

CALS/EC 전략에 의한  
기업의 통합 EC 센터 구축 전략

1998년 10월

장규택, 김상욱, 장흥국  
삼성SDS(주)

SAMSUNG  
E-MOS

목 차

- I. EC(전자상거래) 개요
  - 1. CALS & EC의 범위
  - 2. EC(전자상거래) 발전 방향
  - 3. EC(전자상거래) 시장 규모 전망 및 추이
- II. EC 환경에서의 비즈니스
  - 1. 기업과 기업간의 비즈니스
  - 2. 소비자와 기업간의 비즈니스
  - 3. EC 활성화를 위한 해결 과제
- III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제
  - 1. 전자상거래 법/제도의 정비
  - 2. 정보통신 인프라의 강화
- IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략
  - 1. 전자상거래 Infrastructure
  - 2. Portal Business 전략
  - 3. 통합 EC 센터 구축 전략
- V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안
  - 1. 대기업/그룹의 통합 EC 센터 방안
  - 2. 중소기업/공단의 통합 EC 센터 방안

※ 별첨자료

- Portal business 추진 현황(미국/일본/국내)

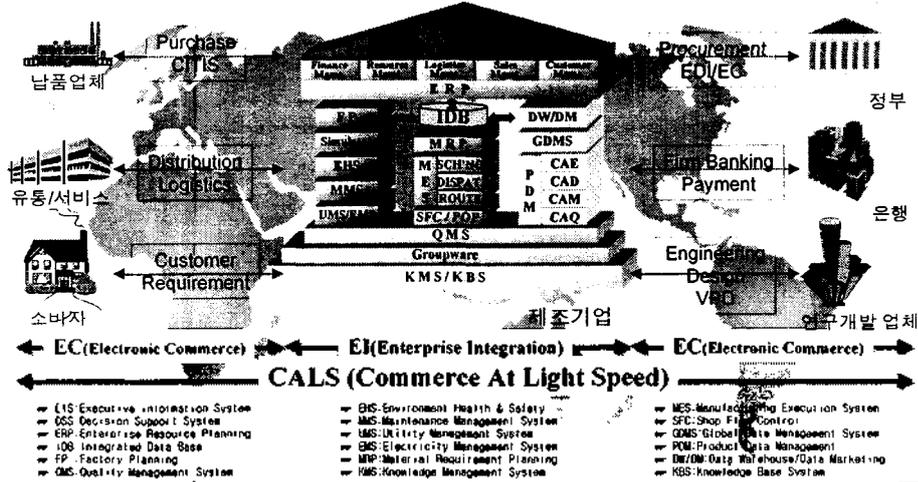
-2-

SAMSUNG  
E-MOS

# I. EC(전자상거래) 개요

## 1. CALS & EC의 범위

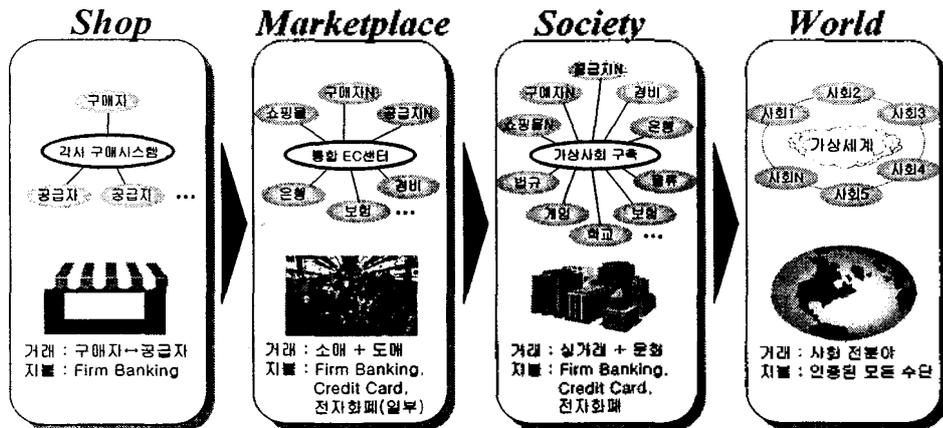
CALS와 EC는 **Global한 미래 패러다임의 변화 방향을 제시하는 Concept**으로, 기업 통합(ET)과 전자상거래(EC)등 Global한 통합에 의한 미래를 제시하는 CALS와 기업과 소비자, 기업, 정부 등과의 통합에 의한 미래를 제시하는 EC라고 정의할 수 있다.



# I. EC(전자상거래) 개요

## 2. EC(전자상거래) 발전 방향

현재 운영중인 각 기업의 구매시스템은 구매자와 공급자가 1:N으로 이루어진 하나의 점포에 비유될 수 있다. 그러나 경쟁이 치열한 EC환경에서 살아 남기 위해서는, 많은 도매상과 소매상의 유치를 통한 **Cyber Marketplace**를 형성하게 될 것이다. 그리고 Cyber Marketplace는 차별화된 시너지와 높은 인지도를 바탕으로 **Cyber Society** 및 **Cyber World**를 지향하게 된다.



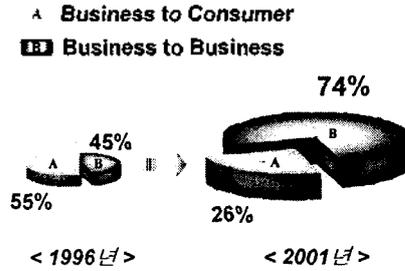
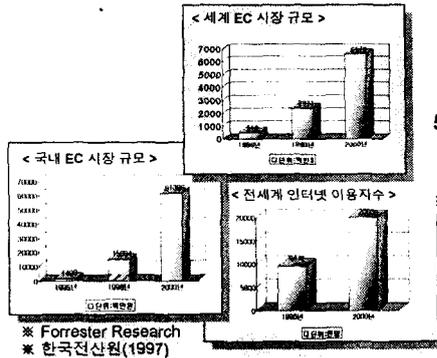
# 1. EC(전자상거래) 개요

## 3. EC(전자상거래) 시장규모 전망 및 추이

향후 EC 시장규모는 전세계적으로 급격한 성장세를 계속 유지할 것으로 예측되고 있으며, 특히, 상거래의 유형 중에서도 Business to Business 형태의 전자상거래 시장은 폭발적인 확대가 될 것으로 예상된다.

### 전자상거래 발전 전망

#### 전자상거래 규모 추이



< 1996년 > \* Gartner Group(1997)

< 2001년 >

\* Forrester Research  
\* 한국전산원(1997)

Version 1.3

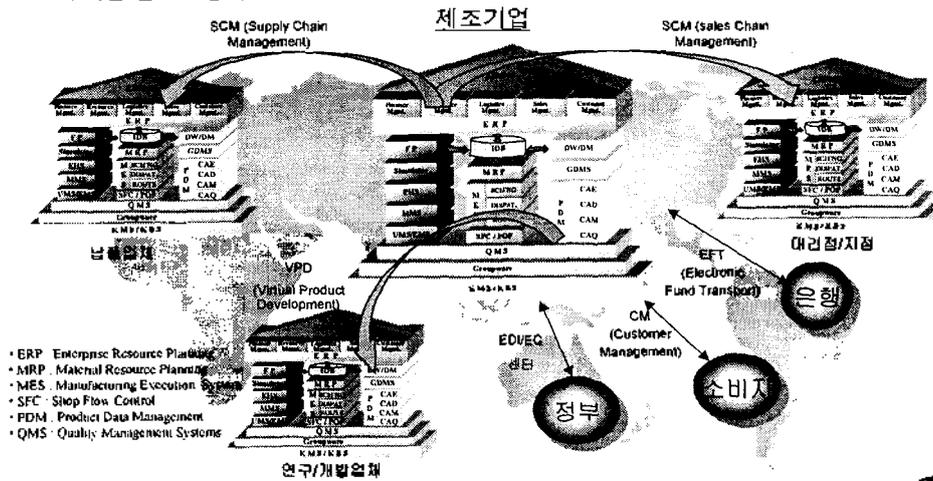
-1-



# II. EC 환경에서의 비즈니스

## 1. 기업과 기업간의 비즈니스(모델)

CALS/EC 환경에서의 기업과 기업간의 비즈니스 모델은 제조기업과 자재공급업체, 제품실계약체, 대리점/지점들이 생산 정보 및 제품 정보를 공유하고, 정부의 조달 정보, 은행과의 재화의 거래, 소비자에게 상품 정보를 제공하고, 또한 소비자 정보를 통합하여 연계 할 수 있는 시스템의 구축을 필요로 한다.



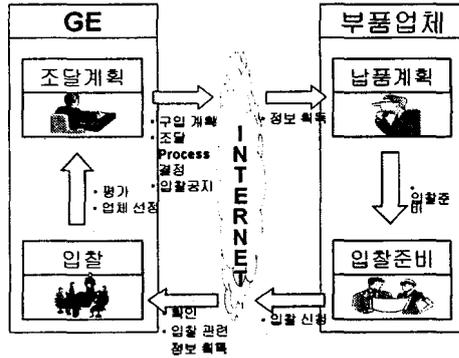
-2-



1. 기업과 기업간의 비즈니스(사례)

GE의 TPN(Trading Process Network)

GE는 인터넷 상에서 부품업체와 정보를 공유하는 TPN을 구현하여 조달업무의 완전 Online 통합화를 추진하고 있다.



목적

- 조달업무의 효율화와 조달업체의 선별

추진현황

- VAN을 통한 조달 업무의 자동화를 추진
- VAN을 인터넷으로 확장(TPN)
- 지난 1년간 인터넷으로 Test(조달 process)
- 전 조달업무를 인터넷 환경으로 전환 (년 200 억 달러 이상 조달)
- 2000년에는 연간 1조 이상을 인터넷으로 구입 계획

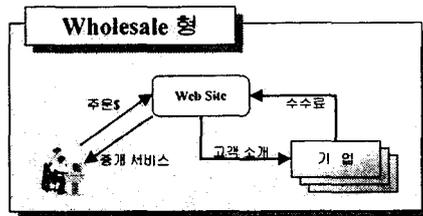
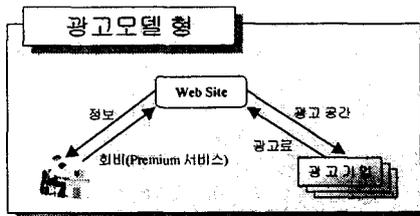
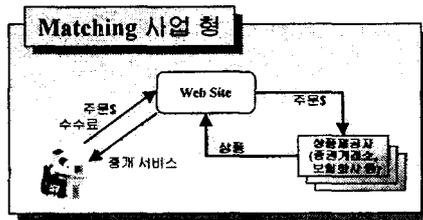
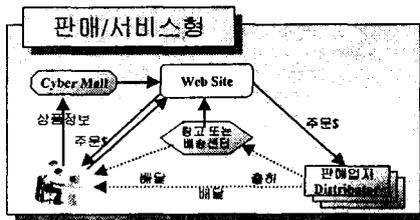
Benefit

- Time to Market (조달 기간 50%이상 단축)
- Cost Reduction (조달 비용 30%이상 감소, 구매비용 20%이상 감소)
- 우수한 조달원 확보

2. 소비자와 기업간의 비즈니스(모델)

인터넷 중심의 EC 비즈니스에서 소비자和企业간의 비즈니스 모델은 크게 4가지로 분류된다.

- 1) 판매/서비스형 : 제품/서비스 대가 사업
- 2) Matching 사업형 : 거래 교환의 장 제공
- 3) 광고모델형 : 많은 Access의 사업화
- 4) Wholesale 형 : 거래중개 및 수수료



\* 출처 : 일본ECOM, 소비자/기업간 EC 비즈니스 모델 해설서

2. 소비자 및 기업간의 비즈니스 (판매/서비스형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	년 간 매출	Traffic
1-800-Flowers	www.1800flowers.com	1-800-Flowers	꽃 판매, 광고 수입 등	3000만 \$	-
Amazon.com	www.amazon.com	Amazon.com	서적 판매, 광고 일부	5650만 \$	61만(회원)
CDnow	www.cdnow.com	Cdnow Inc	CD 등 음악 관련 제품 판매	1260만 \$	90만건/월
Garden Escape	www.garden.com	Garden Escape	원예용품 판매 (커미션)	40% 신장	400만건/월
Hot Hot Hot!	www.hotbothot.com	Hot Hot Hot!	윙리 소스 판매	10만 \$	18만건/월
Net Grocer	www.netgrocer.com	Net Grocer	식품 판매 / 배송	-	-
On Sale	www.onsale.com	On Sale	재고처분형 컴퓨터, 전자제품	6180만 \$	25만(등록)
Peapod	www.peapod.com	Peapod, Inc	식품 판매 / 배송	4380만 \$	5만(회원)
Streamline	www.streamline.com	Streamline Inc	식품, 알음품 판매 / 배송	750만 \$	-
Virtual Vineyard	www.virtualvix.com	Virtual Vineyard	와인, 식품 판매	미공개	10만건/월

2. 소비자 및 기업간의 비즈니스

(Matching 사업형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	년 간 매출	Traffic
E*Trade	www.etrade.com	E*Trade Securities Inc	증권 중개 매매, 수수료	13억 \$	50만건/월

(Wholesale형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	년 간 매출	Traffic
Auto-by-Tel	www.autobytel.com	Auto-by-Tel Inc.	자동차 이커링 - 정보제공, 딜러소개, - 자동차 렌, 리스 등	2000만 \$	8만건/월
Internet Mall	www.internetmall.com	The Internet Mall Inc.	쇼핑몰	-	75만건/월 (해외 20%)

II. EC 환경에서의 비즈니스

2. 소비자와 기업간의 비즈니스 (광고모델형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	연간 매출	Traffic
GeoCities	www.getcities.com	GeoCities	웹호스팅, 온라인커뮤니티	100만 \$	7150만/월
GolfWeb	www.golfweb.com	GolfWeb	골프 환경 정보	400만 \$	9000만/월
Mercury Center	www.sjmercury.com	San Jose Mercury	뉴스 서비스	4만 \$	2100만/월
Playboy.com	www.playboy.com	Playboy Ent.	성인용 콘텐츠	2.8억 \$	1.4억/월
Quote.com	www.quote.com	Quote.com	투자가치 금융/증권정보	250만 \$	20인(등록)
Tripod	www.tripod.com	Tripod Inc.	X세대용 정보 커뮤니티	700만 \$	50인(등록)
Wall Street Journal	www.wsj.com	Dow Jones Inc.	비즈니스 뉴스, 광고	500만 \$	10인(유료)



II. EC 환경에서의 비즈니스

3. EC 활성화를 위한 해결 과제

EC 활성화를 위한 과제는 그 해결주체별로 구분할 때, 먼저 정부/공공 차원과 기업/소비자 차원에서의 해결과제로 구분할 수 있으며 양자의 공통적인 노력이 요구되는 사회문화적 차원의 해결과제도 함께 생각해 볼 수 있음.

정부/공공 차원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 법/제도 정비</li> <li>• 기술 및 표준의 개발지원</li> <li>• 중소기업 정보화 촉진지원</li> <li>• 초고속정보통신 인프라 확충</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- EC 관련 법의 정비 및 통일체 해결</li> <li>- 사설간 연계성 확보를 위한 행정부처간 미스매칭 해소</li> <li>- 전자문서 법적 효력인정 및 유통 활성화</li> <li>- 민간요구 반영한 정부부문의 표준화 활동</li> <li>- CALS/EC 관련 표준의 개발 및 보급</li> <li>- 부처별로 산발적인 중소기업 정보화 지원정책 수단 연계</li> <li>- 네트워크에 기반을 둔 경제의 사회구현을 위한 고속 광망형 정보기반의 구축</li> </ul>
기업/소비자 차원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IT에 대한 최고경영층 인식제고</li> <li>• 제조업의 산업구조 조정</li> <li>• 기업의 IT 및 표준의 활용 활성화</li> <li>• 업무의 재설계 및 정보시스템 도입의 병행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 내부자료 유출우려로 전자매체 활용기피 마인드 변화</li> <li>- 정보시스템 도입을 비효율 아닌 투자로 인식</li> <li>- 부품업체들의 대기업 중심적 수주계약화 구조 단편</li> <li>- 대기업과 중소기업간 IT 도입 및 활용능력 격차 해소</li> </ul>
사회문화적 차원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회전반의 정보화 수준 향상</li> <li>• 상거래의 투명성 확보</li> <li>• 대면방식의 거래관행 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 거래명세의 공개 기피 등으로 보편화된 무차료거래 관행 해소</li> <li>- 기업간 거래 및 개인 공공서비스의 투명성 확보로 대면방식의 거래관행 개선 및 투명한 소비자 해결</li> </ul>



### III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

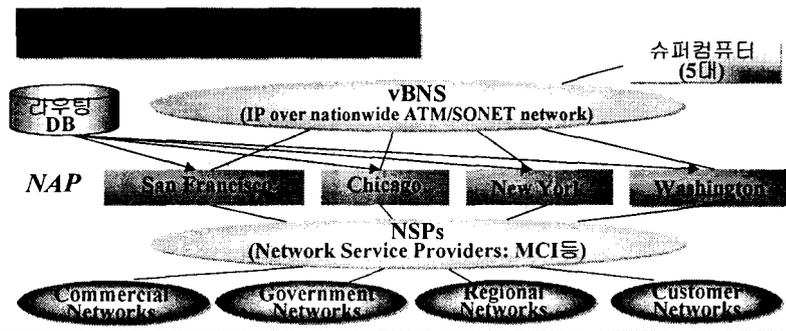
#### 1. 전자상거래 법/제도의 정비

정부는 전자상거래가 새로운 경제활동 수단으로서 경제 대변혁을 가져올 가능성이 중대함에 따라 전자상거래의 환경변화에 효과적으로 대처할 수 있도록 '전자상거래 기본법' 법률안을 제정. 1999년 7월 1일부터 시행을 임박 예고함으로써 전자상거래의 법/제도적 기반 마련에 힘쓰고 있다.

<b>정보통신망의 이용·활성화 기반조성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부는 법/제도 정책의 입안시 사전적인 규제보다는 사후적인 문제점 해결에 역점</li> <li>• 정보통신망을 통해 발생하는 거래의 신뢰성을 증대시키는 시장기반형 서비스와 관련한 법적, 제도적 장치의 조속한 정비</li> <li>• 전자상거래 구현의 장으로서의 인터넷 등 네트워크에 대한 법적 규제의 최소화</li> <li>• 경제활동의 활력강화로 인한 관련 법규의 국제적 통일요구에 능동적으로 대처할 수 있도록 해외의 규제동향을 조기에 수용하여 국내법과 국제법의 일치를 도모</li> </ul>
<b>정보통신망의 안전/신뢰성 확보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거래인증, 전자장부, 소비자보호, 시스템보안, 불건전거래규제, 과세, 지적재산권보호, 사기방지 등 예상되는 법적문제에 대한 체계적인 정비</li> <li>• 전자서명 및 인증제도의 법적정시 장치거래에 관한 기본법/일반법으로서의 성격일 수 있음</li> <li>• 문서의 우월성을 확보하기 위한 공적 기관으로서의 인증기관에 대한 자격요건 법정화</li> <li>• 전자상거래 문서의 효력과 관련하여, 전자서명의 법적 표준안을 규정</li> <li>• 디지털 문서에서 인장과 같은 동일성 확인을 위한 법적 제도의 도입 추진</li> </ul>
<b>프라이버시 및 개인정보의 보호</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인정보보호 법제정비는 프라이버시권과 인지기권, 재산권/경제적 자유, 공공이익의 등 관련 주제간의 추구이익 및 가치의 적절한 조화를 요구</li> <li>• 형법 및 일부 특별법에서 규정하는 내용의 차이를 해소하는 체계적이고 통일적인 입법 요구</li> <li>• 암호, 디지털서명기술 등 정보보호기술을 통한 프라이버시 보호를 적극적으로 모색</li> <li>• 개인정보주체의 동의권 및 통제권 강화와 정보주체의 권리행사 편의를 위한 절차규정 보완</li> <li>• 개인정보 수집/처리/이용/제공/공개의 요건강화 및 동일적 보호기구의 설치 제도보완 필요</li> <li>• 개인정보 및 프라이버시 보호의 중요성에 대한 인권의식과 법률문화의 확립 선결</li> </ul>

### III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

#### 2. 정보통신 인프라의 강화 (미국 NGI 구상)

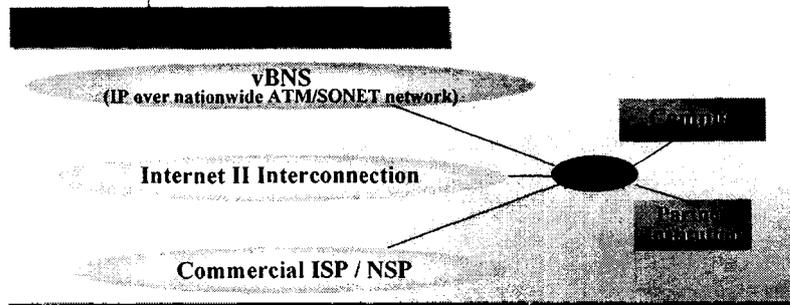


- ✓ 초고속 인터넷 기간망 지향
  - vBNS(very high speed Backbone Network Service)
  - OC-12급 (622Mbps)
- ✓ 차세대 인터넷 주소체계(IPv6)
  - IP주소체계 확장(2의128승)
  - 멀티미디어 데이터 실시간 처리
  - 강화된 보안기능 탑재

※ NGI : Next Generation Internet. 차세대 인터넷 구상

Ⅲ. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

2. 정보통신 인프라의 강화(미국 Internet II)



✓ 미국 내 대학 중심의 인터넷 개선연구

- vBNS(very high speed Backbone Network Service) 기반으로 최고 622Mbps 전송 능력
- GigaPOP(Gigabits Point of Presence) 집중구조
- N/W 프로그램 개발과 이용의 활성화를 목표로 추진
- 미래 인터넷 어플리케이션 시험의 장



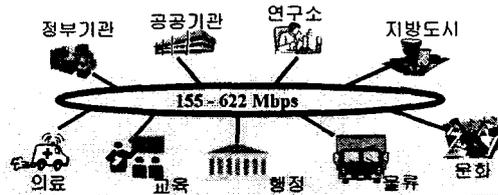
Ⅲ. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

2. 정보통신 인프라의 강화(국내 초고속통신망)

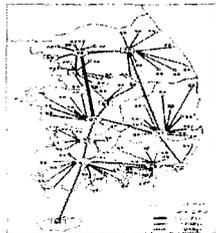
추진 목표

국가정보

공중정보



추진 과제



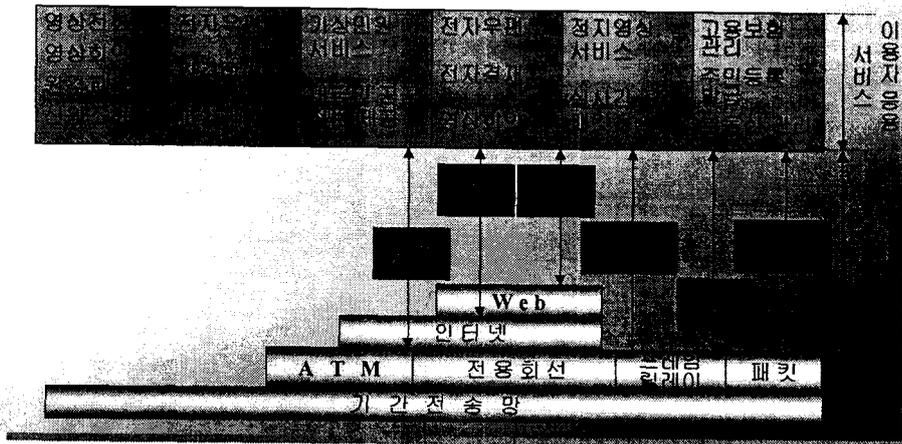
- ✓ 기간 전송망 전국 확대 추진
- ✓ 전국적 ATM교환망 구축 추진
- ✓ 주요국가간 국제회선 연결 추진
  - 인터넷 이용등
- ✓ 다양한 응용서비스 제공
- ✓ 무선데이터 서비스 제공
- ✓ 공공전산망의 통합 수용 추진



### III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

#### 2. 정보통신 인프라의 강화(국내 초고속통신망)

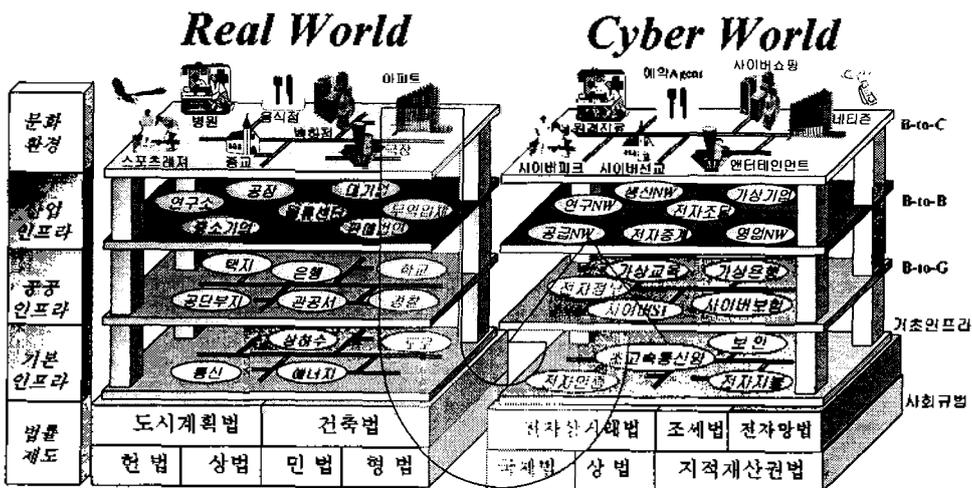
##### 초고속망 서비스 체계



### IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략

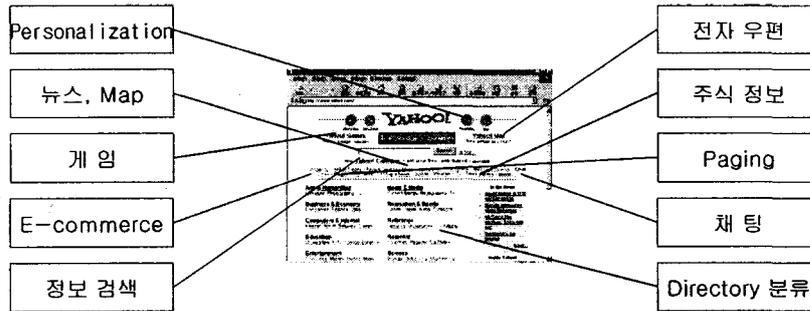
#### 1. 전자상거래 Infrastructure

현실 세계에서 하나의 도시를 만들기 위해서는 법률 및 제도, 기본인프라(SOC등), 공공 및 산업 인프라가 필요한 것처럼, 전자상거래가 이루어지는 가상세계에서도 많은 인프라가 필요로 한다.



2. Portal Business 전략 (1/3)

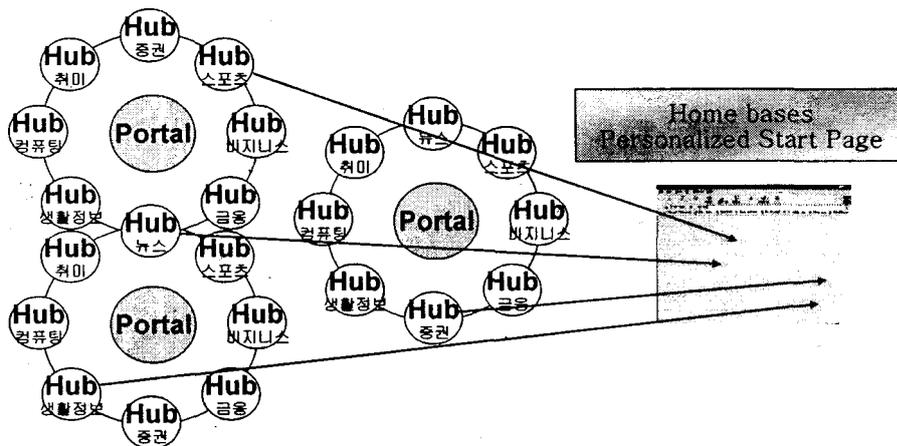
라틴어에서 유래한 Portal은 정문, 출입구라는 뜻으로 인터넷 접속시 처음으로 접속하게 되는 SITE를 말한다. Portal은 사용자가 한 장소에서 전자우편, 정보취득, 상거래(쇼핑), 취미생활, 업무수행 등 모든 삶을 영위할 수 있도록 함으로써 인터넷 사용자 관점에서의 전자상거래 활성화를 목적으로 함



< 야후 Site의 Portal Business 구성 예 >

2. Portal Business 전략 (2/3)

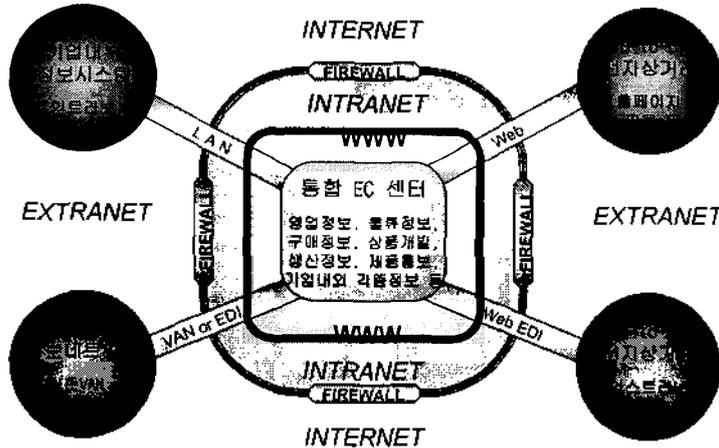
필요한 모든 것을 하나의 페이지에!



#### IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략

##### 2. Portal Business 전략 (3/3)

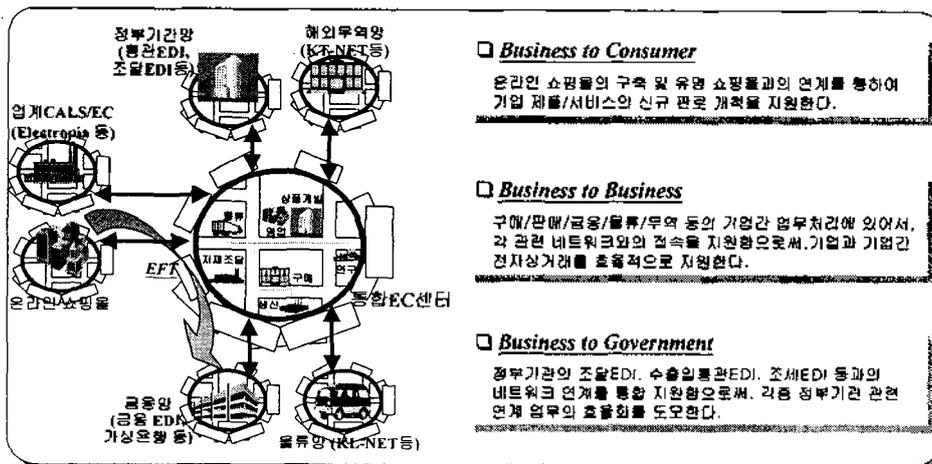
정보제공, 인터넷 쇼핑을, Intermediary 등 인터넷 비즈니스를 주력으로 하고 있는 기업이 아닌 일반 대부분의 기업에 있어서의 Portal Business는 기업이 보유하고 있는 사내의 인트라넷과 협력업체와의 엑스트라넷, 그리고 일반인 공개의 웹을 통합화 하는 정보전략을 말한다.



#### IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략

##### 3. 통합 EC 센터 구축 전략

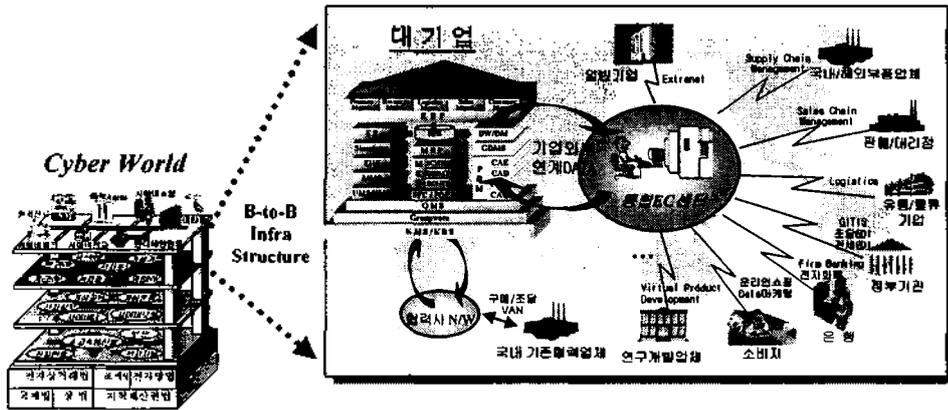
기업내의 각 부문별 조직단위 또는 공단내의 각 입주기업별로 전개되고 있는, EC환경 대응 추진 사업들의 조기활성화 및 가상기업 차원의 Synergy 창출을 위해, 통합 EC 센터를 구축하고 Cyber Society로서의 위상을 정립한다..



## V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

### 1. 대기업의 통합 EC 센터 방안 (Marketplace)

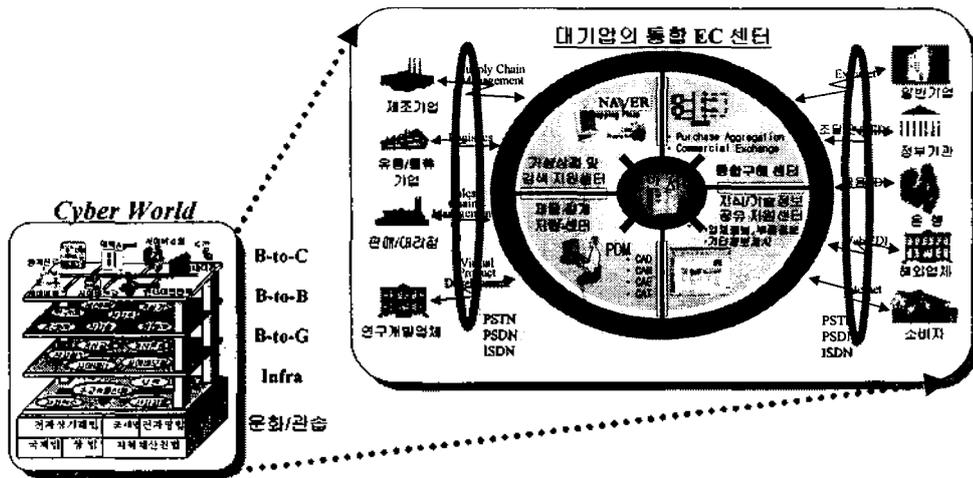
이러한 VAN 또는 EDI기반으로 구축된 구매 관련 네트워크 시스템의 활용범위를 구매업무에 국한시키지 않고, 부품조달업체, 부품 개발업체, 외부 연구개발기관, 대리점, 유통업체, 물류회사, 정부기관, 금융기관 및 일반 소비자에게 까지 그 적용의 범위를 확대하는 것이 바로 대기업에 있어서의 통합 EC 센터 방안이자 CALS/EC의 구현이다.



## V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

### 1. 대기업의 통합 EC 센터 방안 (Society)

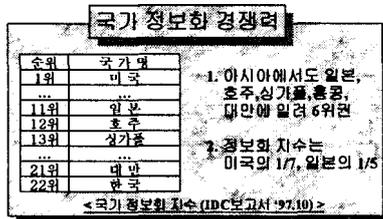
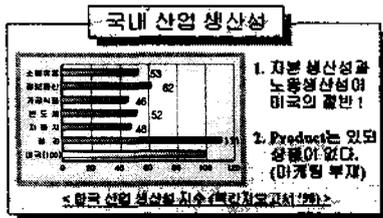
통합 EC 센터의 주요 서비스로는 1) 통합구매/중개서비스(B-to-B), 2) 가상상점 및 검색 자원서비스(B-to-C), 3) 지식/기술정보공유 지원 서비스, 4) 제품설계지원 서비스를 들 수 있다. 이러한 서비스의 제공을 통해 통합 EC 센터는 하나의 Cyber Society 또는 Community를 구현한다



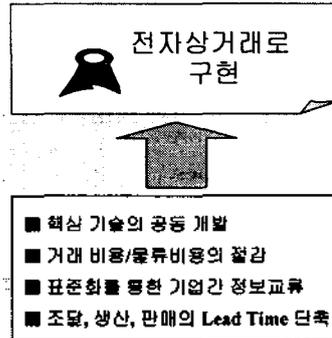
## V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

### 2. 중소기업/공단의 통합 EC 센터 방안 (배경)

최근 매진지 보고서에서 드러난 것처럼 절강을 제외한 국내 전업종의 산업 생산성이 미국의 50% 수준에 불과하며, 정보화 지수에서도 미국과 일본에 각각 1/7, 1/5수준인 것으로 보고되고 있다. 이를 극복하기 위해서는 국내 산업의 절반 이상을 차지하는 중소기업의 체질강화가 관건이다.



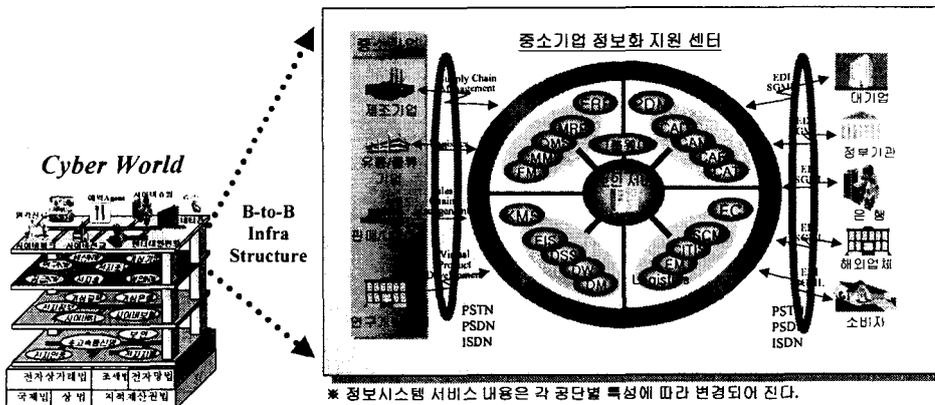
### 생산성 향상 방안



## V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

### 2. 중소기업/공단의 통합 EC 센터 방안 (정보화 지원센터)

정보화를 통한 중소기업의 경쟁력 확보를 위하여, 각 기업들이 필요로 하는 ERP, PDM, KMS, EC 등의 정보서비스를 지원하는 **중소기업 정보화 지원센터**를 구축하여 서비스를 제공한다. 중소기업들은 PC 등의 단일만 확보하면 각종 정보시스템 서비스를 지원 받을 수 있으므로, 개별 정보화 투자 부담의 경감 및 외부 시스템과의 연계에 대한 고민해소를 도모할 수 있다.



Portal Business 추진 현황 (미국)

인터넷 검색업체	Yahoo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Electronic store front업체인 Viaweb인수하여 Yahoo site내 소규모 정포를 유치, 전자상거래 서비스 개시</li> <li>- My Yahoo의 사용자가 지난해보다 약 6백만이 늘어난 1천8백만명에 이를</li> <li>- 98년 2분기이후 3개월동안 8백20만 달러의 이익을 냈</li> </ul>
	Excite	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 인터넷 서비스업체인 Throw인수</li> <li>- My Excite서비스제공</li> <li>- Netscape홈페이지에 좋은 자리를 사용하는 대가로 7천만달러를 지불하는 계약 체결</li> </ul>
	Lycos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인터넷 종합서비스업체인 Whowhere?(1.3백만가입자)와 Tripod(1.8백만 가입자), Angelfire인수를 통해 시장 확대에 주력</li> </ul>
	Infoseek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다즈니사와 제휴</li> <li>- 커뮤니티 서비스 개발계획을 수립중</li> </ul>

Portal Business 추진 현황 (미국)

소프트웨어 업체	Netscape	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 96년 브라우저를 통해 1억달러 이상의 수익을 올렸으나 MS와의 경쟁이 격화되자 웹브라우저시장에서 철수</li> <li>- 98.6월말 전자상거래 S/W사업, 인프라사업, 그리고 Netcenter를 중심으로한 Portal사업, 3개분야에 집중한다는 사업전략을 발표</li> <li>- 최근 Excite의 광고를 7천만 달러에 수주</li> <li>- 개인취향에 따라 설정하는 My Netcenter서비스 제공</li> </ul>
	Microsoft	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하나의 브랜드(MSN)아래 거대한 Portal을 만들 계획             <ol style="list-style-type: none"> <li>① MS의 채널과 서비스를 MSN으로 통합</li> <li>② 온라인 의사소통과 일을 쉽게하는데 주력</li> <li>③ Personalization 서비스 제공</li> </ol> </li> <li>- 98년 3/4분기             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 접속서비스를 MSN Connect로 개명</li> <li>② MSN Messenger(Instant Messaging) Beta 발표</li> </ol> </li> <li>- 98년 4/4분기             <ol style="list-style-type: none"> <li>① MSN으로 기존의 서비스(msn.com, microsoft.com, home.microsoft.com)흡수</li> <li>② 상거래서비스(여행-Expedia, 자동차-Carpoin, MSNBC)를 MSN으로 흡수</li> </ol> </li> <li>- 99년 : Hotmail, ecommerce, msn을 하나의 ID로 Login시킴</li> </ul>

Portal Business 추진 현황 (미국)

미디어 업체	Disney	- 검색업체인 infoseek의 지분 43%를 7천만달러에 인수, 앞으로 3천2백만달러를 Portal사업에 투입할 계획
	NBC	- Snap! 서비스를 제공하는 Cnet에 3천2백만 달러 투자
통신서비스 업체	AT&T	- AOL인수 시도 - 98.5 텔레커뮤니케이션사 매입. 케이블TV업체인 TCI를 통해 프로그램 제공
	AOL	- Navisoft인수 - 홈타운 AOL을 구축하여 베타테스트
하드웨어 업체	Compaq	- 최근 도메인이름(altavista.com)을 3천3백만 달러에 구입 - 검색엔진 altavista를 개선해 98년 하반기부터 본격진출 예정 - 모든 고객에게 Compaq Easy Internet Access 프로그램제공 - 판매되는 모든 컴팩PC에 Altavista 아이콘 추가예정

Portal Business 추진 현황 (일본)

- 일본에 진출한 미국계 검색서비스업체를 중심으로 Portal사업 진행중
- EC홈페이지에 이용자를 유도해 종계료를 징수하는 서비스와 액세스가  
많은 입구로서의 매체특성을 이용한 광고사업을 병행해서 추진

Lycos	- 98.10월부터 증권서비스 개시예정 - 99년 여름부터 통신판매업자와 서적, CD, S/W 판매사업 확수예정(판매업체의 Site로 연결되는 클릭회수에 따라 광고료 + 결재대금의 일정%를 소개료로 징수)
Yahoo	- 99년 초까지 대형서점과 손잡고 서적, CD를 판매하는 전자매장 2개점을 Site에 임점할 예정
Microsoft	- 98.4월부터 노우라증권, 다이와증권, 신닛폰증권의 광고개재, 네트워크를 통한 주식거래에 참여할 수 있도록 함
Excite	- 98.7월 히타치국제비즈니스의 검색서비스사업을 인수, 월당실적이 하루 1백만건에서 1백 30만건으로 상승

Portal Business 추진 현황 (국내)

- 우리나라에 진출한 미국계 검색서비스업체를 중심으로 걸음마단계
- 미디어업체(신문사, 방송사)의 Content 제공사업이 활발(현재 무료)
- ISP에 의한 무료홈페이지 제공 서비스

<p>검색서비스 업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외산 검색업체 : 미국 본사의 정책에 맞춰 Portal사업 추진예정 특히 Yahoo Korea가 활발</li> <li>- 국산 검색업체 : 단순 검색기능, 분류서비스를 제공</li> </ul>
<p>통신업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신비로(HIT) : 일반인을 대상으로 무료 홈페이지 구축서비스, 별도로 운영하던 전자상거래 전문업체 신비로를 신비로에 통합할 예정</li> </ul>
<p>ISP업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한컴네트 : 5MB 홈페이지 무료제공, 현재 13만명 이용</li> <li>- 코리아 비즈니스 안포 : 중소기업의 무료 홈페이지 제공</li> <li>- 대구넷 : 무료로 홈페이지를 제공하던 것을 1만원의 사용료를 받음, 추가 개설시 5MB당 5천원 추가</li> <li>- 중 : IIMB 무료홈페이지 제공</li> </ul>

