

급성장하는 중국의 배달음식시장 현황

aT상하이지사

- '17년 2분기 온라인 배달음식 거래규모 459.5억위안 -
- 거래규모 전년 동기대비 81.8% 증가 -

□ 중국 '배달음식' 시장, 폭발적 성장

- 배달음식을 시키는 직장인과 소비자들이 늘어나면서 배달음식 앱(APP) 시장이 폭발적인 성장세를 보이고 있음
- 중국 인터넷 빅데이터 분석업체(analysys)에 따르면 '17년 2분기 온라인 배달음식 시장규모는 약 459억 위안(약 7조7천억원)으로 1분기 대비 28.1%, 전년 동기대비 81.8% 급증

< 중국온라인배달시장 거래규모(2015.1Q~2017.2Q) >



- 중국 3대 배달앱인 어러머(饿了么), 바이두와이마이(百度外卖), 메이탄(美团)의 월 이용자 수는 '17.4월 약 7,174만명에서 6월 약 8,141만명으로 13.4%의 증가추세를 보임
 - 2017년 6월까지 “어러머” 배달앱 사용자는 3,402만명, “메이투안” 2,989만명, “바이두” 1,748만명
 - 평균 어플사용 시간은 “으어러마” 12분, “메이투안”은 11분, “바이두” 9분 (6월 기준)
- 현재 온라인 배달앱 가입자 수는 이미 억단위를 초과하였으며, 2017년 6월말까지 배달앱을 정기적으로 사용하는 실사용자수는 7,240만명에 달함
 - 사용시간 또한 9,000만시간으로 이미 일상적인 생활소비 습관으로 형성

< 중국 주요 배달음식 어플 메인페이지 >

어러머(饿了么)	메이탄(美团)	바이두와이마이(百度外卖)

□ 매년 2,3분기는 요식배달시장의 중요한 마케팅 시점

- '15년부터 2, 3분기에 거래규모가 가장 큰 폭으로 증가
 - 더운 여름철 외출 후 식사보다는 시원한 사무실 또는 가정 내에서 식사 하기 위해 배달앱을 사용하는 경우가 빈번하여 2, 3분기 거래규모가 1분기 대비 큰 폭으로 증가하는 경향 발생
 - 또한 여름철 시원한 음료 및 야식 또한 배달 받을 수 있어 음식의 종류 및 시간에 관계없이 사용자들이 편리하게 이용
- 계절적인 영향 이외에도 중국 음식배달시장은 연속 3년간 안정적 증가
 - 현재 요식업계의 4~6%가 이미 온라인상 거래를 시작하였고 배달 서비스업이 성장하면서 온라인 요식업 배달시장은 더욱 빠르게 발전할 것으로 전망
- 2, 3분기 다수의 고객유치를 위해 각각의 배달앱에서는 다양한 마케팅 추진
 - 타인에게 이벤트 공유 시 요금할인 쿠폰(홍bao) 등 제공

□ 배달앱 사용자의 83%는 직장인

- 배달앱 사용 계층 분석결과, 직장인이 83%(381억위안)로 가장 많은 점유율 차지
 - 대학생 등 캠퍼스 시장이 10.1%, 나머지 아파트단지 구역 등 일반 가정 단지 주문 점유율이 6.9% 순으로 나타남
 - 경제활동을 하고 있는 직장인의 사용점유율이 높아 중식시간 오피스 단지 내 배달원의 모습을 자주 볼 수 있음

< 배달앱 배달원 >

	
어려머 배달원	음식배달 대기중인 각 어플별 배달원

- 사용자 연령 분석결과, 25~35세 사용자가 62.6%로 점유율 압도적
 - 25세 이하 사용자 점유율 또한 20.8%로 젊은 계층의 활용도가 압도적으로 많은 것으로 분석
 - 40세 이상은 3.8%로 사용률 저조
 - 남녀 성별 사용비율은 남성이 54.4%로 여성(45.6%)보다 활용빈도가 더 많은 것으로 나타남

□ 평일대비 주말 배달앱 사용량 ↑

- 요일별 배달앱 주문량 분석결과 평일대비 주말 주문량이 더 많은 것으로 조사
 - 전체 요일 중 일요일 사용량이 가장 많은 것으로 나타남
 - 원인은 배달을 통해 다양한 음식을 구매할 수 있기에 주말동안 일정장소에서 편하게 휴식 및 식사를 즐기려는 성향 증가

< 요일별 배달앱을 통한 주문 분포도 >

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖平台订单量一周订单量分布

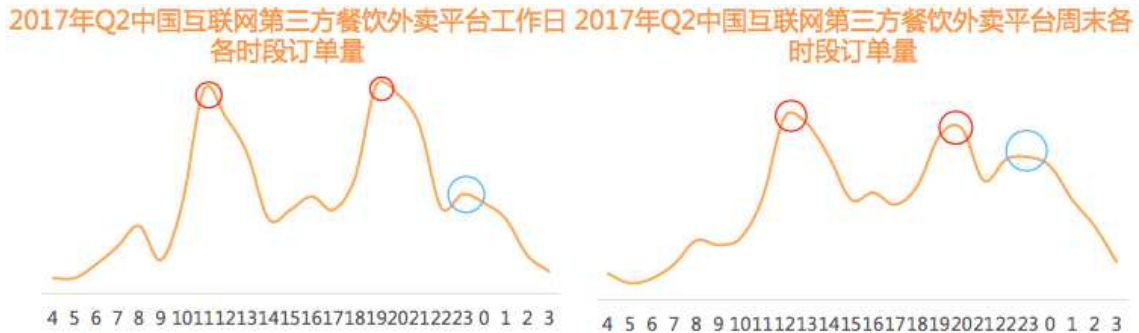


□ 배달 집중시기 : 점심·저녁식사 시간

- 시간별로 배달량 분석결과 예측과 같이 11~12사이, 19~20시 사이가 가장 많은 것으로 조사

- 주말의 경우 22~24시까지도 많은 주문량을 보이고 있어 배달앱의 존재로 야식을 즐기는 중국인이 증가하였음을 알 수 있음
- 야식 수요를 충족시키기 위해 주말에는 자정까지 운영하는 식당 증가

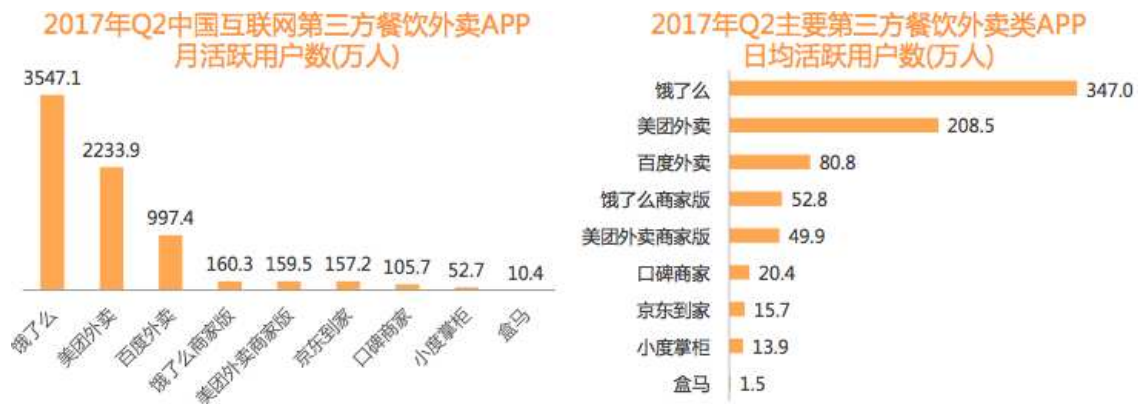
< 시간별 배달앱 주문량 (평일 : 좌, 주말 : 우) >



□ 중국 배달앱 사용자수 1위 '어러머(饿了么)'

- 2분기 배달앱 월 실사용자수는 어러머(饿了么)가 1위로 3,547만명을 기록
 - 2위 메이탄(美团) 2,233만명, 3위 바이두와이마이(百度外卖) 997만명
 - 일 사용자수 또한 어러머(饿了么)가 1위로 매일 347만명이 접속하여 활용하는 것으로 조사
- 현재 온라인 배달앱 가입인수는 이미 억단위 초과
 - 2017년 6월말까지 배달앱을 정기적으로 사용하는 고객인수는 약 7,240만명
 - 사용시간 9,000만시간으로 이미 일상적인 생활소비 습관으로 형성

< 2017년 2분기 배달어플별 실사용자 수 >



□ 중국 배달앱 고객만족도 1위는 ‘메이탄(美团)’

- 2016 온라인 식음료배달 시장의 고객만족도 조사에 따르면 메이탄(美团)이 9점 만점에 7.8로 1위 차지
 - 바이두와이마이(百度外卖)가 7.6으로 2위, 어러머(饿了么)는 7.4로 3위
- 메이탄 하루 평균 주문량은 900만건으로 협력업체(음식점) 100만개, 중국의 1,300개 도시에서 사용 가능하며 배달원 20만명 육박

□ 음식배달앱 지속적인 사업범위 확장 모색

- 각각의 음식배달앱은 배달 플랫폼에서 업무범위 확대 추진 예정
 - 금년 4월 “어러마” 플랫폼은 ‘Make Everything 30’ 업무를 발표하여 소매 시장 진출을 예고하였으며, 음식뿐만 아니라 다른 제품들도 배달 예정

<시사점>

- 식생활 부분의 편의성은 증대되었지만, 위생문제가 가장 큰 위험 요인
 - 식당의 위생문제 해결을 위해 베이징에서 공식적인 레스토랑 앱 평가 사이트를 개통하여 주방상태를 생방송으로 공개하는 등의 방안을 실행할 것을 발표
 - 북경을 시작으로 식당 위생 관련 개혁이 중국 전역으로 본격적 이루어 진다면 배달 어플의 신뢰도 및 사용량도 그에 따라 증가될 것으로 전망
- 각 어플별 배달인프라 기구축에 따라 다양한 사업범위 확장 기대
 - 배달관련 소매시장 진출을 예견함에 따라 기 구축된 배달인프라를 바탕으로 택배 또는 쿼서비스와 유사한 사업으로 범위 확장 전망
- 한국의 유명 요식 프랜차이즈 등 한국식당의 적극적인 어플 진출 필요
 - 식당방문 이후, 맛에 대한 신뢰를 바탕으로 재구매(배달)가 이루어짐에 따라 한식 배달을 통해 수입창출 및 저변확대 가능
- 배달어플을 통한 한국식품 판매촉진 및 마케팅 방안 강구 필요
 - 향후 배달범위 확대 시 마트 등에서 한국식품 배달도 가능할 것으로 보여 한국식품 구매의사가 많은 젊은 소비층이 주 사용자인 배달 어플을 활용한 마케팅 추진 필요

※ 자료원 : 易观(analysys.cn), 食品商务网(news.21food.cn), 比达网(www.bigdata-research.cn), aT상하이지사 자체조사