

1. 온라인 식품 구매증가율 전년대비 50%



2013년 중국의 온라인 식품판매 규모는 약 6조

- 중국 인터넷정보 컨설팅업체인 이관귀지(易觀國際)가 발표한 ‘2013년 온라인 식품구매백서’(2013年食品網購白皮書)에 따르면 2013년 중국의 B2C 온라인 식품판매 규모는 324억 위안(약 5조7000억 원)으로 전년 대비 47.9% 증가했다.

위마이닷컴 판매실적 전년대비 267% 증가

- 중국 최대 식품 생산유통 기업이자 글로벌 500대 기업 중 하나인 중량그룹(中糧集團; COFCO) 산하인 위마이닷컴은 2013년 판매실적이 전년 대비 267% 증가했으며 신규 가입 회원이 전체 회원 수의 75%를 차지하는 등 괄목적인 성장세를 보였다.

2. 구매특징

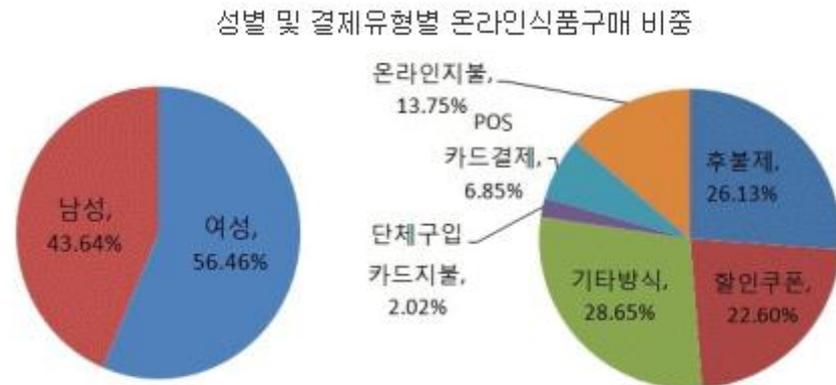
남성소비자 전년대비 11%p 증가

- 조사에 따르면 현재 중국 내 온라인 식품구매 소비자 규모는 약 4500만 명으로 여성비율이 56.46%, 남성비율이 43.54%를 차지했다.
- 여성이 여전히 절반이 넘는 비중을 보이거나 남성 소비자가 2012년에 비해 11%포인트 증가함으로써 향후 잠재적 주력 소비층으로 평가된다.

착불(후불제) 결제방식 선호

- 온라인 식품 구매 지불방식을 살펴보면 소비자들은 착불(후불제)을 가장 선호했다.
- 착불 결제가 약 26%로 1위를 차지했고 할인쿠폰 약 23%, 온라인결제 14% 순으로 조사됐다.

2. 구매특징 (계속)

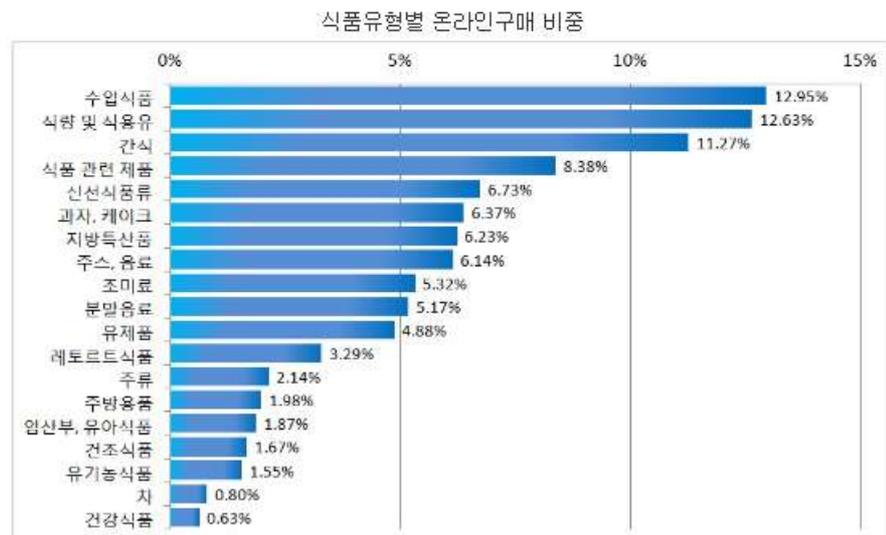


자료원: 2013년 온라인식품구매백서(2013年食品網購白皮書)

3. 구입비중

온라인 구입비중 1위는 수입식품

- 유형별 온라인 식품 판매량은 수입식품이 전체의 약 13.95%로 1위를 차지했다.
- 식량 및 식용유가 12.63%, 간식 11.27%로 각각 2위, 3위였으며, 그 밖에 신선식품류(6.73%), 조미료(5.32%), 유기농식품(1.55%), 건강식품(0.63%) 등이 있다.

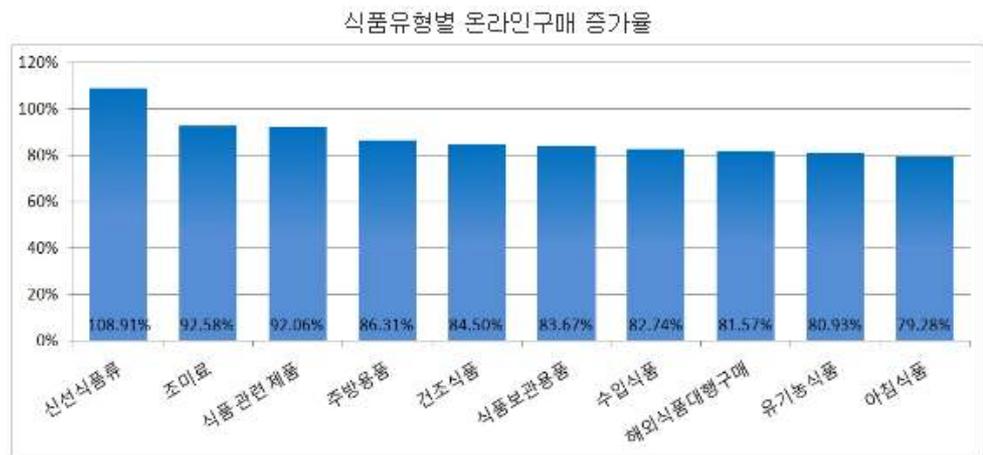


자료원: 2013년 온라인식품구매백서(2013年食品網購白皮書)

3. 구입비중 (계속)

온라인 구입증가율 1위는 신선식품류

- 주목할 만한 점은 신선식품류의 경우 전체 온라인구매에서 차지하는 절대적인 비중은 낮으나 구매 증가율은 전년 대비 무려 108.91% 상승했다는 것이다.
- 다음으로는 조미료가 92.58%, 식품 관련 제품이 92.06% 증가해 각각 2위, 3위를 차지했다.
- 한편 절대 규모 면에서 가장 큰 비중을 차지한 수입식품은 전년 대비 82.74% 증가하며 7위에 머물렀다.
 - 유형별 온라인 식품 판매량은 수입식품이 전체의 약 13.95%로 1위를 차지했다.



자료원: 2013년 온라인식품구매백서(2013年食品網購白皮書)

4. 수입식품 구매 분석

도시의 전문직, 젊은층 여성이 주요 구매자

- (성별/연령층) 여성이 전체의 60%로 주를 이루며 연령대는 28~38세가 전체의 46.94%로 가장 큰 비중 차지한다.
- (직업별) 도시의 전문직이 48.15%로 1위, 공무원 15.93%, 프리랜서 11.37%, 전업주부 8.78% 순으로 나타났다.

4. 수입식품 구매 분석 (계속)

자녀를 둔 가정이 주로 구매

- (가정 구성별) 자녀를 둔 가정이 47.19%로 1위, 싱글과 커플 소비자층이 각각 26.78%, 22.74%로 2위, 3위 차지했다. 임산부 가정의 경우 구매 비중은 3.29%로 낮았으나 자녀 출산 이후 비중이 높아질 것으로 기대돼 유력한 잠재고객이라 할 수 있다.



자료원: 2013년 온라인식품구매백서(2013年食品網購白皮書)

5. 신선식품 건강식품 구매분석

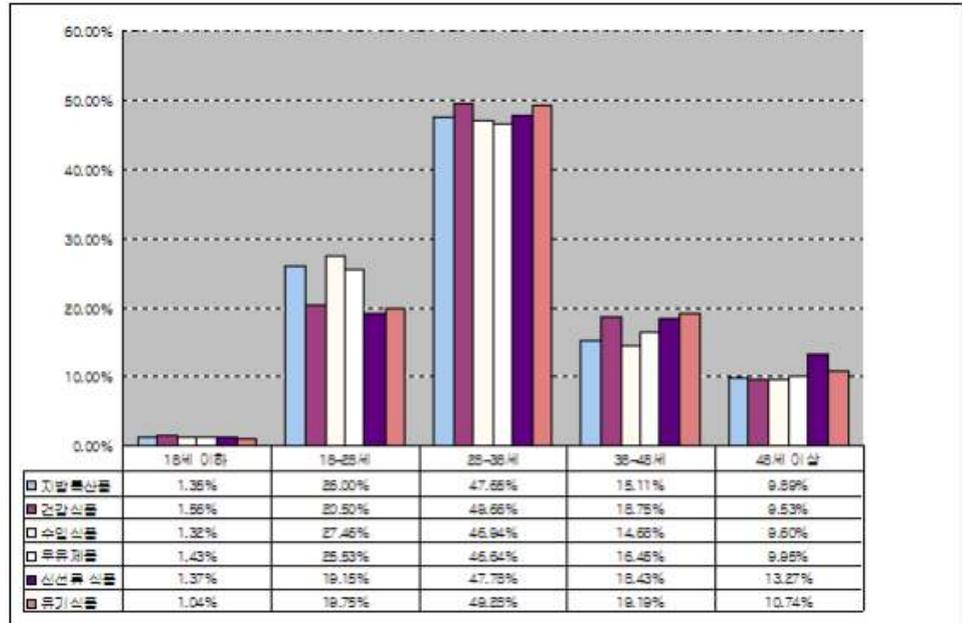
온라인 식품구매 비중이 높을 수록 선호

- 온라인 식품 구매 비중이 높은 28~38세 소비자들의 신선식품류, 건강식품, 유기농식품에 대한 선호도가 뚜렷했다.
- 이들은 안정된 직장 및 소득이 보장된 전문직이 대부분으로 친환경 건강식품에 대한 인식이 상대적으로 높은 편이다.

연령	선호1위	선호2위	선호3위
18~28세	수입식품 (27.46%)	지방특산품 (26%),	유제품 (25.53%)
28~38세	건강식품 (49.66%)	유기농식품 (49.28%)	신선식품류 (47.78%)
38~48세	유기농식품 (19.19%)	건강식품 (18.75%)	신선식품류 (18.43%)
48세 이상	신선식품류 (13.27%)	유기농식품 (10.74%)	유제품 (9.95%)

5. 신선식품 건강식품 구매분석 (계속)

연령층별 온라인구매 선호식품 구성



자료원: 2013년 온라인식품구매백서(2013年食品網購白皮書)

6. 도시별 선호식품

베이징 “간식”, 상하이/광저우 “수입식품”

- 베이징에서는 간식의 온라인구매 비중이 높았다. 간식(31.14%), 식량 및 식용유(18.12%), 지방특산품(14.95%), 수입식품(13.73%), 신선식품류(12.56%) 순이었다.
- 상하이에서는 수입식품의 온라인구매 비중이 높았다. 수입식품(30.21%), 식량 및 식용유 제품(28.68%), 간식(23.29%) 순이었다.
- 광저우에서는 수입식품의 온라인구매 비중이 높았다. 수입식품(31.14%), 간식(24.67%), 유제품(16.8%), 식량 및 식용유 제품(14.92%) 순이었다.

7. 시사점

신선식품류에 대한 온라인 구매가 인기를 끌 것

- 2013년부터 워마이닷컴, 순풍요우센(順豐優先), 번라이성휘(本來生活) 등 신선식품을 판매하는 온라인쇼핑몰이 활발하게 운영 중이다.
- 신선식품류를 찾는 소비자가 늘어남에 따라 식품의 신선도를 보장하는 냉장 물류시스템 구축이 시급한 과제로 부상했다. 냉장배송시스템의 우수함 정도가 향후 식품 전자상거래 업체의 전문성을 평가하는 가장 중요한 기준이 될 것으로 전망된다.

구매대행 서비스 이용 증가 추세

- 소득향상으로 고품질의 건강식품을 찾는 소비자가 늘어남에 따라 전자상거래 업체는 해외 또는 중국 내 산지에서 특산물을 직접 거래하는 구매대행 서비스가 시작됐다.

식품 전용 온라인 쇼핑몰이 환영받을 전망

- 중국의 소비자들은 타오바오, 징둥(京東) 등 온라인 종합쇼핑몰을 이용한 식품구매에서 점차 냉장보관 서비스, 산지에서 구매대행 등 식품에 특화된 서비스를 제공하는 온라인 식품 전문 쇼핑몰을 통한 구매를 선호할 것으로 전망된다.