

'17년 2월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

□ 넷이즈(Netease¹⁾) 코알라(网易考拉海购),

중국 최대 해외직구 전자상거래 플랫폼으로 등극

○ 넷이즈(Netease) 코알라(www.kaola.com)

- '15.1.9, 넷이즈(Netease)에서 출시한 해외직구 온라인 쇼핑몰
- 판매 매출, 정품 신뢰도, 고객 만족도, 참고 면적, 주문 배송량 No.1
- 판매품목 : 영유아, 화장품, 가구, 식품, 보건, 패션, 가방, 디지털, 가전제품

○ 넷이즈(Netease) 코알라의 특징

- 해외 원산지 및 정품 브랜드를 저렴한 가격으로 구매 가능
- * 미국, 독일, 이탈리아, 일본, 한국, 호주, 홍콩, 대만에 지사를 설립하여 모든 해외 제품을 직접 구매한 뒤 중국에서 중계 판매하는 시스템
- 구매, 가격, 물류, 배송, 전자상거래 등 전체 업무를 직접 관리하는 시스템 구축

□ 징둥닷컴, 전문심사기관을 통한 판매자 검증 실시

○ ('17.2.14) 머천트 포럼에서 <판매자 자격 검증 심사 아웃소싱> 공고

○ ('17.2.21) 전문 심사 기관에서 입점 심사

○ 전문 심사 기관의 역할

- 징둥닷컴 입점과 관련된 가이드라인 제시
- 판매자의 징둥닷컴 입점 자격, 브랜드 자격 심사(심사비용 300위안)

○ 기타 온라인 쇼핑몰 심사 현황

- 위챗, 1호점 : 전문심사기관에서 진행(심사비용 300위안)
- 티몰 : 자체 진행(심사비용 없음)

1) 넷이즈(Netease) : 검색포털, 이메일, 온라인 게임, 전자상거래 등의 서비스를 제공하는 중국의 IT회사

2 한국 농식품 판매동향

가. 총괄

□ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

| 플랫폼 | `17년 1월 | | `17년 2월 | | 증감량 | |
|-----------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|-------------|
| | 매출액 | 매출액비중 | 매출액 | 매출액비중 | 증감액 | 증감율 |
| 티몰내수 | 50,625,826 | 78.0 | 69,357,593 | 81.8 | 18,731,767 | 37.0 |
| 티몰차오스 | 13,381,321 | 20.6 | 14,111,794 | 16.7 | 730,473 | 5.5 |
| 티몰국제 | 909,480 | 1.4 | 1,303,143 | 1.5 | 393,663 | 43.3 |
| 합계 | 64,916,627 | 100.0 | 84,772,530 | 100.0 | 19,855,903 | 30.6 |

- 티몰 전체 매출은 84,722,530위안으로 전월대비 30.6% 증가
- 티몰내수 매출액은 69,357,593위안으로 전월대비 37% 증가
 - * 기타품목의 증가량은 155.7%로 증가폭이 가장 큼
- 티몰차오스 매출액은 14,111,794위안으로 전월대비 5.5% 증가
 - * 차류의 증가량은 44.4%로 증가폭이 가장 큼
- 티몰국제 매출액은 1,303,143위안으로 전월대비 43.3% 증가
 - * 면류의 증가량은 160.3%로 증가폭이 가장 큼

□ 한국 농식품 판매량

(단위 : EA, %)

| 플랫폼 | `17년 1월 | | `17년 2월 | | 증감량 | |
|-----------|------------------|--------------|------------------|--------------|----------------|-------------|
| | 판매량 | 판매량비중 | 판매량 | 판매량비중 | 증감액 | 증감율 |
| 티몰내수 | 1,346,172 | 72.1 | 2,065,177 | 78.9 | 719,005 | 53.4 |
| 티몰차오스 | 514,010 | 27.5 | 538,348 | 20.6 | 24,338 | 4.7 |
| 티몰국제 | 8,102 | 0.4 | 14,093 | 0.5 | 5,991 | 73.9 |
| 합계 | 1,868,284 | 100.0 | 2,617,618 | 100.0 | 749,334 | 40.1 |

- 티몰 전체 판매량은 2,617,618로 전월대비 40.1% 증가
- 티몰내수 판매량은 2,065,177로 전월대비 53.4% 증가
 - * 기타품목(기타통조림, 죽, 즉석밥)의 증가량은 156.7%로 증가폭이 가장 큼
- 티몰차오스 판매량은 538,348로, 전월대비 4.7% 증가
 - * 차류의 증가량은 40.8%로 증가폭이 가장 큼
- 티몰국제 판매량은 14,093으로, 전월대비 73.9% 증가
 - * 면류(라면, 국수, 스파게티면, 기타 면류)의 증가량은 168.8%로 증가폭이 가장 큼

나. 티몰내수(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

| 순 위 | 구 분 | `17년 1월 | | `17년 2월 | | 증감율 |
|-----|-------|------------|-------|------------|-------|------|
| | | 매출액 | 매출액비중 | 매출액 | 매출액비중 | |
| 1 | 라면 | 27,074,677 | 53.5 | 41,330,309 | 59.6 | 52.6 |
| 2 | 팽화식품 | 9,774,275 | 19.3 | 10,302,780 | 14.9 | 5.4 |
| 3 | 김 | 1,778,961 | 3.5 | 2,292,341 | 3.3 | 28.9 |
| 4 | 유자차 | 1,096,382 | 2.2 | 1,763,007 | 2.5 | 60.8 |
| 5 | 견과 | 1,529,051 | 3.0 | 1,633,953 | 2.4 | 6.9 |
| 6 | 다육식물 | 1,071,623 | 2.1 | 1,515,031 | 2.2 | 41.4 |
| 7 | 초콜릿 | 1,267,672 | 2.5 | 1,340,011 | 1.9 | 5.7 |
| 8 | 커피 | 861,140 | 1.7 | 1,175,502 | 1.7 | 36.5 |
| 9 | 조제분유 | 636,880 | 1.3 | 1,129,449 | 1.6 | 77.3 |
| 10 | 어육소시지 | 716,250 | 1.4 | 992,819 | 1.4 | 38.6 |
| | 기 타 | 4,818,914 | 9.5 | 5,882,391 | 8.5 | 22.1 |
| | 합 계 | 50,625,826 | 100.0 | 69,357,593 | 100.0 | 37.0 |

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 63,475,203위안(한화 약 104.7억원) (KRW1:CNY165)

○ 전체 품목의 매출액 대비 91.5% 차지

- 주요 증가 품목 : 조제분유(77.3%↑), 유자차(60.8%↑), 라면(52.6%↑),
다육식물(41.4%↑), 어육소시지(38.6%↑) 등



<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

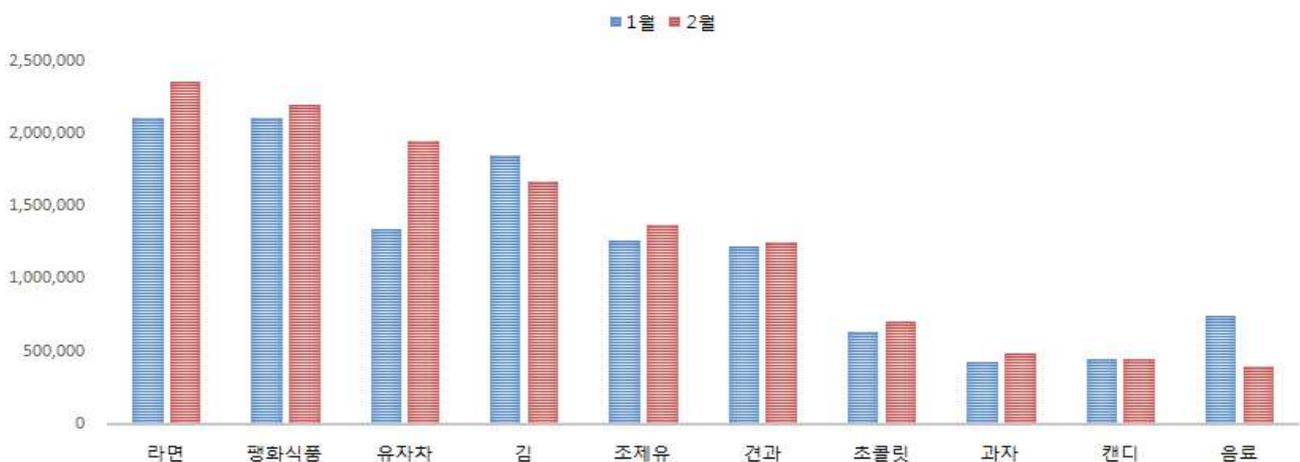
| 순 위 | 구 분 | `17년 1월 | | `17년 2월 | | 증감율 |
|-----|------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------|
| | | 매출액 | 매출액비중 | 매출액 | 매출액비중 | |
| 1 | 라면 | 2,106,333 | 15.7 | 2,347,143 | 16.6 | 11.4 |
| 2 | 팽화식품 | 2,098,253 | 15.7 | 2,192,419 | 15.5 | 4.4 |
| 3 | 유자차 | 1,339,220 | 10.0 | 1,939,835 | 13.8 | 44.8 |
| 4 | 김 | 1,844,008 | 13.8 | 1,666,048 | 11.8 | △9.6 |
| 5 | 조제유 | 1,252,868 | 9.4 | 1,363,529 | 9.7 | 8.8 |
| 6 | 견과 | 1,220,409 | 9.1 | 1,243,453 | 8.8 | 1.8 |
| 7 | 초콜릿 | 628,443 | 4.7 | 698,094 | 5.0 | 11 |
| 8 | 과자 | 425,564 | 3.2 | 483,950 | 3.4 | 13.7 |
| 9 | 캔디 | 438,135 | 3.3 | 441,769 | 3.1 | 0.8 |
| 10 | 음료 | 736,584 | 5.5 | 390,625 | 2.8 | △46.9 |
| | 기 타 | 1,291,504 | 9.7 | 1,344,929 | 9.5 | 4.1 |
| | 합 계 | 13,381,321 | 100.0 | 14,111,794 | 100.0 | 5.4 |

○ 전체 품목 중 상위 10개 품목의 매출은 12,766,865위안(한화 약 21.1억원) (KRW:CN165)

○ 전체 품목의 매출액 대비 90.4% 차지

- 주요 증가 품목 : 유자차(44.8%↑), 과자(13.7%↑), 라면(11.4%↑), 초콜릿(11.0%↑) 등

- 주요 감소 품목 : 음료(46.9%↓), 김(9.6%↓)



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

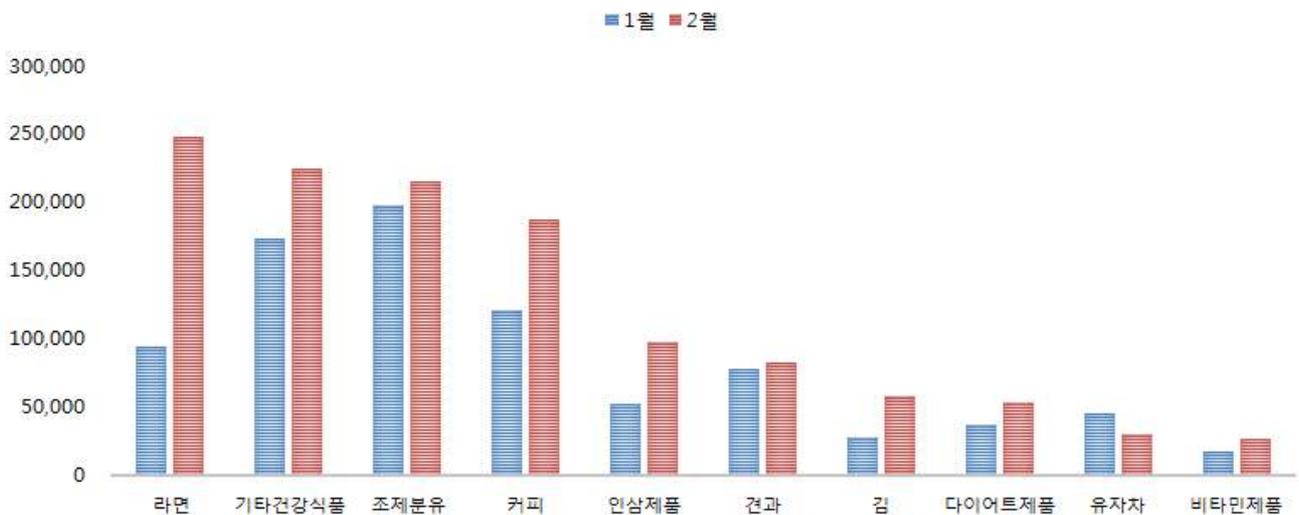
(단위 : CNY, %)

| 순 위 | 구 분 | `17년 1월 | | `17년 2월 | | 증감율 |
|-----|------------|----------------|--------------|------------------|--------------|-------------|
| | | 매출액 | 매출액비중 | 매출액 | 매출액비중 | |
| 1 | 라면 | 95,313 | 10.5 | 248,133 | 19.0 | 160.3 |
| 2 | 기타건강식품 | 173,562 | 19.1 | 224,892 | 17.3 | 29.6 |
| 3 | 조제분유 | 198,723 | 21.9 | 215,878 | 16.6 | 8.6 |
| 4 | 커피 | 121,049 | 13.3 | 188,214 | 14.4 | 55.5 |
| 5 | 인삼제품 | 52,290 | 5.8 | 98,523 | 7.6 | 88.4 |
| 6 | 견과 | 78,959 | 8.7 | 83,606 | 6.4 | 5.9 |
| 7 | 김 | 28,527 | 3.1 | 59,013 | 4.5 | 106.9 |
| 8 | 다이어트제품 | 37,139 | 4.1 | 53,700 | 4.1 | 44.6 |
| 9 | 유자차 | 45,841 | 5.0 | 31,089 | 2.4 | △32.1 |
| 10 | 비타민제품 | 17,781 | 2.0 | 27,080 | 2.1 | 52.3 |
| | 기 타 | 60,295 | 6.6 | 73,015 | 5.6 | 21.1 |
| | 합 계 | 909,480 | 100.0 | 1,303,143 | 100.0 | 43.3 |

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 1,230,128위안(한화 약 2억원) (KRW:CN165)

○ 전체 품목의 매출액 대비 94.4% 차지

- 주요 증가 품목 : 라면(160.3%↑), 김(106.9%↑), 인삼제품(88.4%↑) 등
- 주요 감소 품목 : 유자차(32.1%↓)



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

□ 중국 온라인 쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

- 전월대비 매출액 변화 : 티몰내수 37.0%↑, 티몰차오스 5.4%↑, 티몰국제 43.2%↑

□ 넷이즈 코알라와 기타 쇼핑몰 비교

| 쇼핑몰 | 특징, 장단점 |
|-----------------------|----------------------------------|
| Netease 코알라 | 원산지 대량구매, 자영B2C, 원가↓, SKU↓, 신뢰도↑ |
| 티몰국제 | 브랜드/상가 입주, SKU 수량 NO.1, 최대 유입량 |
| 양마터우(洋码头) | C2C, B2C, 자체 국제 물류, 영유아, 보건식품 판매 |
| 징둥 글로벌 쇼핑몰 (京东海外购) | 20% 자영, 20% 입주, 다양한 SKU, 자체물류시스템 |
| 쇼홍수(小红书) | 콘텐츠 전자상, 상품에 대한 이해도↑, 화장품, 식품 |

□ 징둥닷컴의 강세

- 현재 징둥닷컴 입점 상가는 200만개이며 점차적으로 늘어나는 추세임
- 신속한 입점 심사과정을 위해 전문 심사 기관 및 시스템 도입
- 징둥닷컴의 주요 수입원 : 입주 수수료, 광고비, 전문 물류 서비스 제공료