

= 중국 온라인사이트 입점조사 =

1. B2C(타오바오, 티몰, 징둥)

□ 타오바오 쇼핑물

- 중국 진출을 위해선 알리바바라는 회사를 알게 될 것이며 이외사의 대표적인 매출은 타오바오라는 쇼핑몰에서 주로 나오고 있다. 타오바오는 중국의 징둥, 티몰이라는 쇼핑몰과 경쟁을 하며 성장하고 있다. 또한 중국은 소비문화가 바뀌면서 ‘싼 것’ 만 고집하던 중국인들이 안정성과 품질을 따지게 되면서 좋은제품을 합리적인 가격으로 구매하고자 하는 인식이 커졌다.

* 타오바오는 약 700만명의 판매자와 7억 인구의 소비자가 이용함

□ 타오바오와 타 쇼핑몰과의 차이

- 타오바오에 비해 티몰, 징둥의 입점조건은 상당히 까다롭다. 따라서 검색을 하더라도 같은제품 중 티몰, 징둥의 인증받은 제품이 먼저 노출되기도 한다. 그러나 **타오바오**는 개인이 쉽게 열 수 있지만 티몰과 **징둥**은 중국내 사업자 등록증(중국법인)이 필요하다.
- 입점하는 법인은 ‘무역법인’ 으로 설립을 해야하며 기본적인 상거래 행위로 보아 공장, 식당, 컨설팅 같은 법인은 해당되지 않는다.

<타오바오, 티몰, 징둥 비교설명>

타오바오

- 알리바바 그룹 산하의 C2C플랫폼으로 시장점유율 90%를 자랑하는 C2C시장의 절대 강자로 대륙답게 여러가지 물건을 팔고 있으며, B2C시장의 55%를 점유하고 있는 1위 사이트임
- 알리왕왕이라는 메신저를 통해 판매자를 실시간으로 채팅, 음성통화 및 영상통화를 할 수 있고 대화 내용을 저장할 수 있어 분쟁 발생 시 증거로 활용가능함
- 기본적으로 정품인지 아닌지, 필요한 부분의 상품 사진, 흥정, 재고유무 등을 따질수 있다면 꼼꼼히 따지는 것이 좋음

= 장점 =

- ① 무료입점, 거래수수료가 없고 사업자없이 누구나 쉽게 입점해서 물건 판매 가능함
- ② 80%이상의 시장점유율, 독립몰보다 타오바오 같은 오픈마켓에서 구매하기를 원하는 중국소비자 특성을 지님
- ③ 중국 소비자 성향에 맞춤 시스템을 보유함

= 단점 =

메신저를 사용하여 제품구매 등을 하고 있으나 왕왕(메신저)를 통해 독촉을 하지 않으며 배송자체를 잊어버리는 경우도 있음



티몰

= 장점 =

- ① 티몰에 입점하는 자체만으로 소비자에게 신뢰를 줄 수가 있음
- ② 소비자가 제품을 검색할 때 일반 점포보다 우선순위로 노출이 되게 되어 클릭수와 판매가 높아질 요소가 많음
- ③ 정품에 대한 인지를 시켜 줄 수 있음

= 단점 =

- ① 조건이 까다로움(중국법인이 반드시 필요하고 10여가지 제출서류와 장기간의 등록기간이 필요)
- ② 입점비, 보증금 등 비용이 많이 소요됨
- ③ 입점 후 관리가 까다로움(24시간 이내 발송, 세무처리 등)
- ④ (조직관리)중국 내에 직원과 사무실이 있어야 하며 개인보다는 중국에 직접 진출하려는 기업이나 조직에 맞는 쇼핑몰임



징동

- 징동쌍청(마트)는 중국 전자상거래 플랫폼 2위로 2008년부터 매해 200%이상의 매출 증가를 기록해 왔고, 중률 B2C전자상거래 시장의 19.2%를 점유하고 있으며 가전제품을 위주로 취급하고 있음
- 미국 나스닥에 중국 최초로 성공적으로 성장한 기업이기도 하며, 테센트 바이두 등 중국 대표 인터넷 기업과 함께 글로벌 10 인터넷 기업에 속하고 있음
- 티몰과 마찬가지로 모조품은 절대 안 된다는 신념으로 짝퉁 제품 자체를 취급하지 않음

= 전자제품 판매 =

징동은 전자제품 판매 상거래 서비스로 시작하여 전자제품물류/ 유통 노하우를 쌓아 왔으며, 징동, 티몰, 수닝이꺼우(한국 하이마트와 유사한 전자제품 전문 온 오프라인 판매업체)의 휴대폰(스마트폰 포함) 판매량이 각각 53%, 26%, 7% 순임

= 자체 물류 시스템 =

징동은 핵심 동력인 물류 분야에서 주목할만한 성장을 이워 임직원 수만 약 6만 2051명으로 이중 2만 4000여명이 전문 택배 배달원임

전국39개 도시에 분포한 118개 물류센터와 함께 1855개 지역에 위치한 2045개의 배송센터를 자체 물류 시스템으로 운영하고 있으며, 1045개 자체 수령 센터 및 수령 박스를 설치 운영하고 있음 또한 815개 지역은 익일 배송이 가능할 정도임

= 모바일 전략 =

징동은 중국 모바일 최강자인 텐센트와 공식적인 파트너로 알려져있으며 기존 모바일 앱, QQ메신저, 텐센트 SNS채널인 웨이신, 위챗 등 다양한 쇼핑 채널을 확보하고 있음. 특히 징동에 입점하면 연계된 모바일 프로모션 등을 진행 할 수 있어 14억 중국 고객에게 훨씬 다가가기 쉬운 것임





□ 무역법인의 설립조건

- 지역마다 상이하나 투자자가 외국 개인이거나 외국 법인회사여야 하며, 중국의 사업자등록증(영업집조)상에 명기된 한도내의 수출입, 중국내 내수, 커미션 대행 등 산업지도목록에서 외자기업이 할 수 있는 사업내에 한에서는 굉장히 자유로운 중국 법인임

□ 타오바오의 회원가입

- 회원가입은 한국에서도 가능하다 그러나 두가지 문제가 있음
 - 자신의 신분증을 가지고 중국내 특정인의 명의로 해야하며, 타오바오는 원칙적으로 중국 국내 사업자 또는 개인을 대상으로 하는 쇼핑몰이기 때문임
 - 중국내에 자신의 명의로 된 계좌번호가 있어야 하며, 물론 중국은행이어야 하며 타오바오의 결제가 가능한 중국은행계좌 개설을 중국내에서만 가능함

□ 판매자 등록조건

- 기업들을 경우 20만원의 보증금이 필요함, 개인은 무료
- * 타오바오는 가짜들의 천국이라는 오명을 가지고 있어 보증금을 요구함

□ 결제방법

- 구매 시 원하는 상품을 고른후 결제하기를 하면 알리페이로 연결되며, 알리페이에서 결제는 중국 내 은행 카드 및 비자카드, 마스터카드.JCB로 가능함. 단, 한국내 발행 카드는 사용할 수 없다 타오바오에서 비자카드 또는 마스터카드로 결제할 경우 3%의 수수료가 추가로 발생하지만 알리페이로 결제하면 수수료가 없지만 환불시에는 알리페이로 환불됨



- 결론적으로, 중국 온라인 상에서 구입/ 판매 등 온라인 거래를 하기 위해선 필수적으로 인터넷 뱅킹을 만들고, 알리페이 결제시스템을 이용해야 함. 현재 중국 주요 소비층인 20~40대모두 알리페이를 통해 결제/ 이체/ 충전 등 자유롭게 기능을 활용하여 온라인 쇼핑을 하고 있음

□ 운송비용

- 대부분 EMS국제우편을 사용하며 1KG평균 약 16,000원~18,000원임
- 내용물에 따라 조금 다르기도 하고, 보내는 횟수에 따라 할인율을 적용하기도 하지만 개인들은 대부분 10~15%사이의 할인율만 적용받음

□ 대행업체

- 중국내 온라인 마케팅 업체들이 있으며 국내에서도 간단한 검색을 통해 중국 온라인 거래 대행업체는 쉽게 찾아 볼 수 있음
- 타오바오 마케팅 방법
 - ① 제품타이틀도 마케팅의 일종임
 - ② 제품 리스팅 시간을 이용한 마케팅
 - ③ 세일 등 행사를 통한 마케팅
 - ④ 웨이보를 이용한 마케팅
 - ⑤ 블로그 마케팅
 - ⑥ WECHAT마케팅
 - ⑦ 타오바오커를 이용한 마케팅
 - ⑧ 키워드 광고
 - ⑨ 기타 사이트 광고
 - ⑩ 타오바오 행사 참가하기

□ 유의점

중국어를 모르거나 중국 인맥이 없다면 타오바오 개설을 신중하게 할 필요가 있으며, 타오바오 개설을 통해 누구나 물건을 잘 팔수 있을 거라 생각하지만 현실을 다름. 실제 개설시 하루 1~2명 입퇴장하며 판매와는 무관한 사람들이 많이 들어옴

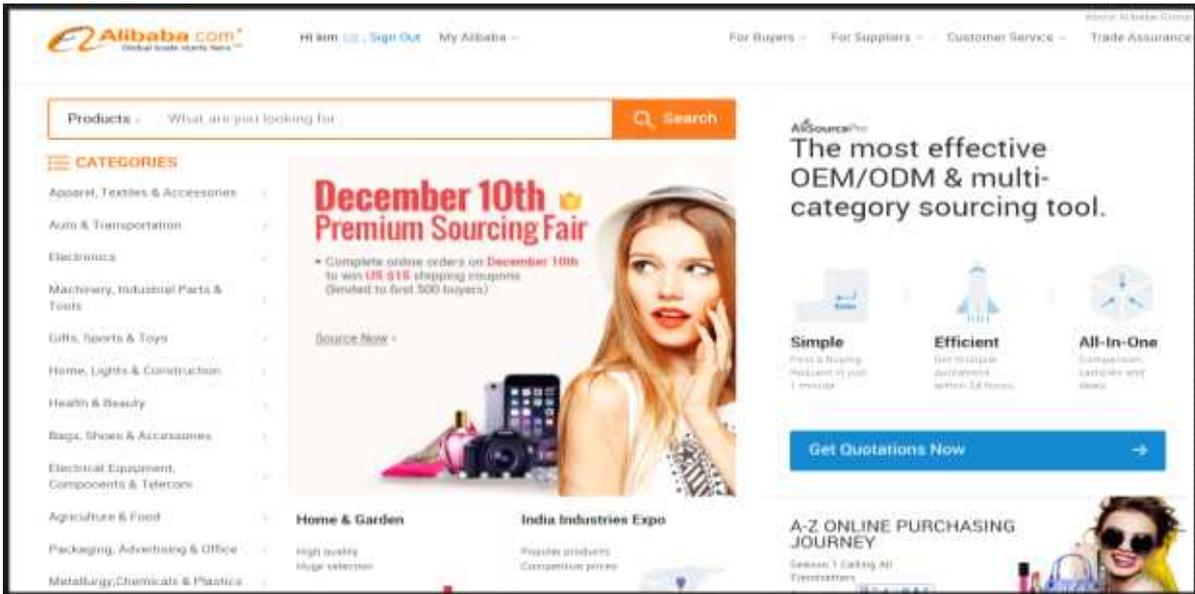
700만 판매자들이 몇시간 단위로 수많은 상품을 업데이트 하면서 시간을 투자하고 있다는 점을 감안하면 우리의 상품은 바다속 모래하나에 불과할 수도 있음. 따라서 상당한 각오를 가지고 마케팅비와 광고비를 지출한다는 의지(최소 월 2~3백)가 없다면 판매되기가 쉽지 않은게 현실임

그러나 돈을주고 투자하여 진행을 하겠다는 의지가 있다면 알리바바의 티몰이 좋다고 판단되며, 정품 100%신뢰도를 가지고 있으며 해외기업 누구나 참여가 가능하기 때문임. 물론 소요비용은 큼

2. B2B(알리바바)

□ 알리바바 구조

○ 영문 알리바바



- ① 전세계인을 상대로 하기 때문에 비용만 지불하면 간단히 입점가능
- ② 영문판을 사용하기 위해서는 영어를 잘하는 직원이 필수
- ③ 하지만 중문판에 비해 효과는 훨씬 떨어짐 따라서 영문판에서 중문판으로 다시 재입점 하는 경우가 있음
- ④ **상품가격** : 영문판의 경우 달러로 계산되어 환율에 민감하며 중문판은 100% 중국 사업자이므로 중문판이 더저렴함. 따라서 큰 기업들은 영문판, 중문판 모두 입점하고 있음
- ⑤ 등록비 : 29,800위안 정도(년도별 가격 상승)

○ 중문(1688) 알리바바



- 자국민을 위한 알리바바로 한국인이 입점하려면 중국현지에 있고 중국사업자 등록증(영업집조)가 있어야만 가능

- ① **중국내에서 1688로 불려짐** : 중국인들은 URL 또는 메일주소를 숫자로 사용하는 습관이 있어 자국내에서 1688로 알려져 있으며 외국에서는 알리바바로 알려져 있지만 같은 회사임
- ② 1688은 중국 내 도매사이트로 제품의 도매판매와 더불어 업체소개의 성격이 강한 사이트임. 따라서 검색시 해당 물건을 판매하는 업체의 연락처, 주소 등이 모두 노출되어 있고 수익구조또한 제품판매에 따른 커미션이 아닌 연간 정액 등록비를 받는 구조임. 따라서 중국내에서는 업체 네비게이션이라고도 함
- ③ 거래방식은 온라인 마켓처럼 결제하는 방법과 직접 업체와 컨택을하여 계약서를 작성하여 직거래를 하는 두가지 방법 모두 가능함
- ④ **등록비** : 보증금 3500위안, 사용료 3800위안
 - 한국내에서는 : 영문 또는 한국어 알리바바 입점 가능하며 중문 알리바바는 어렵거나 불가능
 - 따라서, 사이트 또는 서버가 서로 달라 한곳에 올린다고 하더라도 두군데 동시에 상품이 올라오지는 않음