

「2020 코리아세일페스타」 추진계획

2020. 9. 28.

관 계 부 처 합 동

순 서

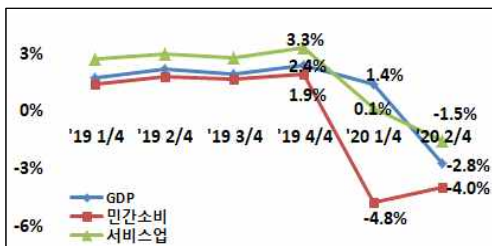
I. 추진 배경	1
II. 2020 코세페 행사 개요	2
III. 추진 방향 및 전략	4
IV. 홍보 계획	8
V. 향후 계획	9
붙임 : 소비진작을 위한 정부지원 요약	10

I. 추진 배경

- **코로나19 위기극복**을 위해 긴급재난지원금(5.13~), 대한민국 동행세일(6.26~7.12), 4차 추경 등 **총력 대응중**

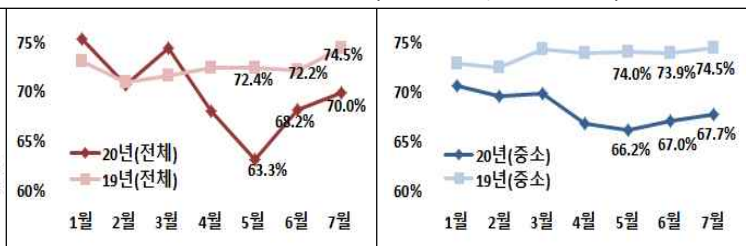
- **코로나19, 글로벌 경기침체** 등의 영향으로 **상반기 GDP·민간소비 급감** 및 **서비스업 침체** 가운데 **제조업도 어려운 상황**

< GDP·민간소비·서비스업 성장률 >



* 출처 : 한국은행(전년대비)

< 제조업 평균가동률 (제조전체, 중소제조) >



* 출처 : 통계청, 중기부

- 세계경기전망·수출의 불확실성으로 내수활성화가 경제성장의 핵심 요소로 등장한 가운데, **경기반등·소비회복**을 위한 **릴레이 전략** 필요

* (9~10월) 추석 민생대책 → (11월) 코리아세일페스타 등 소비진작행사

- 업계는 '사회적 거리두기' 상황임을 감안하여 **철저한 방역을 전제**로 한 범국가적 소비진작 행사 추진 등 정부지원을 요청

* 기업참여현황: 9.24일 현재 총 792개사(전년 동일 대비 두배, 총 참여기업수(704개) 초과)

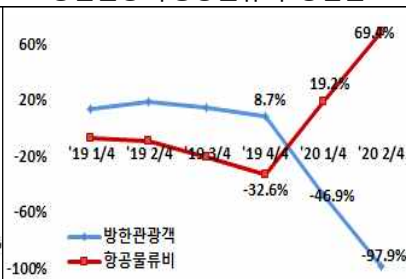
- ①(**지역상권**) 전통시장·소상공인 매출감소, ②(**면세점·서비스업**) 방한 관광시장 회복지연, ③(**온라인 수출**) 글로벌 물류비용증가 등 애로제기

< 소상공인 매출증감률 >



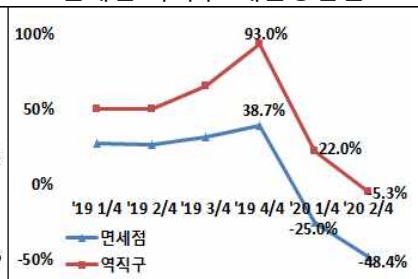
*출처:한국신용데이터(전년대비)

< 방한관광객항공물류비 증감률 >



*출처: 한국관광공사/블룸버그(전년대비)

< 면세점·역직구 매출증감률 >



*출처: 통계청(전년대비)

⇒ 11월 **민간주도 「코리아세일페스타(이하 코세페)」** 개최에 정부가 **총력** 지원하여 하반기 **내수·수출·지역경제 활성화**를 위한 **모멘텀 확보**

Ⅱ. 2020 코리아세일페스타 행사 개요

< 기본 방향 >

- ◇ 안전한 행사를 위하여 기획 단계에서부터 **온라인·비대면 중심**으로 추진하고, 오프라인 행사는 **정부 방역수칙을 철저히** 준수
 - 정부, 민간 차원의 **특별행사** 또는 **할인행사**에 대해 **방역단계별 대응방안(contingency plan)** 수립, 운영

< 포스트코로나 쇼핑행사 관련 해외 사례 >

- (중국) 中업체는 지난 6월 **코로나19 이후 최대 온라인 쇼핑행사**(“6·18쇼핑축제”)를 개최하고, 11월 **세계 최대 온라인 쇼핑행사인 광군제(11.11)** 준비 중
- (미국) 美업체는 집객방지·행사기간 분산을 위해 **업체별 “블랙프라이데이” 할인기간 조정**(10월부터 진행, 2달간 진행 등) 및 **온라인 행사 병행, 픽업서비스 도입 계획** 등 발표

□ (행사 기간) ‘20. 11. 1(日) ~ 11. 15(日)’

- 민간주도의 「코세페 추진위*」(‘20.2.4)에서 **행사 예측가능성 및 사전준비** 등을 위해 **매년 11.1 ~ 11.15** 기간 개최하기로 결정

* 코세페 행사 추진주체로서, 유통 업체별 9개 단체와 소비자단체 등 민간으로 구성

- 개막식 등 **특별행사**, 다양한 **골목상권 활성화** 및 **할인행사** 등 추진

□ (주체) 민간 「KSF 추진위」 주관 하에, 제조·유통·서비스 기업, 국내외 소비자 등 **全 경제주체가** 참여하고,

- 정부 부처, 17개 시·도가 지원하는 **범국가적, 글로벌 행사**로 격상

□ (핵심 슬로건) “**힘내요 대한민국! 2020 코리아세일페스타**”

- ‘엄지척’ 챌린지를 활용하여 **소비자와 기업이 함께 ‘win-win’** 할 수 있는 소비와 판매를 통한 **위기극복 및 경기 반등**을 응원



- ◇ (‘엄지척’) **커뮤니케이션 이미지**(11월, 판매자+소비자, 1+1 등 다중의미)
“기업은 제품가격을 내리고, 소비자는 얼어붙은 지갑을 열고, 수익금은 나눔으로써, 서로를 응원하고 모두가 행복해진다.”

- ‘엄지척’을 홍보 이미지로 활용한 마스크 등 **코세페 기획상품 제작, 키비주얼 제작** 등 다양한 캠페인 병행 추진

〈 코세페 추진 관련 방역 대응방안 〉

□ [기본방향] 사회적 거리두기 단계별 철저한 방역수칙의 준수·이행

- 행사 기획부터 온라인·비대면 방식 중심으로 추진
- 오프라인 행사 진행이 불가피한 경우 ❶ 오프라인 행사규모 최소화, ❷ 보다 강화된 방역수칙 적용, ❸ 드라이브 스루 등 비대면 방식 강구

구 분	사회적 거리두기 단계 주요내용
1단계	▶ 소규모의 산발적 유행이 확산·완화 반복 → 엄격한 방역수칙 준수 하에 일상적인 경제활동 영위
2단계	▶ 환자 계속 증가하며 유행 확산 → 불요불급한 활동 자제 및 실내 50인, 실외 100인 이상 집합·모임·행사 금지
3단계	▶ 급속 확산 및 대규모 유행 → 필수적 사회경제활동 외 원칙적 금지 및 10인 이상 집합·모임·행사 금지

□ [코세페 세일행사] 백화점·마트·전통시장·상점가 등 '매장 세일' 현장

구 분	방역단계별 코세페 세일행사 운영 가이드라인
1단계	▶ 분야별·업태별 방역수칙의 철저한 준수 및 이행 하에 행사 진행
2단계	<p>[정부 주관행사]</p> <p>▶ 원칙적으로 온라인·비대면 방식 중심으로 행사 진행</p> <p>- 오프라인 행사는 온라인·비대면 방식으로 전환하되, 전환이 불가능한 행사는 취소 또는 연기</p> <p>▶ 다만, 행사내용, 지역상황 등 고려시 행사진행에 큰 문제가 없는 경우 방역당국과 협의해 행사 축소 진행 등 탄력 운영</p> <p>[민간 주관행사]</p> <p>▶ 온라인·비대면 방식 위주의 행사로 전환 권고</p> <p>▶ 행사 진행이 불가피한 경우, 고객 밀집형 행사·이벤트 등 감염 확산 우려가 있는 오프라인 행사의 축소운영(관할 지자체 협의)</p>
3단계	▶ 온·오프라인 세일행사는 취소·연기하고 일상 생필품의 원활한 수급을 위한 생필품 위주 온·오프라인 판매·배송으로 전환

□ [현장 특별행사] 실내·외 전시·공연·박람회 등 '집합행사' 현장

구 분	방역단계별 코세페 현장 특별행사 운영 가이드라인
1단계	· 보다 강화된 특별현장행사 방역수칙의 철저한 이행·운영
2단계	<p>▶ 행사현장의 출입자 관리·통제가 가능한 경우 방역당국과 협의해 강화된 방역수칙 하에 실내 50인, 실외 100인 이하 행사로 축소 운영</p> <p>· 열화상 카메라 및 체온계 측정</p> <p>· QR코드 등 활용 출입 명부 관리</p> <p>· 밀집도 조절 위한 입장인원 관리(바닥면적 4㎡당 1인으로 제한)</p> <p>· 입장 대기인원, 참여자 2m(최소 1m) 이상 간격 유지</p> <p>· 마스크를 벗어야 하는 행사(시식코너 운영 등) 운영 자제</p> <p>· 참여자 동선 일방통행 유도 등</p> <p>▶ 현장의 관리·통제가 어려운 경우 현장특별행사 취소·연기</p>
3단계	▶ 현장특별행사 전면 취소 또는 연기

□ [비상방역 관리체계 구성·운영] 행사 관할 기관·지자체를 중심으로 산업부-방대본과 비상연락 및 상시보고·대응체계 구성·운영

Ⅲ. 추진 방향 및 전략

“힘내요 대한민국! 2020 코리아세일페스타”

추진 목표

- ◆ **민간 주도 소비진작 행사 성공을 위해 정부의 총력 지원**
- ◆ **연대와 협력, 포용 등 모든 경제주체가 참여하여 위기극복**
- ◆ **비대면 · 한류융합 등 e-커머스 글로벌 경쟁력 강화**



4대 지원방향	12대 지원전략
① 연대와 협력을 통한 소비회복	① (방역협력) 안전한 행사추진을 위한 철저한 방역 ② (기업) 제조사부터 유통, 금융, 배송사 적극 참여 ③ (소비자) 소비자의 온오프라인 적극 참여 ④ (정부) 세제, 재정, 제도 등 범정부적 총력 지원
② 소상공인과 함께 지역경제 회복	① 대중소 기업간 상생지원 확대 ② 골목상권·지역경제 활성화 지원 ③ 사회적경제기업 참여 및 수익금의 기부문화 확산
③ 온라인 · 비대면 행사 강화	① 민간·공공쇼핑몰 적극 가동 등 온라인 행사강화 ② 라이브커머스, 드라이브스루 등 비대면 판촉 확대
④ 글로벌 문화쇼핑 행사로 도약	① K-뷰티 등 유망 소비재의 해외 판로 개척 지원 ② 글로벌 한류박람회로 국격 및 브랜드 이미지 제고 ③ 글로벌 배송료 할인 등으로 해외소비자 참여유도

1

연대와 협력을 통해 소비 회복 지원

- ① (방역협력) 방대본·지자체와 긴밀히 협의하여, 안전한 소비진작행사 추진을 위한 철저한 방역 준비 및 국민 불안감 해소
- ② (제조사 적극참여) 유통(특별할인전)·금융(캐시백 지급)·배송사(배송료 인하) 뿐만 아니라 제조사의 적극참여(기획상품출시 등)를 통해 할인여력 제고

행사명	행사내용
코리아패션마켓	▶ 국내 주요 백화점·온라인 플랫폼 연계 온·오프라인 패션 특별할인전
코리아자동차마켓	▶ 국내 5대 자동차업체의 전기차 등 친환경차 할인 프로모션
타이어 할인전	▶ 온·오프라인 타이어 할인행사, 비대면 타이어 교체 등
전자·IT제품할인전	▶ 최신 생활가전, 스마트폰, 테블릿PC 할인행사
생활소비재 판매전	▶ 화장품·가구 등 우수디자인상품의 온·오프라인 판매
도자·식기문화마켓	▶ 숙박 연계 도자기 생산현장 투어, 지역기업(SK하이닉스) 협업 판매전(이천)

- ③ (소비자주도) 카페·파워블로그·인스타 등 결집도 높은 커뮤니티와 국민참여단 등 통해 긍정 콘텐츠 발행 등 소비자 적극참여 유도

소비자 참여 행사	행사내용
언택트 개막행사	▶ 소비자 대표, 인플루언서 등 국민참여단 초대
엄지척챌린지	▶ “힘내요 대한민국, 엄지척” 메시지 확산 SNS 캠페인 참여
코세페 “Pick딜”	▶ 소비자 선정 15개 품목을 하루 1개씩 기획·할인판매(인터파크)

- ④ (정부총력지원) 업계의 할인여력을 높이고, 전국적 소비분위기 조성을 위해 범정부적 총력 지원(세제·재정·제도·홍보지원) (붙임)

분야	지원내용
세제	▶ 신용카드 등 사용금액의 소득공제 한도 한시상향(30만원)(기재부) ▶ 승용차 구매 개별소비세 한시인하(5%→3.5%)(기재부)
할인	▶ 신용카드사의 할인행사 참여(무이자할부, 캐시백, 포인트 지급 등)(금융위)
홍보	▶ 전광판 광고지원, 외국인 대상 코세페 행사 및 주요 혜택 홍보(문체부) ▶ 정부 청사 홍보용 현수막 게시, 반사회보 등 통한 코세페 홍보(행안부) ▶ TV홈쇼핑사의 코세페 홍보 자막방송 송출(과기정통부)
재정	▶ 중기제품 특판전, 소상공인 온라인기획전, 라이브커머스 지원(중기부)
제도	▶ 전통시장 주변도로 주차허용(행안부) ▶ 중소납품업체 재고소진 지원을 위한 규제완화(공정위) * 대형유통사가 세일행사를 기획해도 판촉비 50% 부담의무완화 ▶ 재고면세품 국내 판매 허용기간(4.29~10.28) 연장(관세청)

- ① (대중소 상생) ① **소상공인 라이브커머스·온라인 기획전**, ② 「**브랜드K**」 **매장할인**, ③ **백화점·마트의 입점 중소기업체에 대한 판매수수료 인하** 등

행사명	주요 내용
라이브커머스	▶ 중소기업, 소상공인 우수상품을 ‘가치샵시다’ 플랫폼 및 민간 협업 채널과 라이브커머스 동시송출로 온라인 판로지원 (중기부)
소상공인 특별기획전	▶ 민간 온라인 쇼핑몰 16개 채널을 활용하여 소상공인을 위한 온라인 특별 판매 기획전 개최 (중기부)
중기제품 특별판매전	▶ 아임쇼핑(국내 최대 중기제품 전용판매장)과 코세페 특판전인 ‘득템마켓’ 할인을 통해 중기제품 및 ‘브랜드K’ 제품 판촉 (산업부, 중기부)

- ② (골목상권·지역경제 회복) **17개 광역시·도 특산품 및 전통시장, 지역 중소기업 제품 판촉행사** 등을 통해 **골목상권·지역경제 회복** 지원

행사명	행사내용
정부	농축산물 할인 ▶ 온라인쇼핑몰 연계, 농축산물 20% 할인 (농식품부) ▶ 한우할인, 구매영수증 이벤트, 한우사랑상품권 (농식품부) ▶ 김장철 맞이 보쌈용 한돈 30% 할인 (농식품부) ▶ 계란 온·오프라인 할인판매전 (농식품부)
	수산물 할인 ▶ 1인당 20% 최대 1만원 수산물 할인쿠폰 발행 (해수부)
지자체	전통시장·상점가 ▶ 전통시장·상점가 등 골목상권 할인행사(전 지자체)
	지역행사 연계 판촉 ▶ 지역 내 중소기업 제품 판촉행사(서울, 부산, 경기, 충남, 경남, 전북, 전남, 제주) ▶ 김장 축제(광주세계김치 랜선축제, 전북 김장 재료 드라이브스루 판매전 등)
	지역상품 온라인 할인 ▶ 민간 온라인 쇼핑몰에 지역 중소기업 상품 기획전 운영(충남, 제주, 강원) ▶ 지자체 운영 온라인 쇼핑몰(울산몰, 남도장터, 강원마트) 할인(울산, 전남, 강원) ▶ 전통시장 온라인몰 활성화를 위한 경품 이벤트(대전)

- ③ (사회적경제기업 참여/기부확산) 사회적기업 제품의 판매 지원, 소외계층 및 공익단체에 대한 **수익금 전달** 등 기부문화 확산

행사명	행사내용
사회적경제 기업지원	▶ 사회적경제기업 제품의 온오프라인 특별기획전(산업부·고용부·지자체 등) ▶ 인플루언서 경연대회, 득템마켓 등에 사회적경제기업 제품 포함(산업부, 지자체)
기부캠페인 (하이파이브 등)	▶ 네이버 기부 플랫폼인 ‘해피빈’에 코리아세일페스타 기부 기획전 (「하이파이브」)을 개설하여 펍수굿즈 판매후 수익금 기부 (산업부, 광주)
	▶ 네이버 ‘해피빈’에 계란 할인판매 후 수익금 기부 (농식품부)
	▶ 현장판매수익금 기부캠페인(부산, 전남 등 지자체)

3

온라인·비대면 행사 중심 추진

- ① (온라인 판촉) 오프라인 유통사의 온라인 행사병행, 민간 오픈마켓 기획전, 가치샵시다 등 공공플랫폼 적극 가동 등 온라인 행사 강화
- ② (비대면 판촉) 오프라인 행사에서도 라이브커머스 판촉행사 도입, 드라이브스루 판매 등 비대면 판매 방식 확대
 - 빅데이터 등 신기술·신서비스를 적극 활용한 판촉·소비 편의 확산, 드론·로봇배송, 서빙로봇 등 비대면 소비의 미래비전도 제시

	행사명	행사내용
판 촉	온라인 채널	▶ ①광주세계김치 랜선축제, ②민간 온라인쇼핑몰 기획전, ③정부·지자체 공공 온라인몰 이벤트(가치샵시다, 온통대전몰 등)
	라이브커머스	▶ 코리아패션마켓, 전통시장 라이브커머스(인천), 중기제품판매전 등
	드라이브스루	▶ 부산국제수산물 EXPO, 경북 과메기축제, 전북 전통시장(김장재료) 등
시 연	데이터·드론·로봇	▶ 마트에서 상품정보 데이터를 활용한 상품주문 시연(편리한 소비체험) ▶ 드론·로봇이 고객에 배송하는 행사
	규제샌드박스제품	▶ 행사장 내 서빙로봇, 수제맥주기계, 라떼아트3D프린터 시연

4

글로벌 문화쇼핑행사로 도약 추진

- ① (해외판로 개척) K-뷰티, K-방역 등 유망 소비재의 B2B, B2C 플랫폼 입점 및 상거래 지원을 통해 역직구·해외진출 기회 확대
- ② (한류박람회) 한류행사·전시상담회가 융합된 언택트 한류박람회 개최를 통해 국격 제고 및 국내 상품·브랜드 홍보효과 극대화

* 코트라 무역관(84개) 활용하여 해외바이어에 행사 전반에 대한 e-카탈로그 배포

행사명	행사내용
한류 개막식	▶ AR·VR를 활용하여 언택트 방식으로 한류 개막식 개최
온라인 한류 상품전(B2B)	▶ 700여개 참가기업 대상으로 해외 바이어 1:1 화상상담 지원 ▶ 온라인 한국우수상품전, 세계일류상품전, 바이코리아 특별관 운영
현지 유통망 협업 판촉(B2C)	▶ 중·일·러 등 해외 26개 지역, 43개 글로벌 유통망과 협업하여 입점 한류상품에 대한 대대적 판촉지원(인플루언서, 라이브커머스 활용) ▶ 인니 등 일부 국가에 오프라인 쇼룸 운영을 통해 판촉성과 제고

- ③ (국제배송료 할인) 행사기간 국제특급우편(EMS) 요금할인(최대 30%) 등으로 해외 소비자 참여 유도

IV. 홍보 계획

- ① (분위기조성) 전문 홍보기획사를 통한 홍보기획 및 홍보모델(강호동) 초상권, 코세페 이미지 활용지원 등 기업 참여확대 유도(9~10월中)

- 코세페 홍보모델, 키비주얼, 슬로건 등 홍보이미지와 동영상을 모은 '베네팩 킷' 제작 및 배포
- 「엄지척 챌린지·나눔 기부 캠페인」: 강호동, 인플루언서 등의 '엄지척' 챌린지 개시 및 격려, 응원 메시지 SNS 게시
- EBS '팬수' 캐릭터를 활용한 하이파이브 굿즈 제작과 수익금 기부 캠페인을 통해 나눔과 격려의 따뜻한 행사 분위기 조성



- ② (분위기확산) 「코세페 홈페이지」 및 「공식 SNS」 운영으로 할인행사 (날짜별·상품군별), 특별판매전, 현장행사 등 종합정보 제공(10월中~11월中)

- (온라인) 라이브커머스를 활용한 양방향 언택트 쇼핑행사 집중 개최, 결집도 높은 SNS 등 적극 활용하여 쇼핑정보 확산

홍보채널	주요 내용
라이브커머스	<ul style="list-style-type: none"> • 유통사 자체 채널 또는 네이버쇼핑, 그립 등 전용 앱 등 • 중기부 가치샵시다 플랫폼
SNS	<ul style="list-style-type: none"> • 유튜브·페북·인스타그램 등 코세페 공식 SNS 운영(국내외 소비자 대상) • 육아맘카페, 쇼핑 커뮤니티, 블로그 유저 연계 등 결집도 높은 SNS활용
온라인 포털	<ul style="list-style-type: none"> • 코세페 공식/업체/공공기관 홈페이지 활용, 코세페 캠페인 홍보
TV홈쇼핑	<ul style="list-style-type: none"> • TV홈쇼핑 7개사 협조를 통해 자막 홍보 실시

- (오프라인) 언론·유통기자간담회, 참여업체·지자체·정부의 현장행보 발굴, 이벤트 연계 등 릴레이 홍보 추진으로 행사 붐 조성

홍보채널	주요 내용
언론보도	<ul style="list-style-type: none"> • 언론브리핑·유통기자간담회 및 보도자료 배포
옥외전광판	<ul style="list-style-type: none"> • 공공 및 민간 옥외전광판을 통한 광고영상(20초) 송출
대중교통수단	<ul style="list-style-type: none"> • 버스, 지하철, 기차 등 대중교통수단에 부착
거리홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 유명거리·주요상권 가로등 배너, 현수막, 아파트 엘리베이터 모니터 등

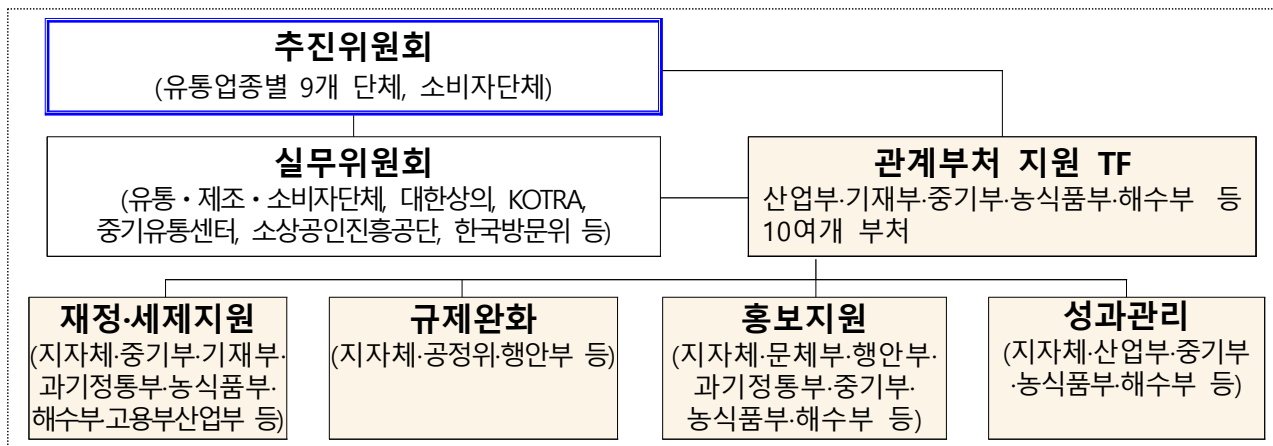
- (해외) 각국 문화원, 관광공사, 코트라 무역관(84개), 한국방문위원회 등 활용하여 홍보지원(코세페 공식홈페이지·SNS에도 외국어서비스제공)

- ③ (성과홍보) 주요 업체별, 행사 프로그램별 성과관리 및 발표

V. 향후 계획

- (지원체계) '관계부처 지원 TF'를 구성하고, 업계 간담회 등 통해
업계지원을 위한 인센티브 추가발굴(8~9월)
- 중앙부처(산업부, 중기부, 문체부, 농식품부, 해수부, 고용부 등), 전국 17개
시·도가 코세페 기간과 연계하여 다양한 소비진작 행사를 추진

< 코세페 추진 및 지원체계 >



- (향후 일정) ① 부처·지자체에 **방역 대응방안 협조요청**(10월초, 중대본)
- ② (지자체) 골목상권·지역경제 회복을 위한 **지자체별 행사계획** 발표(10월중)
- ③ (민간) '코세페 추진위'에서 「코세페 행사 계획 및 세부프로그램
(가칭)」 **확정·발표**(10월말)

< 코세페 주요 행사일정(안) >

	특별행사/홍보	할인행사
공식행사 이전 (~10.31)	· 글로벌 한류상품 판촉전(10.12~11.15) · 인플루언서 경연대회 개시(10.16~) · 코세페 추진위 간담회 (10.23) · 코세페 개막식 (10.31)	· 코리아수산물페스타 (10.26~11.15) · 코리아패션마켓 (10.30~11.3) · 한우먹는날 (10.30~11.7)
공식행사 기간 (11.1~11.15)	· 해외 유통망 연계 판촉행사 (11~12월) · 우수디자인상품판매전(11.1~12월) · e-store 36.5+ 특별기획전 (11.1~15) · 세계일류상품전 (11.2~6) · 언택트 한류개막식 (11.7) * 사회적경제 국제포럼 (11.11) * 아세안정상회의 (11.11~15)	· 자동차·타이어 할인 (11.1~15) · 가전·스마트폰·테블릿PC · 가구공장대방출·화장품 · 득템마켓(중기우수제품특판전) · 한돈보쌈기획전 (11.2~27) · 온·오프라인 계란할인 (11.12~14) · 소상공인온라인기획전 * 광군제 (11.11)
공식행사 이후 (11.16~)	· 성과발표 브리핑 (11.17) · 하이파이브 수익금 기부식(12월)	-

세부 추진내용	주관기관	일정
① 세제지원		
<ul style="list-style-type: none"> 신용카드 등 사용금액 소득공제 한도 한시상향(30만원) * 조특법 개정안 국회제출(8.31) 	기재부	
<ul style="list-style-type: none"> 승용차 구매 개별소비세 한시인하(5%→3.5%) 	기재부	7.1~12.31
② 재정 · 할인행사 지원		
[카드, 배송] <ul style="list-style-type: none"> 신용카드사의 할인행사 참여(무이자할부, 캐시백, 포인트) 	금융위	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> 국제배송료(EMS) 추가할인(기존**최대2%) * 업체별 현 15%~28% 국제배송료 할인 중 	우본	11.1~11.15
[대표 소비재] <ul style="list-style-type: none"> 가전제품·모바일폰 등 IT제품, 자동차·타이어, 의류·화장품 가구, 식기 등 주요 소비품목 특별할인전 	산업부	11.1~11.15
[농축수산] <ul style="list-style-type: none"> 코리아수산페스타 수산물 할인(20%) 	해수부	10.26~11.15
<ul style="list-style-type: none"> 온라인쇼핑몰 연계 농축산물 할인(20%) * 위메프, 인터파크, 이베이코리아 등 	농식품부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> 대한민국이 한우먹는 날 * 백화점, 대형마트, 전통시장 등과 연계한 할인행사 		10.30~11.15
<ul style="list-style-type: none"> 한돈물 보쌈용 한돈 할인판매(30%) 		
<ul style="list-style-type: none"> 온오프라인 계란할인판매 * 네이버 해피빈 활용 할인판매 및 수익금 기부 		
[중소·소상공인 등] <ul style="list-style-type: none"> 중소기업 우수제품 할인판매(10~50%) * 아임쇼핑(중기제품 전용판매장)과 중기제품 특판전 (백화점, 민간온라인몰) 할인행사 추진(14회) 	산업부 중기부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> 소상공인 온라인기획전(16개 온라인몰) 	중기부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> 라이브커머스 프로그램 운영 * 가치샵시다 플랫폼 및 티몬 등 민간 채널 활용 	중기부	11.1~11.15

<ul style="list-style-type: none"> ▪ 비대면 제로페이 코세페 경품 이벤트 개최 * 인스타그램에 게시한 인증샷(해시태그, 후기) 추첨·경품 	중기부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사회적경제기업 제품 판로 지원 * 코세페 특별기획전, 추첨을 통한 경품 이벤트 	고용부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 우체국 쇼핑 코세페 할인특가전 * 타임딜 등 할인행사(10~30%) 및 할인쿠폰 지급 	우본	11.1~11.15

③ 규제완화

<ul style="list-style-type: none"> ▪ 중소납품업체 재고소진 지원을 위한 규제 완화 * 대형유통사가 세일행사를 기획해도 판촉비 50% 분담의무완화 	공정위	시행 중
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 재고면세품 국내 판매 허용기간 연장 	관세청	추진 중
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 전통시장 주변도로 주차허용 	행안부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 드론 비행 승인 및 항공 촬영허가 	국토부 국방부	11.1~11.15

④ 홍보협력

<ul style="list-style-type: none"> ▪ TV홈쇼핑사 코세페 홍보 자막방송 * GS홈쇼핑, CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, NS홈쇼핑, 홈&쇼핑, 공영쇼핑 등 7개 TV홈쇼핑사 	과기정통부	11.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 정부 청사 외벽 대형 현수막 설치 	행안부	10.16~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 공공기관(340개) 홈페이지에 코세페 홍보협력 	기재부 산업부	10.16~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 옥외전광판 광고, 정부·공공기관 14,966개 전광판·모니터 광고 및 51종 간행물 광고 노출 	문체부	10.16~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 중앙·지방정책협의회(행안부장관 주재) 및 반상회보 등을 통한 코세페 개최 홍보 	행안부	10.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지자체 방역대책 수립 독려 및 코로나 상황 고려 온라인행사 전환 독려 	행안부	10.1~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 한국방문위 가용 온라인 홍보 * 방문위 홈페이지 및 페이스북(국문,영문,일문,중문 번역), 인스타그램, 웨이보 등 홍보 	문체부	10.16~11.15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 주요 유명거리상권(명동 등) 가로등 배너 설치 	서울시 등	10.16~11.15