2027 코리아이커머스페어(KOEFA)

대한민국 온라인 사업자가 모이는 비즈니스 이벤트

참가 안내서

제작 | (사)서울온라인비즈니스협회

01. ‘2027 코리아이커머스페어’

온라인 사업자와 이들의 성장을 돕는 기업이 만나는 곳

새로운 고객을 만나고, 새로운 거래를 만들고,

새로운 사업 기회를 발견하는 대한민국 온라인 비즈니스 전문 전시회

2027 KOREA E-COMMERCE FAIR

2027 년 9 월 | 서울 SETEC

주최 | (사)서울온라인비즈니스협회



02. KOEFA 는 어떤 전시회인가요?

온라인 사업자와 이들을 필요로 하는 기업이 만나는 시장

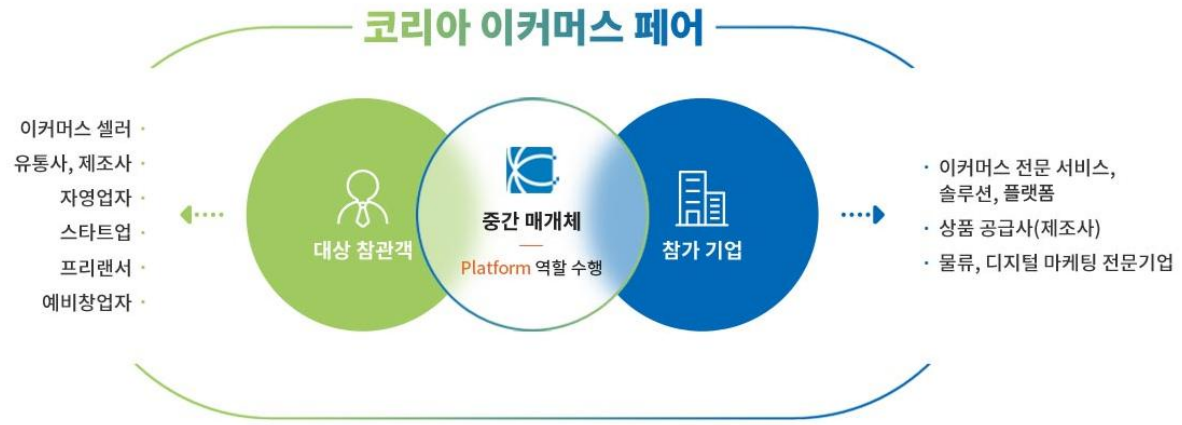
온라인 사업을 운영하다 보면 끊임없이 새로운 문제를 만나게 됩니다.

매출을 늘려야 하고, 광고비와 물류비는 줄여야 합니다. 새로운 상품을 찾아야 하고, 반복되는 업무는 더 효율적으로 처리해야 합니다. 국내시장을 넘어 해외로 진출할 방법도 고민해야 합니다.

이러한 문제를 해결하기 위해 온라인 사업자들은 새로운 상품과 서비스, 거래처와 사업 파트너를 찾습니다.

그리고 이들에게 필요한 상품과 서비스를 제공하는 기업들은 새로운 고객을 만나고 싶어 합니다.

코리아이커머스페어(KOEFA)는 바로 이 두 시장이 만나는 전시회입니다.



온라인 판매자, 브랜드사, 제조사, 유통사 등 실제 사업을 운영하는 사람들과 이들의 성장을 돕는 플랫폼, 인공지능, 마케팅, 물류, 결제, 해외진출, 상품 소싱 및 전문서비스 기업들이 한자리에 모입니다.

KOEFA 가 만들고자 하는 것은 단순히 많은 기업이 참가하는 전시회가 아닙니다.

온라인 사업자가 필요로 하는 기업을 모으고, 기업이 만나고 싶은 고객을 연결하는 것.

이것이 KOEFA 가 만들어가는 시장입니다.



03. 얼마나 많은 사업자가 모일까요?

2026 년, 3 일 동안 23,581 명이 방문했습니다.

2026 년 9 월 17 일부터 19 일까지 서울 SETEC 에서 개최된 KOEFA 에는 3 일간 총 23,581 명의 관람객이 방문했습니다.

동일 관람객의 재방문을 제외한 순방문자 기준으로, 2025 년 23,039 명보다 542 명 증가한 수치입니다.

국내외 210 개 기업이 253 개 부스로 참가했으며, 온라인 비즈니스에 필요한 다양한 상품과 서비스를 선보였습니다.

표 1. [2026 KOEFA 주요 성과]

구분	실적
관람객	23,581 명
참가기업	210 개사
전시 규모	253 부스
세미나 참석자	4,524 명
해외 참가기업	154 개사

2026 년에는 국내 이커머스 전문기업뿐 아니라 중국 이우와 린이의 제조·소싱기업, 일본 및 글로벌 커머스 기업들이 함께했습니다.

온라인 사업에 필요한 솔루션과 서비스부터 새로운 상품과 해외 거래처까지 한곳에서 만날 수 있는 시장이 만들어졌습니다.

하지만 전시회의 가치를 방문객 숫자만으로 판단할 수는 없습니다.

23,581 명이라는 숫자보다 중요한 것은 어떤 사람들이 방문했는가입니다.

04. KOEFA 에는 어떤 사람들이 방문할까요?

단순한 관람객이 아니라, 실제 사업을 하는 사람들이 모입니다.

KOEFA 는 일반 소비자를 대상으로 상품을 판매하는 전시회가 아닙니다.

온라인에서 상품을 판매하거나 브랜드를 운영하고, 새로운 상품과 거래처를 찾는 사업자들이 주요 방문객입니다.

2026 년 실제 방문이 확인된 사전등록 관람객 데이터를 분석한 결과, 가장 높은 비중을 차지한 것은 이커머스 셀러 34.5%였습니다.

여기에 도매·유통사 12.4%, 브랜드사 11.1%, 제조사 6.5%를 더하면 분석 대상의 약 64.5%가 상품을 직접 판매·유통하거나 제조·브랜드 사업을 운영하는 사람들이었습니다.

표 2. [2026 KOEFA 방문 사업자 구성]

사업 유형	비율
이커머스 셀러	34.5%
예비창업자	19.2%
도매·유통사	12.4%
브랜드사	11.1%
제조사	6.5%
플랫폼·솔루션 기업	5.7%
마케팅·대행사	3.5%
물류·풀필먼트 기업	2.1%
기타	4.9%

※ 2026 년 실제 방문이 확인된 사전등록 관람객 분석 기준

온라인 사업자를 고객으로 하는 기업이라면 KOEFA 에서 새로운 잠재고객을 만날 수 있습니다.

그렇다면 이 많은 사업자들은 무엇을 위해 KOEFA 를 방문했을까요?

그들은 단순히 전시장을 구경하기 위해 온 것이 아니었습니다.



05. 온라인 사업자들은 왜 KOEFA에 올까요?

새로운 상품과 거래처, 사업의 답을 찾기 위해 방문합니다.

온라인 사업자들은 각자 해결하고 싶은 문제를 가지고 전시회를 방문합니다.

새로운 상품을 찾는 사람도 있고, 현재 이용하는 서비스를 다른 기업과 비교하려는 사람도 있습니다.

새로운 판매 방법을 배우거나 해외시장에 진출할 기회를 찾는 사람들도 있습니다.

2026년 KOEFA 관람객 조사에서 가장 많이 선택한 방문 목적은 '시장·신상품 정보조사'였습니다. 또한 구매상담과 신규 거래선 확보, 협력 및 제휴업체 발굴을 목적으로 방문한 사업자들도 적지 않았습니다.

표 3. [2026 KOEFA 방문 목적]

방문 목적	응답자 비율
시장·신상품 정보조사	63.7%
구매상담·신규거래선 확보	37.6%
일반관람	33.2%
협력·투자 및 제휴업체 물색	23.1%
세미나 참가	14.3%
부스 참가 검토	4.8%
특정 출품기업 방문	4.2%

※ 복수응답 기준

이러한 방문 목적은 KOEFA 가 단순한 정보 교류의 장을 넘어 새로운 거래와 사업 기회를 발견하는 장소라는 점을 보여줍니다.

기업 입장에서는 자신의 상품과 서비스를 필요로 할 가능성이 있는 고객을 직접 만나고, 현장에서 반응을 확인할 수 있는 기회입니다.



06. 온라인 사업자들은 지금 무엇을 필요로 할까요?

사업자의 고민이 있는 곳에 새로운 시장이 있습니다.

온라인 사업을 운영하는 사람들이 가장 많이 고민하는 것은 무엇일까요?

어떻게 하면 상품을 더 많이 판매할 수 있을까?

반복되는 업무를 줄일 방법은 없을까?

새로운 상품과 경쟁력 있는 제조사를 어디서 찾을 수 있을까?

해외에서도 우리 상품을 판매할 수 있을까?

표 4. [2026 KOEFA 관람객 관심 분야]

관심 분야	응답자 비율
판매 성장·마케팅	64.7%
인공지능 자동화·운영 효율화	44.9%
상품 소싱	41.1%
제조·OEM·ODM	30.5%
브랜드·콘텐츠 제작	28.9%
창업·신규 사업 아이디어	26.9%
해외판매·해외진출	23.1%
플랫폼·솔루션	22.1%
물류·풀필먼트	17.6%
세무·회계·사업운영	9.0%
결제·PG·정산	8.4%

※ 복수응답 기준

가장 큰 관심은 '어떻게 더 잘 팔 것인가'였습니다.

동시에 인공지능을 활용한 업무 자동화, 새로운 상품 발굴, 제조와 해외진출 등 다양한 분야에 관심이 나타났습니다.

이러한 관심은 온라인 사업자에게 해결해야 할 과제가 다양하다는 사실을 보여줍니다.

그리고 그 문제를 해결할 수 있는 기업에는 새로운 고객을 만날 기회가 됩니다.

KOEFA 는 온라인 사업자의 고민을 중심으로 전시회의 시장을 구성합니다.



07. KOEFA 에서는 어떤 시장을 만날 수 있을까요?

온라인 사업에 필요한 7 가지 분야를 한곳에서 만납니다.

온라인 사업자가 겪는 문제는 한 가지가 아닙니다.

매출을 늘리려면 마케팅이 필요하고, 주문이 늘어나면 물류와 재고관리가 중요해집니다.

사업이 성장할수록 인공지능과 업무관리 솔루션, 결제와 정산, 세무와 법률 등 다양한 서비스가 필요해집니다.

KOEFA 는 이러한 온라인 사업자의 필요를 중심으로 7 가지 분야의 기업들을 연결합니다.

01. 판매와 마케팅

광고, 고객관리, 콘텐츠 제작, 판매채널 운영 등 온라인 사업자의 매출 성장을 돕는 기업

02. 인공지능과 업무 효율화

인공지능, 업무 자동화, 판매관리, 재고관리, 고객응대 등 사업 운영을 효율적으로 만드는 기업

03. 물류와 배송

택배, 풀필먼트, 창고, 재고관리, 포장, 해외배송 등 상품의 보관과 배송을 지원하는 기업

04. 결제와 금융

온라인 결제, 해외결제, 정산, 환전, 사업자 금융 등 사업에 필요한 자금과 결제 문제를 해결하는 기업

05. 해외판매와 해외진출

해외 판매 플랫폼, 해외 마케팅, 현지 진출, 해외 물류 등 국내 사업자의 해외시장 진출을 돕는 기업

06. 상품 소싱과 제조

국내외 제조사, 도매기업, 상품 소싱, 주문자상표부착생산(OEM), 위탁생산(ODM), 무역 및 검품 기업

07. 사업 운영 전문서비스

세무, 회계, 관세, 법무, 노무, 인사, 채용, 보험 등 사업 운영에 필요한 전문서비스 기업

KOEFA 는 특정 업종의 기업만 참가하는 전시회가 아닙니다.

온라인 사업자의 문제를 해결할 수 있는 기업이라면 KOEFA 에서 새로운 시장을 발견할 수 있습니다.



08. 우리 회사도 KOEFA에 참가할 수 있을까요?

온라인 사업자를 고객으로 하는 기업이라면 가능합니다.

우리 회사의 상품이나 서비스가 온라인 사업자에게 도움이 될 수 있을까요?

그렇다면 KOEFA에서 새로운 고객을 만날 가능성이 있습니다.

온라인 사업자의 매출을 높여주는 기업이라면 마케팅과 판매 분야에서 고객을 만날 수 있습니다.

반복 업무를 줄여주는 기업이라면 인공지능과 업무 효율화 분야에서 새로운 수요를 발견할 수 있습니다.

물류비를 줄이거나 배송을 개선하는 기업이라면 온라인 판매자와 직접 상담할 수 있습니다.

세무, 관세, 법률, 노무 등 전문서비스를 제공하는 기업도 마찬가지입니다.

온라인 사업자는 사업 규모가 커질수록 다양한 전문서비스를 필요로 하기 때문입니다.

실제로 2026 KOEFA에서는 관세사무소와 정책자금 컨설팅 기업이 참가해 온라인 사업자들과 새로운 고객 접점을 만들었습니다.

이처럼 KOEFA는 기존 이커머스 솔루션 기업뿐 아니라 온라인 사업자를 고객으로 하는 다양한 산업의 기업에 열려 있습니다.

중요한 것은 우리 회사가 어떤 업종에 속해 있는지가 아닙니다.

우리 회사의 상품과 서비스를 필요로 하는 온라인 사업자가 있는가입니다.

그리고 KOEFA에서는 이미 다양한 분야의 기업들이 새로운 고객을 만나고 있습니다.

09. 실제로 어떤 비즈니스가 이루어졌을까요?

전시보다 중요한 것은 전시 이후의 비즈니스입니다.

전시회 참가의 목적은 단순히 기업을 알리는 것에 그치지 않습니다.

새로운 고객을 만나고, 제품과 서비스를 소개하고, 실제 거래와 사업 기회로 이어지는 것이 중요합니다.

2026 KOEFA 에서도 다양한 기업들이 이러한 기회를 경험했습니다.

사례 01. 글로벌 결제 솔루션 기업

사전 홍보부터 현장 상담까지

글로벌 금융·결제 솔루션 기업은 KOEFA 참가와 함께 주최 측의 사전 홍보 프로그램을 활용했습니다.

행사 현장에서는 상담이 계속 이어질 정도로 높은 관심을 받았으며, 해외 결제와 정산에 관한 별도의 상담 프로그램도 운영했습니다.

행사 종료 후에는 2027 년 KOEFA 참가를 위한 위치 선점과 차기 참가 계약을 진행하겠다는 의사를 밝혔습니다.

사례 02. AI 커머스 솔루션 기업

서비스를 직접 보여주고 새로운 고객을 만나다

인공지능을 활용한 상품관리, 콘텐츠 제작, 고객응대 등 다양한 서비스가 온라인 사업자의 관심을 받고 있습니다.

이러한 솔루션은 기능을 설명하는 것보다 실제로 어떻게 활용할 수 있는지 보여주는 것이 중요합니다.

KOEFA 에 참가한 AI 커머스 솔루션 기업은 정확한 대상고객인 온라인 사업자에게 서비스를 직접 소개하고, 활용 방법을 설명하며 고객의 반응을 확인할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

특히 업무 효율화와 자동화에 관심 있는 사업자들과 직접 대화하면서 새로운 고객의 요구와 사업 가능성을 발견할 수 있었습니다.

사례 03. 글로벌 커머스 플랫폼

한국 온라인 판매자와 새로운 해외시장을 연결하다

커머스 플랫폼 기업은 한국의 온라인 판매자와 브랜드사를 만나는 것이 중요합니다.

KOEFA 에 참가한 일본의 대표 커머스 플랫폼은 일본시장 진출에 관심 있는 한국 사업자들을 직접 만나 판매 조건과 진출 방법을 알아볼 수 있는 기회를 제공하였습니다.

2026 년 참가한 일본의 플랫폼 기업은 현장에서 기대 이상의 성과를 확인했다는 긍정적인 반응을 보였습니다.

글로벌 플랫폼에는 한국의 새로운 판매자를 발굴하는 기회가 되고, 국내 사업자에게는 해외 판매의 가능성을 확인하는 자리가 됩니다.

사례 04. 무역관세사무소

기존 영업방식에서 만나기 어려웠던 고객을 만나다

관세와 통관 서비스는 해외 상품을 수입하거나 수출하는 온라인 사업자에게 필요한 전문서비스입니다.

2026 KOEFA 에 참가한 무역관세사무소는 전시회를 통해 다양한 온라인 사업자들에게 서비스를 직접 소개했습니다.

기존 영업채널과는 다른 새로운 고객 접점을 확보할 수 있었던 사례입니다.

사례 05. 정책자금 컨설팅 기업

정확한 고객을 만나는 것이 중요합니다.

정책자금 컨설팅 기업은 행사 종료 후 지금까지 참가했던 전시회 가운데 가장 정확한 고객층을 만날 수 있었던 기회였다고 평가했습니다.

일본의 대표적인 이커머스 플랫폼 기업 역시 현장에서 기대 이상의 성과를 확인했다는 긍정적인 반응을 보였습니다.

전시회의 가치는 얼마나 많은 사람이 지나갔느냐보다 우리 상품과 서비스를 필요로 하는 사람을 얼마나 정확하게 만날 수 있었는가에 있습니다.

KOEFA 는 참가기업이 새로운 고객과 사업 기회를 발견할 수 있는 시장을 만들어갑니다.

10. 해외기업과도 새로운 거래가 이루어집니다.

한국 온라인 사업자와 154 개 해외기업이 만났습니다.

온라인 사업자에게 새로운 상품과 공급처를 찾는 일은 중요한 과제입니다.

경쟁력 있는 상품을 발굴하고, 제조사와 직접 거래하며, 새로운 해외시장을 개척하는 것은 사업 성장의 또 다른 기회가 됩니다.

2026 KOEFA 에는 중국 이우와 린이를 중심으로 154 개의 해외기업이 참가했습니다.

2 전시장에는 이우 상품 기업관이, 3 전시장에는 린이시 우수상품 기업관이 구성됐습니다.

한국의 온라인 사업자들은 해외에 직접 방문하지 않고도 다양한 제조·소싱기업을 만나 상품을 확인하고 거래 가능성을 논의할 수 있었습니다.

행사 기간에는 한국 온라인 사업자와 중국 공급기업 사이에서 현장 계약과 후속 거래 논의도 진행됐습니다.

현장 반응을 확인한 이우와 린이 측은 2027 년 KOEFA 에 더욱 확대된 규모로 참가하겠다는 의사를 밝혔습니다.

KOEFA 는 국내 온라인 사업자와 솔루션 기업이 만나는 전시회를 넘어 새로운 상품과 해외 공급망을 발견하는 시장로 성장하고 있습니다.

온라인 사업자에게는 새로운 상품과 거래처를, 해외기업에는 한국시장의 새로운 고객을 만나는 기회를 제공합니다.


G206
G207
G206
G205
Yiwu Yingyang Trading Co., Ltd.
Yiwu Dingyi Toys Co.,Ltd


NOOSH
心产品全品类

11. KOEFA 는 어떻게 관람객을 모을까요?

좋은 전시회는 참가기업이 만나고 싶은 고객을 모으는 것에서 시작합니다.

기업이 전시회에 참가하는 가장 큰 이유 중 하나는 새로운 고객을 만나기 위해서입니다.

따라서 전시회의 성공은 단순히 부스를 얼마나 많이 판매했느냐가 아니라 어떤 관람객을 얼마나 효과적으로 모았느냐에 달려 있습니다.

KOEFA 는 온라인 사업자를 대상으로 다양한 홍보와 관람객 유치 활동을 진행합니다.

온라인 사업자 데이터베이스를 활용한 뉴스레터와 사전등록 안내, 참가기업 공동 홍보, 온라인 광고, 업계 콘텐츠, 세미나와 부대행사 등을 통해 관람객의 참여를 유도합니다.

특히 온라인 사업자가 관심을 가질 만한 주제와 프로그램을 지속적으로 발굴하고 있습니다.

매출을 높이는 방법, 비용을 줄이는 방법, 새로운 상품을 찾는 방법, 인공지능을 활용하는 방법 등 실제 사업에 도움이 되는 정보를 중심으로 관람객의 방문 이유를 만들어갑니다.

2027 년에는 참가기업의 상품과 서비스가 필요한 고객을 보다 효과적으로 유치할 수 있도록 관심 분야별 홍보와 사전 상담 프로그램을 강화할 계획입니다.

많은 관람객을 모으는 것에서 한 걸음 더 나아가, 참가기업이 만나고 싶은 고객을 모으는 것.

이것이 KOEFA 가 추구하는 관람객 유치 방향입니다.

12. 기업의 목적에 따라 참가 방법도 달라집니다.

전시부스부터 세미나, 온·오프라인 홍보까지 다양하게 참여할 수 있습니다.

전시회에 참가하는 기업들의 목적은 서로 다릅니다.

어떤 기업은 새로운 고객에게 상품과 서비스를 직접 소개하고 싶어 합니다.

어떤 기업은 많은 온라인 사업자 앞에서 전문성을 알리고 싶어 합니다.

또 다른 기업은 전시회가 열리기 전부터 자사의 브랜드를 홍보하고, 현장에서 더 많은 고객을 만나고 싶어 합니다.

KOEFA 는 이러한 기업들의 목적에 따라 전시부스와 세미나, 온라인 광고 및 현장 홍보 등 다양한 참여 방법을 제공합니다.

01. 전시부스 참가

온라인 사업자를 직접 만나 제품과 서비스를 소개하고 상담할 수 있습니다.

구분	참가비
독립부스	240 만원
조립패키지	280 만원
목공패키지	320 만원

※ 1 부스 3m × 3m(9 ㎡) 기준, 부가세 별도

※ 독립부스는 2 부스 이상 신청 가능

02. 세미나 참가

기업의 전문성을 알리고 관심 있는 온라인 사업자에게 상품과 서비스의 활용 방법을 소개할 수 있습니다.

구분	참가비
세미나 1 시간 발표	200 만원
전시부스 참가기업	결합 혜택 적용

03. 전시장 현장 홍보

전시장을 방문한 관람객에게 기업과 브랜드를 효과적으로 알릴 수 있습니다.

구분	광고비
전시장 외벽 배너	200 만원
전시장 내부 천장 배너	100 만원
기타 현장 광고	별도 문의

04. 온라인 홍보 ※ 광고 위치, 발송 횟수 및 광고비는 별도 안내

전시회 개최 전부터 온라인 사업자에게 기업과 서비스를 알리고, 사전 관심과 방문을 유도할 수 있습니다.

구분	활용 목적
홈페이지 배너	전시회 홈페이지 방문객 대상 홍보
뉴스레터 배너	온라인 사업자 대상 기업 및 서비스 홍보
단독 뉴스레터	기업의 상품·서비스 및 참가 혜택 집중 소개
온라인 광고	행사와 연계한 맞춤형 광고 진행

05. 특별 홍보 및 협찬

기업의 목적에 따라 별도의 홍보 및 참여 프로그램을 협의할 수 있습니다.

상품 협찬, 공동 이벤트, 현장 프로모션, 사전 상담 신청, 특별 프로그램 후원 등을 통해 온라인 사업자와 새로운 접점을 만들 수 있습니다.

KOEFA 는 기업이 원하는 고객과 홍보 목적에 따라 다양한 참가 방법을 제공합니다.

※ 상기 금액은 기존 공개 가격 기준이며, 2027 년 최종 참가비와 세부 운영조건은 확정 후 안내됩니다.



13. 시장 접근 패키지(Market Access Package)

만나고 싶은 고객이 있다면, 그 고객을 만날 기회부터 만들어야 합니다.

전시회에 참가하는 기업마다 만나고 싶은 고객은 다릅니다.

물류기업은 배송비를 줄이거나 물류회사를 변경하려는 온라인 판매자를 만나고 싶어 합니다.

해외 판매 플랫폼은 일본이나 중국시장에 진출하려는 브랜드와 판매자를 찾습니다.

인공지능 솔루션 기업은 반복 업무를 줄이고 새로운 기술을 도입하려는 사업자에게 서비스를 소개하고 싶어 합니다.

KOEFA 는 이러한 기업들의 목적에 맞춰 시장 접근 패키지(Market Access Package)를 새롭게 준비하고 있습니다.

단순히 전시부스를 제공하는 것에서 한 걸음 더 나아가, 기업이 만나고 싶은 고객을 정하고 그 고객에게 다가갈 수 있는 기회를 함께 만드는 프로그램입니다.

기업이 원하는 고객을 만나는 5 가지 방법

01. 관심 고객 모집

기업의 상품과 서비스에 관심을 가질 만한 온라인 사업자를 대상으로 사전 홍보와 상담 신청을 진행합니다.

02. 사전 홍보

뉴스레터와 콘텐츠 등을 통해 기업의 서비스와 현장 상담 프로그램을 알립니다.

03. 비즈니스 세미나

관심 있는 온라인 사업자들에게 기업의 전문성과 서비스 활용 방법을 소개합니다.

04. 사전 상담 및 현장 만남

상담을 희망하는 사업자와 참가기업이 전시회 현장에서 만날 수 있도록 지원합니다.

05. 행사 이후 후속 연결

행사에서 시작된 상담이 이어질 수 있도록 동의한 신청자 정보와 후속 안내를 지원합니다.

기업의 목적과 고객 유형에 따라 전시부스, 세미나, 사전 홍보, 상담 프로그램을 결합하여 운영할 수 있습니다.

KOEFA 는 기업이 새로운 고객을 만날 수 있도록 전시회 참가 방법을 넓혀가고 있습니다.

※ 시장 접근 패키지의 세부 구성과 참가비는 사무국과 별도 협의하며, 고객 모집 및 상담 성과는 보장되지 않습니다.

14. 특정 분야의 시장을 함께 만드는 기업들

KOEFA 는 분야별 핵심 협력기업과 새로운 사업 기회를 만듭니다.

온라인 사업자가 필요로 하는 서비스는 매우 다양합니다.

물류비를 줄이고 싶은 사업자에게는 물류기업이 필요하고, 일본이나 중국시장에 진출하려는 사업자에게는 해외 판매 플랫폼이 필요합니다.

해외 결제와 정산 문제를 해결하려는 사업자에게는 금융·결제기업이, 반복 업무를 줄이려는 사업자에게는 인공지능 솔루션 기업이 필요합니다.

KOEFA 는 이러한 사업자의 관심과 수요를 중심으로 분야별 핵심 협력기업 프로그램을 추진합니다.

분야별 협력 프로그램 예시

물류와 배송

물류비 절감, 플필먼트 변경, 해외배송 등 물류 문제에 관심 있는 사업자를 대상으로 관련 기업과 상담 기회를 마련합니다.

해외판매와 해외진출

일본·중국 등 해외시장에 진출하려는 온라인 사업자와 현지 판매 플랫폼, 해외진출 지원기업을 연결합니다.

결제와 금융

해외결제, 정산, 환전 등 온라인 사업자의 금융 관련 문제를 주제로 관련 기업과 상담 프로그램을 기획합니다.

인공지능과 업무 효율화

반복 업무와 운영비를 줄이려는 사업자를 대상으로 인공지능과 업무관리 솔루션을 소개하고 활용 방법을 공유합니다.

분야별 핵심 협력기업은 전시부스 참가뿐 아니라 세미나, 사전 홍보, 특별 상담 프로그램 등을 함께 기획할 수 있습니다.

온라인 사업자가 필요로 하는 시장을 만들고, 그 시장을 함께 성장시킬 기업을 찾습니다.

※ 핵심 협력기업 프로그램의 구성과 제공 범위는 기업별 협의를 통해 결정됩니다.

15. 세미나도 새로운 고객을 만나는 기회입니다.

2026 년, 4,524 명이 비즈니스 세미나에 참석했습니다.

온라인 사업자들은 새로운 정보와 사업에 도움이 되는 실무 지식을 얻기 위해 전시회를 방문합니다.

KOEFA 의 세미나는 이러한 관심을 바탕으로 현업 전문가와 기업들이 경험과 전략을 공유하는 프로그램입니다.

2026 년에는 인공지능, 온라인 판매, 마케팅, 해외진출, 해외결제, 상품 소싱, 라이브커머스, 계약관리 등 온라인 사업 전반을 다루는 세미나가 진행됐습니다.

3 일 동안 1 전시장과 3 전시장 세미나장에서 집계된 참석자는 총 4,524 명이었습니다.

표 5. [2026 KOEFA 세미나 참석 현황]

구분	참석자
9 월 17 일	1,983 명
9 월 18 일	1,404 명
9 월 19 일	1,137 명
합계	4,524 명

※ 전체 세미나 참석 집계 기준

세미나는 참가기업에도 새로운 기회가 됩니다.

전시부스에서는 제품과 서비스를 직접 보여주고, 세미나에서는 고객이 궁금해하는 문제와 해결 방법을 설명할 수 있기 때문입니다.

단순한 광고보다 유용한 정보를 제공하는 방식으로 기업의 전문성을 알리고 고객의 관심을 얻을 수 있습니다.

KOEFA 에서는 전시와 세미나가 함께 새로운 고객을 만나는 기회가 됩니다.



16. KOEFA 의 비즈니스는 3 일로 끝나지 않습니다.

온라인 사업자와 기업을 연결하는 기회를 연중 만들어갑니다.

온라인 사업자의 문제는 전시회가 열리는 3 일 동안에만 발생하지 않습니다.

새로운 물류회사를 찾거나, 해외진출을 준비하거나, 새로운 판매 솔루션을 도입하려는 수요는 일 년 내내 발생합니다.

기업 역시 전시회가 끝난 이후에도 새로운 고객을 만나고 싶어 합니다.

KOEFA 는 이러한 수요를 지속적으로 발견하고 연결하기 위해 연중 비즈니스 프로그램을 확대하고 있습니다.

온라인 사업자들이 어떤 문제를 고민하고 있는지 조사하고, 특정 분야에 관심 있는 사업자들을 대상으로 세미나와 상담 프로그램을 기획하는 방식입니다.

예를 들어 해외진출에 관심 있는 사업자들을 모아 관련 기업과 상담할 기회를 만들거나, 물류비 절감에 관심 있는 사업자들을 대상으로 물류기업과의 만남을 추진할 수 있습니다.

이러한 활동은 매년 9 월 개최되는 KOEFA 와도 연결됩니다.

연중 발견한 사업자의 관심과 수요를 전시회 프로그램에 반영하고, 전시회에서 시작된 만남을 이후의 비즈니스 기회로 이어가는 것입니다.

KOEFA 는 매년 9 월 열리는 전시회를 중심으로 온라인 사업자와 기업이 만나는 기회를 연중 확대해 나가고 있습니다.

※ 연중 프로그램은 수요와 참가기업의 참여 상황에 따라 별도로 기획·운영됩니다.

17. 기업이 KOEFA에 참가하는 이유

새로운 고객을 만나고, 새로운 사업 기회를 발견합니다.

기업이 전시회에 참가하는 이유는 다양합니다.

새로운 고객을 확보하고 싶은 기업도 있고, 신제품과 서비스를 알리거나 새로운 시장에 진출하려는 기업도 있습니다.

KOEFA는 이러한 기업들에게 온라인 사업자와 직접 만날 수 있는 기회를 제공합니다.

01. 새로운 고객을 만납니다.

온라인 판매자, 브랜드사, 제조사, 유통사 등 실제 사업을 운영하는 잠재고객을 한자리에서 만날 수 있습니다.

02. 상담을 비즈니스 기회로 연결합니다.

현장에서 상품과 서비스를 직접 설명하고, 신규 거래와 협력 가능성을 논의할 수 있습니다.

03. 고객이 무엇을 원하는지 확인합니다.

고객과 직접 대화하면서 어떤 문제를 고민하고 어떤 상품과 서비스를 필요로 하는지 확인할 수 있습니다.

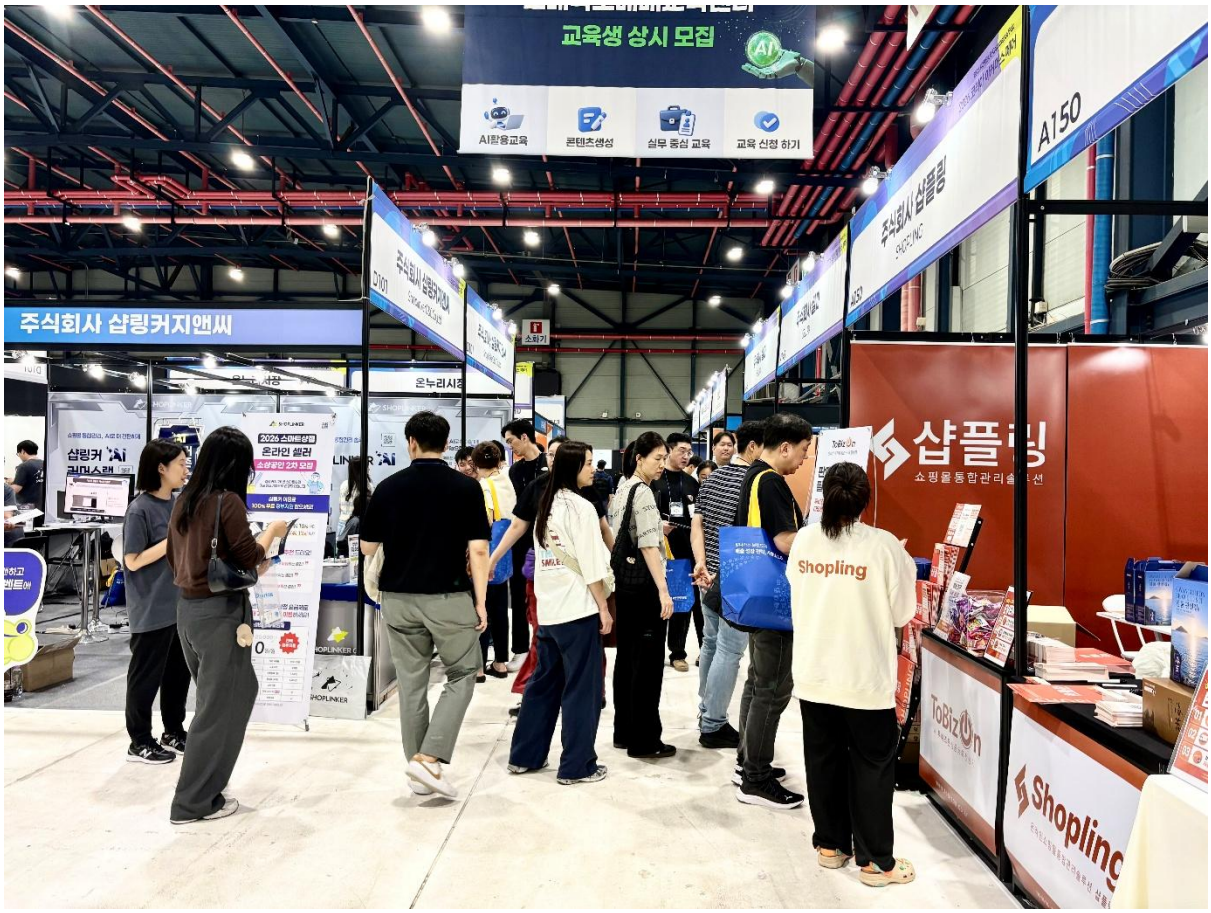
04. 새로운 고객시장을 발견합니다.

기존 영업채널에서 만나기 어려웠던 고객과 새로운 산업 분야의 사업자를 만날 수 있습니다.

05. 해외시장과 연결됩니다.

국내 온라인 사업자뿐 아니라 해외 플랫폼, 제조사, 공급기업 등 다양한 글로벌 비즈니스 관계를 만들 수 있습니다.

KOEFA 는 단순히 기업을 홍보하는 전시회가 아니라 새로운 고객과 시장을 발견하는 기회입니다.



18. [2027 KOEFA]에 참가하세요!

고객이 있는 곳이 시장입니다.

온라인 사업자들은 오늘도 새로운 상품과 서비스를 찾고 있습니다.

더 많이 판매할 방법을 고민하고, 비용을 줄이고, 새로운 거래처와 사업 기회를 찾습니다.

그리고 이러한 문제를 해결할 수 있는 기업들은 새로운 고객을 필요로 합니다.

KOEFA 는 이 두 시장이 만나는 곳입니다.

2026 년에는 23,581 명의 관람객과 210 개 참가기업이 한자리에 모였습니다.

2027 년에는 온라인 사업자가 필요로 하는 기업을 더욱 폭넓게 유치하고, 참가기업이 원하는 고객을 보다 효과적으로 만날 수 있도록 전시 구성과 비즈니스 프로그램을 강화할 계획입니다.

새로운 고객을 만나고 싶으십니까?

온라인 사업자에게 우리 회사의 상품과 서비스를 알리고 싶으십니까?

새로운 거래처와 사업 파트너를 찾고 계십니까?

그렇다면 2027 KOEFA 에서 새로운 시장을 만나십시오.

2027 코리아이커머스페어

행사명 : 2027 코리아이커머스페어(KOEFA)

개최일정 : 2027 년 9 월 예정

개최장소 : 서울 SETEC 전시장

주최 : (사)서울온라인비즈니스협회

참가대상 : 온라인 사업자를 대상으로 상품과 서비스를 제공하는 국내외 기업

참가문의 : 02-6013-4281

이메일 : utis@onbiz.or.kr

홈페이지 : https://koefa.com/

참가 신청 및 부스 배정

참가를 희망하는 기업은 KOEFA 사무국으로 문의하거나 공식 홈페이지를 통해 신청할 수 있습니다.

부스 위치와 세부 참가 조건은 신청 현황 및 사무국 운영 기준에 따라 안내됩니다.

전시부스 외에도 세미나, 광고·홍보, 시장 접근 패키지 및 분야별 핵심 협력기업 프로그램에 대한 상담이 가능합니다.

2027 KOEFA 에서 당신의 고객과 새로운 시장을 만나십시오.