

## 홈쇼핑 제품의 포장 현황

### 1. 국내 TV 홈쇼핑 업계

최근 직장여성의 증가와 신용카드 사용의 증가 등 소비자 Life Style의 급격한 변화로 홈쇼핑 시장이 급속도로 성장하고 있으며 앞으로도 성장 가능성은 계속 높아질 것으로 예상된다.

21세기 급격하게 증가하고 있는 고령화와 함께 쇼핑에 어려움을 겪고 있는 실버계층의 확대와 인터넷 CATV 등 신매체에 친숙한 신세대들이 크게 증가하고 있는 것 역시 홈쇼핑 시장의 전망을 밝게 해주고 있는 한 요인으로 작용하고 있다.

현재 국내 TV홈쇼핑은 지난 1995년 8월부터 정부의 허가를 받아 공식적으로 TV방송을 송출하고 있는 CJ39쇼핑과 LG홈쇼핑이 양분하고 있으며 지난해 하반기 농수산TV와 우리홈쇼핑, 현대홈쇼핑이 신규사업으로 새롭게 뛰어들었다.

이에 따라 업계 전문가들은 2002년 한해 TV홈쇼핑 시장규모가 약 4조원대에 이를 것이라고 전망했다.

이에 본지에서는 이렇듯 빠르게 성장하고 있는 홈쇼핑업계의 현황과 배송을 맡고 있는 택배업체, 홈쇼핑 포장현황을 살펴보고자 한다.

### 2. 홈쇼핑과 택배

각 홈쇼핑 업체는 자기 자사의 제품을 배송할 택배업체와 계약을 체결하고 있으며 LG홈쇼핑은 한진택배, CJ39쇼핑은 CJ GLS에서 담당하고 있다.

홈쇼핑업체의 택배사 선정은 현대홈쇼핑과 우리홈쇼핑이 현대택배와 한국농수산방송이 대한통운과 각각 배송계약을 체결하고 있다.

당초 한국농수산방송에 2.5%의 지분을 투자한 현대택배가 투자지분을 포기하면서까지 배송권을 넘겨준 것은 우리홈쇼핑의 사업성이 크고 농수산방송의 주거래물품이 될 농수산물과 가공품 등의 배송이 일반물품배송보다 까다롭다는 데 이유가 있다.

이에 따라 국내 홈쇼핑채널 5개의 택배사는 LG홈쇼핑-한진택배, CJ39쇼핑-CJ GLS, 우리홈쇼핑/현대홈쇼핑-현대택배, 한국농수산방송-대한통운으로 짝을 이루고 있다.

지금까지 전자상거래 시장에 진출한 택배사는 대한통운이 코렉스몰을 개장이 본격적으로 전자상거래를 개시했고, 한진은 한진택배 고향맛편을 개설하고, 235종의 전국 주요 특산물을 판매

하고 있다. 현대택배도 인터넷사업부문에 100억원을 투자로 인터넷쇼핑몰을 개장해 현대그룹 계열사 제품에 대한 통합인터넷 쇼핑몰을 전담하고 있다.

### 2-1. CJ39쇼핑 - CJ GLS

CJ39쇼핑(대표이사 조영철)은 1995년 8월 국내 최초로 TV홈쇼핑 방송을 시작했다.

무점포 신유통업체인 CJ39쇼핑은 TV를 이용해 생산자와 소비자의 직거래를 실현했다.

이후 1997년에는 국내 최대 규모 콜센터를 개소, 1999년 ISO 9002 인증획득과 2000년 전자상거래 전용 국내 최대 최첨단 물류센터 구축 등을 통해 국내 홈쇼핑 산업을 선도해 오고 있다.

이같은 노력으로 인해 CJ39쇼핑은 매년 100%이상 고속 성장을 거듭하고 있으며 2001년에는 7,778억원 매출에 272억원의 영업이익(2000년 매출액 : 4,212억원 / 영업이익 183억원)을 실현, 2002년에는 1조5천억원의 매출과 750억원의 영업이익을 목표로 하고 있다.

CJ39쇼핑은 현재 제일제당의 택배회사인 CJ GLS와 함께 서울 전지역을 50개 권역으로 나눠 특화된 맞춤택배서비스를 실시하고 있다.

CJ39쇼핑과 CJ GLS는 지난 5월10일 CJ39쇼핑 전담택배 '엔젤서비스'를 오픈하고, 본격 서비스에 들어갔다.

엔젤서비스는 여성배송사원이 여성관련 용품 등을 직접배달하는 것으로 고객에게 친근한 이미지와 일반 택배배송보다 한 차원 높은 서비스

를 제공하는 것을 말한다.

CJ39엔젤영업소는 16명의 여성으로 구성되어 있으며, 경기도 군포에 위치하고 서울지역 서비스를 실시하고 있다.

### 2-2. LG홈쇼핑 - 한진택배

LG홈쇼핑(대표 최영재)는 지난 95년 TV홈쇼핑사업을 개시하였고, 98년부터 국내 홈쇼핑시장 선두업체로 부각되면서 매년 평균 200%의 높은 매출성장세를 기록하고 있다.

LG홈쇼핑의 배송은 한진택배에서 맡고 있다. 한진은 LG홈쇼핑의 2대주주(지분 8%)로 양사는 상품수송과 배송시스템을 연계하고 있으며 단순한 거래관계 이상의 동반자적 관계를 맺고 있다.

LG홈쇼핑은 한진구로터미널을 물류센터로 사용하고 있으며, 이곳은 국내 무점포판매업체 중 최대규모를 자랑하고 있다.

규모는 대지 5000에 연건평 2000평으로 입고와 출고를 동시에 수행할 수 있는 7개의 크로스도크방식의 입출고라인을 갖추고 있어 하루 5만상자의 제품출하가 이루어지고 있다. 수도권지역은 4일, 지방은 6일 이내에 배송이 가능하다.

현재 한진택배의 배송물량은 LG홈쇼핑의 직송물량 약 20%를 제외한 2만 상자 정도다. 지난해 배송한 전체물량은 320만 상자, 올해는 약 420만상자를 목표로 하고 있다.

LG홈쇼핑은 한진택배에 맡긴 물량과는 별도로 자사 배송물량 중 고객AS 물량이 일일 300~500건 정도가 대한통운에서 배송된다.

LG홈쇼핑은 선정된 상품의 품질을 직접 테스트하고 품질을 보증하기 위해 품질관리 전문요원을 30여명이나 두고 33단계 품질테스트 하는 등 QA(품질관리)업무에 전사적인 총력을 기울여왔다.

또한 고객이 주문한 상품을 고객이 원하는 장소까지 안전하고 신속하게 전달될 수 있도록 배송에도 최선을 다하고 있다.

### 2-3. 우리홈쇼핑 - 현대택배

우리홈쇼핑(대표 조창화)은 한달간의 시험방송 운영을 마치고 2001년 10월15일부터 본방송을 시작했다.

우리홈쇼핑은 시험방송 송출이후 매출실적을 근거로 올해 매출목표를 6,000억원으로 예상하고 있다. 녹화방송이 대부분인 시험방송임에도 불구하고 지난해 10월이후 매출이 상승가도에 있으며, 현재 송출되고 있는 65개 SO이외에 전환 SO를 비롯한 다수의 송출 확장 계획이 잡혀 있는 만큼 충분히 승산이 있다는 계산이다.

우리홈쇼핑은 홈쇼핑의 경쟁력으로 대두되고 있는 양질의 택배서비스를 제공하기 위해 지난해 8월27일 현대택배와 제휴를 맺었다.

양질의 택배서비스 제공을 위해 양사는 각각 전담 T/F팀을 구성하여 준비작업에 박차를 가해 왔으며 원활한 물량처리를 위해 연건평 5500여 평에 달하는 현대택배 서울북부터미널에 우리 홈쇼핑 전담 관리팀을 배치했다.

지난 2001년 8월에 개장한 현대택배의 서울북부터미널은 1일 처리 능력이 8만 박스 이상인 국내최대의 초현대식 시스템으로 운영된다.

따라서 우리 홈쇼핑 물량을 신속하게 고객에게 전달할 수 있어 우리 홈쇼핑과 현대 택배 양사의 경쟁력을 높이는데 크게 기여할 것으로 기대하고 있다.

현대택배가 우리 홈쇼핑의 물류대행 사업자로 선정된 이유에 대하여, 우리홈쇼핑 측은 현대택배의 풍부한 홈쇼핑 물류대행 경험을 통한 수준 높은 서비스와 홈쇼핑 전용 초현대식물류센터 및 설비시설 그리고 전국에 걸친 완벽한 네트워크 등을 꼽았다.

현대택배는 우리 홈쇼핑의 물량 택배로 현재 하루 평균 1만개, 월 평균 45만개를 담당하고 있다.

### 2-4. 농수산TV - 대한통운

한국농수산물TV(대표 이길재)는 2001년 2001년 9월부터 본방송을 시작였고, 물류대행은 대한통운에서 맡고 있다.

당초 한국농수산물TV는 택배업체로 CJ GLS와 협약을 맺고 MOU계약까지 체결했으나, 최종단계에서 대한통운을 선택했다.

한국농수산물TV 관계자는 "주력상품인 농수축산물의 특수성으로 인해 물류대행업체 선정 과정에서 외부 전문위원을 선정하는 등 엄격한 평가와 심사를 통해 대한통운을 최종 선정했다"고 밝혔다.

따라서 한국농수산물TV는 다른 신규 TV 홈쇼핑 사업자 보다 한발 앞선 개국으로 최단기간에 사업의 안정기반을 구축하고, 농수축산물 전문채널로서 위상을 확립해 나가고 있다. 대한통운은 농수산물 TV를 통해 연간 100억원의 택배 매출액을

예상하고 있다.

대한통운 백유택 택배사업팀장은 농수산방송의 주요 상품이 신선도를 요구하는 등 특수상품인 만큼 이번 기회를 통해 관련시설의 충분한 투자와 노하우 축적으로 냉장·냉동 택배부문의 전문화를 강화해 나가고 있다”고 말했다.

## 2-5. 현대홈쇼핑 - 현대택배

2001년 11월 19일 개국한 (주)현대홈쇼핑(대표 이병규)는 기존 홈쇼핑이 가격소구형 마케팅에 의존했던 것과 달리 현대백화점의 고품격 이미지를 바탕으로 차별화된 상품 및 서비스를 제공하고 있다.

현대홈쇼핑은 현재까지 전국적으로 약 100개의 SO와 계약을 체결했거나 체결할 예정이며 서울을 비롯한 6대 광역시 SO 대부분과 계약을 체결했다.

현대홈쇼핑은 현대택배를 물류업무 대행사로 선정하고 서울 및 경기일부지역과 부산지역을 물류기지로 '배송전담 서비스팀'을 가동, 65대의 배송전담 차량을 운영함으로써 배송 서비스의 질적 우위를 점할 수 있게 되었다.

이 서비스는 기존의 배송서비스 외에 고객들의 요구에 맞는 맞춤서비스를 제공하는 것으로 배송사원 외에 서비스맨이 동승하여 2인 1개조로 택배서비스를 실시하게 된다.

현대홈쇼핑은 앞으로 서비스맨의 부가 서비스 범위를 넓혀 생활용품 등을 중심으로 한 장 바 주기 등 다양한 이색 서비스를 제공해 고객 편의 중심의 다양한 서비스를 실시할 계획 이다.

이를 위해 배송을 전담하고 있는 현대택배와

의 협력관계를 강화하고, 한층 강화된 서비스 제공을 위해 차량별 1일 배송물량을 제한하기로 했다.

현대홈쇼핑은 고객과의 접점이라 할 수 있는 콜센터의 운영을 위해 160여명의 고급TM인력을 확보하여, 지난 9월 중순부터 약 2개월 동안 상품 및 서비스 마인드 교육 등 TM교육을 실시, TM인력의 고객 응대 및 서비스 수준을 한 단계 높였다.

## 3. 홈쇼핑업체 각 사별 포장현황

홈쇼핑 업계가 빠르게 성장하고 있음에도 불구하고 홈쇼핑 포장 형태에는 별 변화가 나타나고 있지 않다.

현재 홈쇼핑 업체에서도 포장에 대한 중요성은 인식하고 있으나 원가 절감 측면에서 포장에 대한 투자가 미미한 실정이다.

때문에 홈쇼핑 각 사별로 포장만을 전담해 연구하는 부서를 갖춘 곳이 없으며 심지어는 다른 업무와 병행하며 부수적으로 포장 업무를 담당하고 있는 경우가 대부분이다.

5개 홈쇼핑 업체에서 사용하고 있는 포장재 면에서도 골판지 상자와 부직포가 주류를 이루며 여기에 에어팩이나 발포스티로폼(EPS)을 완충재로 사용하고 있는 것이 전부다.

이는 포장시 가장 기초적인 제품 보호 기능만을 고려하고 있으나 새롭고 독특한 것을 찾는 요즘 소비자들은 기존 포장형태에 변화를 준 차별화 된 포장에 대한 기대가 높아지고 있다.

그러나 홈쇼핑 업체에서는 “홈쇼핑은 제품을

시중가 보다 낮은 가격으로 판매해야 하는 특성을 가지고 있어 물류비와 포장비에서 절감할 수밖에 없다"며 또한 "홈쇼핑 포장은 일반 제품 포장과는 달리 물류와 포장을 접목시켜야 하기 때문에 지금 사용하고 있는 포장형태가 가장 일반적인 형태"라고 설명했다.

그렇다면 현재 각 홈쇼핑 업체에서는 포장형태가 어떻게 이루어지고 있는지 본지에서 살펴보고자 한다.

### 3-4. 농수산TV

농수산TV는 22종의 골판지 박스와 10종의 스티로폼 박스가 사용되고 있으며 이외 5종의 비닐 지퍼백과 5종의 의류 포장재인 부직포가 사용되고 있다.

완충재로는 발포스티로폼, 에어팩이 사용되고 있으며 공급 제품이 일반 공산품과는 달리 농·수산물인 점을 감안해 포장에 대해 좀 더 세심한 관심을 보이고 있다.

홈쇼핑은 일반 택배 포장과는 달리 1인 다상품을 포장해야 하는 경우가 많아 신속한 출고 작업을 위한 작업성과 경제성, 내구성이 고려되어야 한다. 또한 자동분류기에 의한 분류가 가능한 포장으로 포장단위별 상품, 주문자정보를 부착해야 한다.

포장시에는 상품의 손상 방지를 위한 박스의 수직 강도 및 파열에 가장 중점을 두어야 하며 단위 상품당 포장비용 및 작업성(생산성), 상품성 변질 방지(열전도율, 완충성), 공간효율성(박스당 상품 체적 90%이상), 해당 택배사의

[표 2] 품종별 판매상황

(단위: mm)

호수	장	폭	고	재질	골심지
1	360	300	150	SK180K200K180	B골
2	520	300	120		
3	420	370	120	SK180K200K180	B골
4	420	370	200		
5	405	280	280		
6	480	385	315		
7	600	390	220		
8	610	390	395	SK180S120S120S120K200	AB골
9	571	492	150	SK180K200K200	A골
10	600	350	150	SK180K200K200	A골
11	366	366	220		
12	366	366	280		
13	412	343	200		
14	440	330	220		
15	458	320	280		
16	500	300	310		
17	550	366	380	SK180S120S120S120K200	AB골

규격에 대한 적합성을 고려한 포장이 이루어져야 한다.

농수산TV 이태헌 팀장은 “지나치게 다양한 포장과 상품별 택배사의 권장 포장 기준을 확립하고 있다”며 “이에 따른 문제점 해결은 물론 공급 제품은 농·수산물인 것을 감안해 기능성 포장 즉 저온물류형 포장이나 파손, 변형 방지형 포장, 신선도 유지형 바이오 포장 등이 이루어져야 할 것”이라고 설명했다.

농수산TV는 이태헌 팀장은 “비용절감을 위해 앞으로 컨테이너 업체와 협력하고 자동설비 확대에 필요한 포장규격화(포장종류 축소)와 과포장(본품대비 과대포장 또는 3중겨포장) 규제를 시행해 나갈 것”이라고 설명했다.

### 3-3. 현대홈쇼핑

현대홈쇼핑에서도 여는 홈쇼핑사와 같이 골판지가 전체 포장재의 70%를 차지하고 있으며 그 다음으로 부직포가 15%를 차지하고 있다. 여기서 부직포는 의류가 15%를 차지하고 있으며 그 나머지로 침구류, 속옷류, 핸드백 등에 사용되고 있다.

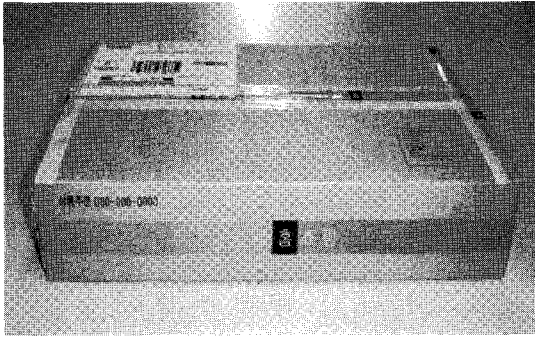
현대 홈쇼핑은 월 매출액의 0.03%를 포장비로 소요하고 있으며 동 업계와는 차별화를 위해 QA팀에서 포장관련 업무를 담당하고 있다.

현대 홈쇼핑 류재헌 차장은 “홈쇼핑 포장은 여러 공정을 거쳐야 하고 아직까지는 주로 수작업으로 이루어지기 때문에 이러한 과정에서 파손, 분실되는 경우가 많아 강도 높은 골판지 상자를 사용하고 있으며 고급 접착테이프를 사용하고 있다”고 설명했다.

[표 3] 현대쇼핑이 사용중인 골판지상자 현황

변경전	변경후	장	폭	고
보석	0	245	145	55
1호	1호	250	160	70
22호	2호	320	225	45
29호	3호	230	185	80
27호	4호	280	280	55
28호	5호	400	266	50
2호	6호	306	206	90
1-1호	7호	260	160	150
25호	8호	375	315	70
4호	9호	415	280	90
16호	10호	330	235	135
16호	11호	300	230	195
31호	12호	508	112	242
6호	13호	300	245	195
10호	14호	360	260	160
5호	15호	380	270	150
21호	16호	360	240	180
9호	17호	400	300	200
3-1호	18호	470	345	100
14호	19호	315	315	165
3호	20호	470	345	145
8호	21호	300	295	295
19호	22호	350	270	270
31-1호	23호	508	217	243
20호	24호	420	360	190
17호	25호	322	305	306
11호	26호	450	355	235
5-1호	27호	460	330	330
13호	28호	530	360	265
7호	29호	480	460	230
15호	30호	590	395	230
32호	31호	580	480	230
24호	32호	470	460	300
30호	33호	580	470	290
18호	34호	610	550	330
12호	35호	595	550	355
23호	36호	750	650	450
	1-1호			
	0호			

[그림 1] 현대쇼핑이 사용중인 골판지상자



또한 “홈쇼핑 포장은 내용물 보호를 기본으로 골판지와 부직포의 사용이 많으며 이외 귀금속과 같은 고급 제품의 경우 박스에 칼라 코팅을 해 차별화를 두고 있다”며 “골판지 박스는 상품의 다양화에 맞춰 36종의 규격화를 갖춰 왔으며 경도와 습도에 강한 지종을 사용하고 있다”고 설명했다.

그러나 주로 의류에 사용되고 있는 부직포는 가죽과 같은 경우 뽀족한 물건이나 모서리에 닿을 때 상하기 쉬어 외부 충격으로부터의 보호 기능은 단지 먼지와 같은 불순물 차단 기능만이 이루어지고 있다.

이에 현대홈쇼핑 류재현 차장은 “새로운 재질이나 포장 형태를 개발해 이를 현실에 맞춰 실행할 수 있도록 좀더 적극적인 투자가 이루어져야 할 것”이라며 “포장에 대한 이론을 좀더 체계적으로 갖추고자 할 것”이라고 설명했다.

### 3-2. CJ39쇼핑

CJ39쇼핑은 포장 박스를 신규로 제작할 수 없는 상황을 고려해 기존의 자료를 바탕으로 일률

[표 4] CJ39쇼핑이 사용중인 골판지상자 현황

품명	구분	
	지종	규격
1호	SK.S.WK	250×160×70
2호	SK.S.WK	250×160×150
3호	SK.K.WK	470×345×145
3-1호	SK.K.WK	470×345×100
4호	SK.K.WK	415×280×90
5-1호	SK.K.WK	460×330×310
6호	SK.K.WK	300×245×195
7호	SK.K.WK	300×250×110
8호	SK.K.WK	300×295×295
9호	SK.K.WK	390×200×155
10호	SK.K.WK	450×355×235
11호	SK.K.WK	550×380×100
12호	SK.K.WK	595×550×355
13호	SK.K.WK	530×360×215
13-1호	SK.K.WK	530×360×215
14호	SK.K.WK	580×465×290
15호	SK.K.WK	415×280×110
16호	SK.K.WK	330×235×135
17호	SK.S.WK	280×205×70
18호	SK.K.WK	510×250×225
20호	SK.K.WK	750×470×100
21호	SK.K.WK	550×470×100
22호	SK.S.WK	320×225×45
23호	SK.3S.WK	750×650×450
24호	SK.K.WK	460×470×300
25호	SK.K.WK	460×470×230

적인 규격화를 이루고 있어 오히려 상품을 포장 박스에 맞춰 사용하고 있는 실정이다.

CJ39쇼핑 박판목 부장은 “현재 홈쇼핑 전 업계마다 고객에 대한 포장 상태의 이미지를 극대화하기 위해 많은 투자를 하기보다는 단순 배송을 위한 포장이 이루어지고 있는 실정”이라며 또한 “외부포장재(골판지)에 의존도가 높아 내포장재 개발에 대한 투자가 미비한 상태이며 포장에 대한 고객의 이미지가 다소 떨어져 상품을 받았을 때 포장에 대한 만족감보다는 상품에 대한 만족에 더 큰 비중을 두고 있다”고 설명했다.

CJ39쇼핑은 가장 쓰임이 많은 골판지 상자의 경우 총 28가지의 규격을 갖추고 있으며 상자 크기와 지중에 따라 사용량에 다소 차이가 있다.

골판지 박스는 상품의 크기에 가장 근접한 상자를 사용하고 상품의 유격이 없도록 일반적인 접는 방식의 형태로 작업된다.

부직포는 1㎡당 60~70g으로 주로 의류에 사용되고 있고, 상·하의 주름이 잡히지 않도록 포장하며 전량 수작업으로 진행되고 있다.

CJ39쇼핑 박판목 부장은 “앞으로 좀더 다변화된 포장 부자재 개발에 주력할 것이며 내포장재의 개발 맞춤형 박스로 상품 내구성의 한계로 인해 다양한 상품에 따라 모든 박스를 제작하여 포장하는 것보다 내부강화를 통해 고객 만족을 실현하겠다”고 밝혔다.

또한 “비용 절감을 위해 포장재 불량으로 인해 발생하는 손해를 고려할 때 단가 인하를 통해 비용 절감보다 신규포장에 대한 부자재 개발

로 불량 및 훼손에 대한 LOSS를 없앨 것”이라고 설명했다.

### 3-1. LG홈쇼핑

LG홈쇼핑의 홈쇼핑 포장형태는 수송포장에 중점을 두고 있으며, 포장에 의한 자사 홍보나 인지도 상승의 효과와 같이 부수적으로 얻을 수 것들을 활용하지 못하고 있는 실정이다.

LG홈쇼핑 이해영 과장은 “포장에 있어서 가장 중요시되는 부분은 역시 상품의 보호성이다”고 판단되나 너무나도 다양한 상품들을 취급하다보니 상품의 적합한 포장재를 사용하기 어려운 실정이라”며 “이를 개선하기 위해 포장재 자체의 강도를 증가시키는 방법과 상품에 적합한 포장재의 개발이 필요할 것”이라고 말했다.

LG홈쇼핑은 현재 비용절감을 위해 포장에 대한 개념을 새롭게 하여 포장 전반에 걸쳐 변경 작업을 진행하고 있다.

이해영 과장은 “상품의 안전성 및 배송의 용이성은 물론 포장재에 있어서 차별화를 주고자 신규 포장재 개발에 주력하고 있다”고 설명했다. ☐

월간 포장계는 포장업계에 유익한  
최신 기술 및 정보를 제공하고 있습니다.

정기구독 및 광고 문의는  
(사)한국포장협회 편집실로 해주십시오.

TEL. 02)835-9041