2026년 10월 제2호

제품을 넘어 유통망과 사업 기반으로

좋은 제품을 만드는 것만큼, 그 제품을 고객에게 전달할 수 있는 기반이 중요합니다. 한국 브랜드가 미국의 유통 채널을 직접 확보하려는 움직임은 기존 한인 유통업체와 브랜드 소유주에게 어떤 기회와 과제를 가져올까요?

제2호는 유통망–브랜드–인허가–고객 계약이 거래에서 어떻게 평가되는지를 중심으로 분석을 이어갑니다. 뷰티 산업의 유통 구조 변화와 함께 의료기기–의료소모품 분야의 시장 진입 비용, 규제 및 관세 불확실성을 살펴봅니다.

같은 시장에 속해 있어도 사업체의 준비 상태는 다릅니다. 거래처 계약의 이전 가능성, 지식재산권의 소유 구조, 재무자료의 일관성, 특정 고객에 대한 의존도에 따라 검토 결과가 달라질 수 있습니다. 이번 호는 이러한 차이를 사업주가 확인하고 준비할 수 있는 항목으로 정리합니다.

전체 보고서에는 공개 거래 사례, 산업별 분석, 한국과 미국의 시장 진입 구조, 거래 유형별 준비 사항과 통합 점검표가 담겨 있습니다. 창간호 이후 세부계 확인된 정보와 정정 사항도 함께 제공합니다.

전체 보고서 받기 이름과 이메일을 입력하시면 한국어 보고서를 보내드립니다.