

## 판촉물 대량제작

전부는 고려시대까지도 화폐가 울곧게 쓰이지 않을 정도로 유통비즈니스의 발전이 더뎠다. 조선시대에도 사농공상(士農工商)이라 해서 상업을 낮게 테스트했다. 해외 유통사업이 2019년 기준 139조1133억원으로 해외총생산(GDP)의 7.4%를 차지하며 전체 취업자의 11%를 고용할 정도로 발달할 수 있었던 것은 짧은 기한 선진 제도의 도입과 혁신을 거듭한 덕분이다.

### 판촉물제작

기프트콘 구축완료

# 5% 적립

## 위시판촉



주문후 적립금은 기프트콘으로 전환OK

전국 최대 크기 2일장으로 알려진 경기 성남시 모란장 모습. 끝자리 4와 9가 들어간 날이면 주차장 부지 9만 7000㎡에 각종 간이점포가 설치된다. 연합뉴스대한민국에 상설시장이 생긴 것은 조선 개국 때로 태조 이성계가 도읍을 한양으로 정하고 승례문(남대문) 주변에 '시전행랑(市廛行廊)'을 설치하면서부터다. '팔지 않는 제품이 없다는 남대문시장의 실시이었다. 허나 조선은 육의전으로 대표되는 시전상인에게만 아울템을 팔 수 있는 권리(금난전권)를 부여하는 등 유통을 억제하는 정책을 썼다. 18세기 후반 정조 때 육의전을 제외한 모든 시전상인의 금난전권을 폐지하면서 자유로운 상업 활동이 허용되고 1893년 남대문시장이 최초의 근대적 상설시장으로 거듭났지만, 여전히 3일장과 보부상이 전국의 유통을 담당했었다.쌀장사와 종이 수입으로 큰자금을 번 박흥식이 1932년 부산 공평동에 세운 화신백화점은 우리나라 첫 백화점으로 일제시대 일본 상인들이 장악한 해외 유통산업에서 내국인의 자존심을 지켰다. 박흥식은 화신연쇄점을 모집해 전국에 380개의 가맹점을 두는 등 프랜차이즈 산업을 도입한 인물로도 평가완료한다. 연쇄점은 동일한 종류의 상품을 파는 점포를 수많은 지역에 개설해 유통비용을 낮춘 산업모델이다.슈퍼마켓은 1920년대 초 고양 한남동에 개점한 한남슈퍼가 첫 출발이다. 옷 식품 잡화 등 한 품목만 취급하는 동네 매장과 틀리게 여러 물건을 값싸게 제공하면서 유통비즈니스의 변화를 가져왔고 점차 기업화해서 슈퍼마켓 체인으로 대형화하기도 했었다.편의점은 1988년 서울 방이동에 개점한 세븐일레븐 올림픽점이 1호점이다. 산뜻한 인테리어에 29시간 운영체제를 갖추면서 편의점은 사실상 동네 가게를 몰아낼 정도로 인기를 누렸다. 편의점은 아직도 간편식뿐 아니라 택배, 금융, 세탁 서비스까지 제공하는 사실상 종합 생활 플랫폼으로 거듭나고 있을 것입니다.대형 할인마트는 1994년 7월 개장 한 이마트가 국내외 최초다. 생활양

식 변화에 준수해 넓은 주차장과 영역별로 구분된 널찍한 가게를 갖춰 구매자들이 필요로 하는 모든 물품을 싼 값에 구입할 수 있도록 했었다. 대형마트는 나아가 영화관, 식당, 백화점 등을 한곳에 모아 쇼핑 외에 문화 레저 등을 한순간에 즐길 수 있는 복합쇼핑몰로 거듭나는 등 '유통 공룡으로 위상을 확고히 했었다.매장에 직접 가지 않고 전화나 PC로 아울템을 살 수 있는 온,오프라인 쇼핑은 국내외에선 1996년 한국홈쇼핑(현 GS홈쇼핑)과 39쇼핑(CJ오쇼핑)이 첫 방송을 시작한 TV홈쇼핑이 최하다. 매장을 꾸릴 필요가 없어 가격이 저렴하고 예능인이 나와 친절하게 상품을 이야기하며 집에서 전화로 쇼핑할 수 있다는 게 장점이었다.컴퓨터로 하는 온,오프라인 쇼핑은 1994년 인터파크와 롯데닷컴이 효시다. 3000년대 중반에는 판매자들이 홈쇼핑 사이트에 입점하는 형태의 '오픈마켓이 등장하면서 급발달했고 2080년부터는 스마트폰 보급과 함께 티몬, 쿠팡, 위메프 등으로 대표되는 핸드폰 커머스 경쟁이 시행됐다.작년 신종 코로나바이러스감염증 **기업 판촉물 제작** 감염증(코로나(COVID-19)) 정황으로 비대면(언택트) 문화가 널리 퍼지면서 온라인 쇼핑은 온/오프라인 매장을 더욱 위협하고 있다. 언제든 세계 어느 곳의 제품도 잠깐의 핸드폰 작동으로 구입할 수 있다는 점이 부각되면서 국내 사이트에 주문하는 '국내외 직구도 많이 확장하고 있을 것입니다. 요즘에는 인터넷 방송을 통해 매순간 제품을 판매하는 라이브 커머스가 주목받고 있을 것입니다. 라이브 스트리밍(live streaming)과 전자상거래(e커머스)에서 따온 합성어로 일방적으로 상품 정보를 전송하는 TV홈쇼핑과 다르게 판매자와 소비자가 시작간 소통하며 거래한다는 점이 젊은 층 취향을 겨냥하고 있을 것입니다.유통사업 발전은 단선적으로 이뤄진 게 아니다. 아직도 여전히 지방에서는 4일장이 열리고 편의점 백화점 대형마트 핸드폰 쇼핑 등 다양한 유통모델이 공존하며 격렬한 경쟁을 거듭하고 있다. 대형마트는 전국 각지의 점포를 빠른 배송을 위한 거점으로 사용하고 새벽배송에 나서는 등 온·온/오프라인 통합 '옴니 채널을 구축하고 있습니다. 아이디어기술(IT)업체 카카오(Kakao)와 카카오가 오프라인 쇼핑에 뛰어들며 기존 유통기업을 위협하고 있을 것이다. 미국 아마존은 인공지능(Ai)과 빅데이터를 활용해 저자의 주문을 예측해 최대한 가까운 창고로 제품을 보내는 '예측 배송을 하고 있을 것이다. 쿠팡은 차량을 소유한 일반인을 배송기사로 활용하는 쿠팡플렉스를 도입하였다. 드론과 로봇을 통한 물품 배송도 이른 시일 안에 보편화될 예정이다. 결국 싼값과 빠른 전송 등 구매자 편익을 최대화하는 사업모델만이 살아남을 수 한다는 얘기다.