

초점

국내 사이버 서점가에 '아마존' 상륙하다

대기업 삼성과 손잡고 '인터넷쇼핑몰' 문열어

세계 최대 사이버 서점 아마존(www.amazon.com)이 상륙했다. 아마존의 신규사업담당 부사장 랜디 코바가 지난 3월 24일 삼성물산과의 사업제휴를 위한 양해각서를 교환하기 위해 방한했고, 삼성인터넷쇼핑몰(www.samsungmall.co.kr, 이하 삼성몰)은 다음날부터 외서와 국내 도서를 함께 주문받기 시작했다. 지난해부터 아마존의 노하우를 전수받은 삼성몰이 본격적으로 시장공략에 나선 것이다. 이들의 등장으로 국내 사이버 도서시장에 대규모 지각변동이 예상된다. 특히 이미 개점 활동중인 소규모 사이버 서점의 앞날이 험난할 것으로 전망된다.

아마존이 보유한 외서 구매 대행과 자체 사이트로 국내 도서를 판매하는 삼성몰은 기존 사이버 서점과는 다른 조건을 제시한다. 우선 아마존이 갖고 있는 370만종의 도서정보를 고스란히 제공하고 있다. 이는 기존 국내 최대 사이버 서점이 제공하는 외서 정보량의 수십 배수를 초과하는 규모다.

기존 서점 능가하는 다양한 조건 제시

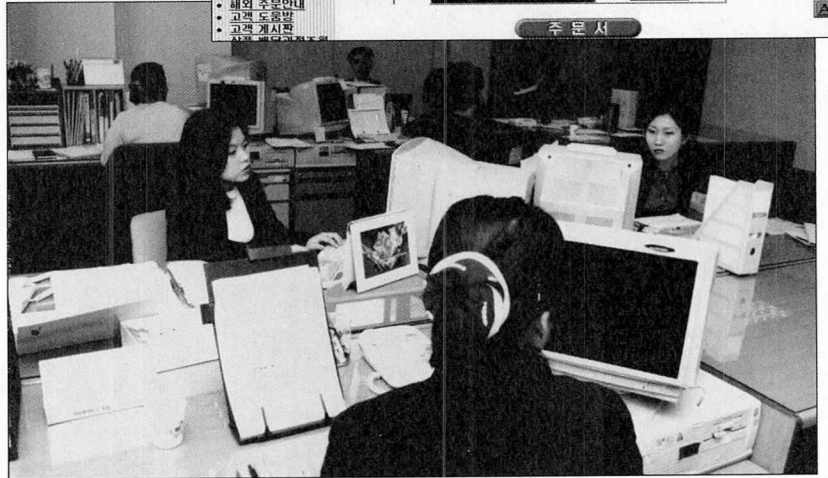
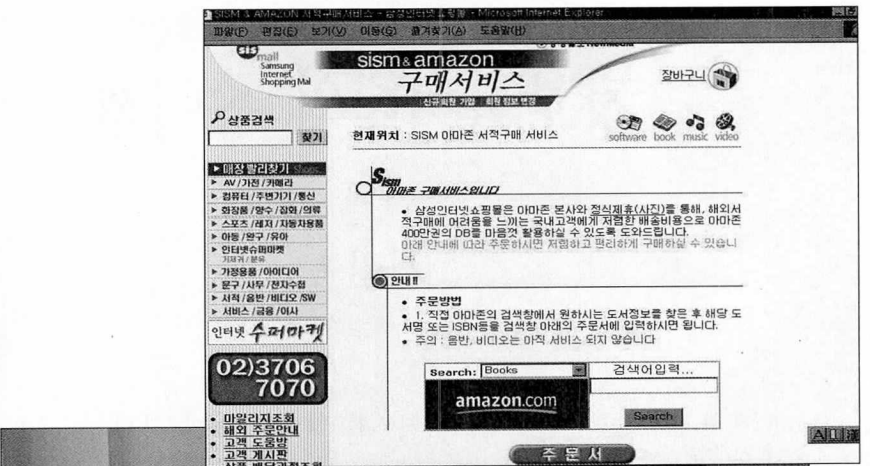
주문방식도 개선했다. 개별 이용자가 외서를 주문하기 위해서는 인터넷에 접속해야 하지만 삼성몰은 자체 사이트·전화·팩스·E-메일 등까지 활용토록 했다. 결제방식도 바뀌어 달러당 1300원의 고정환율을 적용해 원화로 할 수 있도록 했다. 이용자가 달러로 결제하는 부담을 덜어준 셈이다. 우송비는 개별주문 때보다 최고 24달러를 절약할 수 있고, 우송기간도 통상 1주일이면 도서를 받아볼 수 있도록 줄였다. 이는 기존 방식보다 최대 한달 정도 빠른 것이라고 주

장한다.

삼성몰에서 자체 구비한 15만권 정도의 도서정보를 바탕으로 시작한 국내 도서의 경우 도서정가제를 유지하지만, 우송비는 자사가 부담한다. 인터넷 사업부 이금용 이사는 "정가를 받는 대신 서비스 차원에서 우송비를 부담하고 있다"고 밝혔다.

기존 사이버 서점을 능가하는 조건으로 경쟁적 우위를 선점하려는 삼성몰의 이같은 조건은 벌써부터 많은 독자로부터 관심을 끌기 시작했다. 현재 하루에 50여건의 주문을 받고 있고, 주문량도 점점 늘고 있는 상태다. 이이사는 "자신감이 생겼다. 향후 6개월 이내에는 이익을 낼 수 있을 것"이라고 장담했다.

한편, 영역 넓히기에 열중인 아마존과 삼성몰이 제휴하면서 거래 품목으로 우선 도서를 정한 것에 대해 서점업계는 의심의 눈초리를 던지고 있다. 이에 대해 삼성몰은 "도서를 취급하는 데 따른 여러 향의를 받



세계 최대 사이버 서점 아마존이 삼성의 인터넷 쇼핑몰에 상륙했다. 사진은 서울 중구 태평로에 자리한 삼성인터넷 사업부(아래)와 아마존의 370만종의 도서정보를 고스란히 제공하고 있는 삼성몰.

고 있는 것은 사실이다. 하지만 이번 제휴는 시장논리에 따른 것으로 사이버 시장을 선점하기 위한 것이다. 또한 사이버 시장에서 주로 취급하는 상품이 음반·소프트웨어·도서인 만큼 서비스 차원에서 도서를 먼저 취급하게 됐다"고 설명했다.

현재 국내에서 개점 상태인 사이버 서점은 다빈치(www.davinchi.wefox.co.kr)를 비롯해 부꾸(www.bookoo.co.kr), 북몰(www.book.mallkorea.com/bmk) 등 전문 사이버 서점과 교보문고(www.kyobobook.co.kr), 영풍문고(www.yepbooks.co.kr), 종로서적(book.shopping.co.kr) 등 서점 겸업 사이버 서점 등 40여곳. 이들은 기존 서점업계의 틈새 시장을 보완해 주는 역할을 하고 있다. 즉, 서점에 나올 수 없는 형편이거나 도서정보를 손쉽게 얻고자 하는 고객의 욕구를 충족시켜 주고 있다.

향후 성장하여 자산가치 키울 듯

이들이 출판시장에서 차지하는 규모는 극히 미미하다. 교보문고의 경우 판매출의 3% 가량을 차지하고 있어 아직 맹아기에 있음을 반증한다. 이익을 내고 있는 서점도 거의 없다. 아마존 역시 이익은 내지 못하고 있다. 그럼에도 불구하고 삼성몰이 궁극적으로 상장법인 형태의 '아마존코리아'를 설립하려는 의도는 사이버 서점의 앞날을 어느 정도

집착할 수 있는 대목이다.

이익을 내지 못하던 아마존의 자산 총액은 2백33억달러인 데다 미국내 5백여 대형 서점체인을 거느린 '반즈 앤 노블' 자산 규모의 10배를 넘어섰다. 이를 두고 인터넷 전문가들은 "인터넷 기업을 향한 뉴골드러시는 금융자본이 미래시장을 선점하기 위한 것"이라고 주장하는 반면, "이익을 내지 못하는 기업이 증시를 통해 자산가치만 높이는 것은 성공향을 조장할 수도 있다"며 '버블론'을 내세우는 사람도 있다. 인터넷 기업 가운데 순이익을 내는 곳은 이후 ALO 이베이(인터넷 경매업체) 등 세곳뿐이란 것이 버블론자의 주장을 뒷받침한다.

다빈치의 장웅 대표도 이점에 주목했다. "사이버 서점은 책만 팔아 순이익을 낼 수 없다. 다빈치를 시작할 때 궁극적으로 상장하여 자산가치를 키울 생각이었다"고 밝혔다. 즉, 삼성몰이 법인을 설립한 다음 상장해 자산가치 키우기에 나설 것으로 예측하는 셈이다. 이는 상장할 만큼 크지 못하면 도태될 수밖에 없음을 역설적으로 보여줘 국내 타 사이버 서점의 행로를 짐작케 한다.

서점 겸업 사이버 서점은 영향 미미

삼성몰의 출현은 서점계에도 직접적인 영향을 끼칠 것으로 보인다. 교보문고 김성룡 이사는 "충분히 경쟁할 수 있다"고 자신만

거래표준화는 최소의 안전장치

주먹구구식 원시적 유통환경 탈피해야

이승용 · 홍익출판사 대표

지금까지 출판유통 관행은

주먹구구식이었다. 신간 출고, 주문,

반품 등이 상황논리에 따라 이뤄졌다.

명문화된 유통질서를 갖춘다면

출판·서적계 모두 예측 가능한

유통환경을 만들 수 있을 것이다.

거래표준화는 유통환경 개선의

출발점이자 출판계와 서적계

양자의 발전을 위한 최소의

안전장치임을 인식할 때다.



이승용 대표.

만한 입장. 그러나 다빈치의 장웅 대표는 “공룡 아마존과 삼성물산이 조그만 도서 시장까지 먹겠다고 뛰어들던 마당에 무엇을 더 기대하겠는가. 이제 막을 내릴 시간이 됐다”고 솔직하게 토론했다.

김성룡 이사는 경쟁할 수 있는 몇가지 근거를 제시했다. 우선 국내에서 개인이 아마존에 직접 주문하는 도서량이 많지 않고, 아마존의 도서정보 가운데 실제 유통한 것은 기존 사이버 서점도 충분히 제공하고 있다는 것이다. 우송비도 경쟁력이 있다고 제시한다. 실제 개인이 아마존 직영 서비스를 이용할 경우와 비교해 우송비를 이미 기본료 이외에 6달러 선으로 낮췄기 때문에, 삼성물산에서 주장하는 가격보다 오히려 싸다는 것. 또한 단체 구매 때는 다양한 편의를 제공하고 있어 경쟁할 수 있을 것으로 분석했다. 다만, 주문 도서를 받기까지의 기간은 여전히 극복할 수 없는 문제로 남는다.

종로서적의 김종열 이사 역시 즉각적인 영향은 크지 않을 것으로 전망했다. 그는 “장기적으로 경쟁력을 갖출 수도 있지만 영향은 크지 않을 것이다. 아마존은 할인판매의 악성 이미지를 갖고 있는 만큼 국내 출판계에서 이를 극복하기 힘들 것”으로 예측했다. 도서정가제를 준용하고 있는 국내 상황에서 10~40% 할인판매를 하는 아마존의 이미지를 극복하기 위해서는 상당한 노력이 필요할 것이라는 전망이다.

현재 국내 상황에서 사이버 서점이 경쟁력을 갖기 위해서는 할인판매가 전제조건이 될 수밖에 없다. 다양한 도서정보를 제공할 능력이 없는 상황에서 고객들이 도서를 직접 접하지 않고 구매하는 데 따른 보상은 할인판매가 유일한 대안이기 때문이다. 사실 사이버 서점마다 5~20% 정도 할인하거나 쿠폰 또는 마일리지제를 도입하고 있다. 그러나 기존 사이버 서점 역시 국내 도서의 할인판매를 계속 유지할 수 있는 가능성이 희박해지고 있다. 출판계는 최근 할인판매로 인한 출판시장의 붕괴를 막기 위해 강력한 대응책을 모색하고 있기 때문이다.

삼성물산은 도서정가제 고수를 밝혔다. 그러나 서적계는 삼성물산의 할인판매 가능성에 의심을 놓지 않고 있다. 삼성물산이 현재 대대적인 할인판매를 하고 있는 삼성홈플러스로부터 국내 도서정보를 제공받고 있기 때문이다.

서점 겸업 사이버 서점과는 달리 당장 영향권에 든 전문 사이버 서점의 숨소리는 거칠 수밖에 없다. 부꾸의 조성일 대표는 “할인판매로 시장과파괴에 나선 외국 기업이 국내에 들어와 무한경쟁 논리를 무기로 휘저으면 소규모 서점은 망할 수밖에 없다”고 밝혔다.

소규모 전문 사이버 서점 존재 위기

사실 국내 사이버 서점은 알려진 것과는 달리 기존의 유통체계에서 도서정가제란 난관조차 극복하기 힘든 입장이다. 즉, 5~20%를 할인해 주고 남은 10%대 유통마진으로 물류비용을 감당하면서까지, 그것도 극소량 단위의 도서를 판매해서는 유지할 수 없는 형편이다. 더욱 출판계의 눈치를 보며 할인판매를 하고 있기 때문에 도서정보를 얻는 데도 한계가 있다. 따라서 사이버 서점은 움츠러들 수밖에 없다. 부꾸의 조성일 대표는 “유통보다 정보제공에 힘을 기울이는 사이버 서점이 살아남을 것”이라는 역설적인 표현으로 도서정보를 입수하는 데 따른 어려움을 토론했다.

국내에서 사이버 서점으로 성공할 수 있는 선결 조건은 도서정보를 어느 정도 원활히 제공할 수 있느냐에 달렸다. 이는 생산자인 출판사가 직접 사이버 서점을 운영하는 것도 해당된다. 지난 4월 9일 한국출판인회의(위원장 김연호)가 8월부터 250여 출판사의 도서정보를 바탕으로 사이버 서점 '북토피아(www.booktopia.com 또는 www.booktopia.co.kr)' 운영을 선언한 것도 이런 맥락에서 이해할 수 있다.

국내에서 사이버 서점이 활성화될 수 있는 여건은 건조하다. 이런 상황에서 삼성물산의 등장은 앞날을 더욱 거칠게 만든 셈이다. 다빈치의 장웅 대표는 “규모의 경제면에서 아마존 또는 삼성물산을 넘어설 방법이 없다. 성공한 아마존의 꿈을 따라 사이버 서점을 개설한 사람들은 조만간 아마존 때문에 쓰라린 맛을 경험하게 될 것”이라고 말했다. 그의 말에서 존재의 위기에 직면한 소규모 사이버 서점의 현주소를 단적으로 읽을 수 있다.

—오완진 기자

지난해 송인·보문당·고려북스로 이어진 대형 도매업체의 연쇄부도에 직면했을 때 출판인에게 있어 최대 현안은 부도어음에 대한 채권확보와 재고도서의 반환 문제였다. 그러나 현실은 어땠다. 보문당을 예로 들면, 대부분의 출판사가 1년이 넘도록 채권회수는 그만두고 창고에 있는 책을 단 한권도 반환받지 못하고 있다.

출판유통 환경을 단적으로 말해주는 이런 현실에서 출판인이 얻은 소득이 있다면, 지금까지의 유통질서를 방치해서는 안 되겠다는 단호한 결의였다. 따라서 한국출판인회의가 '출판유통의 거래표준화 작업'을 서두는 것은 전혀 새삼스러운 일이 아니다. 위탁판매라는 전근대적 유통시스템을 당장 뜯어고칠 수 없다면, 우선 표준적인 거래계약서라도 제대로 만들고 과학적인 유통시스템의 열개라도 짜놓아 유사시에 대비하는 것이다.

이를 위해 한국출판인회의의 유통발전위원회에서는 전국의 도매상 28개사 대표자와 연쇄 접촉을 갖고 거래표준화 준비작업을 서둘러왔다. 1월부터 서울과 지방의 도매상을 직접 방문해 현장의 소리를 청취했다. 특히 3월 18일에는 전국의 대소형 도매상 대표자 20여 명이 참석한 가운데 유통환경 개선을 위해서는 거래표준화만이 살길이고, 이를 위해 출판서적계가 하나가 되는 <출판유통 상설협의체> 구성이 선결과제라는 데 의견을 같이했다.

지금까지 유통 관행은 주먹구구식이었다.

신간 출고·판매·주문·지불·반품 등이 과학적 근거 없이 상황논리에 따라 행해졌다. 따라서 출판사는 당월 수금의 예측은 물론이고 계획적인 제작이나 반품량의 조절 따위는 엄두도 내지 못하고 임시방편의 경영에 매달렸다. 이런 원시적인 환경은 비단 출판사만의 부담으로 작용한 게 아니다. 유통회사는 동네 구멍가게만도 못한 무원칙·비과학 경영으로 누적된 적자에 시달릴 수밖에 없었다.

거래표준화 작업의 시작인 표준계약서에 먼저 포함돼야 할 점은 신간 물량의 상호협조에 의한 적정 출고와 출고율의 규격화, 주문과 지불 행위의 과학성, 반품 물량의 적정화, 전국적으로 또는 도매업체간에 일관성 있는 대(對) 소매점 판매율이 될 것이다. 또한 이 원칙을 뒷받침하기 위해 거래에 하자가 발생했을 때는 출판·서점 쌍방간에 서로 책임을 추궁할 수 있는 제도적 장치 등도 포함될 것이다.

결과적으로, 명문화된 유통질서 아래 출판서적계 양자는 모두 예측 가능한 유통환경을 만들 수 있을 것으로 기대한다. 유통회사는 과도한 주문이나 무계획적 반품을 배제하게 할 것이고 이것은 곧 출판사의 거품제작 관행을 벗어나게 함으로써 기획생산의 구현이란 효과로 이어질 것이다.

거래표준화는 유통환경 개선작업의 출발점이자, 출판계와 서적계 양자의 발전을 위한 최소의 안전장치임을 인식할 때다. ❖