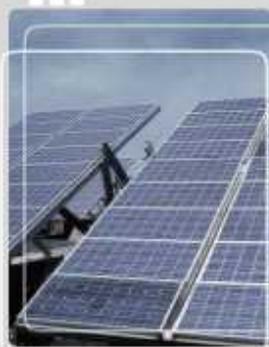
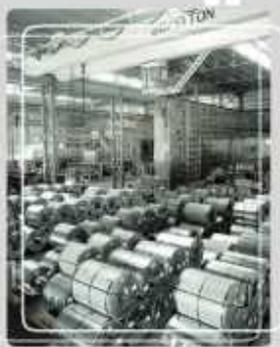


신중국 온라인 유통시장 동향과 진출방안 - 인도네시아 -



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 인도네시아 온라인 유통시장 현황과 특징 / 2

II. 인도네시아 온라인 유통시장 구조 / 8

III. 온라인 유통시장 정부정책 및 규제 /13

IV. 우리기업의 진출 방안 / 14

V. 주요업체 정보 / 17

VI. 주요 벤더 정보, 관련 기관, 관련 전시회 정보 / 34

요 약

- 인도네시아 온라인 유통시장의 규모는 약 9~25억 달러로 주요 품목으로는 보석, 시계, 화장품, 마사지기, 도서, 패션, 장난감, 스포츠용품, 게임, 비디오/음악 등이다
- TV 홈쇼핑은 2013년 전년대비 약 10% 성장한 2.2억 달러, 인터넷쇼핑은 2017년까지 19.5% 성장한 7억~14억 달러, 모바일쇼핑은 2016년 10억 달러로 성장함
- 온라인 유통시장은 주로 벤더들을 통해 납품이 되고 있으나 직접 납품(위탁판매 포함)이 가능한 상황임
 - 배송은 외주를 주고 있는 상황이며 TV 홈쇼핑 배송업체의 경우, 배송업체가 신용카드 단말기를 이용해 결제를 해주는 경우도 존재함
 - 온라인 유통시장의 성장 가능성은 밝지만 도로 등 사회기반시설 부족으로 인한 배송 문제와 신용카드 결제 수단의 유연성 보장 등은 인도네시아 온라인 유통시장의 성장을 위한 선결과제
- TV 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑에서 판매되고 있는 한국 제품은 주로 주방용품, 가전, 패션 등으로 화장품, 의약품 등은 인도네시아 식약청 등록이 필요해 아직까지 본격적으로 판매되고 있지 않음
- TV 홈쇼핑의 주요 고객은 주부이기 때문에 주부들이 선호하는 화장품, 주방용품, 패션 잡화, 어린이 교육용품, 한류문화 관광 상품 등이 유망품목임
 - 위탁판매 전략 활용, 할인 및 프로모션 행사 진행, 디자인을 중시하는 등의 진출방안 모색
 - 인터넷 및 모바일 쇼핑은 주로 젊은 계층이 이용하기 때문에 패션, 전기전자, 액세서리 등이 주요할 것임

I. 인도네시아 온라인 유통시장 현황과 특징

1. 시장 현황

- 인도네시아 온라인 시장 규모는 약 9~15억 달러로 추정¹⁾
 - 2012년 TV 홈쇼핑 시장 규모 : 약 2억 달러로 추정²⁾
 - 2012년 인터넷 쇼핑 시장 규모 : 전체 소매시장 1,340억 달러의 0.5~0.9%에 불과한 6억~12억 달러로 추정
 - 2012년 모바일 쇼핑 시장 규모 : 약 1억 달러로 추정

2. 최근 동향과 향후전망

① TV 홈쇼핑

- TV 홈쇼핑 시장은 미용 및 퍼스널 케어, 가전제품, 주방용품 및 가구 등의 시장으로 구성되며 대부분 홈쇼핑 업체의 주력 상품은 화장품, 주방용품, 패션 잡화가 주를 이루고 있음
- 현재 총 7개 TV 홈쇼핑 업체가 영업 중
 - 홈쇼핑 업체 중 한국인이 경영하는 Lejel 홈쇼핑은 연간 약 3천만 달러의 매출을 올리고 있음
 - MNC Shop은 한국의 GS 홈쇼핑과의 합작회사(GS 지분: 40%)이며 5년 이내 1억 달러 매출을 목표로 하고 있음(2013년 매출 목표: 2천만 달러)

1) TV 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑, 모바일 쇼핑 규모는 인터뷰, Daily Social, Frost & Sullivan 자료이며
2012년 모바일 쇼핑 시장 규모는 2010년 1억 달러에서 약 10% 성장한 것으로 추정
2) TV 홈쇼핑 시장 규모는 인도네시아에 진출한 한국 TV 홈쇼핑 관계 인터뷰에 근거한 수치임

< TV 홈쇼핑 업체 >

회사명	브랜드명
PT. Gogomedia Visindo	Gogo Mall
Lejel Group	Lejel Home Shopping
PT. Global Mediacom	MNC Shop
PT. Jabalu Media Internusa	The Fast World
CV. Jaco Indosehat	Jaco Tv Shopping
PT. Best Buy Indonesia	Best Buy Home Shopping
PT. Omni Intivision	O-Shop

자료 : Euromonitor

② 인터넷 쇼핑

- 2012년 인터넷 사용자는 6천 1백만 명으로 이들이 형성한 인터넷 쇼핑 시장 규모는 약 6~9억 달러로 추정
 - 인터넷 및 브로드밴드 보급률 확대, 중산층 증가로 인터넷 시장 규모는 확대될 전망
 - Google은 2013년 인도네시아 인구의 33%인 약 8천 2백만 명이 인터넷을 사용할 것으로 전망
 - Ideosource에 따르면 2012년 인터넷 쇼핑 이용자 수는 5천 9백만 명에서 2014년 7천만 명으로 증가할 것으로 전망

< 인터넷 쇼핑 시장 규모 >

구분	2012	2015
인터넷 사용자(백만 명)	61	145(2016년)
중산층(백만 명)	110	150
브로드밴드 보급률	2%	30%(2015년)

자료 : Daily Social, 노무라증권, Euromonitor

- 현재 약 402개의 인터넷 쇼핑 사이트가 있음
 - 이들 중 주요 쇼핑 사이트는 Kaskus, Disdus, Tokobagus, Dealkeren, Bhinneka, BliBli, Tokopedia 등이 있음

- Daily Social 설문 조사에 따르면 인도네시아 네티즌들이 가장 선호하는 인터넷 쇼핑몰은 Facebook(50%)으로 나타남
 - * Facebook은 소셜커머스의 채널로서 기업들이 활용
- 그 다음으로 Kaskus(49.2%), Disdus(19.5%), Tokobagus(13.6%) 등을 선호
- 인도네시아 인터넷 쇼핑은 B2C와 C2C로 구분되며 최근 진출한 기업들은 SNS에 다양한 프로모션 전략을 활용하고 있음

B2C	C2C
Lazada.com, Lojai.com, Zalora.co.id, Tiket.com, Rakuten.com, Bhinneka.com, Gamedia.com, Plasa.com, Krazymarket.com, Multiply.com, Sukamart.com, Dealgoing.com, BiBi.com, Gintnesiacom, Glodokshop.com, Livingsoal.co.id, Rurahsegar.com, Yes24.com, Ek-Gadgets.com, Dinomarket.com 등	Kaskus.co.id, Bukalapak.com, E-bay Indonesia, Tokopedia.com, Berniaga.com, Tokobagus.com, Rurah123.com, Mbil123.com, Pricearea.com, Gmarket.co.id, Qoo10.co.id 등

자료 : KOTRA 자카르타무역관 자체조사

- 제약회사, 오프라인 쇼핑몰 및 서점 등도 인터넷 쇼핑 사이트 개설
 - 인도네시아 최대 제약사인 Kalbe Farma, 서점 Gramedia, Lotte Mart, Carrefour도 인터넷 쇼핑 사이트를 운영

③ 모바일 쇼핑

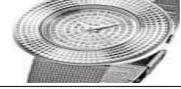
- 모바일 쇼핑 시장 규모는 약 1억 달러로 추정
- 모바일 쇼핑 시장 성장 동인은 스마트 폰 및 데이터 사용량 증가
 - 2012년 스마트폰 사용자 수는 2천 7백만 명으로 전체 이동통신 단말기 사용자의 28%임
- 인도네시아에서 모바일 어플리케이션을 이용한 온라인 쇼핑 사이트는 Lojai.com, Tokobagus.com 그리고 Kaskus.co.id 등 소수에 불과

3. 주요 거래품목, 거래고객 및 소비패턴

① TV 홈쇼핑

- 주요 품목으로는 보석, 시계, 화장품, 마사지기, 운동기기, 주방용품 등으로 구성

< TV 홈쇼핑 주요 제품 >

구분	사례	그림	
패션	보석, 가방, 액세서리		
미용	헤어, 바디케어, 스킨케어 등		
건강	마사지기		
주방용품	밥솥, 후라이팬, 믹서		

자료 : KOTRA 자카르타무역관 자체조사

- TV 홈쇼핑을 주로 이용하는 고객은 도시지역 거주 중산층 이상의 소비자이며 특히 주부가 주요 대상, 방영 시간은 30~60분 정도
- 주요 고객이 주부이기 때문에 화장품, 보석, 주방용품 판매가 대부분임
- 현재 콜 센터에서 신용카드 정보를 얻는 것이 불법이기 때문에 결제수단으로 상품인도결제방식(COD: Cash On Delivery) 이 주로 사용되고 있음

② 인터넷 쇼핑

- 인터넷에서 판매되는 제품은 주로 전자제품, 가전제품, 패션, 화장품이 주를 이룸
 - 그 외에 도서, 패션, 장난감, 스포츠용품, 가구, 부동산, 음악기기, 식음료, 자동차용품 등 다양함
 - 최근 일부 인터넷 쇼핑업체들은 특정 제품으로 전문화 경향

< 인터넷 쇼핑몰의 주요 판매제품 >

인터넷 쇼핑몰	집중 제품군
Bhinneka.com	IT 제품
Zalora.co.id	패션
Kawanlamaonline.com	산업용 기기
Rumah123.com	부동산
Tiket.com	호텔, 여행, 엔터테인먼트 티켓
Dinobar.com	꽃, 선물
Bursa.fotografer.net	카메라, 사진 관련 제품

자료 : KOTRA 자카르타무역관 자체조사

- 인터넷 쇼핑 주 고객은 15세~35세의 중산층
 - 이들은 주로 집(63%)과 사무실(25%)에서 인터넷을 사용하며 25%이상이 일주일에 30시간 이상을 인터넷 사용에 할애
- 인터넷 쇼핑을 이용하는 소비자들은 주로 할인상품을 찾는 소비패턴 보임
 - 이들은 주로 패션(37%), 여행티켓(20%), 음악/비디오/게임(20%), 전자기기(13%), 책(8%) 등을 구매
- 아직까지 온라인 결제수단 보급이 확산되지 않아, 결제수단으로 은행이체(70%)를 주로 사용
 - 결제규모는 약 50만 루피아 (약 50달러)정도이며 5백만 루피아 이상을 결제하는 소비자도 있음

③ 모바일 쇼핑

- 모바일 쇼핑의 매출은 게임(54%), 광고(39%), 비디오/음악(7%)으로 구분됨

- 온라인 쇼핑 시장에서 모바일 어플리케이션을 통해 구매되는 비율은 2%에 불과한 실정
 - 모바일을 사용해 인터넷 접속으로 제품을 구매하는 비율은 43%이며, 나머지 55%는 컴퓨터를 이용해 구매

 - 이는 인도네시아 모바일 네트워크가 불안정하여 인도네시아 사람들이 선호하는 SNS 접속이 어렵기 때문

II. 인도네시아 온라인 유통시장 구조

1. 온라인 유통시장 구조와 경쟁 동향

- ▶ 온라인 유통시장은 주방용품, 가전제품, 미용, 스포츠, 패션잡화, 화장품 등이 주를 이루고 있으며 벤더들을 통해 납품이 되고 있으나 직접 납품(위탁 판매 포함)이 가능한 상황
- ▶ 배송은 외주를 주고 있는 상황이며 TV 홈쇼핑 배송업체의 경우, 배송업체가 신용카드 단말기를 이용해 결제를 해주는 경우도 존재함

① TV 홈쇼핑

□ TV 홈쇼핑 시장 첫번째 주자는 PT. Jabalu Media Internusa의 The Fast World이며 다양한 채널에서 인포모셜(informercial) 사업자로 명성을 얻고 있음

○ 1996년 Innovation Store라는 브랜드로 시작하여 현재 시장의 리더로 성장

< TV 홈쇼핑 주요 브랜드 >

회사	설립연도	브랜드
PT. Paramitra Media Perkasa	1996	Innovation Store/DRTV/Fast World
CV Jaco Indosehat	2003	Jaco Home Shopping
Lejel Group	2007	Lejel Home Shopping
PT. Omni Intivision	2007	O-Shop
PT. Gogomedia Visindo	2012	Gogo Mall
PT. Global Mediacom	2012	MNC Shop
PT. Best Buy Indonesia	2012	Best Buy

자료 : Euromonitor

□ 후발 주자들은 저가 제품과 지역방송(80개 채널) 유통전략 활용

○ 후발 주자들은 The Fast World의 브랜드 인지도로 인해 더 낮은 가격에서 제품을 출시하고 있음

- 후발업체들은 Top 5 방송국(RCTI, SCTV, Metro TV, TV One, Trans TV)의 방송시간대가 워낙 고가여서 저가 지역 방송을 활용해 방송을 하고 있는 상황
- 한국인이 경영하는 Lejel 홈쇼핑은 벤더와 직접구매 방식을 취하고 있음
 - 생산업체를 대신해 직접 제품을 판매하는 방식을 취하기도 함
- PT. Global Mediacom은 자본력을 바탕으로 자체 방송과 1일 배달 전략을 통해 시장공략 중
 - MNC 그룹은 한국의 GS 홈쇼핑과 합작으로 24시간 방송으로 5년 내 1억 달러 매출 목표를 위해 'Next Day 배달' 서비스를 운영 중
 - 아직까지 상품 구성은 한국에서 소싱을 하고 있어 향후 제품 다양성 확보가 필요한 상황
 - 한국 화장품의 경우, 인도네시아 식약청 등록을 받은 업체가 적어 판매를 못하고 있는 상황

② 인터넷 쇼핑

- B2C 시장에서는 Lazada, Bhinneka, Zalora, Rakuten, Lojai가 시장을 주도하고 있음
 - 주요 판매상품은 소비자 가전제품, 가정용품, 패션잡화, 화장품, 미용제품
- C2C 시장에서는 Facebook, Kaskus 등이 시장을 주도 중
- TV 홈쇼핑보다 제품군이 더 다양하나 스포츠, 패션, 미용, 가정용품 등 젊은 네티즌들이 선호하는 제품으로 구성
 - 이들 제품도 TV 홈쇼핑 및 모바일 쇼핑 벤더들에 의해서 소싱되는 상황

③ 모바일 쇼핑

- 모바일 쇼핑은 주로 Facebook을 통해 이루어짐
- 모바일 쇼핑의 주 이용객인 젊은 고객층을 대상으로 한 마케팅이 주를 이룸
 - AXE Deodorant 제조사는 여성 상담원이 젊은 남성고객에게 '모닝 콜' 서비스를 무료로 제공해주어 상품 매출이 300% 증가했다고 함
- 게임, 비디오, 음악, 광고 이외에 모바일 금융결제에 다음으로 이용
 - Commonwealth 은행은 중산층 증가에 따른 모바일 폰 사용이 증가하여 모바일을 활용한 금융결제 비율을 늘리는 전략을 구사 중

2. 온라인 인프라 여건과 발전 전망

- ▶ 온라인 유통시장의 성장 가능성은 밝지만 도로 등 사회기반시설 부족으로 인한 배송 문제와 신용카드 결제 수단의 유연성 보장 등은 인도네시아 온라인 유통시장의 성장을 위한 선결과제

① TV 홈쇼핑

- TV 네트워크를 보유한 TV 홈쇼핑 브랜드만이 성장할 수 있는 여건으로 발전할 전망
 - 주요 민영방송의 방송시간이 고가이고 방송 채널 확보가 어려워 MNC 그룹과 같은 TV 방송국을 보유한 TV 홈쇼핑 업체의 상대적 우위 예상
- 전화를 통한 신용카드 결제수단 사용이 동 분야 성장의 지름길
- 오프라인 채널의 확장 인터넷 시장 성장이 위협
 - 자카르타를 중심으로 몰 및 백화점 확장

- 젊은 소비계층의 인터넷몰 구매 증가

② 인터넷 쇼핑

- 인터넷 보급과 브로드밴드 확대로 인터넷 쇼핑 성장 가능성 다대
 - 인터넷 보급은 2015년에 약 1억 4천 5백만 명에 달할 전망
 - 2010년 브로드밴드 보급률은 2%에 불과하였으나 2015년 30%로 증가할 전망
- 금융결제 수단 발전으로 성장 잠재력이 높음
 - BCA, Mandiri, BRI 은행은 인터넷 쇼핑 전용 결제시스템 도입

③ 모바일 쇼핑

- 현재 네트워크 불안정이 모바일 쇼핑 성장의 장애로 작용하고 있으나 2016년 경 브로드밴드 보급이 확산될 경우 상황은 역전될 전망
 - 브로드밴드 보급률 확대로 데이터 사용은 2011년 620만 건에서 1억 6천 7백만 건으로 증가할 전망
 - 최근 들어 이동통신사들의 음성통화를 통한 수익은 감소하고 데이터 수익은 증가하는 상황

3. 분야별 주요기업 동향

- 인터넷 쇼핑 중 Binneka는 IT, Sukamart는 식품잡화, Gramedia는 서적 및 학용품, Kalbestore은 의약품으로 유명
 - 최근 Carrefour는 인도네시아 CT Corp사에 매각되었으며 직장 여성들을 위한 특별 주문제도를 운영 중

- 최근 인도네시아 내수시장 성장으로 해외기업의 인터넷 쇼핑 시장 진출이 활발함
 - 한국, 일본, 미국의 3관전 양상이나 현재까지 일본의 인지도가 가장 높은 것으로 나타남
 - 최근 독일의 내수시장 공략도 눈에 띄고 있음

< 인터넷 쇼핑 해외투자업체 >

업체명	설명
Rakuten	일본, Rakuten사는 2011년 6월 PT. Media Nusantara Citra와 합작투자 설립
D Market	2012년 인니진출 한국 기업이 설립
G Market	2012년 gmarket.co.id 설립
Lazada, Zalora	2012년 독일의 Rocket Internet에서 설립
Metraplaza	미국, eBay사는 2012.04 PT. Telkom Indonesia와 합작법인 설립
Sukamart	일본의 Sumitomo사가 2013년 1월 설립

자료 : KOTRA 자체조사

4. 향후 전망

- (TV 홈쇼핑 시장) 채널 임대비와 배송 문제로 업계는 2013년 시장규모를 전년 대비 약 10% 성장한 2.2억 달러로 전망
- (인터넷 쇼핑 시장) 시장규모는 2012년~2017년 동안 19.5% 성장하여 7억~14억 달러에 달할 전망
- (모바일 쇼핑) 2013년 스마트 폰 사용자 수는 38% 증가한 3천 7백만 명으로 성장할 전망이며 이로 인해 모바일 쇼핑 시장 규모는 2016년 10억 달러로 늘어날 전망
 - 마스터카드 설문조사에 따르면 최근 3개월 동안 스마트 폰을 사용해 온라인 쇼핑을 한다는 설문응답자는 54.5%로 중국(54.1%), 태국(51%)보다 높은 것으로 나타남

Ⅲ. 온라인 유통시장 정부정책 및 규제

1. 인터넷 쇼핑물 및 홈쇼핑물의 규제

- 화장품, 의약품, 식품 등은 인도네시아 식약청 등록을 획득해야 국내 판매가 가능함
- 인도네시아 소비자의 대다수가 이슬람을 믿기 때문에 '할랄' 인증 획득도 판매에 직접적 영향을 미치고 있음

2. 외국인 투자 규제 및 정책

- Media를 통한 판매는 외국인투자에게 100%를 허용
 - 그러나 정부는 올해 5월 '신외국인투자법'을 발표, 자국 업체 보호 차원에서 온라인 쇼핑에 대한 외국인투자를 제한할 것으로 전망
- 최근 정부는 온라인 쇼핑 사기 방지를 위해 '온라인 쇼핑 업체는 인도네시아 도메인을 사용해야 한다.'라는 규정을 발표할 예정

IV. **우리기업의 진출 방안**

1. **한국제품의 진출 현황**

- TV 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑에서 판매되고 있는 한국 제품은 주로 주방용품, 가전, 패션 등임
 - Lejel 홈쇼핑의 경우 Happy Call, 아남카리타스 시계 등을 판매
 - MNC Shop의 경우 Lock & Lock, LG 전자, Neoflam, Cheflin, Hurom 등과 같은 브랜드를 판매하고 있음
- 화장품, 의약품 등은 인도네시아 식약청 등록이 필요해 아직까지 본격적으로 판매되고 있지 않음

2. **진출 유망품목 및 진출방안**

① **유망품목**

- TV 홈쇼핑의 주요 고객은 주부이기 때문에 주부들이 선호하는 화장품, 주방용품, 패션 잡화, 어린이 교육용품, 한류문화 관광상품 등이 주요할 것으로 판단됨
- 인터넷 및 모바일 쇼핑은 주로 젊은 계층이 이용하기 때문에 패션, 전기전자, 액세서리 등이 주요할 것임
 - 최근 독일의 Rocket Internet에서 설립한 Zalora 쇼핑 몰의 패션 잡화가 젊은이들에서 인기를 얻고 있음
- 최근 한류 열풍으로 한국에 대한 관심 고조로 한국 문화 관광 패키지 상품 개발 필요

② 진출방안

위탁판매 전략을 활용

- 벤더를 통하지 않고 직접 온라인 유통시장 채널과 접촉하여 위탁 판매를 고려하는 것도 방안
- 우선 제품 소싱의 다양성을 확보하지 않은 채널을 대상으로 해야 함

온라인 유통시장에서 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 할인 및 프로모션(한류 콘서트) 행사를 동시에 진행해야함

- 인도네시아 소비자들은 여가를 보낼 장소가 없기 때문에 주로 쇼핑몰을 이용함. 이때 대부분의 쇼핑이 이루어짐
- 쇼핑몰 방문 중 충동구매 형식의 소비행태를 보이며 이러한 충동구매 소비행태를 온라인 유통시장에도 접목시켜야 함

제품의 디자인을 중시해야 함

- 인도네시아 소비자들은 겉에서 보이는 화려함을 중시하는 경향이 있기 때문임

3. 필수 고려사항

인도네시아 식약청 인증과 인도네시아 이슬람지도자 단체에서 발급하는 '할랄' 인증 획득 필요

인도네시아에서는 제품하자를 제외한 소비자 단순변심에 의한 반품은 용납되지 않는 공급자 중심의 시장이란 점을 명심

4. 수출, 납품 확대를 위한 기타 시사점

- 한국만큼 빠르게 변화하는 시장 트렌드, 얼리어댑터 수준에 눈높이
 - 다양한 제품이 한자리에 모이는 시장이며, 제품의 수명도 타 국가에 비해 매우 짧고, 소비자들의 눈높이도 높음.

- 반값 세일 등 프로모션에 익숙한 싱가포르인을 어필하기 위해 서 쿠폰 마케팅을 적극 활용할 필요
 - 그루폰 등 소셜커머스를 활용하는 방안도 유용하며 이벤트성 할인행사를 자주 혹은 상시 추진하는 것이 효과적

V. 주요업체 정보

1. TV 홈쇼핑

업체명	MNC GS HOME SHOPPING MNC SHOP
설립년도	2012 년
매출규모	200억 - 250억 루피아
고용인원	+/- 200명
홈페이지	http://www.mncshop.co.id/
주요 취급품목	TV Home Shopping - 가정용품
담당자명(직위)	Mr. Reino Barrack (Chief Executive Officer) Ms. Rachel / Ms. Kiki / Ms. Riri (Merchandiser Officer)
전화번호/팩스	(62-21) 3192-2270 / (62-21)
이메일	rachel.tobing@mncshop.co.id
주소	MNC Tower 20th Floor, Jl. Kebon Sirih No. 17-19 Jakarta Pusat, Jakarta 10340
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/수입품목	<p>MNC 쇼핑은 Global Mediacom Tbk와 GS 홈쇼핑이 합작 투자하여 설립한 한국계 홈쇼핑 회사임. 88 Indovision, Top TV, and okay Vision 등의 채널에서 방송됨.</p> <p>MNC 쇼핑은 주방 기구 및 설비, 가전제품 및 전자제품 등 다양한 제품을 제공하며, 취급하는 품목의 대부분은 한국, 일본 및 미국산 제품임.</p> <p>현재, MNC 쇼핑은 평균 하루당 800-1000회의 주문 전화를 접수하며, 20여개의 공급업체에서 약 40여 종류의 품목을 공급 받음. 대부분의 공급업체는 한국업체.</p> <p>MNC 쇼핑이 제공하는 상품의 범위는 주방용품, 가정용품, 가전제품, 미용관련 제품, 레저&스포츠, 디지털 전자, 보험, 아동 교육상품, 주얼리 및 악세사리, 패션, 음식료, 자동차 등 매우 넓음.</p> <p>MNC 쇼핑은 8개 도시에 걸쳐 자체 지역유통센터를 보유하고 있음. 지역유통센터 : 자카르타(자카르타, 보고르, 데벙, 땅그랑, 버카시), 반둥, 스마랑, 족자카르타, 수라바야, 메단, 람땡, 마까사르</p> <p>Chief Financial Officer Yuli Susiyanto가 설명하길, 회사는 2012년 8월 5일에 설립되었으며, MNC 쇼핑의 실제 거래금액은 루피아 200억에서 250억 사이임. 2013년 MNC 쇼핑은 거래금액이 3000억 루피아에 도달하고 하루 평균 주문전화 1000-1,500회를 목표하고 있음.</p> <p>2012년 동안 MNC 쇼핑의 여러 카테고리 중 판매의 대부분은 주방용품이며, 전체 판매량의 70%에 달하고 금액은 140-175억 루피아 정도임.</p>

업체명	PARAMITRA MEDIA PERKASA (DRTV / DIRECT RESPON TV)
설립년도	1983 년
매출규모	N/A
고용인원	+/- 1,500 명
홈페이지	www.innovation-store.com
주요 취급품목	Wholesaler and Commercial TV : 가정용품, 스포츠 장비 및 용품, 건강 보조제, 미용제품 및 기타 등
담당자명(직위)	Ms. Krisna (Purchasing Manager)
전화번호/팩스	(62-21) 385-8787, 385-8181 / (62-21) 351-1617
이메일	krisna.nahar@drtv-indonesia.com
주소	DRTV Indonesia Building, Jl. Cideng Barat No. 59, Jakarta 10150
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/ 수입품목	<p>DRTV은 창업주인 Salim Kartono에 의해 1983년 8월 1일에 설립되었음. DRTV의 직원 수는 약 1,500명이며, 수마트라에서 파푸아까지 전 지역에 지사가 있음.</p> <p>DRTV는 브랜드 가전제품 업체인 Panji Metal Perkasa Imarflex, Narumi, Demeyere, and Medo - medical devices 등의 설립과 함께 15명의 세일즈 직원으로 방문판매를 시작으로 영업을 시작함.</p> <p>DRTV는 일곱 개의 회사를 세워 사업을 확장하고 관리함. :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PT Mitra Perkasa Media : 지주회사 - PT Sarana Gate Merapi : 혁신적인 상품 수출입 - PT Inti Gemilang Anugerah : 판매 후 서비스 관리 - PT Prima Multi Perkasa - 자회사 / 구매 및 제품협력 - PT Prima Murindo Karsatama - 미국 브랜드 Murad Skin Care의 라이선스를 보유한 자회사 - PT Panji Metal Perkasa - 세련된 주방용품 브랜드 Imarflex and Madato를 보유한 자회사 - PT Jabalu media Internusa - 업체는 혁신적인 제품을 Fastworld, Innovation Store같은 DRTV 온라인 마켓과 TV매체에서 소규모 리테일 컨셉으로 판매함. 뿐만 아니라 스위스의 시계 및 보석시계도 판매함.

업체명	LEJEL HOMESHOPPING
설립년도	2007 년
매출규모	N/A
고용인원	+/- 500 People
홈페이지	www.lejel.co.id
주요 취급품목	TV Home Shopping : Household, Healthy Equipment, Cosmetic, Sport Equipment
담당자명(직위)	Mr. Yoo Gug Jong (Director) Mr. Heryanto (Merchandise)
전화번호/팩스	(62-21) 7071-8409, 3048-5450 / (62-21) 7073-9840, 5366-3089
이메일	sapyoo@naver.com
주소	The Bellezza Office Tower Floor 18, 23 & 27, JL. LetJend. Soepeno No. 34, Arteri Permata Hijau, Kebayoran Lama Jakarta 12210
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/ 수입품목	<p>Lejel Home Shopping은 유한회사임. 2007년 2월 20일 한국인 정상진씨 의해 창립되었음.</p> <p>Lejel Home Shopping은 주요매체로 TV방송을 이용하여 제품을 판매하는 회사임. PT Lejel Home Shopping은 Jakarta : Jak-TV, O'Channel, Elshinta, TV3; outside of Jakarta : such as a local TV TV Bali, Makassar TV, JTV, SBO 등 인도네시아 전역 주요도시 등 거의 모든 지역에 방송을 송출하고 있음.</p> <p>약 71개의 상품을 PT Lejel Home Shopping에서 판매하며, 취급품목은 건강 용품 및 식품, 미용, 스포츠, 가정용품, 악세서리/패션 등 대부분이 한국산 제품임.</p> <p>2088년, PT Lejel Home Shopping는 반둥, 수라바야 및 발리로 지사를 세워 사업영역을 확장했음. 2010년에 회사는 칼리만타에도 지사를 오픈 하였으며, 2010년까지 PT Lejel Home Shopping 은 인도네시아의 대·중도시에 약 21개의 지사를 오픈함.</p> <p>추가로 PT Lejel Home Shopping은 송신 TV채널을 확장함: TV Lombok (Mataram, Lombok & NTB), Pal TV (Palembang and surrounding areas), Arek TV (Surabaya and surrounding areas), Siger TV and Tegar TV (Lampung and surrounding areas), Ruai TV and Pontianak TV (Pontianak - Kalimantan and surrounding areas).</p> <p>PT Lejel Home Shopping은 인도네시아 약 23개 방송국에 걸쳐 상품을 홍보하고 판매함.</p>

업체명	GOGOMEDIA VISINDO (GOGOMALL HOME SHOPPING)
설립년도	2009 년
매출규모	N/A
고용인원	+/- 200 People
홈페이지	www.gogomall.co.id www.gogomall.tv
주요 취급품목	Wholesaler and Commercial TV : 가전제품, 주방용품, 건강 및 미용 제품, 다이어트 제품, 패션 및 의류
담당자명(직위)	Mr. Gunadi Purnama (Director)
전화번호/팩스	(62-21) 633-0003 / (62-21) 6385-9966
이메일	gunadi.purnama@gmail.com gogomall.salesadm@gmail.com gogomall.homeshopping@yahoo.com
주소	Kompleks Ruko Roxy Mas Blok E2/20, Jl. K.H. Hasyim Ashari, Jakarta Pusat - 10150, Indonesia
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/수입품목	Gogomedia Visindo는 인도네시아 전역에 펼쳐있는 35개 지사에서 직접 판매, TV홈쇼핑, 현대적 매장 리테일을 관리함. 30년간의 업계 경험은 GOGO MALL을 성공적으로 발전시켰으며, 가전제품, 주방용품, 건강 및 미용 제품, 다이어트 제품, 패션 의류 등 많은 종류의 제품을 취급함.

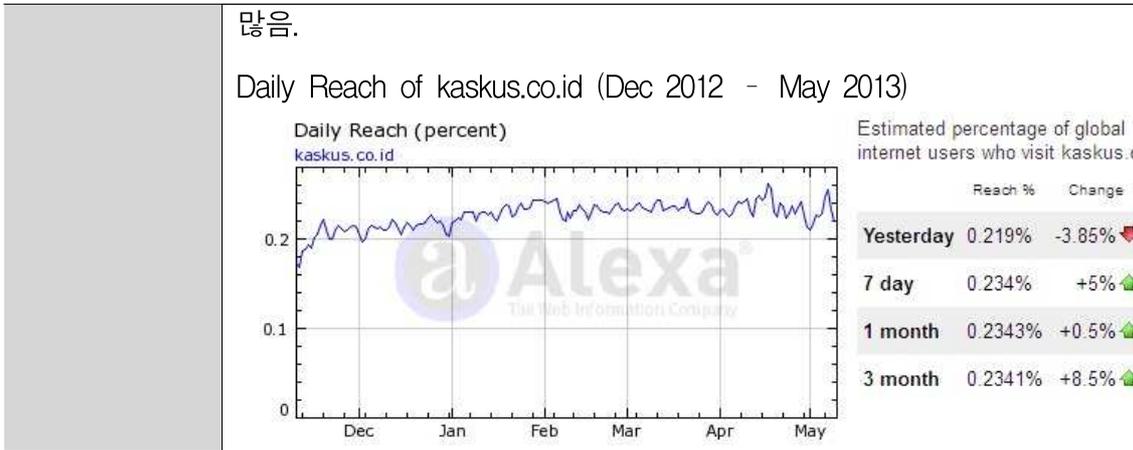
업체명	CV. JACO (JACO TV SHOPPING)
설립년도	2003 년
매출규모	N/A
고용인원	+/- 250 People
홈페이지	http://www.jacotvshopping.com
주요 취급품목	TV Home Shopping : Beauty & Healthcare
담당자명(직위)	Ms. Florensia (Purchasing Manager)
전화번호/팩스	Head Office : (62-61) 733-1188 / (62-61) 734-8899 Representative Office : (62-21) 666-91-999 (Hunting) / (62-21) 6618047
이메일	Head Office : jacotvshopping@gmail.com Representative Office : florensia_wei@yahoo.com
주소	Head office : Jl. Asia No.262 B Medan, North Sumatera, 20214, Indonesia Representative Office : Jl. Jembatan II Raya Blok E No. 43-44 Kompleks Harmoni Mas, Jakarta Utara, Jakarta, Indonesia

한국과의 거래 경험(품목)	없음
주요 수입국/ 수입품목	<p>CV Jaco는 인도네시아, 대만, 중국 및 말레이시아간의 합작회사임. 대만에서는 회사는 의료 장비 및 미용 분야에 주력하고 있으며, TV 쇼핑 및 우편 주문을 통해 제품을 판매하고 있음.</p> <p>대만에서 Jaco는 홈쇼핑업계에서 20년이 넘는 경험을 가지고 있으며, 15개의 콜센터와 80개의 점포를 가지고 있음. 중국에서는 20개의 콜센터와 약 350개의 점포를 가지고 있음.</p> <p>CV Jaco는 인도네시아에서 2003년에 설립 됐으며, 54개의 점포와 2개의 콜센터를 자카르타와 메단 등에 보유하고 있으며, 본사는 북부 수마트라 의 메단 시에 위치해 있음.</p> <p>Jaco의 상품은 미국, 일본, 유럽, 호주, 말레이시아, 싱가포르, 태국, 중국, 브루나이 등에도 판매가 되고 있음.</p>

업체명	OMNI INTIVISION - O CHANNEL TV (O SHOP)
설립년도	2004
매출규모	US\$ 185,000,000
고용인원	160 People
홈페이지	www.ochanneltv.com
주요 취급품목	Local Television Channel - TV Home Shopping: 미용, 주방 및 가전제품, 스포츠 장비 등
담당자명(직위)	Mr. Elsaputra Justia (Director)
전화번호/팩스	(62-21) 7278-2200 / (62-21) 7278-2201
이메일	justia@ochanneltv.com
주소	SCTV Tower 16thFloor,Jl.AsiaAfrikaLot19,Jakarta
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/ 수입품목	<p>O Channel TV는 2004년에 설립되었으며, 2004년 8월 달부터 방송을 시작함.</p> <p>O Channel은 MRA Group과 EMTEK Group (PT Elang Mahkota Teknologi)에 의해 관리 및 운영됨.</p> <p>O Shop은 2007년 9월부터 PT Omni Intivision의 브랜드인 O Channel 의 이름으로 운영되기 시작함.</p>

2. 온라인 쇼핑

업체명	DARTA MEDIA INDONESIA
브랜드 네임	Forum Jual Beli Kaskus
설립연도	6 November 1999
매출규모	N/A
고용인원	201 - 500 명
홈페이지	www.kaskus.co.id/fjb
비즈니스 업종	Online forum community and C2C online store
담당자명(직위)	Mr. Andrew Darwis (Founder) Ms. Intan Permata (Sales)
전화/팩스	(62-21) 2922-3600 / (62-21) 2922-3601
이메일	intan.permata@kaskusnetworks.com
주 소	Menara Palma, Annex Building P-11 Jl. HR. Rasuna Said, Kav 6 Block X-2 Jakarta Selatan 12160
한국과의 거래 경험(품목)	N/A
주요 수입국/ 수입품목	<p>Kaskus는 1999년에 설립된 온라인 마켓업계의 선구기업으로서 인도네시아에서 가장 큰 온라인 마켓으로 간주되며 500만 명의 회원 수를 보유하고 있음.</p> <p>많은 회원 수 때문에 인도네시아에서 가장 큰 C2C 온라인 쇼핑채널로 인식되고 있음.</p> <p>Forum Jual Beli Kaskus의 온라인 거래량은 평균 매월 6,000만 달러의 매출 및 2,200만의 방문자수를 기록함.</p> <p>최근 Kaskus는 인도네시아 3대 은행과 협력하여 자신들만의 지불 시스템을 만들었음: BCA, Mandiri, Permata. 지불 시스템은 고객들을 불법거래 및 정보누출에서 보호할 수 있게 만들어짐. 지금까지 Kaskus는 회원들에게 요금을 부과하지 않으며, 수익은 오로지 미디어 광고를 통해서 얻음.</p> <p>Forum Jual Beli Kaskus는 유사한 품목별로 묶어 광고를 하고 있으며, 지금까지 33개의 카테고리로 분류를 하고 있음.: 악기, 스포츠 용품, 골동품, 산업 장비, 책, CD 및 DVD, 전자 제품, 패션, 가구, 경품, 휴대폰, PDA, 산업 공급업체, 서비스, 예술 및 디자인, 카메라, 공예, 장난감, 수집품, 컴퓨터, 음식료, 의료, 온라인 게임, 자동차, 화장품, 하드웨어, 유아용품, 사무용품, 가전 제품, 티켓, 관광 및 여행, 비디오 게임 등을 포함함.</p> <p>Alexa에 따르면, Kaskus.co.id는 거래 횟수 랭킹 326위를 차지했으며, 이 사이트의 고객들은 대부분 아시아인이며, 가정이나 아이가 많은 가정에서 많이 찾음. 또한 이 사이트는 수라바야에서 인기가</p>



업체명	TOKO BAGUS
브랜드 네임	tokobagus.com
설립연도	2005
매출규모	N/A
고용인원	51 - 200 Employees
홈페이지	www.tokobagus.com
비즈니스 업종	C2C Online Store
담당자명(직위)	Achmad Ichwan Sitorus (Media Communication Relation Manager)
전화/팩스	(62-21) 5290-3337 / (62-21) 5290-3338
이메일	info@tokobagus.com ichwan@tokobagus.com ichwan_sitorus@yahoo.co.id
주 소	Tifa Building, 3rd Floor Jl. Kuningan Barat1, No.26 Jakarta, DKI Jakarta 10270 Indonesia
한국과의 거래 경험(품목)	N/A
주요 수입국/ 수입품목	<p>Tokobagus.com은 2005년 2명의 네덜란드인 Arnold Egg와 Remco Lupker에 의해 설립됨.</p> <p>2011년 12월 Tokobagus.com은 90,000회의 거래를 통해 3,000만 달러의 매출을 기록함. 이 엄청난 매출을 자동차 및 부동산 거래에 의한 것임. 창업자이자 CEO인 Arnold Egg는 분기 매출액이 약 1억 4,000만 달러에 달한다고 언급함.</p> <p>Tokobagus.com은 Kaskus.co.id과 마찬가지로 판매자와 구매자에게 거래 수수료를 부과하지 않음. Tokobagus.com의 수익의 대부분은 미디어 광고에서 발생함.</p> <p>회사의 홍보문서에 따르면, Tokobagus.com에서 매일 200,000 회의 거래가 발생하며, 80만 명에서 100만 명이 사이트를 방문함. 그 중 30%의 고객이 100만에서 500만 루피아 상당의 상품을 주문</p>

함. 고객의 42%는 매월 2~5회 주문을 함.

Tokobagus.com은 39개의 상품 카테고리를 가지고 있음: 전자제품, 가전제품, 자동차, 부동산, 건설 서비스, 건강 및 미용 등

Alexa에 따르면, Tokobagus.com는 특히 수라바야에서 인기가 많음. 인터넷 이용자의 대부분은 아시아인임.

Daily Reach of tokobagus.com (Dec 2012 - May 2013)

Period	Reach %	Change
Yesterday	0.108%	-2.1%
7 day	0.111%	-1.1%
1 month	0.1100%	+0.1%
3 month	0.1102%	+1.1%

업체명	701SEARCH - INDONESIA
브랜드 네임	berniaga.com
설립연도	2009
매출규모	N/A
고용인원	51 - 200 People
홈페이지	www.berniaga.com
비즈니스 업종	C2C Online Store
담당자명(직위)	Mr. Emir Faisal (Senior Developer) Mr. Aris (Developer)
전화/팩스	(62-21) 5794-8304 / (62-21) 5794-8418
이메일	humas@berniaga.com support@berniaga.com
주 소	Menara Prima, Jl. Lingkar Mega Kuningan Block 6.2 Menara Prima 22nd Floor, Unit F, Kuningan Timur, Setia Budi, Jakarta Selatan 12950
한국과의 거래 경험(품목)	N/A
주요 수입국/수입품목	701Search는 media company Singapore Press Holdings (SPH)와 Schibsted Classified Media (SCM)간의 합작회사임. Singapore Press Holdings Limited (SPH)는 동남아시아 최대의 미디어 회사이며, 총 4개 국어로 발행되는 17개의 신문사와 100개의 잡지와 수많은 인터넷 사이트를 운영하고 있으며, SPH는 방송 및 옥외광고업에도 사업을 영위하고

있음.

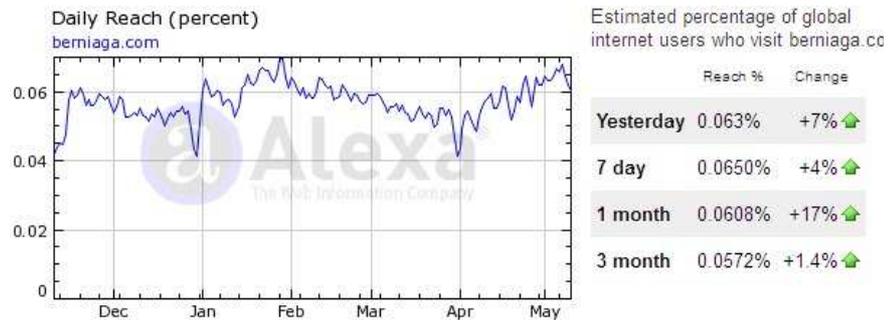
701Search는 2009년 12월 2일에 berniaga.com을 론칭 했으며, 부동산, 차량, 전자제품, 기타 등등 다양한 종류의 상품을 판매하고 있음.

지금까지 berniaga.com은 인도네시아에서 상위 5위안에 드는 온라인 마켓 사이트이며, 인지도가 높음.

웹사이트는 사람들이 안전하게 쇼핑할 수 있도록 여러 가지 방법을 찾음. 소셜 미디어 통합 첨단 기술 플랫폼을 제공하며, 인도네시아어에 사용자를 위한 최적의 브라우징 시스템을 갖춤.

Alexa에 따르면, 방문자의 95%는 인도네시아 지역이며, 거래횟수 랭킹은 22위임. 고객들의 성비율은 남성이 많으며, 가정이나 학교에서 많이 접속함. 팔렘방과 수라바야에서 인기가 높음.

Daily Reach of berniaga.com (Dec 2012 - May 2013)



업체명	E-CART SERVICES INDONESIA
브랜드 네임	lazada.co.id
설립연도	2012
매출규모	N/A
고용인원	200
홈페이지	www.lazada.co.id
비즈니스 업종	B2C Online Store
담당자명(직위)	Mr. Magnus Ekbom (Managing Director of Lazada Indonesia)
전화/팩스	+6221 - 29490200
이메일	merchandising@lazada.co.id
주소	Menara Bidakara 1 Lt. 16, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 71-73, Jakarta Selatan
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/수	Lazada.co.id는 독일의 Rocket Internet가 소유한 Lazada

입품목	<p>site network의 일부분이며 태국, 말레이시아, 베트남 및 필리핀 등 다른 동남아시아 국가에서도 운영됨.</p> <p>인도네시아 시장은 Lazada website의 동남아 시장 점유율 중 가장 높으며, Lazada의 매출에 30%를 차지함.</p> <p>웹사이트 방문객은 약 25만 명 정도이며, 평균 하루에 3천건의 주문이 접수되며, 그중 60%는 남성고객임. 2012년 가장 매출이 높은 상품군은 일반 휴대폰 및 스마트폰, 휴대폰 배터리, 화장품 등임.</p> <p>2012년 12월까지 Lazada Indonesia는 크게 12개 제품 카테고리 및 2만 5천개의 상품을 판매함.</p> <p>Lazada.co.id에서 취급하는 상품은 다음과 같음: 컴퓨터, 노트북, 휴대폰, 태블릿 PC, 디지털 카메라, 가전제품, 가정용품, 건강 및 미용 제품, 장난감, 유아용품, 가방, 차량, 스포츠 및 음악장비, 패션 및 악세사리 등</p> <p>Alexa에 따르면, 고객의 성비율은 남성이 많으며, 95%가 인도네시아 사람이며, 거래횟수 랭킹은 39위임.</p> <p>Daily Reach of lazada.co.id (Dec 2012 - May 2013)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Daily Reach (percent) lazada.co.id</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Estimated percentage of global internet users who visit lazada.co.id</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Reach %</th> <th>Change</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Yesterday</td> <td>0.043%</td> <td>+10% ↑</td> </tr> <tr> <td>7 day</td> <td>0.0429%</td> <td>-4.80% ↓</td> </tr> <tr> <td>1 month</td> <td>0.0416%</td> <td>-0.81% ↓</td> </tr> <tr> <td>3 month</td> <td>0.0408%</td> <td>+40.8% ↑</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>		Reach %	Change	Yesterday	0.043%	+10% ↑	7 day	0.0429%	-4.80% ↓	1 month	0.0416%	-0.81% ↓	3 month	0.0408%	+40.8% ↑
	Reach %	Change														
Yesterday	0.043%	+10% ↑														
7 day	0.0429%	-4.80% ↓														
1 month	0.0416%	-0.81% ↓														
3 month	0.0408%	+40.8% ↑														

업체명	TOKOPEDIA
브랜드 네임	Tokopedia.com
설립연도	2009
매출규모	N/A
고용인원	15
홈페이지	www.tokopedia.com
비즈니스 업종	C2C Online store
담당자명(직위)	Mr. William Tanuwijaya (CEO)
전화/팩스	(62-21) 5369-1015
이메일	contact@tokopedia.com
주소	Graha Handaya Unit R,S,T. Jl. Raya Perjuangan No. 12,

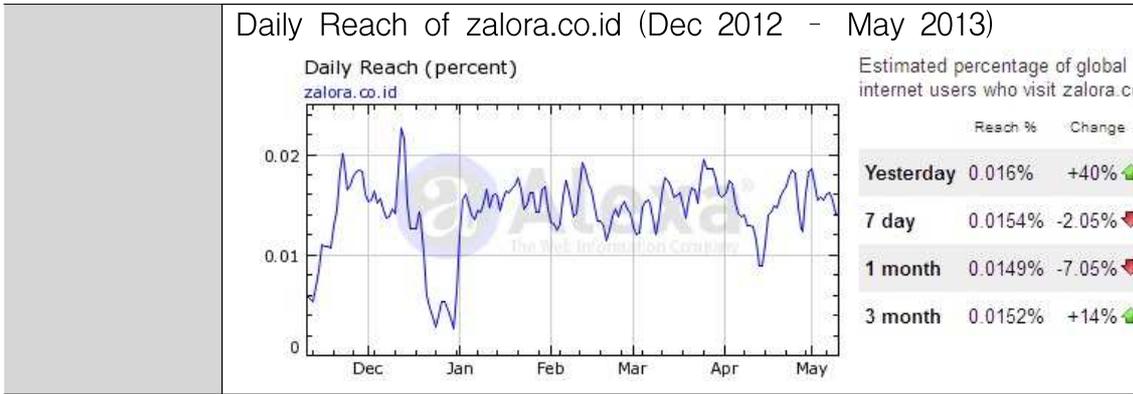
	Kebon Jeruk - Jakarta Barat 11530															
한국과의 거래 경험(품목)	N/A															
주요 수입국/수입품목	<p>Tokopedia.com는 2009년 8월 17일 처음으로 온라인 마켓에 진출했음. 회사는 Indonusa Dwitama로부터 약 26만 달러를 자본금으로 융자받아 사업을 시작했음. 2011년 4월 19일 일본으로부터 70만 달러의 투자를 받았음.</p> <p>2012년 Tokopedia.com에는 1만 5,000명의 판매자와 36만개의 상품이 있으며, 1천 500만개의 웹 페이지가 있으며, 월평균 홈페이지 방문객 수와 거래량은 각각 80만 명, 85만 달러 규모임.</p> <p>C2C store에서 Tokopedia.com는 판매자와 구매자의 중개자 역할을 하며, 매거래 시 거래액의 2%를 수수료로 부과함.</p> <p>Tokopedia는 18개의 상품 카테고리를 가지고 있으며, 건강 및 미용, 의류, 패션 및 악세사리, 휴대폰, 태블릿 PC, 노트북, PC, 가정 및 사무용품, 선물 및 악세사리, 전자제품, 유아용품, 카메라 및 비디오, 장난감, 차량, 음식료, 스포츠 용품 등</p> <p>Daily Reach of tokopedia.com(Dec 2012 - May 2013)</p> <table border="1"> <caption>Estimated percentage of global internet users who visit tokopedia.com</caption> <thead> <tr> <th></th> <th>Reach %</th> <th>Change</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Yesterday</td> <td>0.024%</td> <td>-10.22%</td> </tr> <tr> <td>7 day</td> <td>0.0253%</td> <td>+8%</td> </tr> <tr> <td>1 month</td> <td>0.0242%</td> <td>+10%</td> </tr> <tr> <td>3 month</td> <td>0.0232%</td> <td>+23%</td> </tr> </tbody> </table>		Reach %	Change	Yesterday	0.024%	-10.22%	7 day	0.0253%	+8%	1 month	0.0242%	+10%	3 month	0.0232%	+23%
	Reach %	Change														
Yesterday	0.024%	-10.22%														
7 day	0.0253%	+8%														
1 month	0.0242%	+10%														
3 month	0.0232%	+23%														

업체명	BHINNEKA MENTARI DIMENSI
브랜드 네임	Bhinneka.com
설립연도	1993
매출규모	N/A
고용인원	260 People
홈페이지	www.bhinneka.com
비즈니스 업종	B2C Online Store
담당자명(직위)	Mr. Hendrik Tio (President Director)

	Mrs. Sandra Ong (Manager Contact / Business Development)															
전화/팩스	(62-21) 426-1617, 422-9555 / (62-21) 425-7787															
이메일	sandra.ong@bhinneka.com															
주소	Jl. Gunung Sahari Raya 73C No. 5-6 Jakarta, DKI Jakarta 10610 Indonesia															
한국과의 거래 경험(품목)	N/A															
주요 수입국/수입품목	<p>1993년 설립된 이래로 Bhinneka.Com은 웹기반의 온라인 서비스 http://www.bhinneka.com를 통하여 하드웨어 및 소프트웨어 유통업에 주력하고 있음.</p> <p>100만 루피아로 사업을 시작했지만 지금은 유명한 컴퓨터 판매 웹사이트이며 연매출이 600억 루피아에 달함.</p> <p>Bhinneka.com는 이미 네티즌들 사이에서는 인지도가 높으며, 보통 자카르타, 반둥, 수라바야, 발리, 마카사르에서 많이 주문이 들어옴. 웹사이트 방문고객 수는 평균 하루에 5만명 정도임.</p> <p>현재 Bhinneka.Com는 자카르타와 쪰부부르에 약 7개의 오프라인 매장도 보유하고 있음.</p> <p>웹사이트는 남성들에게 더 인기가 많으며, 보고르에서 인기가 많음. Bhinneka.Com를 찾는 방문고객들은 평균 하루에 5.3쪽의 웹페이지를 살펴봄.</p> <p>Daily Reach of bhinneka.com(Dec 2012 - May 2013)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Reach %</th> <th>Change</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Yesterday</td> <td>0.0333%</td> <td>+8% ▲</td> </tr> <tr> <td>7 day</td> <td>0.0321%</td> <td>-2.20% ▼</td> </tr> <tr> <td>1 month</td> <td>0.0315%</td> <td>-0.73% ▼</td> </tr> <tr> <td>3 month</td> <td>0.0322%</td> <td>+0.9% ▲</td> </tr> </tbody> </table>		Reach %	Change	Yesterday	0.0333%	+8% ▲	7 day	0.0321%	-2.20% ▼	1 month	0.0315%	-0.73% ▼	3 month	0.0322%	+0.9% ▲
	Reach %	Change														
Yesterday	0.0333%	+8% ▲														
7 day	0.0321%	-2.20% ▼														
1 month	0.0315%	-0.73% ▼														
3 month	0.0322%	+0.9% ▲														

업체명	FASHION ESERVICE INDONESIA - ZALORA INDONESIA
브랜드 네임	Zalora.co.id
설립연도	2012
매출규모	N/A
고용인원	200 - 500 People

홈페이지	www.zalora.co.id
비즈니스 업종	B2C Online Store
담당자명(직위)	Mrs. Catherine Sutjahyo (Director) Mrs. Bianca (Business Development) Mrs. Fika Pratiwi (Business Development & PR Manager) Mrs. Emulatsih (General Affair)
전화/팩스	(62-21) 2949-0111
이메일	emulatsih@zalora.co.id
주 소	Jl. Gatot Subroto Kav 71-73, Menara Bidakara 1, 17th Floor Pancoran, Jakarta Selatan, Jakarta
한국과의 거래 경험(품목)	N/A
주요 수입국/수입품목	<p>ZALORA Indonesia 쇼핑웹사이트는 패션관련 해외 및 현지 패션 브랜드 상품 및 관련제품을 제공함.</p> <p>ZALORA는 최신 트렌드에 맞춰 남성 및 여성을 위한 신발, 의류, 핸드백, 악세사리, 미용제품을 제공함.</p> <p>SML, Nike, Adidas, Fila, Volcom, Surfer Girl등 많은 브랜드 상품을 제공함.</p> <p>ZALORA Indonesia는 2012년에 설립되었으며, 유럽에서 가장 큰 온라인 쇼핑몰 사이트인 Zalando의 하나의 지사임. 제품이 마음에 들지 않을 경우 반환을 보증하며, 배송 비용은 청구되지 않음.</p> <p>ZALORA Group International은 아시아에서 인도네시아, 싱가포르, 말레이시아, 베트남, 대만, 태국, 필리핀에 지사를 운영하고 있음.</p> <p>Zalando는 온라인 마켓으로 잘 알려진 Rocket Internet의 프로젝트 중 하나임. Rocket Internet은 사이트 운영상 필요한 기술적 기능을 지원함. 본사는 독일 베를린에 위치해 있으며, Zalando, TopTarif, eDarling, Groupon (이전 CityDeal)등 도 운영하고 있음.</p> <p>2012년에는 Rocket Internet은 인도네시아로 사업을 확장했으며, PricePanda Indonesia, Zalora Indonesia, Lazada Indonesia, OfficeFab, FoodPanda등을 설립함.</p> <p>Rocket Internet은 많은 상업적 웹사이트 및 온라인 마켓을 설립했으며, 차별화된 제품을 인도네시아의 모든 분야에 전자상거래 사이트를 운영하고 있음.</p> <p>Alexa에 따르면, 사이트를 찾는 고객의 94%는 인도네시아 지역이며, 상품거래 횟수는 랭킹 127위임.</p>



업체명	BUKALAPAK.COM
브랜드 네임	Bukalapak.com
설립연도	2011
매출규모	N/A
고용인원	11 - 50 People
홈페이지	www.bukalapak.com
비즈니스 업종	C2C Online Store
담당자명(직위)	Mr. Achmad Zaky (Founder/Chief Executive Officer) Mr. Adhitya (Marketing)
전화/팩스	(62-21) 799-7358 / (62-21) 769-5155
이메일	adhitya@bukalapak.com
주 소	Graha Prawira, 2nd Floor, Jl. Mampang Prapatan Raya No. 18 Jakarta Selatan, Jakarta 12790 Indonesia
한국과의 거래 경험(품목)	N/A
주요 수입국/ 수입품목	<p>Bukalapak.com은 자전거의 틈새시장을 공략하는 신흥 C2C 전자상거래 회사임. 회사는 2010년에 설립 되었으며 약 4만 명의 판매자와 6만 명의 유저를 보유하고 있음. 회사 지분의 약 25%는 투자 전문 기업 Batavia Incubator가 소유하고 있음.</p> <p>Batavia Incubator는 일본의 Rebright Partners와 인도네시아의 Corfina Group간의 합작투자 회사이며, 일본인 Mr. Takeshi Ebihara가 Bukalapak.com의 이사진 중 한명임.</p> <p>Bukalapak의 하루 평균 거래량은 약 100회이며, 하루 평균 매출은 200달러 정도임.</p> <p>Bukalapak의 수익은 미디어 광고와 상품 거래건 수당 1%의 수수료를 판매자에게 부과하는 것에서 나옴.</p>

현재 부정거래 방지를 위해 Bukalapak.com은 Bank BCA, Bank Mandiri와 협력하고 있음.

Bukalapak.com의 호자 상품군은 자전거, 휴대폰, 디지털 카메라이며, 7개의 상품 카테고리에 주력하고 있음.: 자전거, 카메라, 휴대폰, 전자제품, 컴퓨터, 패션, 엔터테인먼트, 가전제품.

Bukalapak.com의 거래횟수 랭킹은 131위이며, 남성에게 인기가 많음. 방문객은 평균 페이지 당 43초 시간을 할애하며, 총 6분 동안 사이트를 살펴봄.

Daily Reach of bukalapak.co (Dec 2012 - May 2013)

	Reach %	Change
7 day	0.0156%	+6%
1 month	0.0146%	+23%
3 month	0.0122%	+61%

업체명	RAKUTEN - MNC
브랜드 네임	Rakuten.co.id
설립연도	27 December 2010
매출규모	N/A
고용인원	50
홈페이지	www.rakuten.co.id
비즈니스 업종	B2C Online Store
담당자명(직위)	Doddy B. Ekaputra (Marketing Head)
전화/팩스	+6221 - 391 0555
이메일	info@rakuten.co.id
주 소	12A Floor, MNC Tower, Jl. Kebon Sirih No. 17-19, Jakarta Pusat, 10340
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/수입품목	<p>회사는 일본의 Rakuten Inc(지분 51%)와 Global Mediacom (MNC Group/지분 49%)간의 합작투자 회사이며, Rakuten Indonesia의 초기 자본금은. 약 618만 달러 정도임.</p> <p>2013년 3월 MNC는 회사의 주식을 매도하기로 결정했으며, 두 회사는 합작을 종료하기로 합의함. 지금까지 사이트는 Rakuten Inc에 의해 운영되고 있음.</p>

	<p>2012년 말까지 Rakuten은 400여개의 판매업자와 협력하고 있으며, 판매실적은 전년대비 131% 상승함. 높은 판매실적은 2012년간 438% 성장한 모바일 장치 판매실적에서 기인한 것임.</p> <p>총 판매의 약 55%는 자카르타 지역에서 이루어짐.</p> <p>Rakuten은 총 12개 상품 카테고리를 보유하고 있으며, 총 20만개의 상품을 취급함: 단순 기계제품, 카메라, 전자제품, 가전제품, 컴퓨터 및 오디오, 패션, 미용 및 화장품, 식료품, 서적, 장난감, 차량, 건강, 스포츠, 음악용품, 유아용품 등</p>
--	---

업체명	AGNAPROSPERINDO ABADI
브랜드 네임	Lojai.com
설립연도	October 2010
매출규모	USD 10,000 - 50,000
고용인원	20
홈페이지	www.lojai.com
비즈니스 업종	B2C Online Store
담당자명(직위)	Mr. Agus Tjandra (Director)
전화/팩스	+6221 - 53663 777 / +6221 - 53663 053
이메일	agusttjandara@gmail.com
주 소	Grand ITC Permata Hijau, Emerald No. 25, Jl. Arteri Permata Hijau, Jakarta Selatan 12210
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/수입품목	<p>Lojai.com은 전자상거래 시장에서 신용카드 결제 시스템을 처음으로 도입한 업체임. 또한 처음으로 12개월 무이자 할부 결제와 3D 보안 코드를 도입하여 안전한 결제 시스템을 제공함. 이는 650만 명의 신용카드 사용자가 있는 인도네시아에서 Lojai.com의 최대 강점임. 지금까지 회사는 14개의 현지 및 해외 은행과 협력하여 쉽고 안전한 결제 시스템을 제공하고 있음.</p> <p>30여개의 공급업체에서 20만개의 상품을 공급받고 있으며, 가격대는 대략 3만에서 1천만 루피아 사이임.</p> <p>Lojai.com은 13개의 상품 카테고리를 가지고 있음: 컴퓨터 및 카메라, 휴대폰, 단순 기계제품, 기계 악세사리, 건강제품, 스포츠 용품, 차량용품, TV 및 오디오, IT제품, 장난감, 주방용품, 가정 및 사무용품, 음악관련 제품 등</p>

업체명	GIOSIS GMARKET INDONESIA
브랜드 네임	Gmarket, Qoo10.co.id

설립연도	2012 (in Indonesia)
매출규모	N/A
고용인원	20
홈페이지	www.qoo10.co.id
비즈니스 업종	C2C Online Store
담당자명(직위)	Mr. Ranggaditya K. (South East Asia Division Manager)
전화/팩스	+6221 - 2934 3500 (ext 378)
이메일	rangga@giosis.net
주 소	Prudential Centre Kota Kasablanka, Lantai 20 AB, Jl. Casablanca Kav. 88, Jakarta Selatan - Indonesia
한국과의 거래 경험(품목)	있음
주요 수입국/ 수입품목	<p>Giosis Gmarket은 인도네시아 및 여러 나라(한국, 중국, 일본, 홍콩, 말레이시아, 싱가포르 등)에서 운영되는 G Market online store의 해외법인임. Giosis Gmarket은 한국 업체였으나 2009년 이베이가 12억 달러로 인수함.</p> <p>Gmarket Indonesia는 2012년에 진출했으며, C2C 전자상거래와 유사한 컨셉이며 매 거래 당 12% 수수료를 판매자에게 부과함.</p> <p>Gmarket Indonesia의 판매자와 제품의 대부분은 한국, 싱가포르 업자 및 제품이며, 인도네시아로 배송되기까지 약 3일에서 1주가량 시간이 소요됨.</p> <p>Gmarket Indonesia는 대표적으로 5개의 상품 카테고리를 가지고 있음.: 패션 및 의류, 미용 및 스포츠, 디지털 및 모바일, 가정용품 및 차량, 유아용품, 식품, 서적 및 음악 등임.</p> <p>Alexa에 따르면 Qoo10.co.id는 여성 방문객이 60-70%이며, 주문은 자카르타에서 주로 이루어짐.</p>

VI. 주요 벤더 정보, 관련 기관, 관련 전시회 정보

1. 주요 벤더 리스트

업체명	NEOFLAM INDONESIA
설립년도	2011
매출규모	N/A
고용인원	10 People
홈페이지	www.neoflam.com
제품종류	Distributor of Kitchenware
담당자명/직위	Mr. Agam Ferdiansyah (Marketing Manager)
전화번호/팩스	(62-21) 723-6489 / (62-21) 723-6487
이메일	agam.topomore@gmail.com neoflamindonesia@gmail.com
주소	Masima Building, Jl. Melawai Raya No 111 Kramat Pela, Jakarta Selatan 12130, Jakarta, Indonesia
한국과의 협력 경험	있음
특이사항	Neoflam은 주방용품 전문 제조업체로 1991년 한국에서 설립됨.
납품 유통점	MNC Shop

업체명	ANEKA DIMARCO
설립년도	1985
매출규모	N/A
고용인원	50 People
홈페이지	N/A
제품종류	Importer, Distributor : Household
담당자명/직위	Mr. Gunadi Purnama (Managing Director)
전화번호/팩스	(62-21) 6385-8674 / 62-21-6385-4588, 631-3039 Mobile : 62-815-1980-2000
이메일	dci@dnet.net.id
주소	Komplek Green Ville Blok A5-38 Jakarta 11510
한국과의 협력 경험	있음
특이사항	주방용품과 가전제품을 판매하고 있으며, 해피콜 후라이팬을 한국으로부터 수입.
납품 유통점	Lejel Home Shopping, Gogomall Home Shopping

업체명	Lock & Lock Indonesia
설립년도	2008
매출규모	N/A
고용인원	+/- 20 People
홈페이지	www.locknlock.co.id
제품종류	Distributor of Plastic Kitchenware
담당자명/직위	Mrs. Cathy (Marketing Manager)
전화번호/팩스	(62-21) 5794-8200 / (62-21) 5794-8201
이메일	cathy@locknlock.com Indonesia@locknlock.com
주소	Menara Prima, 22nd Floor, Jl. Lingkar Mega Kuningan Block 6.2, Jakarta Selatan, 12950
한국과의 협력 경험	있음
특이사항	락앤락 밀폐용기를 유통하는 업체임.
납품 유통점	MNC Shop, Lejel Home Shopping, Living Social, Yes24.co.id

2. 관련 전시회 정보

전시회명	SHOP FAIR - The Online Shopping Fair
개최시기	13-14 July 2012
장소	Epicentrum Walk Mall, Jakarta
주최기관	Ideoworks - Digital Media & Creative Agency
규모	Audience : 3,000 People Number of Booth : 40 Units
전시업체/ 참가업체 수	Lazada, tokopedia, buzzwork, dealgoing.com, merahputih, zalora, blibli.com, kaskus, myticket, bhinneka.com, shopashop.net, konek.us, lakubgt.com, and others.
전시분야/품목	Fashion, Accessories, Shoes, Bags, Home Décor, Books, Gadgets, Household, Kitchenware, Jewellery, and others.
담당자명/직위	Mr. Andi S. Boediman (Director of Ideoworks) Mrs. Dellawati Wijaya (Account & Partnership Director)
전화번호/팩스	Mobile : +62-813-985-99664
이메일	/
주소	/
웹사이트	http://www.shopfair.net
특이사항	해당 전시회는 인도네시아에서 처음으로 열린 온라인

	<p>전자상거래 행사임. 다음 전시회는 일정이 없는 것으로 확인됨.</p> <p>Main Title Sponsor : Telkomsel</p> <p>Co-Sponsor : Radio 90.4 Cosmopolitan FM, Gramedia.com bookstore, Nokia, ids International Design School, epiwalk</p>
--	---

3. 관련 기관, 전문지 정보

기관명	IdEA - Indonesian E-Commerce Association
설립연도	May 2012
홈페이지	www.idea.or.id
담당자명/직위	Mr. Daniel Tumiwa (Chairman) Mrs. Damayanti Ariandini (Secretariat General)
전화번호/팩스	(62-21) 2550-2625 / (62-21) 2550-2555
이메일	anti@idea.or.id contact@idea.or.id
주소	One Pacific Place, 15th Floor, Sudirman Central Business District, Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190
특이사항	Member : berniaga.com, bhinneka.com, blibli.com, dealgoing.com, GoIndonesia.com, Google, Gramedia.com, IPAYMU, Kaskus, livingsocial, plasa.com, pricearea, rumah123.com, tokobagus.com, tokopedia, veritrantz, vuzury, XL,

2013년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번호	제목	발간일자
13-001	오바마 재선에 따른 경제.통상정책 방향 전망과 시사점	2013.1
13-002	2013년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.1
13-003	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 공작기계 (머시닝센터) -	2013.1
13-004	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타골프용품 -	2013.1
13-005	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 안경테 -	2013.1
13-006	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리에스터 단섬유 -	2013.1
13-007	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리프로필렌 테이프 -	2013.1
13-008	선진국의 미래산업 육성정책	2013.2
13-009	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 광케이블 -	2013.2
13-010	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타전동공구 -	2013.2
13-011	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타컴퓨터주변기기 -	2013.2
13-012	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 펌프 -	2013.2
13-013	미국 제조업 경쟁력 강화 정책 및 시사점	2013.2
13-014	한-콜롬비아 FTA 효과 및 활용방안	2013.2
13-015	떠오르는 이라크 재건설장을 선점하라	2013.2
13-016	주요국 환율변동에 따른 해외시장 동향과 진출여건	2013.2
13-017	엔저하의 수출 경쟁력 현황 및 전망	2013.2
13-018	한미 FTA 발효 1주년, 대미 수출 성과 분석	2013.3
13-019	일본의 대인도 진출전략 및 대응방안	2013.3
13-020	독일 직업교육 훈련제도 현황 및 시사점	2013.3
13-021	중소기업 신규 수출확대 유망품목 주요 시장 동향 <기타 무선통신기기>	2013.3
13-022	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 플라스틱 가공제품 -	2013.3
13-023	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 편직물 (인조섬유제) -	2013.3
13-024	세계의 공장으로 부상하는 멕시코	2013.3
13-025	인도의 CSR 정책과 시사점	2013.3
13-026	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 유리 저장 용기 -	2013.3
13-027	미국-EU FTA 추진현황과 향후 시사점	2013.3
13-028	日 제조업 경쟁력 강화 정책 현황 및 시사점	2013.3

13-029	2013년 2분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.4
13-030	중소기업 신규 수출확대 유망품목 < X선 및 방사선기기부품 >	2013.4
13-031	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기초화장품 -	2013.4
13-032	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 합성수지·합성고무 -	2013.4
13-033	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 밸브·기타기계류 -	2013.4
13-034	중소기업 신규 수출확대 유망품목 시장동향 및 진출방안 <스키 헬멧>	2013.4
13-035	Post Chavez, 변화와 전망	2013.4
13-036	2013년 美 USTR 무역장벽보고서 평가 및 시사점	2013.4
13-037	한·터키 FTA 10대 수출 유망품목 및 진출방안	2013.4
13-038	최근 대한 수입규제 동향과 향후 전망	2013.4
13-039	Putin 취임 1주년 경제 진단 및 전망	2013.5
13-040	유럽 온라인 유통시장 현황 및 진출방안 - 서유럽편 -	2013.5
13-041	유럽 온라인 유통시장 현황 및 진출방안 - 동유럽·북유럽편 -	2013.5
13-042	미얀마 경제제재 완화 1년과 향후 전망	2013.5
13-043	핀란드 창업·재취업 프로그램 현황 및 시사점	2013.5
13-044	日 엔고극복 사례가 주는 엔저원고시대의 시사점	2013.5
13-045	CIS 대형 유통망 현황 및 진출 방안	2013.6
13-046	기업에 공유가치를 입혀라~창조경제를 만든 해외기업의 CSV 사례~	2013.6
13-047	방글라데시 의류산업 사업환경 변화와 시사점	2013.6
13-048	호주 자원개발 현황과 진출전략	2013.6
13-049	2013년 3분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.6
13-050	한-EU FTA 2주년 성공사례 및 주요 바이어 반응조사	2013.6
13-051	2013년 하반기 지역별 수출입 전망과 시장여건	2013.7
13-052	북미세일가스 개발 동향 및 한국기업 진출전략	2013.7
13-053	'Rich Africa, Blue Africa' - 경제통상 협력을 통한 아프리카 진출 확대 방안	2013.8
13-054	북미 온라인 유통시장 진출방안 - 미국편 -	2013.9
13-055	북미 온라인 유통시장 진출방안 - 캐나다편 -	2013.9
13-056	독일 메르켈 총리 재집권에 따른 정책 방향 및 시사점	2013.9
13-057	태평양동맹 현황 및 활용전략	2013.9
13-058	2013년 4분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.10
13-059	유럽 M&A 시장 동향 및 진출방안	2013.10

13-060	일본경제 및 한일협력 확대 방안	2013.10
13-061	日 아베노믹스 실시성과 중간점검 및 시사점	2013.10
13-062	세계 경영환경을 바꾸는 혁신 : Reverse Innovation	2013.10
13-063	신홍국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(아세안편)	2013.11
13-064	신홍국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(중남미편)	2013.11
13-065	신홍국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(중동편)	2013.11
13-066	신홍국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(CIS편)	2013.11
13-067	2013 칠레 신정부 출범과 향후 전망	2013.11
13-068	2014년 지역별 수출입 전망 및 시장여건	2013.12
13-069	떠오르는 신홍공업국, 베트남	2013.12
13-070	기술로 빛은 특화된 제조국, 이스라엘	2013.12
13-071	유럽 제조업 경쟁력 2위, 폴란드	2013.12
13-072	MENA지역의 제조업 MEKA, 이집트	2013.12
13-073	개방으로 눈뜬 제조업, 인도	2013.12
13-074	신홍국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-필리핀	2013.12
13-075	신홍국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-싱가포르	2013.12
13-076	신홍국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-인도네시아	2013.12
13-077	신홍국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-터키	2013.12
13-078	신홍국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-바르샤바	2013.12

□ KOCHI자료

번호	제목	발간일자
13-001	대만시장에서 한류 활용하기	2013.1
13-002	[중국 석학에게 듣는다] 2013 중국 경제 전망	2013.2
13-004	中國寶庫-양회시리즈	2013.5
13-005	중국을 움직이는 파워엘리트 400인 (Who's who in China's Leadership)	2013.6
13-006	중국 온라인쇼핑 시장현황과 히트상품 분석	2013.8
13-007	중국 중서부 투자 우대산업 목록	2013.9

□ KOTRA자료

번호	제목	발간일자
13-001	해외 주요국 투자인센티브 현황 및 사례조사	2013.1

13-002	외국인을 위한 법인설립 안내	2013.1
13-003	Guide to Business Establishment in Korea	2013.1
13-004	2012년도 북한의 대외교류동향	2013.2
13-005	GCF시대에 대비한 세계그린프로젝트 수주방안	2013.3
13-006	국가HR 개선 방안 연구	2013.3
13-007	2009~2012 KOTRA 수출인큐베이터 운영 성공사례집	2013.3
13-008	2013 외국인투자 가이드	2013.4
13-009	2013 서울국제식품산업대전 참가업체 디렉토리	2013.5
13-010	국별 해외전시회 가이드	2013.5
13-011	2013 이라크-요르단 경제통상사절단 종합 결과 보고서	2013.5
13-012	2012 외국인투자옴부즈만 연차보고서	2013.5
13-013	Foreign Investment Ombudsman 2012	2013.5
13-014	엔저가 일본의 對한 투자에 미치는 영향	2013.5
13-015	세계 주요국 전력시장 현황	2013.5
13-016	미얀마 투자실무가이드	2013.5
13-017	2013 외국인투자상담 Q&A	2013.5
13-018	2012년도 북한의 대외무역동향	2013.5
13-019	Global Green Hub Korea 2013 결과보고서	2013.5
13-020	2013 글로벌취업창업대전 결과보고서	2013.6
13-021	중소기업을 위한 온라인 수출 마케팅 가이드	2013.6
13-022	이것이 글로벌 명품전시회다	2013.6
13-023	2013 Doing Business in Korea	2013.6
13-024	러시아 프로젝트 진출 가이드	2013.6
13-025	유럽 비즈니스 워크 개막 세미나 (공공조달 진출 전략)	2013.6
13-026	브라질 태양광 프로젝트 예비조사 보고서	2013.6
13-028	UNCTAD World Investment Report 2013 요약 번역본 (국제가치사슬: 성장을 위한 투자와 무역)	2013.7
13-029	2013 전략적제휴 안내서	2013.8
13-031	글로벌 중소기업, DNA부터 다르다	2013.8
13-032	사하라이남 아프리카 전력인프라 현황 및 진출방안	2013.8
13-033	2013 서울국제식품산업대전 결과보고서	2013.8
13-034	멕시코 투자실무가이드	2013.8
13-035	투자실무가이드 - 네덜란드 -	2013.8
13-036	2012년 글로벌 FDI 동향	2013.8
13-037	2013 U턴기업 지원 종합가이드	2013.9

13-038	신흥국 제조업 지도 : 어디서? 무엇을?	2013.9
13-039	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안	2013.9
13-040	글로벌 창업 종합가이드	2013.3
13-041	신흥국 진출의 패러다임을 바꾸다: Volume Zone & Reverse Innovation	2013.9
13-042	2012년도 Invest KOREA 연차보고서	2013.10
13-043	러 물류-운송 서비스 시장동향 및 전망	2013.9
13-044	2013년 주요 투자유망국(중국, 베트남, 인도네시아, 브라질, 미얀마) 투자환경 비교	2013.10
13-045	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안	2013.10
13-046	터키 투자실무가이드	2013.10
13-047	UN근무 30년 경력자가 들려주는 UN조달 쉽게하기	2013.10
13-048	제 10회 대전 국제 농기자재 및 우수종자 전시회(TAMAS 2013) 디렉토리	2013.10
13-049	2013 Labor Law Guide for Foreign Investors	2013.10
13-050	2014년 해외시장 진출 호부진 품목	2013.10
13-051	국제 CSR 동향분석 및 시사점	2013.10
13-052	2014년 해외 수출유망 품목 및 국가 현황	2013.11
13-053	러시아 바이오매스 프로젝트 예비조사 보고서	2013.11
13-054	2013 외국인투자기업경영환경애로조사	2013.11
13-055	2013 외국인투자기업생활환경애로조사	2013.11
13-056	2013 외국인투자기업 투자환경조사 ~15개사 외투기업 심층인터뷰 결과~	2013.11
13-057	Invest KOREA Annual Report 2012	2013.11
13-058	내수 및 수출초보기업의 수출성공시대를 향한 힘찬 첫걸음	2013.12

□ 설명회자료

번호	제목	발간일자
13-001	2013 세계시장 진출전략 설명회	2013.1
13-002	2013 중국3대 유망시장 설명회	2013.1
13-003	2013년 전략시장 협력 파트너쉽 포럼	2013.1
13-004	Iraq-Korea Business Forum	2013.3
13-005	Reshoring to KOREA - 국내 U턴기업 지원제도 및 투자환경 설명회 -	2013.4
13-006	2013년 제1회 차이나 커뮤니티 세미나	2013.3
13-007	Global Project Plaza 2013	2013.5

13-008	2013 철도 기자재 조달 플라자 Railway Procurement Plaza 2013	2013.5
13-010	2013년 유럽 주요국 대형유통망 현황 조사	2013.6
13-011	선진 ESCO시장 진출전략 설명회	2013.6
13-012	Europe Business Week 2013 - 유럽 유통망 진출전략 설명회 -	2013.6
13-013	Europe Business Week 2013 - 유럽 공공조달 진출전략 설명회 -	2013.6
13-014	한-미얀마 비즈니스 포럼	2013.6
13-015	2013 국제금융기구(MDB) 조달 설명회	2013.6
13-016	베트남연안국 비즈니스포럼	2013.7
13-017	이란 대체시장 설명회	2013.7
13-018	'중국新도시화 정책과 활용전략' 설명회 Korea-China Biz Plaza 2013	2013.9
13-019	신홍시장 주요 트렌드 및 진출방안	2013.9
13-020	자동차, 프로젝트 분야 진출전략 세미나	2013.9
13-021	ICT, 유통업, 의료서비스업 분야 진출전략 세미나	2013.9
13-022	중남미 새로운 기회: Post Chavez, 그리고 태평양 동맹	2013.9
13-023	CIS 대형 유통망 진출전략 세미나	2013.9
13-024	아프리카 진출 파이낸싱 전략 세미나	2013.9
13-025	아시아 온라인 유통망 진출전략 세미나	2013.9
13-026	신홍시장 투자진출 리스크와 기회 포럼	2013.10
13-027	Korea-Iraq Rebuilding Project Plaza	2013.10
13-028	2013 UN 조달 설명회	2013.10
13-029	Chemical Innovation with Korea 포럼	2013.10
13-030	중국 특화 지역개발 설명회	2013.10
13-031	2016 리우 올림픽 조달 설명회	2013.11
13-032	해외 CSR 사업화 포럼	2013.10
13-033	한국-폴란드 경제협력포럼	2013.10
13-034	Asia Water Development Project Plaza	2013.11
13-035	한국-라오스 비즈니스 포럼	2013.11
13-036	주요3국 지재권분쟁 대응방안 설명회	2013.11
13-037	Taking Off Prepared Semiconductor	2013.11
13-038	MENA Project Partnership	2013.12
13-039	Korean Medical Healthcare Industry Insight	2013.12
13-040	선진시장 소비트렌드 및 진출전략 설명회	2013.12

작성자

- ◆ 자카르타무역관 윤여필 과장
- ◆ 신흥시장팀 안성희 과장

Global Market Report 13-076

신흥국 온라인 유통시장 동향과
진출방안-인도네시아

발행인 | 오영호
발행처 | KOTRA
발행일 | 2013년 12월
주소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2013 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.