로는 중국, 미국, 아세안 등이 감소

☑ '23년 3분기 수출선행지수*는 전년 동기 대비 6.7p 하락, 전기 대비 0.5p 상승

- 수출선행지수가 3분기 연속 전년 동기 대비 하락하면서 수출 감소는 지속되었으나 수출 감소 폭은 축소될 전망
- 미국 등 주요 수출대상국 경기 개선, 신규 주문 증가 등의 영향으로 3분기 수출액은 1,650억 달러 내외 수준 전망

* 실제 수출경기순환에 앞서 변동하는 개별지표들을 바탕으로 만든 지수로, 비교적 가까운 장래의 수출동향을 예측하는 데 이용

☑ 수출기업, 3분기 수출 애로사항으로 원화 환율 불안정, 원재료 가격 상승 등을 꼽아

- 환율 변동성 확대로 '원화환율 불안정' (36.4%) 응답이 가장 큰 비중 차지, 두 번째로 '원재료 가격 상승'(35.6%) 꼽아
- '경기 둔화로 인한 수요 감소'(27.6%→32.4%), '중국 등 개도국의 저가 공세'(21.7%→30.4%), '근로시간 단축 및 인건비 상승'(12.8%→17.6%) 응답률 계속 증가

2022년 우리나라의 전자상거래 수출 동향(출처:코트라)

☑ '22년 전자상거래* 수출(역직구)은 9.1억 달러로 5년 연속 최고 실적 경신

- 전자상거래 수출은 팬데믹 기간 동안 가파른 성장세를 보이며, '22년 실적은 수출 건수 감소(△14.7%)에도 사상 최대 기록
- 다만, '21년 기록적인 성장에 의한 역기저 효과로 수출 증가율은 둔화(6.1%)

* 수출신고서 상 '전자상거래'로 신고된 수출 건이 집계 대상, 목록통관(수출가격 FOB 200만원 이하 미신고 통관) 건은 제외

☑ 중소기업 수출 증가세 지속, 북미·동남아 수출 규모 견조한 흐름 유지

- 중소기업은 온라인수출 참여 기업 수가 확대('21년 3,148개사→'22년 3,818개사)되며 수출 증가세 지속('20년 3억4,800만달러→'21년 6억5,800만달러→'22년 7억1,400만달러)
- 일본(△13.4%)·중국(△11.2%)으로의 수출은 감소, 미국(23.8%↑)은 수출 1위국으로 부상, 말레이시아(69.4%↑) 큰 폭 증가
- 뷰티제품, 문화상품 등 K-콘텐츠 관련 품목이 전자상거래 수출 증가 견인

☑ 전자상거래 확대 전망, 중소기업 전자상거래 플랫폼 입점 지원 강화 필요

- 글로벌 소매 판매액 중 전자상거래가 차지하는 비중이 증가('21년 18.8%→'22년 19.7%)하며 온라인 소비 확대
- 온라인몰이 발달한 국가 및 특정 품목으로의 수출 의존도 완화 위해 온라인 진출 역량 강화 등 수출 저변 확대 전략 필요

최근 한국의 對아세안 교역·투자 분석과 시사점(출처:대외경제정책연구원)

☑ 한국의 對아세안 교역은 '22년 2분기부터 글로벌 수요 감소 및 생산 네트워크 위축으로 인해 수출 감소

- 자본재(설비), 중간재(부품 및 원자재)의 비중이 95%에 달해 생산 네트워크의 활성화에 따라 등락하는 경향이 있음
- 對아세안 수출 감소는 최대 교역 대상국인 베트남과의 수출 부진에서 비롯
- 베트남의 최대 수출품목인 전자 집적회로, 평판디스플레이 등 주요 중간재 수출 큰 폭 감소

☑ 최근 한국의 對아세안 직접투자에서는 베트남에 대한 투자 감소 및 다변화 현상 발견

- 팬데믹 이후 베트남에 대한 투자 감소, 싱가포르가 최대 투자 대상국으로 부상하고 인도네시아에 대한 투자 비중 증가
- 對인도네시아 제조업 투자 증가는 자동차, 배터리 등 한국 주력 산업의 대규모 전략적 신규 투자가 주도하고 있어 유의미

☑ 아세안 맞춤형 수출전략을 구축하기 위해 산·관·학 정책 연구 및 현업 의견을 신속히 수용하는 대화 채널 구축 필요

- 향후 글로벌 수요 회복 및 신규 투자 프로젝트 진행으로 생산 네트워크가 활성화될 경우 對아세안 수출 재반등 전망
- 아세안 10개 국가별 특성 및 한국과의 관계를 감안한 중점협력국, 전략협력국, 미래협력국 등으로 구성한 맞춤형 전략 필요

INSIGHT REPORT

최근 온라인수출 이슈



중국 농식품 현황과 한국 식품 진출 전략(출처:산업연구원)

☑ 중국 식품 소비시장, 건강 중시, 편의성, 품질 향상 3가지 트렌드 부각

- '21년 중국 농식품 산업 규모는 8조3,000 억위안, 신선식품이 40%, 가공식품 60%
- 코로나19를 겪으며 반조리 식품류(HMR), 건강기능식품, 수입식품 소비 증가
- 정부의 디지털 경제 정책 지원 및 시대적 변화로 전자상거래를 통한 유통이 폭발적으로 확대되고 티몰, 징둥, 핀뎬뎬, 틱톡, 쑤닝 등 주요 전자상거래 플랫폼 큰 폭 성장

☑ '22년 한국 식품의 對중국 수출액은 21억 9,800만달러로 전년 대비 6.4% 증가

- 수출 비중이 큰 품목은 라면, 과자, 김으로 상위 10개 품목의 점유율 35.4%
- '18년 7월 387개 품목의 최혜국 대우 관세율(MFN)이 인하되고 일부 품목은 한·중 FTA 관세보다 낮아져 수출 여건 개선
- 수입식품의 유통경로가 온라인으로 이동, 소비자의 58%가 온라인으로 구매

☑ 수출 확대를 위해 중국 식품 안전법규 강화에 대한 적극적 대응 필요

- 중국 진출 시 O2O 플랫폼 적극 활용, 수출 환경 변화로 중국 제품과 명확하게 차별화 되는 제품 전략이 필수이며, 중국 진출 시장 세분화 및 우선순위에 따른 단계별 확장 필요
- 정부도 수출 시장 환경변화에 능동적인 대처가 필요하며, 수출 기업들의 현지 시장 관리 강화 등으로 해외 시장 경쟁력 제고

RCEP 발효 이후 아세안 주요국의 전자상거래 및 對중국 수출 동향(출처:한국무역협회)

☑ RCEP* 배경 속 원산지결정기준 단일화, 관세혜택 등의 효과로 회원국의 전자상거래 시장 빠르게 성장

- RCEP 국가간의 국경 간 전자상거래 서비스 가치는 '16년 862억달러에서 '20년 2,850 억달러로 연평균 34.8% 성장

* 품목별 단일 원산지 기준 및 전자상거래지재권 등 최신 무역규범 조항 등이 포함된 역내 포괄적 경제 동반자 협정으로 아세안 10개국과 한·중·일, 호주, 뉴질랜드, 인도 등 아시아-태평양 16개국 참가

☑ '22년 기준, 아세안 주요국 중 對중국 수출액 상위 5개 국가는 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 태국, 싱가포르 순

- 말레이시아, 베트남, 태국의 對중국 수출 1 위 품목은 전자기기 및 VTR, 인도네시아의 對중국 수출 1위는 광물성연료 에너지
- 아세안 주요국의 점유율 상위 전자상거래 플랫폼은 이베이(eBay), 아마존(Amazon), 쇼피(Shopee), 라자더(Lazad), 알리익스프레스(Aliexpress), 타오바오(Taobao) 등

☑ 현재까지는 전반적으로 아세안-중국 간 일반무역 점유율은 높으나 전자상거래 점유율은 상대적으로 낮은 것으로 분석

- 중국은 모든 아세안 회원국의 수출 잠재력이 큰 시장 중 하나로 향후 국가간 전자상거래 협력 등을 통해 양국간 온라인 플랫폼 해외직구 규모도 점차 커질 것으로 전망

러시아 전자상거래 패션산업의 발전과 대러 제재의 영향(출처:대외경제정책연구원)

☑ 세계 패션 소매업계 내 전자상거래 점유율 지속적으로 상승, 전자상거래가 전략적으로 매우 중요한 판매수단으로 부상

- '22년 기준 세계 패션산업 전자상거래 규모 7,750억달러(한화 약 1,040조원)로 전 세계 전자상거래 부문 중 최대 규모 기록
- 특히 코로나19 이후 세계적으로 전자상거래가 패션 소매기업의 중요한 비즈니스 모델로 입지를 넓히고 있으며, 패션과 정보통신기술(ICT)이 융합된 디지털 패션도 성장 추세

☑ '22년 러시아 전자상거래 규모는 전년 대비 30% 성장한 4조9,800억루블

- '22년 전체 소매 판매액 중 전자상거래 비중은 11.6%('21년 9.6%)
- 러시아 패션시장의 온라인 비중은 약 27%이며, 성인용 의류·신발, 가방·벨트·액세서리, 어린이용 의류·신발이 구매 상위 품목
- 와일드베리스, 오존, 알리익스프레스, 안덱스마켓 등 대형 온라인 쇼핑몰이 러시아 전자상거래 패션산업 성장 견인

☑ 우-러 전쟁 여파와 대러 제재로 러시아 진출 패션기업 미래 예측 주저

- 대러 제재 후 해외 쇼핑몰 결제 수단인 비자·마스터카드의 러시아시장 철수로 '22년 말 해외 구매액 비중 급감(13%→3.6%)
- '23년 및 그 이후로도 세계 의류산업에 영향을 미칠 것으로 예상되지만 미미한 수준으로 전망

중소기업in

기업인을 만나다 🔍



(주)메드비

온라인전시관 입점하니 사우디 시장까지 논스톱

(주)메드비(대표 동원록)는 지난해 사우디아라비아 시장에 깃발을 새로 꽂았다. 중소벤처기업진흥공단 온라인전시관에 입점한 후 2022 대한민국 소싱위크에서 사우디아라비아 바이어와 매칭된 게 계기가 됐다.

사우디아라비아는 국내 화장품 업계에서 새로운 금맥으로 통한다. 중동의 대표 국가로 현지에 제조 기반이 없어 화장품 대부분을 수입에 의존하는 데다, 전체 중동 화장품 시장의 40% 이상을 점유하는 코스메틱 강국이기 때문이다. 수출 제품은 메드비 소다폼 클렌징 폼과 메드비 원데이 마스크팩 등 총 10가지 품목. 동원록 대표는 “거대한 아랍 시장에서 K-뷰티 열풍을 이끄는 새로운 주인공이 되겠다”라며 반색했다.

K-뷰티의 새 얼굴, 자연주의 표방한 기능성 화장품

메드비는 2014년 첫발을 내디딘 기능성 화장품 전문기업이다. 친환경적 성분을 활용한 자연주의를 표방하며 피부 고민에 따라 맞춤형으로 선택할 수 있도록 성분을 다양화하고 피부 친화적인 원료 사용으로 자극을 줄여 일상에서도 전문 관리가 가능한 제품으로 입지를 다졌다. ‘My Endless Delicate Beauty’를 의미하는 브랜드 ‘메드비(med:b)’, 모발과 두피를 책임지는 헤어케어 라인 ‘엠디원(MD-1)’, 프리미엄 스킨케어 라인 ‘닥터썸(Dr.Some)’을 자체적으로 론칭해 스킨케어, 헤어, 바디 제품 등 90여 가지 품목을 보유했다.

메드비는 그간 세계 시장으로 보폭을 넓혀 베트남, 러시아, 몽골, 리투아니아 등에 총판 대리점을 개설해 운영하며 K-뷰티의 새 얼굴로 제 몫을 톡톡히 했다. 이 같은 행보에 2020년 무역의 날에 1백만불 수출탑 수상 대열에 오르기도 했다.

중진공 온라인전시관에 입점한 후
화장품 업계의 새로운 금맥인
사우디아라비아 시장에
수출 깃발을 꽂았습니다



1 사우디아라비아 시장에 수출한 소다품 클렌징폼 2 메드비가 입점한 중진공의 온라인전시관 고비즈타운 3 동원록 대표는 중진공 온라인전시관에 입점해 비용 부담 없이 전 세계에 자사 제품을 24시간 알릴 수 있었다고 말한다.

꾸준한 성장세에도 불구하고 동원록 대표는 코로나19 사태를 거치며 새로운 홍보 전략을 고심했다. 더욱 공격적인 마케팅으로 포스트 코로나를 준비해야 한다고 판단한 것. 이에 메드비는 투자를 늘리고 국내외 영업·마케팅 인력을 보강했으며 가치 소비를 위한 제품 개발에 무게중심을 뒀다. 그리고 총판 대리점 위주에서 벗어나 온라인 시장에 힘을 실기 시작했다.

온라인전시관으로 브랜드 인지도 올리고, 수출 늘리고

메드비는 특별히 중소벤처기업진흥공단 온라인전시회 사업을 적극적으로 활용했다. 온라인전시관에 입점해 세계 곳곳의 바이어에게 자사 브랜드를 알리는 거점을 확보하고, 온라인전시회 사업의 O2O 연계 마케팅, 바이어 매칭, 화상 상담회 등을 지원받았다. 이 과정에서 사우디아라비아 바이어와 새로 매칭됐다. 동 대표는 “온라인전시관은 오프라인 전시회와 달리 비용을 절감할 수 있고, 전 세계 누구에게든 제품을 24시간 알릴 수 있어 유용하다”라고 강조했다. 특히 자사 브랜드 인지도를 높이는 데 제 몫을 톡톡히 하고 있다고 덧붙였다.

“메드비 제품은 가격과 품질 경쟁력은 보유하고 있으나, 세계 시장에서 아직 브랜드 인지도가 낮습니다. 브랜드 인지도는 곧 신뢰를 쌓고 고객을 확보하는 핵심 경쟁력이죠. 온라인전시관은 전 세계 누구든지 원하는 때에 둘러볼 수 있으므로 브랜드 인지도 제고에 아주 유용한 매개체라고 생각합니다.”

이 같은 지원에 힘입어 메드비는 코로나19 팬데믹에도 불구하고 지난해 매출이 전년 대비 36% 증가했다. 수출 역시 전년 대비 40% 늘었다. 앞으로 고급화·차별화 전략으로 새로운 유통 파트너를 찾고 유통망을 확장해 K-뷰티의 새로운 주인공이 되겠다는 메드비. 30년간 화장품 업계에서 기본기를 탄탄히 다진 동원록 대표의 꿈과 포부가 구체화하기 시작했다.

TIP

(※)메드비 동원록 대표가 제안하는

온라인전시관 활용 홍보 팁

- 01 ——— 중진공 온라인전시관에 입점했다는 점만으로도 공신력은 이미 확보. 이 점을 바이어에게 적극적으로 알리고 홍보할 것
- 02 ——— 제품 소개 글, 이미지, 영상에 확실히 투자할 것. 퀄리티가 곧 브랜드 이미지다.
- 03 ——— 제품 영문 카탈로그, 회사 영문 홈페이지 링크, QR코드 등을 함께 활용할 것. 호기심을 신뢰로 연결하는 좋은 매개체다.

중진공 지원사업

고비즈코리아



중진공 고비즈코리아 중소기업 온라인수출 플랫폼 대표 브랜드로 우뚝



① 글로벌 이커머스 지속 성장, 고비즈코리아 중소기업 온라인수출 선봉

- 글로벌 온라인수출 시장은 '23년 기준 6조달러, 전 소매 유통의 약 20%를 차지할 것으로 보이며, 세계 무역 환경 변화와 디지털 전환 등으로 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망
- 온라인수출은 초기 비용과 리스크를 줄이면서 세계시장에 제품을 홍보하고 바이어를 발굴할 수 있어 중소기업에 유용한 해외진출 기회
- 중진공, 공공기관 최초로 1996년 온라인수출 플랫폼 고비즈코리아(gobizkorea.com)를 오픈해 28년째 중소기업 온라인수출을 이끄는 데 앞장



② 연 2,000만명 방문하는 온라인수출 대표 브랜드로 자리매김

- 고비즈코리아 플랫폼을 통해 온라인수출 인프라 구축, 온라인 마케팅 지원, 해외바이어 매칭 및 사후관리 등을 원스톱으로 지원
- 중소벤처기업 우수상품 약 28만개 등록, 연 2,000만명 방문, 수출유망 중소벤처기업 8만여개 입점, 진성 바이어 34만명 이용
- '22년 2,471개 중소벤처기업을 지원해 총 1억5,066만달러의 온라인수출 달성, '23년에도 2,200여개 중소벤처기업 온라인수출 지원 중
- 고비즈코리아 내 실시간 응답 서비스(챗봇)를 도입하고, 해외 구매자의 구매 희망 제품 정보를 중소벤처기업에 실시간으로 제공하는 카카오톡 알림톡 서비스를 실시하는 등 온라인수출 활성화에 총력



③ 고비즈코리아 플랫폼 프로세스



중진공 지원사업



온라인전시회·온라인수출 공동물류사업 Q

바이어 만나러 해외에 나갈 필요 없어요~ 온라인전시회



① 온라인전시회는?

온라인수출플랫폼 및 고비즈타운 기반의 온라인전시관을 구축해 중소벤처기업 제품을 해외 바이어에 알리고, 화상상담, 온오프라인 마케팅을 통해 중소벤처기업의 온라인수출을 지원하는 서비스



② 지원대상

온라인전시회에 활용할 콘텐츠를 보유한 중소벤처기업



③ 지원내용

- (고비즈타운 입점) 3D VR 디지털 전시 플랫폼인 고비즈타운 입점을 위한 상품페이지 제작, 제품 홍보동영상 연동, 제품 카탈로그 및 이미지 연계 지원
- (글로벌 B2B플랫폼 연계 및 마케팅 지원) 고비즈코리아 및 민간 글로벌 B2B플랫폼*과 상품페이지 연계, SNS 홍보, 해외바이어 매칭지원
* Alibaba.com(중국), TradeWheel.com(유럽), eWorldTrade.com(미국) 등
- (O2O 연계 마케팅 지원) 해외행사* 등과 협업한 온·오프라인 연계 지원, 화상상담 지원 등 온·오프라인 마케팅과 병행
* 글로벌유망전시회(중기중앙회), KCON(대중소협력재단) 등
- (화상상담 및 사후관리) 무역전문가를 활용한 중소벤처기업·바이어 간 화상상담 실시 및 인콰이어리 발굴, 무역실무 지원, 수출컨설팅, 전시회 개최 등 사후지원 서비스 지원



④ 신청방법

고비즈코리아(kr.gobizkorea.com)를 통한 온라인 신청·접수

수출 물류 걱정 마세요~ 온라인수출 공동물류사업



① 온라인수출 공동물류사업은?

다품종·소량 물량 중심의 온라인수출 특성상 물류비 가격경쟁력을 확보하기 어려운 중소벤처기업을 위해 참여기업 물량을 집적 후 물류비 및 풀필먼트 서비스 등을 지원하는 사업



② 지원대상

온라인수출 물품의 해외배송, 국내외 풀필먼트를 위해 물류사와 계약체결을 완료한 중소기업



③ 지원내용

- (물류비 상시 할인) 온라인수출 물품의 해외배송 (Door-to-Door) 서비스, 배송비 할인 및 목록통관 변환서비스 지원
- (디지털 물류 서비스) 수출물량실행력 강화, 최적화 및 예측 가능한 물류정보 제공을 위한 디지털 물류플랫폼·솔루션 이용* 지원
* 비교견적(운송, 보관 등), 화물 tracking, 수출입 서류관리 자동화 등
- (국내외 물류거점 및 풀필먼트 서비스) 물류비 절감 및 배송 기간 단축을 위해 국내외 물류 거점(물류센터, 창고 등) 내 풀필먼트 서비스 제공 및 비용 지원



④ 신청방법

고비즈코리아(kr.gobizkorea.com)를 통한 온라인 신청·접수

플러스 지원정보



정부부처 지원정책



온라인수출 유망 중소기업 100개사 선정, 최대 1억원 집중 지원

- 중소기업의 온라인수출 전 과정을 집중지원하는 '온라인수출 묶음(패키지) 프로그램' 신설, '23년 100개사 선정 최대 1억원 지원
- 아마존, 쇼피 등 글로벌 이커머스 플랫폼 입점 지원과 라이브커머스, 키워드 광고 등의 마케팅 지원, 국내·외 풀필먼트 및 통관 지원 등을 하나로 묶어 온라인수출 원스톱 지원
- 묶음(패키지) 지원을 통해 수출경쟁력이 인정된 기업에 대해서는 차년도에 해외향 자체 온라인 상점가(자사몰) 구축 후속 지원

#중소벤처기업부 #온라인수출 #패키지지원



2023년 중소기업 수출 플러스 달성을 위한 「중소기업 수출상황 점검 및 대응 방향」

- 글로벌 경기 둔화가 장기화되는 상황에서 '23년 중소기업 수출 플러스 달성을 위해 연초 대책에 이어 보완과제를 마련해 지원
- 수출 중소기업에 대해 정책자금 지원횟수 제한 적용을 한시적으로 유예하는 등 융자·보증 및 연구개발을 우대지원하고 현장 수요가 높은 수출금융을 하반기에 추가 공급
- 글로벌 쇼핑몰 판촉전 확대 및 온라인 한국관 구축 등 해외마케팅 지원 다각화, 지역 수출기업에 대한 밀착지원체계 강화

#중소벤처기업부 #온라인한국관 #수출지원센터



민간·정책금융이 함께 수출을 총력지원 합니다

- 해외 신시장 진출, 대기업 동반 수출중소기업에 4조1,000억원+α 규모의 특화상품 공급, 은행권과 보증기관 협력 최대 1.5%p 금리 인하 및 보증료와 한도 우대
- 정책금융기관과 은행권이 협력해 20대 수출 전략분야에 41조 규모의 정책금융 집중 지원, 정책금융기관별로 수출기업 전용상품을 도입해 향후 총 13.3조원 추가 공급
- 우수 수출중소기업에 수출환어음 매입할인율 최대 1.7%p 인하, 중간재 수입 과정에 필요한 수입신용장 발급수수료 최대 0.7%p 인하 및 만기 최장 1년으로 확대

#금융위원회 #수출중소기업 #수출금융



에너지신산업 수출 2030년 2배로 확대

- 에너지신산업 관련 유망품목의 수출을 '30년 2배, '35년 3배로 늘려나가기 위해 '에너지신산업 수출 동력화 전략' 마련
- 수출 유망품목 기술개발·사업화, 글로벌 신시장 진출 활성화, 수출 동력화 혁신기반 조성 등 3가지 추진전략으로 구성 추진
- '에너지신산업 민간 연합(얼라이언스)', 발족, '에너지신산업 수출 카라반' 운영 등 에너지신산업 기업의 해외판로 개척 지원

#산업통상자원부 #수출유망품목 #에너지신산업

중소기업 지원 사업



2023년 온라인수출 플랫폼 온라인구매오피사 후관리 참여기업 모집

온라인수출플랫폼(고비즈코리아) 입점 중소기업 대상 해외바이어와 수출 협상부터 서류작성, 통관 등 무역 제반 업무 지원

- 신청기간 : 1,955개사 모집 완료 시까지
- 신청대상 : 온라인수출을 희망하는 중소벤처기업
- 신청방법 : 고비즈코리아(kr.gobizkorea.com) 온라인 신청
- 문의 : 중진공 온라인수출처(055-751-9744, 9797, 9757)

#중진공 #온라인수출 #고비즈코리아



온라인수출 Level-Up을 위한 맞춤형 교육 수강자 모집 안내

중소벤처기업의 온라인수출 역량 제고를 위해 수출 단계에 따라 해외 오픈마켓(아마존, 쇼피, 쿠팡, 이베이 등 택1) 맞춤형 교육 지원

- 신청기간 : 선착순 마감
- 신청대상 : 온라인수출을 준비 중이거나 진행하고 있는 중소벤처기업
- 신청방법 : 고비즈코리아(kr.gobizkorea.com) 온라인 신청
- 문의 : 중진공 온라인수출애로해소센터(02-6678-4434)

#중진공 #온라인수출 #해외오픈마켓

플러스 지원정보



중소기업 지원 사업



국제특송사(DHL)를 통한 특송할인 확대 지원 프로그램

DHL을 통해 이머징마켓(중동, 인도 등) 대상 국제특송비 추가할인을 지원 및 B2B 수출기업 지원고도화를 위한 전 중량 할인 지원

- ✓ 신청기간 : 예산 소진 시까지
- ✓ 신청대상 : 고비즈코리아 회원사
- ✓ 신청방법 : 고비즈코리아(kr.gobizkorea.com) 온라인 신청
- ✓ 문의 : 중진공 온라인수출처(02-2130-1488)

#중진공 #온라인수출 #수출물류



사우디아라비아 리야드 글로벌비즈니스센터(GBC) 입주기업 모집

사우디아라비아에 진출하고자 하는 중소벤처기업의 현지 조기 정착을 위해 현지 계좌개설 및 비자발급, 현지 네트워크, 마케팅 등 지원

- ✓ 신청기간 : 상시 모집
- ✓ 신청대상 : 사우디아라비아 진출을 희망하는 중소벤처기업(AI 등 딥테크 분야 우선 선정)
- ✓ 신청방법 : 중진공(kosmes.or.kr) 온라인 신청
- ✓ 문의 : 중진공 글로벌사업처(055-751-9674)

#중진공 #GBC #사우디아라비아



해외전시회 단체참가지원

국내 중소·중견기업의 수출 마케팅을 도모하기 위해 해외 유망 전시회에 참가 시 부스 임차료 및 장비비, 전시품 편도 운송비 등 지원

- ✓ 신청기간 : 연중 수시 모집
- ✓ 신청대상 : 국내 중소·중견기업
- ✓ 신청방법 : 코트라 글로벌전시포털(gep.or.kr) 온라인 신청
- ✓ 문의 : 코트라 해외전시팀(02-3460-7275)

#코트라 #해외전시회 #수출지원



2023년 하반기 '온라인 K-씨푸드 판매 전용관' 입점 후보 제품 모집

국내 수산물 수출기업의 해외 이커머스 시장 진출을 위해 온라인 K-씨푸드 판매 전용관 내 제품 입점 및 마케팅, 현지 프로모션 지원

- ✓ 신청기간 : 9월 27일까지
- ✓ 신청대상 : 수산물 및 수산가공품 생산·제조기업
- ✓ 신청방법 : 수산식품 온라인사업신청 통합시스템(biz.kfish.kr) 온라인 신청
- ✓ 문의 : 한국수산물 수출지원팀(02-898-0565)

#해양수산부 #온라인수출 #이커머스



2023년 하반기 해외기술교류단(인도네시아) 파견 참가기업 모집

국내 중소벤처기업의 해외시장 진출 및 기술수출을 위해 현지기업과 일대일 기술교류 상담회, 현지 기업 방문 상담 등 지원

- ✓ 신청기간 : 9월 8일까지
- ✓ 신청대상 : 자체 기술력을 보유하여 해외기술교류가 가능한 중소벤처기업
- ✓ 신청방법 : 해외기술교류 플랫폼(g-tep.or.kr) 온라인 신청
- ✓ 문의 : 이노비즈협회 글로벌확산본부(031-628-9697)

#중소벤처기업부 #기술수출 #해외기술교류



코리아 그랜드 소싱 페어 2023 수출상담회 참가기업 모집

중소벤처기업의 수출 지원을 위해 글로벌 경쟁력을 갖춘 유통 및 제조분야 빅바이어를 초청해 국내 유망 수출기업과 수출 상담 지원

- ✓ 신청기간 : 9월 1일까지
- ✓ 신청대상 : 해외진출을 희망하는 중소벤처기업
- ✓ 신청방법 : 한국무역협회(kita.net) 온라인 신청
- ✓ 문의 : 한국무역협회 해외바이어마케팅센터(02-6000-5661)

#한국무역협회 #해외바이어 #수출상담

바이어 몰고 오는 단계별 ‘온라인전시회’ 체크 포인트



1

사전 준비



- 공간(전시부스), 물리적 시간 등이 오프라인전시회와 다르므로 새로운 전략으로 접근하라.
- 온라인을 통한 정보 전달이 필수이므로 전시회 참가 전에 업로드할 외국어 홈페이지와 브로슈어, 동영상 등의 콘텐츠를 가능한 다양하게 최신 버전으로 제작 및 업데이트해두어야 한다.
- 온라인 플랫폼에서 진행되는 만큼 해당 전시회 플랫폼에서 공식적으로 제공하는 플랫폼 내 쇼케이스 활용법, 키워드 검색 방법, 메시지 발송법, 바이어 미팅 진행 방법 등의 기능을 사전에 꼼꼼하게 숙지하라.
- 대면 접촉이 제한되므로 기존 고객사 기록과 과거 전시회 등을 통해 접촉한 바이어 리스트를 정리해 ‘온라인 전시회’ 참가 소식을 개별적으로 미리 알리는 것이 좋다.
- 전시회 공간은 해당 플랫폼이 다가 아니다. 기업 소개 페이지에 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램, 링크드인 등 소셜미디어를 링크해 홍보 콘텐츠에 접근할 수 있게 하라.

2

온라인 콘텐츠 만들기



- 온라인 안에서 바이어를 유인하는 것이 가장 중요하므로, 수많은 참가기업 중 바이어가 우리 회사 페이지를 클릭할 수 있도록 콘텐츠를 차별화하고 접근성을 높여라.
- 오프라인전시회에서 우리 회사 부스로 찾아오게 하는 동선이 중요하듯, 온라인에서는 우리 회사 소개 페이지로 이끄는 키워드 설정이 매우 중요하다. 노출·검색되기 쉬운 키워드를 사전에 선별하라.
- 해당 전시회 플랫폼에서 요구하는 콘텐츠 파일형식(PDF, JPG, WMV, MOV, MP4 등)과 파일 용량, 동영상 길이 등을 꼼꼼하게 숙지한 뒤 이에 맞춰 제작하라.
- 온라인전시회는 제품을 소개하는 영상자료가 전시회 성공 여부를 가름하는 핵심 요소이므로 비용이 들더라도 바이어의 니즈를 충족하는 양질의 동영상을 만드는 것이 좋다.
- AR(증강현실), VR(가상현실), 3D, AI 등의 기술을 최대한 활용하되, 기술이 중요한 경쟁력이라면 신뢰가 생명이므로 기술과 관련한 상세한 스펙을 담는 것이, 일반적인 제품이라면 제품 특징이나 사용 리뷰 등으로 관심을 유도하는 영상이 유용하다.

3

전시회 기간 중



- 전시회 동안 업로드해둔 동영상 등의 콘텐츠가 제대로 구동되고 있는지 플랫폼 환경을 수시로 점검하라.
- 온라인으로 오는 바이어 문의나 컨택이 있을 경우 신속한 대응이 생명이다. 치차 문제 등을 고려해 전담직원을 최소한 한두 명 배치해 전시회 기간 동안 24시간 빠르게 응답할 수 있는 시스템을 갖춰라.
- 바이어 정보를 확보하는 것이 중요하므로 회사 소개 자료를 다운로드할 경우 바이어의 이름과 연락처를 남기도록 하는 툴을 활용하라.
- 바이어의 미팅 요청을 유도하기 위해 ‘미팅 요청 바이어에게 샘플 무료 배송’ 등의 다양한 이벤트를 마련하고, 이를 기업 소개 페이지에 적극적으로 홍보하라.
- 전시기간 중 진행하는 화상미팅이나 프레젠테이션은 대면 대비 피로도가 높고 집중력이 떨어지므로 가능하면 짧고, 임팩트 있게 마치고, 통역 소요 시간을 고려해 시간을 효과적으로 배분하는 전략이 필요하다.

4

사후 관리



- 전시회 기간 중에는 온라인 상담을 거친다 해도 바로 수출 계약이 성사되기 어렵다. 오히려 전시회가 끝나 후에 결정되는 경우가 많으므로 후속 상담과 협의 노력을 이어가야 한다.
- 전시회가 끝나도 참가했던 바이어들이 회사 홈페이지나 메일 등을 통해 연락해오므로 이에 대한 관리와 신속한 대응이 필수이며, 관련 정보를 공유하며 능동적으로 관계를 유지한다.
- 전시회 기간 중 기업 소개 페이지와 쇼케이스에 방문한 참가자 수, 영상 클릭 수, 미팅 건수, 국가별 바이어 통계 등 데이터를 분석·평가해 바이어 관리 및 마케팅 등에 반영할 인사이트로 활용한다.
- 전시회가 끝나면 2주 이내에 참가 바이어들에게 메일로 감사의 마음을 전하고, 유효 바이어라고 판단되면 샘플 발송이나 기념품 등 회사 및 제품 관련 보상을 하는 것도 유용하다.

온라인수출의 시작 ‘인콰이어리’ 완전정복



No! 이런 사기 인콰이어리

- ✓ 바이어 소개(이름, 소속기업, 연락처 등) 정보가 구체적이며 정확하게 기재되어있지 않다.
- ✓ 문의 제품과 포스팅된 제품이 서로 다르다.
- ✓ 제품 언급과 거래조건도 없이 무조건 대량 주문을 요청했다.
- ✓ 밀도 끝도 없이 다양한 샘플을 요청했다.
- ✓ 불특정 다수에게 인콰이어리를 보냈다.
- ✓ 제품 문의 없이 구체적인 사항은 SNS로 연락하자며 계정을 알려줬다.

Please! 인콰이어리 응답은 빛의 속도로

- ✓ 인콰이어리 응답률과 응대 속도가 빠를수록 인콰이어리 수신율과 계약 성사율도 높아진다.
- ✓ 인콰이어리 응대 템플릿을 미리 만들어 놓고 첫 대응은 템플릿을 활용해야 편리하다.
- ✓ 바이어가 요구하는 정보와 자료를 정확하게 전달해야 신뢰도가 상승한다.
- ✓ 응대나 수락하기 어려운 인콰이어리일 경우에도 거절 및 그 이유를 담아 신속하게 응대한다.



Detail! 경쟁력을 묻는 인콰이어리 응대에는

- ✓ 두루뭉술하고 애매한 답변은 오히려 독이 되니 구체적인 사항을 제시한다.
- ✓ 납기 준수와 제품 퀄리티에 대한 경쟁 우위를 명확하게 설명해 신뢰성을 강조한다.
- ✓ 다양한 부분에서 옵션을 제공해 바이어가 선택할 수 있는 폭을 넓힌다.
- ✓ 바이어의 요구와 피드백을 수렴해 유연하게 대응·조율할 수 있다는 의지를 표현한다.
- ✓ 우리 제품의 가치를 객관적으로 입증할 수 있는 자료(고객 평가, 시장 반응, 매출)를 제공한다.

Exactly! 가격 인하와 독점권을 요구하는 인콰이어리라면

- ✓ 가격 인하 요구 이유를 물어보고, 타당한 이유(경쟁사 가격, 대량구매 등)인지 파악한 후에 후속 대응을 한다.
- ✓ 가격 조정 가능성이 있다면 인하 폭과 조건 등을 제시하고, 기존 가격을 유지해야 한다면 그 이유와 다른 혜택을 제시한다.
- ✓ 가격 인하 요구는 바이어와의 긍정적인 관계 유지를 위해 상황에 맞춰 유연한 대응을 하는 것이 핵심이다.
- ✓ 독점권을 요청하는 인콰이어리에는 해당 국가(지역), 연간 최소 구매액, 계약기간을 명확하게 제시한다.
- ✓ 독점권을 부여하기 어렵다면 우대 조건이나 특혜 등 다양한 협력 방안을 제시한다.

Hot! 키워드



납품가격 후려치기 막는다

▶ 납품대금 연동제

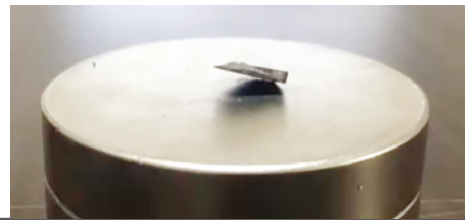
- 10월 4일부터 원도급업체와 하청업체 간 하도급 거래 과정에서 원자재 가격이 변동할 경우 이를 납품 대금에 반영하는 '납품대금 연동제' 시행
- 하도급 대금의 10% 이상인 주요 원재료 가격이 일정수준 이상(0~±10%) 이상 오르거나 내릴 경우 변동분에 대해 원청과 하청이 사전에 협의를 통해 조정 약정 체결
- 위탁기업이 소기업, 납품대금이 1억원 미만의 소액계약, 90일 이내의 단기 계약, 상호 합의해서 연동제를 적용하지 않기로 한 경우에는 연동제 예외 적용



전 세계가 초관심!

▶ 초전도체

- 국내 연구기업 퀀텀에너지연구소가 꿈의 물질로 불리는 상온상압 초전도체 'LK-99'를 개발했다고 발표해 전 세계가 주목
- 초전도체란 일상생활을 하는 보통의 온도와 기압에서 초전도 현상(저항이 '0')을 보이는 것으로, 이를 활용하면 전기를 사용하는 모든 기술이 완전히 뒤바뀔 만큼 혁신적인 물질
- LK-99에 대한 검증은 현재 진행형으로 국내외 연구자들 간 갑론을박이 이어지고 있으며, 글로벌 과학계가 논문 검증에 들어간 상태



그녀가 뜨자 경제가 살아났다

▶ 테일러노믹스

- 최근 미국 경제계에서는 가수 테일러 스윙프트와 이코노믹스(economics, 경제)를 합한 신조어 '테일러노믹스(Tayloronomics)'가 핫 키워드로 등장
- 미 연준(Fed)도 경제동향보고서를 통해 테일러 스윙프트 콘서트가 열리는 지역은 호텔, 식당 등의 매출이 급증하면서 지역경제가 활성화되고, 여행 및 엔터테인먼트 산업도 전례 없이 호조를 보인다고 언급
- 유명 아티스트의 공연이 이끄는 경제적 파급 효과가 그만큼 크다는 의미로, K-문화 콘텐츠가 강한 한국도 이를 지역경제와 연계시켜 부가가치를 창출하는 벤치마킹이 필요



미국과 중국 또 시작이야?

▶ 첨단기술 투자 금지

- 최근 미국이 AI, 양자 컴퓨터, 반도체 등 3개 첨단기술 분야의 중국 기업에 대한 투자를 제한하는 행정 명령 발표. 중국의 3개 분야에 투자하려면 투자내용을 미리 신고하고 허가를 받아야 함
- 첨단 기술 경쟁에서 우위를 차지하려는 미국의 포석으로 이로 인해 완화 조짐을 보이던 미·중 관계가 더 경색될 전망
- 미국이 동맹국 동참을 간접적으로 표현하는 데다 영국과 독일 등도 비슷한 조치 마련에 착수한 상황이라서, 한국에 대한 동참 압박 가능성이 제기되고 있음



경제이슈 읽기



국제금융센터

주요 투자은행의 세계경제 및 주요국 성장률 전망(2023.7월 말 기준)

✓ 세계(-) : 서비스 수요 지속 등 양호한 소비에 힘입어 견고한 성장세가 이어지는 가운데 인플레이션의 점진적 냉각으로 미국은 연착륙 기대 점증, 일본은 완만한 성장, 유럽·중국은 부진 전망

- 미국(+0.3%p↑) : 기업 고정투자 및 소비 증가세가 성장 모멘텀을 견인하는 가운데 인플레이션도 둔화되며 경기연착륙 기대 점증 (성장률 전망 '23.3Q +0.9%, 4Q +0.3%)

- 유로존(-) : 2분기 성장률은 예상을 상회했으나 기저물가압력 잔존 등 향후 경기 하강 소지가 다분하며, 통화긴축 효과로 민간 대출수요 위축 등 신용 여건도 악화
- 중국(-0.4%p↓) : 제조업 부진 지속 속 비제조업도 4개월 연속 하락하며 성장 모멘텀 약화 양상, 대외수요 부진 및 부동산 시장 위축 이어지며 '23년 성장 전망 하향(5.5%→5.1%)

- 일본(+0.1%p↑) : 민간소비 회복세 지속 및 생산갭 개선 기대로 완만한 성장 전망, 기조적인 물가 상방 압력 및 내외금리 차 확대에 YCC* 정책 유연화

* YCC(Yield Curve Control:수익률 통제 곡선)란 장기 국채 수익률 변동폭을 미리 정해놓고 이를 넘어서면 중앙은행이 국채를 대량 매입하는 방식으로 시장에 개입해 국채 수익률을 낮게 유지하는 정책으로 일본은 2016년부터 시행

현대경제연구원

한국 경제의 다섯 가지 모나리자 모호성과 시사점

✓ 최근 한국 경제는 그 방향성을 알기 어려운 모나리자 모호성(초상화 속의 여인이 미소를 짓고 있는 건지 무표정하게 있는 것인지를 알 수 없다는 의미) 현상 발현

- 경기 방향성 혼란(경기종합지수 간 방향성이 일관되지 않게 나타남), 부문별 수출 경기 격차(반도체와 대중국 수출 감소가 전체 수출 침체 체감도를 높이는 요인

으로 작용), 인플레이션 착시(물가상승률은 낮아졌으나 실제 소비는 개선되지 않음), 산업별 경기 양극화(제조업은 장기 침체, 서비스업은 양호한 성장)로 논리적 성장 전망 난항

✓ 한국 경제의 불확실성 완화를 통해 정상적인 성장 궤도로 회귀할 수 있는 복원력 강화 노력 필요

- 기술·인적자본 등의 질적 생산요소의 경쟁력 강화로 잠재성장을 제고
- 글로벌 산업 지형 변화에 부합하는 수출 지역 및 품목 다변화 전략 추진
- 재정 당국의 집행률 제고, 중소기업 금융 지원 확대 등 다양한 미시정책 동원
- 부동산 시장 및 농축수산물 시장의 불안정성에 대한 관리·감독 주력

한국은행

2023년 하반기 중국경제 전망 및 주요 이슈

✓ 최근 중국경제는 리오프닝 이후 회복세를 이어가고 있으나 내수회복과 수출 둔화, 마중갈등 등 대외 불확실성 확대에 성장세 둔화에 대한 우려 점증

- '22년 상반기(1~6월) 대비 '23년 상반기(1~6월) 제조업 투자 증가세 둔화(10.4%→6.0%), 수출 감소(13.8%→-2.2%), 수입 감소(5.6%→-6.6%)

✓ 안정 성장을 위한 적극적인 재정 및 통화정책 등에 힘입어 하반기에는 소비·투자 등 내수 회복세가 점차 강화되면서 연 5% 내외의 성장세 전망

- 정책지원 등에 힘입어 소비는 점차 개선되나 회복 속도는 완만할 것으로 전망
- 수출입은 주요국의 긴축정책과 마중갈등으로 상반기에 이어 부진 지속 전망

✓ 하반기 중국경제 주요 이슈는 지속되는 저물가와 부동산 시장의 부진

- 저물가 현상 심화로 디플레이션 우려가 제기되나 그 가능성은 낮다고 평가, 다만 내수 회복은 지연될 가능성 큼
- 부동산 시장의 회복세 전환은 어려울 전망이므로 리스크 예의주시 필요

Monthly 경제 동향

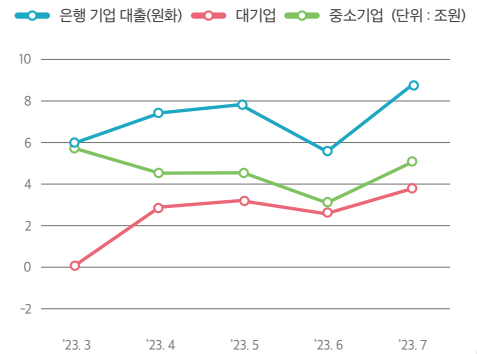


한국 은행

7월 금융시장 동향

- 국고채금리는 긴축 기조 장기화 기대, 일본의 YCC 유연화 조치 등으로 장기물을 중심으로 상승
 - 주요 단기금리는 장기금리 움직임에 영향을 받아 상승하였다가 MMF 자금 유입 등으로 하락
- 코스피는 반도체 업황 개선 전망 등으로 상승하여 연중 최고치를 경신(8월 1일 2,668)하였다가 미국 신용등급 하향 조정 여파로 상승폭 축소
 - 가계대출은 주택담보대출을 중심으로 큰 폭의 증가세 지속('23.6월 +5.8조원→7월 +6.0조원)
 - 기업대출은 은행의 완화적 대출 태도 등으로 증가 규모 확대('23.6월 +5.5조원→7월 +8.7조원)

<기업 대출 추이>



* 기간 중 잔액 증감, 예금은행(은행신탁 포함) 기준

국제 금융센터

7월 국제금융시장 동향

- (주가) 양호한 경제상황 및 테크 업종 강세가 이어지며 미국 중심으로 상승(5월 말 대비 세계 +3.7%, 유로존 +0.3%, 신흥국 +2.1%)
 - 미국 경제의 연착륙 전망 강화가 주가 강세를 뒷받침하고 있으나, 테크와 비테크 기업 간 차별화가 심화되면서 단기 조정 압력 커질 전망
- (채권) 미국 장기금리(10년)는 양호한 경제지표와 인플레이션 둔화 시그널에 따라 경기 연착륙 기대가 증가하며 4개월 만에 4%대로 상승(+42bp, 4.06%)
 - 단기적 금리 급등 부담은 커졌지만 연준은 추가적인 금리 인상을 강력하게 시사하고 있어 추가 경제지표의 영향력이 더욱 증가할 전망
- (외환) 달러화는 연준의 추가 금리인상 시사, IT 호황에 따른 위험선호 등으로 약세(-1.9%). 엔화는 통화정책 차별화로 약세(-2.1%)
 - 달러화는 미국 인플레이션 및 고용지표 둔화, ECB(유럽중앙은행)의 매파적(긴축 선호) 기조 등으로 약세 유지 전망

한국개발 연구원

8월 경제동향

- 국내 경제는 경기 부진이 점진적으로 완화되는 양상
 - 제조업은 생산 감소세가 둔화되고, 서비스업 생산은 완만한 증가세를 지속하는 등 경기 부진이 점진적으로 완화
 - 수출은 '22년 4/4분기 이후 지속된 부진이 점진적으로 완화되는 모습
- 노동시장은 서비스업의 높은 취업자 수 증가세가 이어진 가운데, 제조업의 고용 부진도 완화되는 등 양호한 흐름 지속
- 금융시장은 미국의 기준금리 추가 인상에 대한 기대 약화로 환율이 하락하고 주가는 상승하는 등 금전반적으로 안정된 모습
 - 가계대출 증가폭이 지속적으로 확대되는 가운데 연체율은 상승세 지속, 원화대출 연체율도 전년 동월 대비 대폭 상승('22.5월 0.24%→'23.5월 0.40%)
- 소비시장은 소비자심리지수가 상승세를 지속하는 가운데 내구재를 중심으로 소매판매가 증가하는 등 소비 부진이 일부 완화되는 모습
 - 물가는 공급 측 물가상승 압력이 축소된 가운데 기저효과 등 일시적 요인이 작용하면서 소비자물가 상승률이 비교적 큰 폭으로 하락

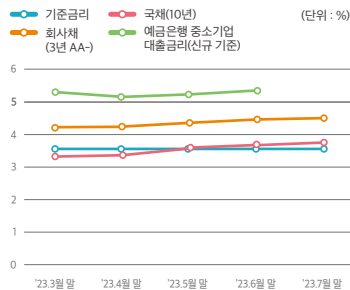
DASHBOARD

금융·실물경제지표 모니터링

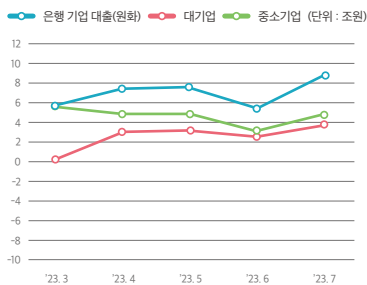


✓ 금융

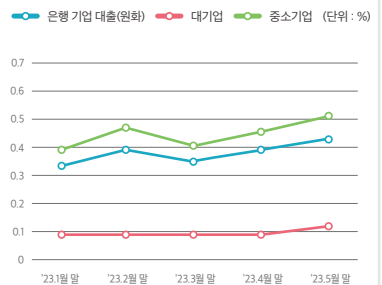
<금리 추이>



<기업 대출 추이>



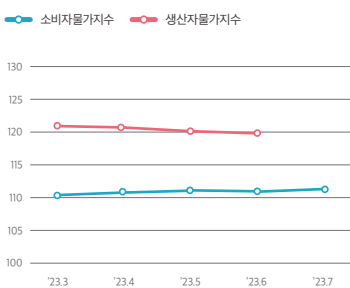
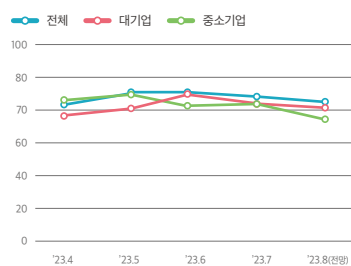
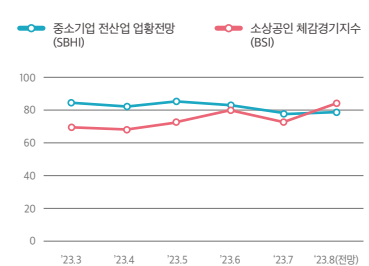
<기업 대출 연체율 추이>



* 기간 중 전액 증감, 예금은행(은행신탁 포함) 기준

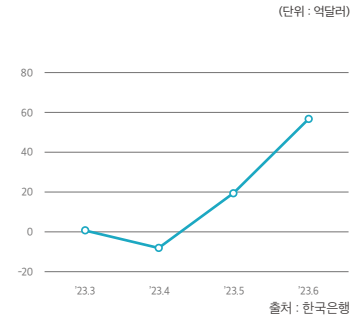
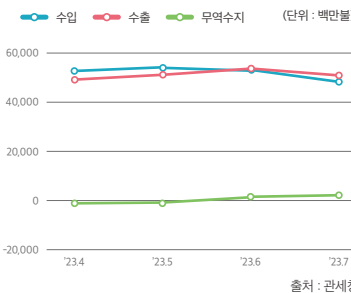
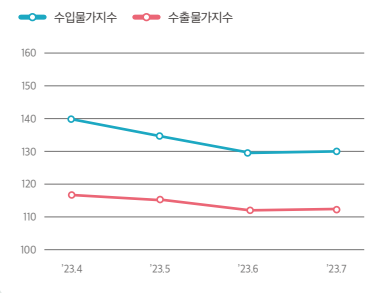
✓ 경제

<소비자·생산자물가지수>

<기업경기실사지수>
(전산업 업황실적 기준)<중소기업·소상공인 업황전망
경기지수>

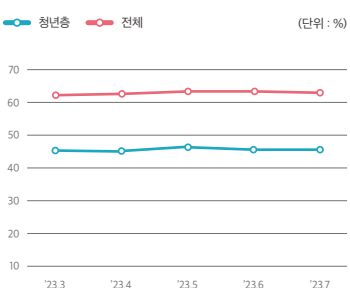
✓ 수출

<경상수지>

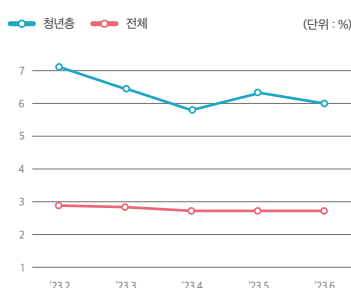
<수출입실적 및 무역수지>
(통관기준 잠정치)<수출입물가지수>
(원화기준)

✓ 고용

<고용률>



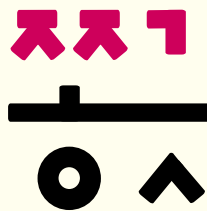
<실업률>



참고자료

1. 한국은행-주요경제지표
2. e-나라지표
3. 한국무역협회-글로벌 무역통계 서비스 K-stat
4. 관세청-수출입 무역통계
5. 통계청-통계분류표
6. 국제금융센터-경제금융지표
7. 2023년 2분기 수출 실적 평가 및 3분기 전망(한국수출입은행 해외경제연구소)
8. 2022년 우리나라의 전자상거래 수출 동향(코트라)
9. 최근 한국의 환아세안 교역 투자 분석과 시사점(대외경제정책연구원)
10. 중국 농식품 현황과 한국 식품 진출 전략(산업연구원)
11. RCEP 발효 이후 아세안 주요국의 전자상거래 및 횡중국 수출 동향(한국무역협회)
12. 러시아 전자상거래 패션산업의 발전과 대러 제재의 영향(대외경제정책연구원)
13. 주요 투자은행의 세계경제 및 주요국 성장률 전망(국제금융센터)
14. 한국 경제의 다섯 가지 모나리자 모호성과 시사점(현대경제연구원)
15. 2023년 하반기 중국경제 전망 및 주요 이슈(한국은행)
16. 금융시장 동향(한국은행)
17. 국제금융시장 동향(국제금융센터)
18. 경제동향(한국개발연구원)

2023.09 VOL.24



발행일

2023년 9월(통권 제24호)

발행인

김학도 중소벤처기업진흥공단 이사장

발행처

중소벤처기업진흥공단 규제정책연구실

기 획

규제정책연구실 황호연, 김혜은, 이미혜



이메일 구독



카카오톡 채널