

6월 對 중국 온라인 쇼핑몰 시장동향 및 판매동향조사

1 중국 온라인쇼핑몰 시장동향

□ 중국 전자상거래 업체 2인자 징둥(京東)닷컴(JD.COM)이 1호점 인수

○ 징둥, 1호점 인수 내용

- 6월 21일 징둥은 월마트와 전략적 파트너십을 협약하고, 95억 위안으로 월마트가 투자한 중국전자상거래 업체 1호점(브랜드, 사이트, App포함) 인수

- 월마트는 징둥의 주식 지분의 5%를 확보

○ 징둥이 1호점을 인수한 이유

: 식품 및 생활용품 영역 강화, 지역 단점 강화, 고객 유입량 강화, supply chain 강화

- 징둥은 온라인 B2C 판매시장에서 티몰(51.3%)다음으로 높은 시장 점유율(31.2%)을 보유

* 1호점 시장점유율 : 1.2%

- 징둥은 전자제품위주로 판매하는 전자상거래 업체로 생활용품 판매는 부진하여 식품과 생활용품의 판매비중이 높은 1호점을 인수하기로 결정
- 북경에 자리 잡고 있는 징둥은 화동지역 시장을 강화할 필요성을 인지하고, 화동지역에서 매장을 운영하고 있는 1호점을 통해 단점을 보완할 수 있을 것으로 예상
- 이로써 징둥의 단점을 보완할 수 있고, 구매영역을 확장하여 소비자에게 더 넓은 선택을 제공
- 향후 징둥은 월마트와 전략적 파트너십 협약을 맺어, 공급망 관리 (supply chain)를 강화하여 해외상품 수입을 확대할 예정

2 6월 온라인쇼핑몰 현황조사

가. 총괄

□ 티몰 전체 플랫폼 한국 농식품 전월대비 판매량 변화

플랫폼	`16년 5월		`16년 6월		증감량	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중		
티몰	1,084,217	54.5%	1,383,662	61.6%	299,445	27.6%
티몰차오스	879,520	44.2%	828,393	36.9%	△51,127	△5.8%
티몰국제	26,563	1.3%	35,531	1.6%	8,968	33.8%
합계	1,990,300	100.0%	2,247,586	100.0%	257,286	12.9%

- 티몰 전체 판매량은 2,247,586으로 전월대비 12.9% 증가

- 티몰 판매량은 1,383,662로 전월대비 27.6% 증가

* 면류는 261.1% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

- 티몰차오스 판매량은 828,393으로, 전월대비 5.8% 감소

* 차류는 52.7% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼. 유자차의 판매가 부진(전월대비 54,831 ↓)

- 티몰국제 판매량은 35,531으로, 전월대비 33.8% 증가

* 소스/조미료류는 6,383.3% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

□ 티몰 전체 플랫폼 한국 농식품 전월대비 매출액 변화

플랫폼	`16년 5월		`16년 6월		증감액	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중		
티몰	30,998,895	66.5%	40,983,527	73.8%	9,984,633	32.2%
티몰차오스	13,631,288	29.2%	13,236,033	23.8%	△395,255	△2.9%
티몰국제	1,982,421	4.3%	1,333,812	2.4%	△648,609	△32.7%
합계	46,612,604	100.0%	55,553,373	100.0%	8,940,769	19.2%

- 티몰 매출액은 40,983,527위안으로 전월대비 32.2% 증가

* 면류는 802.7% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

- 티몰차오스 매출액은 13,236,033위안으로 전월대비 2.9% 감소

* 차류는 59.2% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼

- 티몰국제 매출액은 1,333,812위안으로 전월대비 32.7% 감소

* 건강식품류는 76.4% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼

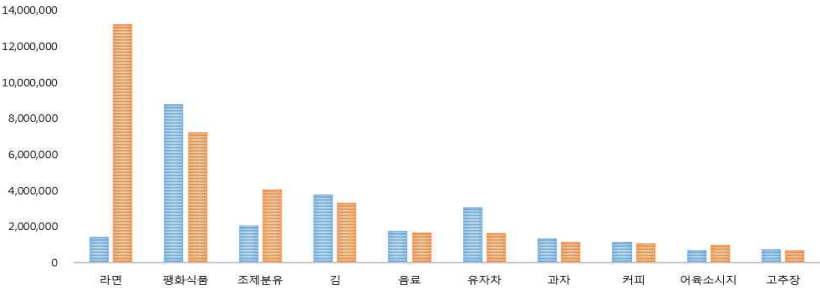
나. 티몰(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	`16년 5월		`16년 6월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라 면	1,441,384	4.6%	13,246,399	32.3%	819.0%
2	팽 화식품	8,795,630	28.4%	7,247,402	17.7%	△17.6%
3	조제분유	2,067,960	6.7%	4,083,094	10.0%	97.5%
4	김	3,806,682	12.3%	3,349,076	8.2%	△12.0%
5	음 료	1,789,694	5.8%	1,711,004	4.2%	△4.4%
6	유 자 차	3,083,790	9.9%	1,631,889	4.0%	△47.1%
7	과 자	1,348,966	4.4%	1,156,740	2.8%	△14.3%
8	커피	1,156,929	3.7%	1,074,942	2.6%	△7.1%
9	어육소시지	687,330	2.2%	979,030	2.4%	42.4%
10	고 추 장	737,857	2.4%	717,528	1.8%	△2.8%
기 타		6,082,673	19.6%	5,786,423	14.1%	△4.9%
합 계		30,998,895	100.0%	40,983,527	100.0%	32.2%

- 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 35,197,104위안(한화 약 63.3억원)
 - * 상위 10개 품목 : 라면, 팽화식품, 김, 음료, 유자차, 과자, 커피, 어육소시지, 고추장
- 전체 품목의 매출액 대비 85.9% 차지
 - － 주요 증가 품목 : 라면(819.0%↑), 조제분유(97.5%↑), 어육소시지(42.4%↑)
 - － 주요 감소 품목 : 팽화식품(17.6%↓), 김(12.0%↓), 음료(4.4%↓), 유자차(47.1%↓), 과자(14.3%↓)



<티몰 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	`16년 5월		`16년 6월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	김	2,252,995	16.5%	2,287,765	17.3%	1.5%
2	라 면	584,567	4.3%	1,777,114	13.4%	204.0%
3	음 료	1,442,586	10.6%	1,639,322	12.4%	13.6%
4	견 과	1,172,673	8.6%	1,618,125	12.2%	38.0%
5	팽화식품	1,723,541	12.6%	1,199,214	9.1%	△30.4%
6	유 자 차	3,094,777	22.7%	1,177,500	8.9%	△62.0%
7	조 제 유	519,940	3.8%	894,831	6.8%	72.1%
8	과 자	936,600	6.9%	848,739	6.4%	△9.4%
9	어육소시지	783,603	5.7%	654,412	4.9%	△16.5%
10	맥 주	89,970	0.7%	313,512	2.4%	248.5%
기 타		1,030,036	7.6%	825,499	6.2%	△19.9%
합 계		13,631,288	100.0%	13,236,033	100.0%	△2.9%

- 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 12,410,534위안(한화 약 22.3억원)
 - * 상위 10개 품목 : 김, 라면, 음료, 견과, 팽화식품, 유자차, 조제유, 과자, 어육소시지, 맥주
- 전체 품목의 매출액 대비 93.8% 차지
 - － 주요 증가 품목 : 라면(204.0%↑), 견과(38.0%↑), 조제유(72.1%↑), 맥주(248.5%↑), 음료(13.6%↑)
 - － 주요 감소 품목 : 팽화식품(30.4%↓), 유자차(62.0%↓), 어육소시지(16.5%↓), 과자(9.4%↓)



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	`16년 5월		`16년 6월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	평화식품	25,334	1.3%	272,857	20.5%	977.0%
2	견 과	236,310	11.9%	231,390	17.3%	△2.1%
3	김	90,389	4.6%	172,094	12.9%	90.4%
4	커피	530,244	26.7%	143,609	10.8%	△72.9%
5	유 자 차	146,964	7.4%	107,744	8.1%	△26.7%
6	인삼제품	728,045	36.7%	77,269	5.8%	△89.4%
7	조제분유	60,647	3.1%	61,871	4.6%	2.0%
8	식 용 유	0	0.0%	45,744	3.4%	신규
9	비타민제품	0	0.0%	44,851	3.4%	신규
10	다이어트제품	0	0.0%	32,083	2.4%	신규
기 타		164,488	8.3%	144,300	10.8%	△12.3%
합 계		1,982,421	100.0%	1,333,812	100.0%	△32.7%

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 1,189,512위안(한화 약 2.1억원)

* 상위 10개 품목 : 평화식품, 견과, 김, 커피, 유자차, 인삼제품, 조제분유, 식용유, 비타민제품, 다이어트 제품

○ 전체 품목의 매출액 대비 89.2% 차지

- 주요 증가 품목 : 평화식품(977.0%↑), 김(90.4%↑), 조제분유(2.0%↑)
- 주요 감소 품목 : 견과(2.1%↓), 인삼제품(89.4%↓), 유자차(26.7%↓), 커피(72.9%↓)
- 신규품목 : 식용유, 비타민제품, 다이어트제품



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

3 시사점

□ 중국 온라인쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

- 티몰 전체 플랫폼의 매출액은 55,553,373위안으로 전월 대비 19.18% 증가
 - 티몰차오스와 티몰국제의 매출은 하락하였지만, 티몰 매출액이 크게 증가하여 전체 플랫폼의 매출액은 전월대비 증가

* 티몰 전월대비 32.2%↑, 티몰차오스 전월대비 2.9%↓, 티몰국제 전월대비 32.7%↓

▷ 매출액 비중 비교

- 티몰 매출액 비중 : ('16.5)66.5% → ('16.6)73.8%
- 티몰차오스 매출액 비중 : ('16.5)29.2% → ('16.6)23.8%
- 티몰국제 매출액 비중 : ('16.5)4.3% → ('16.6)2.4%

○ 한국산 라면 매출액 증가

- 중국에서는 맛보기 힘든 라면 신제품의 열풍으로 전월대비 매출액이 크게 상승 (7,655.53%↑)

□ 1호점을 인수한 징동과 온라인 B2C판매 1인자 티몰의 경쟁 격화

- 징동은 1호점을 인수하여, 생활용품 판매를 강화하고 월마트의 구매력을 통해 수입제품시장을 확대할 전망
- 티몰은 징동에 맞서 본부를 북경으로 이전하고, 물류서비스 강화 및 프로모션을 진행하는 등 다양한 형태로 고객 유입량을 확대하고 있음
- 하반기 두 전자상거래 업체의 경쟁에 따라 플랫폼 별 매출상황에 변동이 있을 것으로 예상됨