

신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안 - 필리핀 -



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 필리핀 온라인 유통시장 현황과 특징 / 2

II. 필리핀 온라인 유통시장 구조 / 12

III. 온라인 유통시장 정부정책 및 규제 / 16

IV. 우리기업의 진출 방안 / 18

V. 주요업체 정보 / 20

VI. 주요 벤더 정보, 관련 기관, 관련 전시회 정보 / 22

요 약

- 필리핀 온라인 유통시장 규모는 2012년 기준 170억 페소(약 4.1억 달러)로, 인터넷 쇼핑시장이 139억 페소(약 3.4억 달러), 홈쇼핑과 모바일 쇼핑시장이 나머지를 차지함
 - 필리핀의 2012년 홈쇼핑 매출은 전년대비 8% 증가
 - 의류, 여행 음악, 건강 및 뷰티, 생활용품 등 다양한 분야의 제품
- 필리핀 온라인 유통시장은 초기 형성 단계로 필리핀정부의 온라인산업 육성 계획은 이제 막 시작한 단계로 볼 수 있음
 - 필리핀정부는 최근 ICT산업과 인프라에 대한 집중적인 육성 정책을 펴고 있으며, 필리핀의 온라인 유통시장 인프라는 향후 성장이 매우 기대되는 분야임
- 호텔 예약, 항공권 구매가 온라인 쇼핑의 가장 큰 비율을 차지하였으며, 의류, 화장품, 전자기기 등이 뒤를 이었음
 - 한국기업이 강점을 가지고 있는 화장품 및 전자기기 중심의 진출이 유망할 것으로 보임
 - 까다로운 직접투자 제한 제도가 있는 만큼 필리핀 온라인 샵에 제품을 납품하는 중간 구매상을 통한 간접진출 혹은 현지 브랜드와의 파트너십 계약을 통한 진출 전략이 유리할 것으로 전망
- 필리핀 온라인 유통시장은 2010~ 2015년까지 규모 면에서 5배 이상 성장할 것으로 예상되고 있음.
 - 유망한 품목으로는 음악, 비디오, 엔터테인먼트가 46% 수준의 성장률을 보이며 업계를 이끌 것으로 내다봤으며, 의류, 전자기도 시장규모 확대에 따라 진출기회가 늘어날 것으로 보고 있음

I. 필리핀 온라인 유통시장 현황과 특징

1. 시장 현황

- 필리핀 E-commerce협회(DCOM)와 Euromonitor 분석에 따르면, 2012년 기준 필리핀 온라인시장 규모는 170억 페소(약 4.1억 달러)에 이르는 것으로 추정
 - 인터넷 쇼핑시장이 139억 페소(약 3.4억 달러), 홈쇼핑과 모바일 쇼핑시장이 나머지를 차지함. (1US달러 : 41PHP 기준)

① TV 홈쇼핑

- 필리핀의 2012년 홈쇼핑 매출은 전년대비 8% 증가
 - 성장요인으로는 오프라인의 일반 제품들과의 차별화, 다양한 온라인 프로모션 시행 등 공격적인 마케팅이 꼽힘
 - 품목별 세부 데이터가 완전히 공개되어 있지는 않지만 홈쇼핑 시장의 전체 규모는 약 2.2억 페소(약 5백만 달러)수준으로 추정되고 있으며, 2007년 1.5억 페소(약 3.6백만 달러)에서 꾸준히 성장해 왔음
 - 특히, 가전제품의 홈쇼핑 시장은 2012년 52백만 페소(약 1.3백만 달러)로 2011년 대비 9%의 성장률을 보인 것으로 나타났으며, 주로 인구가 밀집되어 있는 메트로마닐라 중산층 이상의 가정주부들을 타겟으로 하는 제품판매가 크게 증가함

< 품목별 홈쇼핑 시장 규모 >

Ps million, retail value rsp excl sales tax						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Beauty and Personal Care	-	-	-	-	-	-
Apparel	-	-	-	-	-	-
Consumer Electronics and Video Games Hardware	-	-	-	-	-	-
Consumer Healthcare	-	-	-	-	-	-
Consumer Appliances	42.7	45.0	40.4	42.4	48.4	52.6
Home Care	1.8	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7
Home Improvement and Gardening	-	-	-	-	-	0.0
Furniture and Homewares	-	-	-	-	-	0.0
Media Products	-	-	-	-	-	-
Food and Drink	-	-	-	-	-	-
Toys and Games	-	-	-	-	-	-
Other Homeshopping	105.3	115.0	134.2	141.0	149.3	161.0
Homeshopping	149.8	161.7	176.3	185.1	199.4	215.3

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

자료 : Euromonitor International

< 품목별 홈쇼핑 시장 성장률(2007-2012) >

% current value growth, retail value rsp excl sales tax			
	2011/12	2007-12 CAGR	2007/12 Total
Beauty and Personal Care	-	-	-
Apparel	-	-	-
Consumer Electronics and Video Games Hardware	-	-	-
Consumer Healthcare	-	-	-
Consumer Appliances	8.8	4.3	23.3
Home Care	2.0	-0.8	-4.0
Home Improvement and Gardening	-	-	-
Furniture and Homewares	-	-	-
Media Products	-	-	-
Food and Drink	-	-	-
Toys and Games	-	-	-
Other Homeshopping	7.8	8.9	52.9
Homeshopping	8.0	7.5	43.8

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

자료 : Euromonitor International

② 인터넷 쇼핑

□ 온라인 쇼핑이 활성화되면서, 인터넷 쇼핑시장은 2012년 연간 11%의 두 자릿수 성장률을 기록, 약 139억 페소(3.4억 달러) 규모의 거대시장으로 성장하였음

○ 인터넷 쇼핑시장의 성장은 특히 공동구매 사이트의 활성화에 힘입은 바가 큼

- 공동구매 사이트는 여행, 음식, 건강 및 뷰티, 생활용품 등 다양한 분야의 제품을 판매하며 할인혜택 제공 등으로 소비자를 끌어들이고 있음
- 품목별 인터넷 시장규모를 보면, 의류가 전체의 27.2%인 37.9억 페소(92백만 달러) 규모로 1위를 차지하고 있으며, 미디어 12.3억 페소(30백만 달러), 가전제품 9.9억 페소(24백만 달러) 순임

< 품목별 인터넷쇼핑 시장 규모 >

Table 1 Internet Retailing by Channel: Value 2007-2012						
Ps million, retail value rsp excl sales tax						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Beauty and Personal Care	99.3	107.5	116.7	130.6	147.5	163.9
Apparel	2,592.3	2,730.6	2,923.7	3,138.3	3,391.7	3,787.5
Consumer Electronics and Video Games Hardware	32.2	38.4	51.2	57.4	67.2	75.0
Consumer Healthcare	-	-	-	-	-	-
Consumer Appliances	521.2	663.1	626.5	750.8	912.1	995.8
Home Care	1.8	1.8	1.8	1.9	2.0	2.0
Home Improvement and Gardening	27.7	28.7	29.3	30.2	31.2	32.4
Furniture and Homewares	49.7	54.7	60.9	67.9	75.9	85.0
Media Products	807.3	879.9	960.9	1,037.7	1,141.5	1,232.8
Food and Drink	73.3	78.6	70.7	73.8	77.8	82.5
Toys and Games	10.7	11.5	11.1	11.8	12.8	13.8
Other Internet Retailing	4,993.5	5,406.1	5,748.2	6,095.6	6,675.9	7,443.6
Internet Retailing	9,209.1	10,000.8	10,600.9	11,396.0	12,535.6	13,914.5
Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources						

자료 : Euromonitor International

- 품목별 성장률을 보면, 전자제품 및 비디오게임이 2007년부터 2012년까지 132.7%로 가장 빠르게 성장하였으며, 가전기기가 91.1%, 일반가구 및 가정용품도 71.2%로 높은 성장을 한 것으로 나타남

< 품목별 인터넷쇼핑 시장 성장률(2007-2012) >

% current value growth, retail value rsp excl sales tax			
	2011/12	2007-12 CAGR	2007/12 Total
Beauty and Personal Care	11.1	10.5	65.0
Apparel	11.7	7.9	46.1
Consumer Electronics and Video Games	11.7	18.4	132.7
Hardware			
Consumer Healthcare	-	-	-
Consumer Appliances	9.2	13.8	91.1
Home Care	2.9	2.3	12.1
Home Improvement and Gardening	3.9	3.2	17.0
Furniture and Homewares	12.0	11.3	71.2
Media Products	8.0	8.8	52.7
Food and Drink	6.0	2.4	12.6
Toys and Games	8.4	5.2	28.7

자료 : Euromonitor International

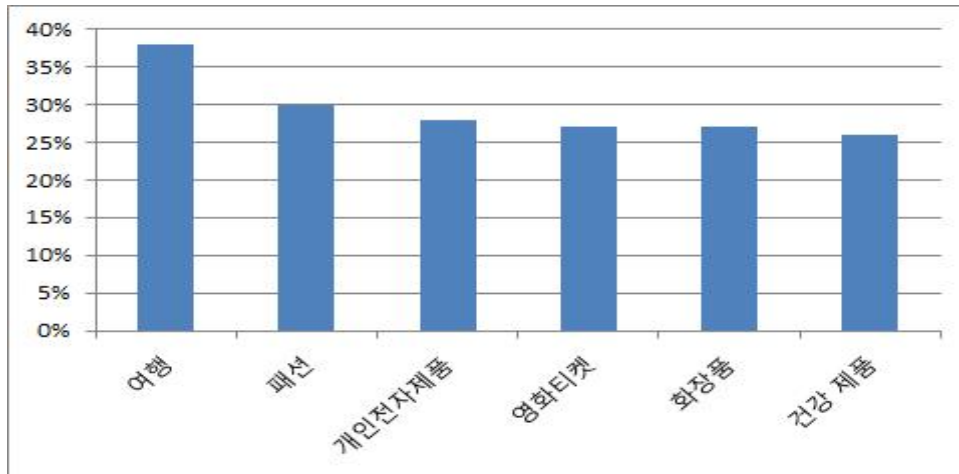
- 인터넷 쇼핑시장이 활성화됨에 따라, 2012년 신규 런칭한 인터넷 소매기업들이 눈에 띄게 증가함
- Lazada는 전자 및 가전제품 위주, Zalora는 의류전문 온라인 쇼핑 사이트로 현지 시장에서 공격적인 마케팅을 펼치고 있음

Lazada(전자기기, 가전제품 숭)	Zalora(의류전문 온라인 숭)

- 두 온라인 숭은 소비자 인식 제고와 제품판매 촉진을 위해 특히 광고부문에 적극적인 투자를 하고 있는데 필리핀 유력 일간지 홈페이지인 Inquirer.net과 종합 검색사이트 Yahoo.com. ph를 비롯하여 Twitter, Facebook 등 SNS 채널을 통한 기업홍보에 힘쓰고 있음

- 주요 구매품목은 여행(38%), 패션(30%), 전자제품(28%), 영화 티켓(27%) 순으로 비행기 및 영화 티켓의 온라인 카드결제가 활발하게 이루어지고 있음을 알 수 있음

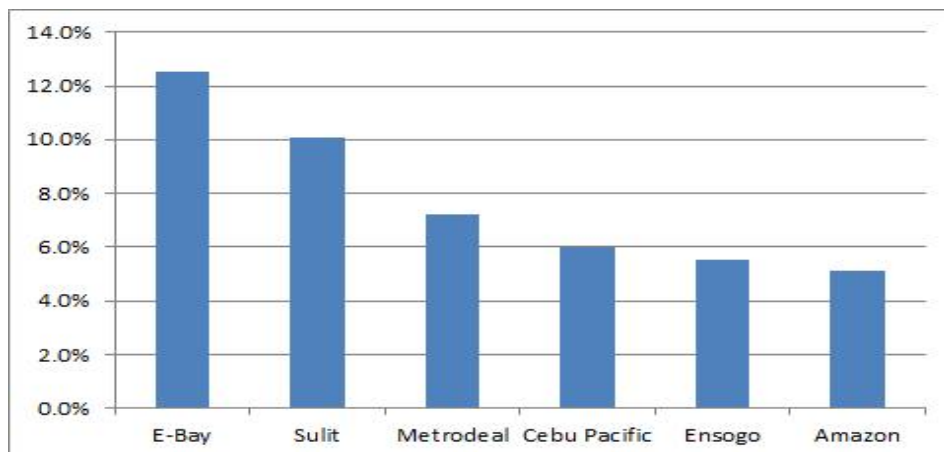
< 유형별 인터넷 카드결제 현황 >



자료 : VISA

- 유사한 분석으로 Mastercard의 인터넷 쇼핑 행동연구 보고서에 의하면 방문객비율을 기준으로 필리핀에서 가장 인기 있는 인터넷 사이트는 E-bay, Sulit(필리핀 최대 인터넷 거래사이트), Metrodeal, Cebu Pacific 순으로 나타나고 있음

< 방문객비율 기준 필리핀 최대 인터넷 사이트 >



자료 : Mastercard

- E-commerce 기반의 소매기업 뿐만 아니라 오프라인 기업들도 별도의 온라인 및 미디어마케팅 관련부서를 두고 있으며 SM(필리핀 최대 유통기업), Mercury Drug(최대 약국 체인), Bench(유명 의류브랜드) 등 대부분의 대형 소매기업들은 별도의 온라인 판매채널을 가지고 있음
- 미용 및 뷰티브랜드로 필리핀에서 널리 알려져 있는 한국의 The Body Shop도 오프라인 매장 확대와 함께 올 연말까지 온라인 스토어 개선을 추진하고 있는 것으로 알려짐

③ 모바일 쇼핑

- 필리핀은 모바일을 통해 쇼핑이 가능한 어플리케이션 및 시스템 환경이 아직 갖추어지지 않은 상태로 현황 파악이 힘들며, 인터넷 쇼핑에 포함시켜 추정할 수 있음

2. 최근 동향과 향후전망

① TV 홈쇼핑

- 필리핀의 홈쇼핑 시장규모는 향후 약 3%의 연평균 성장률을 보이면서 2017년까지 2억 5천 3백만 페소(약 6백만 달러)에 달할 것으로 예상됨
- 주요품목인 가전제품이 2017년까지 6천만 페소(1.4백만 달러)로 판매가 증가할 것으로 보이며, 주로 가정용품 및 공구를 중심으로 판매가 늘어날 것으로 추정됨
- 필리핀 홈쇼핑 시장은 도심에 거주하는 중산층 이상의 고소득 소비자들을 주요타겟으로 하고 있어 유통채널이 다양하지 못하고 규모도 크지 않은 편이나, 필리핀 중산층의 소득증대와 라이프스타일 변화에 따라 새로운 제품에 대한 수요가 점차 늘어나고 있어 시장규모는 지속 확대될 것으로 보임

< 품목별 홈쇼핑시장 전망 (2012-2017) >

Ps million, retail value rsp excl sales tax						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Beauty and Personal Care	-	-	-	-	-	-
Apparel	-	-	-	-	-	-
Consumer Electronics and Video Games Hardware	-	-	-	-	-	-
Consumer Healthcare	-	-	-	-	-	-
Consumer Appliances	52.6	57.2	62.6	68.8	76.0	59.0
Home Care	1.7	1.6	1.4	1.2	1.2	1.1
Home Improvement and Gardening	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Furniture and Homewares	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Media Products	-	-	-	-	-	-
Food and Drink	-	-	-	-	-	-
Toys and Games	-	-	-	-	-	-
Other Homeshopping	161.0	165.1	167.5	169.1	169.2	193.2
Homeshopping	215.3	223.9	231.6	239.2	246.4	253.3

Source: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

자료 : Euromonitor International

② 인터넷 쇼핑

- 필리핀 인터넷 쇼핑시장은 현재 연간 11%의 성장률을 보이며 약 139억 페소(3.4억 달러) 규모이며 향후 연평균 5% 성장, 2017년에는 172억 페소(4.2억 달러)에 이를 것으로 전망됨
- 온라인 의류 쇼핑은 2017년 52.7억 페소(1.3억 달러) 규모로 2012년 대비 39%, 가전제품은 1억 페소(2.6백만 달러)로 44% 성장할 것으로 예상되어 필리핀 인터넷 쇼핑시장 성장을 주도할 것으로 보임
- 의류의 경우, 온라인 의류몰이 최근 급속도로 증가하고 있는데다 인터넷을 통해 세계 각국의 글로벌 의류 브랜드를 손쉽게 빠르게 접할 수 있다는 점이 시장성장의 가장 큰 원인으로 꼽히고 있으며, 가전제품의 경우 태블릿 PC, 카메라, 스마트폰 등 젊은 층 고객 선호도가 높은 제품들이 인터넷 속에 선보이면서 구매가 크게 증가하고 있음

< 품목별 인터넷쇼핑 시장 전망 (2012-2017) >

Ps million, retail value rsp excl sales tax						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Beauty and Personal Care	163.9	174.1	184.6	193.9	203.6	213.7
Apparel	3,787.5	4,053.6	4,333.5	4,626.8	4,939.8	5,274.0
Consumer Electronics and Video Games Hardware	75.0	82.4	88.0	96.1	101.9	108.2
Consumer Healthcare	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Consumer Appliances	995.8	1,092.1	1,203.9	1,333.0	1,482.8	1,159.0
Home Care	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8
Home Improvement and Gardening	32.4	32.4	32.6	32.9	33.2	33.6
Furniture and Homewares	85.0	91.6	98.7	106.7	73.1	50.1
Media Products	1,232.8	1,273.5	1,311.7	1,348.5	1,382.2	1,414.0
Food and Drink	82.5	84.4	86.5	88.9	91.6	94.6
Toys and Games	13.8	14.3	14.8	15.2	15.5	15.8
Other Internet Retailing	7,443.6	7,682.0	7,882.2	8,065.4	8,267.6	8,925.3
Internet Retailing	13,914.5	14,582.4	15,238.6	15,909.1	16,593.2	17,290.1

Source: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

자료 : Euromonitor International

< 품목별 인터넷쇼핑 시장 성장률 (2012-2017) >

% current value growth, retail value rsp excl sales tax		
	2012-17 CAGR	2012/17 TOTAL
Beauty and Personal Care	5.5	30.4
Apparel	6.8	39.2
Consumer Electronics and Video Games Hardware	7.6	44.1
Consumer Healthcare	-	-
Consumer Appliances	3.1	16.4
Home Care	-2.5	-11.8
Home Improvement and Gardening	0.7	3.8
Furniture and Homewares	-10.0	-41.0
Media Products	2.8	14.7
Food and Drink	2.8	14.7
Toys and Games	2.7	14.2
Other Internet Retailing	3.7	19.9
Internet Retailing	4.4	24.3

Source: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources

자료 : Euromonitor International

- 필리핀 인터넷 쇼핑시장의 급속한 성장 원인으로서는 구매의 편의성, 공동구매 사이트의 활성화, 신용카드 사용자의 증가를 꼽을 수 있음
- 2011년 온라인쇼핑 관련 시장조사 결과, 필리핀 인터넷 쇼핑의 주요 소비계층은 메트로마닐라에 거주하는 26-35세 사이의 필리핀 소비자로 월 평균소득은 850-1100 달러 수준인 것으로 조사된바 있음

< 주요 온라인 소비계층 특징 >



자료 : A Market Research Study by Bolanos, Capal, Dela Cruz (2011)

③ 모바일 쇼핑

- 필리핀은 모바일 이용자 수 9천만, 일일 문자 메시지(SMS) 이용건수 18억 건으로 가히 모바일 천국으로 불릴 정도로 이용자 수가 많지만 이와 같은 소셜 네트워크가 모바일기기를 활용한 쇼핑(M-commerce)으로 이어지지는 않고 있음
- 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰인 Multiply는 그 원인으로 필리핀 내 스마트폰 보유자가 아직은 많지 않고, M-Commerce 시스템이 널리 보급되어 있지 않으며, 모바일 거래에 대한 인식 자체가 형성되지 않고 있다는 점을 지적함

3. 기타 특이사항

- Philippine Institute for Development Studies(PIDS)는 필리핀의 E-commerce 시장에 대해 다소 비관적인 입장에서 시장발전을 가로막는 네 가지 요인을 들고 있어 주목됨
- 첫째로 필리핀 대다수 중소기업의 E-commerce에 대한 이해력과 적용 능력이 부족하다는 점, 둘째로 도메인, 지적재산권 보호, 전자보안 등 온라인시장 발전에 필요한 법적 보장체계가 갖추어지지 않고 있다는 점을 들고 있음

- 또한, 주변국에 비해 아직은 부족한 통신 인프라도 산업발전을 더디게 할 가능성이 있으며, DCOM을 중심으로 하는 필리핀 온라인 시장의 감독과 관리체계도 아직은 부실한 상태로 더욱 통합되고 규제력 있는 기관의 등장이 필요한 실정임.

II. 필리핀 온라인 유통시장 구조

1. 온라인 유통시장 구조와 경쟁 동향

□ 필리핀 온라인 유통시장은 초기 형성 단계

- 그러나 필리핀 인터넷 모바일마케팅 협회(Internet Mobile Marketing Association of the Philippines(IMMAP))에 따르면, 필리핀은 지난 2006년 IT 발전에 관한 장기계획인 “IT21”을 공표하고 2030년까지 온라인 및 IT산업의 경쟁력을 세계 수준으로 끌어올리기 위한 목표를 설정한 바 있음.
- 전자상거래에 대한 인센티브 제공, 외국인투자 촉진 등 세부적인 실천계획이 아직은 시행단계에 있지는 않지만, 필리핀정부의 온라인산업 육성 계획은 이제 막 시작한 단계로 볼 수 있음

□ 필리핀 인터넷 유통시장은 크게 세 가지 형태로 구분

- 첫째, 개인 간 온라인 거래 사이트로 Ayosdito, Sulit, Tipidpc 등이 포함되며, 개인(혹은 기업)이 물품을 사이트에 업로드하고 구매자가 이를 선택하는 물물거래 방식임
- 둘째로는 일반적인 온라인 쇼핑몰이 있음. SM, National book store, Cebu Pacific 등 소매, 항공, 서적, 의류 등 거의 모든 제품분야에서 대규모 기업들은 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음
- 셋째로는 공동구매 사이트를 들 수 있는데, 공동의 대량구매를 통한 다양한 할인혜택을 제공하는 이러한 사이트들은 필리핀 소비자들 사이에서 이용이 매우 활성화되어 있음
- 구매율 기준으로 Ensogo, Cashcashpinoy, Deal Grocer 등이 주요 공동구매 사이트로 꼽히고 있음

< 필리핀 주요 공동구매 사이트 >



자료 : Philippine Online Buying Group: A Market Research Study by Bolanos, Capal, Dela Cruz (2011)

2. 온라인 인프라 여건과 발전 전망

- 필리핀의 인터넷 사용현황은 2011년 기준 3,360만 유저수로 전 국민의 33% 수준이며, 모바일 서비스는 9천만 명으로 인구의 90% 이상이 휴대전화를 보유하고 있는 것으로 추정됨
- 필리핀에서 인터넷과 모바일 서비스 공급이 시작된 것은 불과 10년 전으로, 기간에 비해 이용자 수는 가히 폭발적으로 증가하고 있음. 특히, 모바일의 경우 Business Monitor International(BMI) 보고에 의하면 2016년 말까지 이용자가 1.2억 명에 달할 것으로 예상하고 있음
- 최근 필리핀정부는 ICT산업과 인프라에 대한 집중적인 육성 정책을 펴고 있으며, 세계적인 BPO(Business Process Outsourcing) 산업기반을 갖추고 있는 등 필리핀의 온라인 유통시장 인프라는 향후 성장이 매우 기대되는 분야임
- 이러한 인프라 여건 개선을 토대로 온라인 유통시장의 발전을 기대할 수 있으며, 1억 사용자를 기반으로 하는 M-commerce 시스템이 상용화되어 본격적인 시장이 형성된다면 필리핀의 온라인 유통시장은 한층 더 활성화될 것으로 전망됨

3. 분야별 주요기업 동향

① TV 홈쇼핑

□ 필리핀 내 주요 홈쇼핑 기업으로는 Winner TV Shopping, EZ Shop TV, Home Shopping Network가 있음

- **(Winnter TV Shopping Corporation)** 주로 화장품, 뷰티, 건강제품을 수입 및 배급하는 정부공인 홈쇼핑 기업으로 국영 TV인 NBN-4를 통하여 매일 일정시간 방영됨. 특이하게도 전 품목을 대만에서 수입하여 배급하고 있으며, 향후 케이블 채널에까지 방영을 확대할 계획으로 알려짐
- **(EZ Shop TV Company)** 화장품을 전문으로 취급하는 홈쇼핑 브랜드로 출발하였음. 필리핀 홈쇼핑 시장이 점차 확대되면서, 오늘날에는 식자재, 화장품, 건강제품, 가전제품에까지 다양한 품목을 취급하는 필리핀 홈쇼핑 브랜드의 선두주자로 자리매김함. 지난 몇 년간 미국, 중국, 일본, 한국, 홍콩 등 여러 국가의 제품을 수입 및 취급하면서 필리핀 소비자들에게 선보이고 있음
- **(Home Shopping Network(HSN))** 가전제품 홈쇼핑 매출의 거의 대부분을 차지하고 있으며, 신규 가전제품을 시장에 처음 들여와 소개하는 방식의 선점자의 우위를 활용하는 마케팅을 주요 전략으로 활용하고 있음. HSN은 인터넷, 모바일, 전단지 배포를 통하여 필리핀 내 약 95백만 가구에 이르는 초대형 광고전략을 사용하며, 지역 케이블 방송인 Solar Entertainment Corporation과의 협약을 통해 거의 전 시간대에 걸쳐 방영을 하고 있음. 취급 제품은 주로 중국으로부터 수입하고 있음

② 인터넷 쇼핑 / 모바일 쇼핑

□ 주요 기업은 필리핀 인터넷 모바일마케팅 협회(IMMAP)와 전자상거래 협회(DCOM)에 등록하여 활동하고 있음.

- **(ENSOGO)** 2009년 대만에서 사업을 시작하였으며, 2010년 7월 마닐라에 사무소를 개설하여 필리핀 내 마케팅을 개시함. 사명의 어원은 **Entertain, Social, and Go**라는 의미를 담고 있음. 주로 건강, 미용, 패션 악세서리, 음식 및 음료, 전자기기 제품을 취급하고 있음
- **(Metro Deals)** 필리핀을 포함한 동남아시아 시장에서 폭넓게 활동하고 있으며, 2011년 설립됨. 최근 M-commerce를 위한 모바일 어플리케이션 서비스를 개시하여 모바일 분야에서 수입 확대를 꾀하고 있음. 2011년 판매실적은 건수기준 4,000건 수준이며 올해 5,000건 이상으로 확대될 전망이다
- **(LAZADA Philippines)** 1999년부터 40여개 국가에 100개가 넘는 인터넷 숍을 운영하고 있는 Rocket Internet 소유 쇼핑몰로, 2012년 필리핀에서 서비스를 개시한 이후 급속도로 성장하고 있는 기업임. 서적, 전자기기, 모바일, 악세서리, 가정용품, 하드웨어, 의류 등 거의 모든 분야의 제품을 취급하고 있음
- **(ZALORA Philippines)** 패션 및 의류전문 온라인 쇼핑몰로 2012년 오픈 이후 한 해 동안 30%의 성장을 보이며 필리핀 온라인 의류시장에서 활발한 활동을 보이고 있음. 2012년 4월 기준 300건에 그쳤던 월 주문량이 올해 3월 1,000건 이상으로 급증한바 있음. 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 홍콩 등 동남아시아 지역에도 몰을 운영하고 있음
- **(DEAL GROCER)** 2010년 설립된 필리핀 공동구매 사이트의 대표격으로 주로 건강 및 미용제품을 취급함. 대량 구매에 대한 파격적인 할인 혜택으로 많은 필리핀 소비자들의 사랑을 받고 있음

Ⅲ. 온라인 유통시장 정부정책 및 규제

1. 비관세 장벽 동향(위생, 환경, 인증 등)

- 몇 년 전과 비교해볼 때 필리핀 내 전자상거래 활동은 확연히 증가하고 있으며, 온라인 유통산업 발전을 위해 정부 차원에서도 다양한 법적 보호체계를 제공할 필요가 있음
- 필리핀 산업부(DTI), 보건부(DOH), 농업부(DA)는 지난 2008년 11월 13일 공동으로 Joint Department Administrative Order(JDAO)를 발효하였음
- 행정명령은 필리핀 내에서 발생하는 모든 온라인 거래, 특히 물품과 서비스에 대한 구매와 판매행위를 보호하기 위해 발효됨. 이에 의거하여 외국인을 포함한 모든 온라인거래 주체는 제품가격, 판매자 등 거래 세부사항에 대하여 명확하게 공개하여야 함은 물론, 모든 온라인 거래행위를 법적으로 보호받을 수 있게 되었음

2. 외국인 투자 규제 및 정책

- 2000년 제정된 소매거래 자유화법(RA8762)에 의거, 고가 및 사치품을 제외하고 필리핀에 진출하는 모든 소매업 외국인 투자자는 자본금 250만 불 이상의 조건을 충족해야 함

< RA8762 소매업 지분제한 >

구 분	제한내용
Category A	자본금 250만 불 미만일 경우 외국인 지분소유 금지
Category B	자본금 250만 불 이상 외국인 지분취득 가능, 단 하기 요건을 충족해야 함. - 매장당 투자비 83만 불 이상 - 모기업 자산가치 2억불 이상 - 전 세계에 5개 이상 매장보유 또는 1개 매장 투자금 2,500만 불 이상 - 5년 이상 소매업 종사경력 보유 - 해당국이 필리핀 국적자의 소매업 허용한 경우에 한해 상호주의에 의거 해당 국적자의 진출 허용
Category D	고가, 사치품 소매업의 경우 외국인 지분취득 가능, 단 하기 요건을 충족

- 또한, 소매기업을 설립함에 앞서 필리핀 증권거래위원회(Securities and Exchange Commission; SEC)와 산업부(Department of Trade and Industry; DTI)에 사전 등록은 필수로 이런 까다로운 진출 조건은 필리핀에 진출하고자 하는 모든 외국인 투자자들에게 걸림돌이 되고 있음

IV. 우리기업의 진출 방안

1. 진출 유망품목 및 진출방안

- 필리핀 전자상거래위원회(DCOM)의 2012년 리포트에 따르면, 호텔 예약과 항공권 구매가 온라인 쇼핑의 가장 큰 비율을 차지하였으며, 의류, 화장품, 전자기기 등이 뒤를 이었음
- 향후에도 구매 선호품목 동향은 크게 변하지 않을 전망이며 일반 진출기업에게는 의류, 화장품, 전자기기 등이 진출 유망품목으로 예상됨

< 2012년 품목별 전자상거래 이용비율 >

E-Commerce PH summary	
Items purchase past 12months among those who made online purchase past 12months	
1. Hotel Accommodation	45.73%
2. Air Tickets	38.4%
3. Clothes	14%
4. Movie Tickets	11%
5. Cosmetic products	10%
6. Computer Software	9%
7. Vehicles	9%
8. Fashion Accessories	5%
9. Books	4%
10. Mobile Phones	3%
11. Shoes	3%
12. Toys	2%
13. Movies DVD/VCD	2%
14. Computer Peripherals	1%
15. Household Items	1%
16. Music CDs	1%
17. Real Estate	1%

자료 : 필리핀 전자상거래위원회(DCOM)

- DCOM 위원장인 Jack Madrid에 따르면, 필리핀 온라인 유통시장은 지난 2010년부터 오는 2015년까지 규모 면에서 5배 이상 성장할 것으로 예상되고 있음. 유망한 품목으로는 음악, 비디오, 엔터테인먼트가 46% 수준의 성장률을 보이며 업계를 이끌 것으로 내다봤으며, 의류, 전자기기도 시장규모 확대에 따라 진출기회가 늘어날 것으로 보고 있음
- 한국기업이 강점을 가지고 있는 화장품 및 전자기기 중심의 진출이 유망할 것으로 보이며, 까다로운 직접투자 제한 제도가 있는 만큼 필리핀 온라인 샵에 제품을 납품하는 중간 구매상을 통한 간접진출 혹은 현지 브랜드와의 파트너십 계약을 통한 진출 전략이 유리할 것으로 전망

2. 필수 고려사항

- 필리핀 온라인 몰에 게시되는 모든 상품은 품목에 따라 몇 가지 사전 취득해야 하는 인증이 존재함. 화장품의 경우 식품의약청(Food and Drugs Administration; FDA) 인증이 사전에 필요하며, 가전기기의 경우 산업부(DTI)의 표준 제품인증이 필수로 시장 진출 시 반드시 고려해야 함

3. 수출, 납품 확대를 위한 기타 시사점

- 필리핀 온라인 시장진출의 기회와 리스크
 - 필리핀의 온라인 유통시장은 최근 몇 년에 걸쳐 비로소 본격적인 시장이 형성되고 있는 단계로 볼 수 있으며, 까다로운 투자제한과 비즈니스 인센티브 부재, 통신인프라 미비로 진출이 쉽지는 않은 시장임.
 - 한편으로는 인구 1억의 거대 소비시장, 중산층의 성장과 인프라 개선에 따른 온라인 구매수요 증가, 현지인들의 뚜렷한 브랜드 선호경향으로 인한 코리아 프리미엄 등을 고려하면 큰 기회의 시장이기도 함

V. 주요업체 정보

1. Home Shopping Network (TV 홈쇼핑)

업체명	HOME SHOPPING NETWORK (HSN) - SHOP TV
설립년도	2003
매출규모	비공개
고용인원	25명
홈페이지	www.hsn.ph
주요 취급품목	가정용품 및 주방용품
담당자명/직위	Mr. Ismail Zaini / General Manager
전화번호/팩스	(632) 817-7000 / 854-7601
이메일	iz@hsn.ph / lisaroque@hsn.ph
한국과의 거래 경험(품목)	없음
주요 수입국/수입품목	중국

- ☐ 참고사항 : 주로 중국제품 위주로 수입하고 있으며, 지역 케이블 방송과의 협약을 체결, 정기 프로그램을 방송하고 있음

2. Home Shopping Network (TV 홈쇼핑)

업체명	WINNER TV SHOPPING CORPORATION
설립년도	2002.12
매출규모	비공개
고용인원	30명 이상
홈페이지	www.wtvsc.com
주요 취급품목	피부, 미용, 건강제품
담당자명/직위	Mr. Joseph Tamayo / Marketing Manager
전화번호/팩스	(632) 361-5555 / 359-0504
이메일	inquiry@wtvsc.com
한국과의 거래 경험(품목)	없음
주요 수입국/수입품목	대만

- ☐ 참고사항 : 대만제 위주 수입, 공영방송(NBN-4) 프로그램 방영

3. ENSOGO (인터넷 쇼핑)

업체명	ENSOGO PHILIPPINES
설립년도	2009
매출규모	비공개
고용인원	30명
홈페이지	www.ensogo.com.ph
주요 취급품목	식음료, 전자기기, 여행, 미용, 생활용품 등 전품목
담당자명/직위	Ms. Mia Clarissa Santos / Leads Generation Executive
전화번호/팩스	(632) 555-6868 / 869-8496
이메일	miaclarissa.s@ensogo.com.ph
한국과의 거래 경험(품목)	현재 한국 프라이팬 취급 중임.
주요 수입국/수입품목	중국, 한국, 대만 등 다양함.

4. LAZADA (인터넷 쇼핑)

업체명	LAZADA PHILIPPINES
설립년도	2012
매출규모	비공개
고용인원	25명
홈페이지	www.lazada.com.ph
주요 취급품목	패션, 악세사리, 전자기기, 건강 및 미용제품
담당자명/직위	Mr. Steffen Wulff Petersen / Country Manager
전화번호/팩스	(632) 795-8900 or 623-6229 / 795-8909
이메일	partnerships@lazada.com.ph
한국과의 거래 경험(품목)	현재 한국 화장품 취급 중임.
주요 수입국/수입품목	주로 중국 및 싱가포르 수입하나, 다양화 꾀하는 중

VI. 주요 벤더 정보, 관련 기관, 관련 전시회 정보

1. 관련기관

기관명	Internet and Mobile Marketing Association of the Philippines
홈페이지	www.immap.com.ph
담당자명/직위	Mr. Miguel C. Ramos / President
전화번호/팩스	Telfax (632) 896-0639 / Mobile (63-917) 841-4627
이메일	secretariat@immap.com.ph

기관명	Digital Commerce Association of the Philippines
홈페이지	www.dcom.ph
담당자명/직위	Mr. Jack Madrid / President
전화번호/팩스	(632) 896-0639
이메일	maricor@fmi.com.ph

2. 관련 전시회

전시회명	Digital Filipino E-Commerce Summit 2013
개최시기	2013. 5. 25 / 2013. 6. 29
주기	매년
장소	Zamboanga, General Santos
주최기관	DCOM
담당자명/직위	Ms. Maricor Tornea / Acting Secretariat, DCOM
전화번호/팩스	(632) 896-0639
이메일	maricor@fmi.com.ph
전시회 사이트	http://ecomsummit.digitalfilipino.com

2013년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번 호	제 목	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 재건시장을 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	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(아세안편)	2013.11
13-064	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(중남미편)	2013.11
13-065	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(중동편)	2013.11
13-066	신흥국 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 신흥공업국, 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	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-필리핀	2013.12
13-075	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-싱가포르	2013.12
13-076	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-인도네시아	2013.12
13-077	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-터키	2013.12
13-078	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-바르샤바	2013.12

□ KOCHⅡ자료

번 호	제 목	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

번 호	제 목	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

번 호	제 목	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	신흥시장 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	신흥시장 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

- ◆ 마닐라무역관 노한상 과장
- ◆ 신흥시장팀 안성희 과장

Global Market Report 13-074

신흥국 온라인 유통시장 동향과
진출방안-필리핀

발 행 인 | 오 영 호
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2013년 12월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 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.