

10월 對 중국 온라인 쇼핑몰 시장동향 및 판매동향조사

1 중국 온라인쇼핑몰 시장동향

□ 거거자 (格格家) - B2B 플랫폼 출시

- 2016. 10. 24. 거거자(格格家) 식품 B2B 플랫폼인 "거거자 공급망" (格格家供应链)을 출시
 - 해당 B2B 플랫폼은 5,000SKU의 국내외 식품 제공
 - 수수료가 없고, 상품의 가격은 상가들이 정할 수 있는 정책 시행
 - 일반 무역과 전자상거래를 통한 상품 공급 상품 공급
 - 안정된 판매 루트와 판매 실적이 있는 상가에게 오픈
 - 각 B2C 플랫폼, 타오바오 점포, 웨이디엔(微店), 위챗 공식계좌, 오프라인 매장 등에 협력 추진 중

※ 거거자(格格家) 소개

- 온라인 고급 식품 판매 업체 "수입 식품 면세점"으로 불림
- 오픈 첫 달에 300만 위안의 주문 거래액 달성. 4~5개월 후에 대형 이벤트를 통해 당일 매출액 100만 위안 달성. 15년말까지 누적 사용자 120만, 일평균 주문량 6000개 돌파. 평균 단가는 약 400 위안
- (16.10.9) 1억 위안의 A+ 투자금 획득
- 거거자의 Wechat 파생 플랫폼인 "환치우 부서우" (环球捕手)는 10월 10일 "双食节"이벤트를 통해 당일 매출을 1300만 위안으로 기록

□ 징둥&월마트 협력

- 10월 21일, 월마트는 "신다다(新达达)물류"에 5000만 달러(3.36억 위안) 전략 투자
- 월마트의 Sam's club과 월마트 국제 플래그십 스토어는 징둥닷컴에 입점
- Sam's club의 상품은 이미 징둥의 창고에 입고되었고, 광주, 심천의 월마트는 "징둥따오자"(京东到家) 서비스를 제공

□ 징둥 농수산물 공급망 구축

- 징둥은 현재까지 지역 특산물관 387개, 특산물 점포 600개를 개설
 - 2016년 1월부터 5월까지 지역특산물은 5억 위안의 판매액을 달성하여 전년 대비 1,000% 증가
- 징둥은 지방 우수 기업들과 협력하여 농수산물의 포장·저온유통 물류 해결 방법 제시
- 해외 농수산물을 발굴하여 상해창고에 입고하고, 해당 상품의 농약, 검역 테스트 진행
 - 지능 창고관리 시스템과 자동분배 시스템을 통해 업무 효율화를 제고
 - * 현재 북경, 상해, 시안 등 10개 도시에 다온층(多温层) 냉장창고를 건설하고 60개 도시에 서비스를 제공

2 | 10월 온라인쇼핑몰 현황조사

가. 총괄

□ 티몰 전체 플랫폼 한국 농식품 전월대비 판매량 변화

플랫폼	`16년 9월		`16년 10월		증감량	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중		
티몰	1,391,828	66.1%	1,505,172	67.9%	113,344	8.1%
티몰차오스	705,619	33.5%	705,446	31.8%	△173	△0.02%
티몰국제	6,920	0.3%	7,409	0.3%	489	7.1%
합계	2,104,367	100%	2,218,027	100%	113,660	5.4%

- 티몰 전체 판매량은 2,218,027로 전월대비 5.4% 증가
- 티몰 판매량은 1,505,172로 전월대비 8.1% 증가
 - * 기타품목은 21.6% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼(기타품목 : 통조림, 김말이, 즉석밥 등)
- 티몰차오스 판매량은 705,446로, 전월대비 0.02% 감소
 - * 음료류는 25.7% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼
- 티몰국제 판매량은 7,409으로, 전월대비 7.1% 증가
 - * 면류는 207.5% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

□ 티몰 전체 플랫폼 한국 농식품 전월대비 매출액 변화

플랫폼	`16년 9월		`16년 10월		증감액	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중		
티몰	37,439,812	74.3%	37,104,049	73.3%	△335,763	△0.9%
티몰차오스	12,158,862	24.1%	12,985,390	25.6%	826,528	6.8%
티몰국제	783,169	1.6%	562,258	1.1%	△220,911	△28.2%
합계	50,381,842	100%	50,651,697	100%	269,854	0.6%

- 티몰 매출액은 37,104,049위안으로 전월대비 0.9% 감소
 - * 주류는 81.2% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼
- 티몰차오스 매출액은 12,985,390위안으로 전월대비 6.8% 증가
 - * 소스/조미료는 46.2% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 크게 나타나 티몰과 대조적인 양상을 보임
- 티몰국제 매출액은 562,258위안으로 전월대비 28.2% 감소
 - * 소스/조미료는 92.1% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼

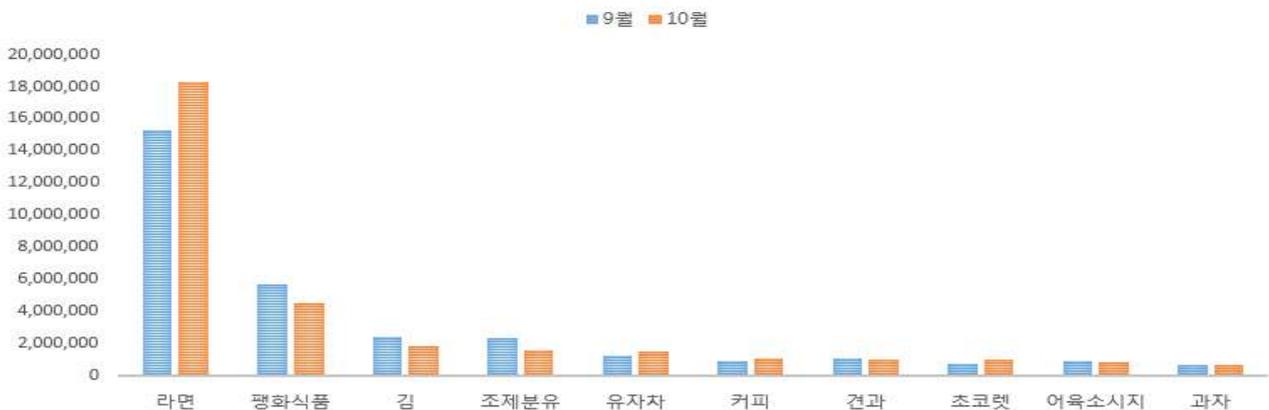
나. 티몰(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	`16년 9월		`16년 10월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	15,314,872	40.9%	18,263,045	49.2%	19.3%
2	팽화식품	5,666,306	15.1%	4,455,435	12.0%	△21.4%
3	김	2,366,772	6.3%	1,831,546	4.9%	△22.6%
4	조제분유	2,273,199	6.1%	1,578,987	4.3%	△30.5%
5	유자차	1,219,817	3.3%	1,502,040	4.0%	23.1%
6	커피	842,774	2.3%	1,025,905	2.8%	21.7%
7	견과	1,009,796	2.7%	989,480	2.7%	△2.0%
8	초코렛	680,033	1.8%	937,688	2.5%	37.9%
9	어육소시지	853,483	2.3%	830,828	2.2%	△2.7%
10	과자	665,702	1.8%	673,179	1.8%	1.1%
	기 타	6,547,060	17.5%	5,015,915	13.5%	△23.4%
	합 계	37,439,812	100.0%	37,104,049	100.0%	△0.9%

- 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 32,088,134위안(한화 약 57.8억원)
 - * 상위 10개 품목 : 라면, 팽화식품, 김, 조제분유, 유자차, 커피, 견과, 초코렛, 어육소시지, 과자
- 전체 품목의 매출액 대비 86.5% 차지
 - 주요 증가 품목 : 라면(19.3%↑), 유자차(23.1%↑), 커피(21.7%↑), 초코렛(37.9%↑), 과자(1.1%↑)
 - 주요 감소 품목 : 팽화식품(21.4%↓), 김(22.6%↓), 조제분유(30.5%↓), 견과(2.0%↓), 어육소시지(2.7%↓)



<티몰 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	'16년 9월		'16년 10월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	김	2,106,488	17.3%	2,279,219	17.6%	8.2%
2	라면	1,975,584	16.2%	1,775,479	13.7%	△10.1%
3	견과	1,456,108	12.0%	1,672,721	12.9%	14.9%
4	유자차	1,180,456	9.7%	1,575,325	12.1%	33.5%
5	조제유	1,248,566	10.3%	1,152,360	8.9%	△7.7%
6	팽화식품	913,512	7.5%	1,011,688	7.8%	10.7%
7	음료	1,114,447	9.2%	902,634	7.0%	△19.0%
8	과자	531,913	4.4%	570,904	4.4%	7.3%
9	어육소시지	482,549	4.0%	565,265	4.4%	17.1%
10	맥주	192,499	1.6%	219,391	1.7%	14.0%
기 타		956,741	7.9%	1,260,403	9.7%	31.7%
합 계		12,158,862	100.0%	12,985,390	100.0%	6.8%

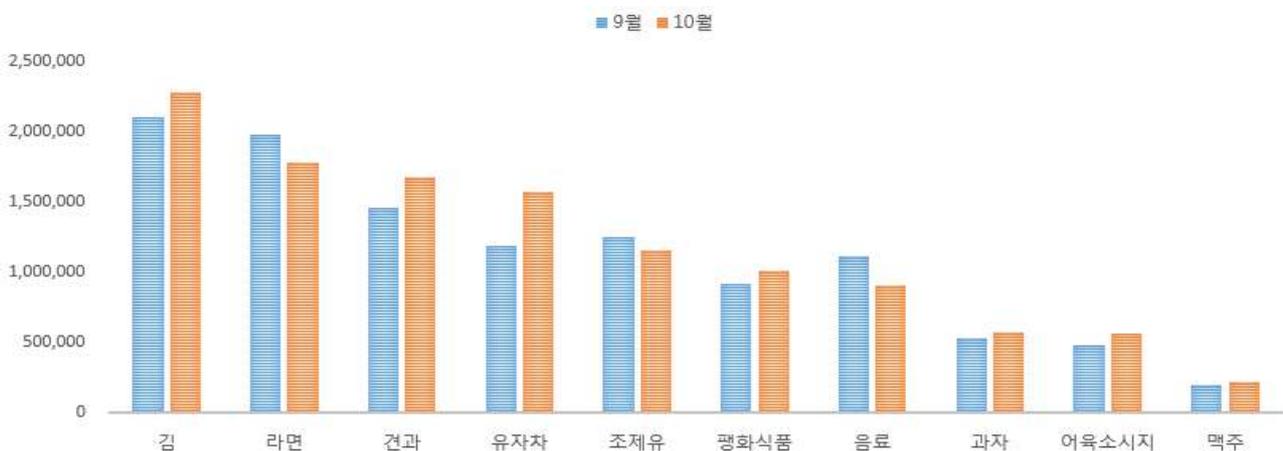
○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 11,724,987위안(한화 약 21.1억원)

* 상위 10개 품목 : 김, 라면, 견과, 유자차, 조제유, 팽화식품, 음료, 과자, 어육소시지, 맥주

○ 전체 품목의 매출액 대비 90.3% 차지

- 주요 증가 품목 : 김(8.2% ↑), 라면(14.9% ↑), 견과(33.5% ↑), 유자차(33.5% ↑), 팽화식품(10.7% ↑)

- 주요 감소 품목 : 라면(10.1% ↓), 조제유(7.7% ↓), 음료(19.0% ↓)



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

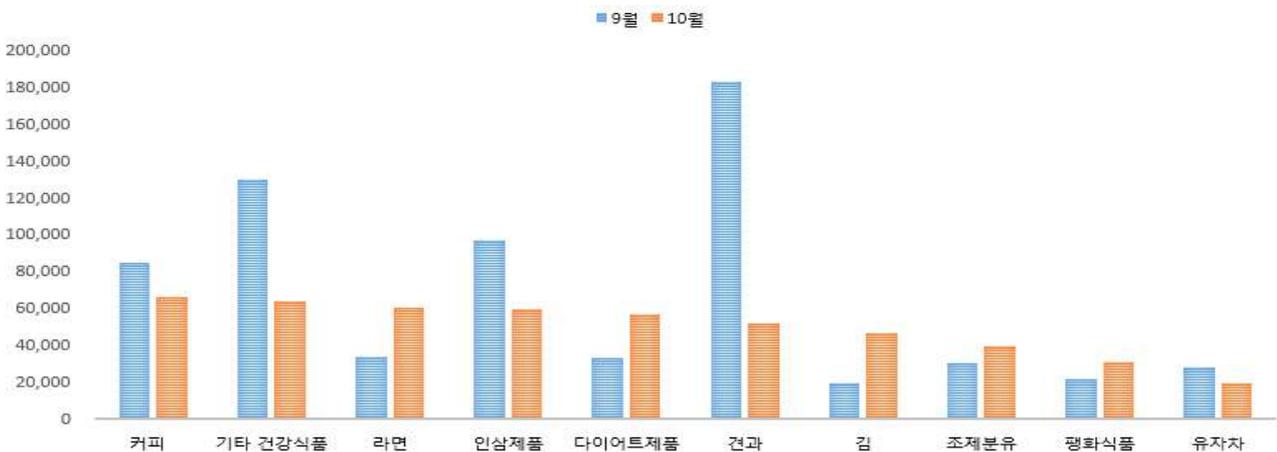
순 위	구 분	'16년 9월		'16년 10월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	커피	84,860	10.8%	66,837	11.9%	△21.2%
2	건강식품	130,464	16.7%	64,116	11.4%	△50.9%
3	라면	33,876	4.3%	61,014	10.9%	80.1%
4	인삼제품	97,168	12.4%	59,746	10.6%	△38.5%
5	다이어트제품	33,405	4.3%	57,285	10.2%	71.5%
6	견과	183,832	23.5%	52,355	9.3%	△71.5%
7	김	19,957	2.5%	46,728	8.3%	134.1%
8	조제분유	30,518	3.9%	40,140	7.1%	31.5%
9	팽화식품	21,747	2.8%	31,524	5.6%	45.0%
10	유자차	28,718	3.7%	19,947	3.5%	△30.5%
기 타		118,624	15.1%	62,566	11.1%	△47.3%
합 계		783,169	100.0%	562,258	100.0%	△28.2%

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 499,692위안(한화 약 0.9억원)

* 상위 10개 품목 : 커피, 건강식품, 라면, 인삼제품, 다이어트제품, 견과, 김, 조제분유, 팽화식품, 유자차

○ 전체 품목의 매출액 대비 88.9% 차지

- 주요 증가 품목 : 라면(80.1% ↑), 다이어트제품(71.5% ↑), 김(134.1% ↑)
- 주요 감소 품목 : 커피(21.2% ↓), 건강식품(50.9% ↓), 인삼제품(38.5% ↓), 견과(71.5% ↓), 유자차(30.5% ↓)



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

3 시사점

□ 중국 온라인쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

○ 티몰 전체 플랫폼의 매출액은 50,651,697위안으로 전월 대비 0.6% 증가

- 티몰의 매출액은 전월대비 0.9% 감소하였지만, 티몰차오스의 매출액이 6.8% 증가하면서 전체 플랫폼 매출액이 소폭 증가(순증액 269,854위안)

* 매출액 변화: 티몰 전월대비 0.9%↓, 티몰차오스 전월대비 6.8%↑, 티몰국제 전월대비 28.2%↓

▷ 매출액 비중 비교

- 티몰 매출액 비중 : ('16.9)74.3% → ('16.10)73.3%
- 티몰차오스 매출액 비중 : ('16.9)24.1% → ('16.10)25.6%
- 티몰국제 매출액 비중 : ('16.9)1.6% → ('16.10)1.1%

□ 새로운 B2B 플랫폼 거거자 (格格家) 등장

○ 중국 내 유일하게 고급 식품을 전문으로 취급하는 플랫폼으로 소비군을 파악하여 입점을 통해 매출 향상 기대

- 거거자는 고객들과 200만번 이상의 소통을 통해 상품의 품목, 브랜드, 품질의 수요를 알아내서 수요가 큰 식품을 발굴하는 등 우량 상품을 플랫폼에 등록하여 신뢰를 구축함

□ 징동 농수산물 점포 개소에 따른 향후 계획 수립 필요

○ 징동에서는 중국 자국산 농산물을 비롯한 해외 농수산물을 발굴하여 상해 농수산물 물류창고에 입고·유통

○ 신선농산물 중 가능 품목을 기준으로 시스템 운영을 통해 수출 가능성 타진 필요