

'17년 3월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

□ 중국상무부, 전자상거래(B2C) 신규 세수정책 시행일자 연기

- 중국상무부, 신규 세수정책 시행을 17년 12월 31일 이후로 연기하겠다고 발표
- 중국 해외직구 통관정책 추이

발표일	주요 내용
'16.4.8	국제전자상거래 소매수입 신정책 시행에 따른 관련 산업 혼란 초래
'16.4.13	식품약품관리총국의 의견을 근거로 재정부에서 국제전자상무 소매수입상품리스트 발표 및 관리규정 강화 (조제분유의 식품안전법, 최초수입화장품의 허가 요건)
'16.4.15	국무원 재정부등 13개 부문에서 국제전자상무 소매수입 상품리스트 151개 공표 및 시행
'16.5.24	해관총서에서 국제전자상무 소매수입 신규 관리감독 사항의 집행에 대한 1년간의 유예기간을 갖고 및 10개의 시범도시에서 시행할 것임을 통지
'16.9.30	재정부연합세무총국에서 2016년 10월 1일부터 일반화장품의 소비세 징수를 취소하고, 고급화장품 및 수입화장품의 과세항목 중 소비세율을 30%에서 15%로 하향조정함을 통지
'16.11.15	상무국에서 상무부 언론대변인을 통해 국제전자상거래 소매수입 관리감독의 유예기간을 유관기관과 협의 후, 2017년 연말까지로 연장함을 발표
'17.3.17	상무국 언론대변인을 통해 국제전자상거래 소비수입 관련 관리감독 유예기간 후, 국제전자상거래 소매수입상품을 개인물품 기준으로 관리감독할 것이며, 2018년 1월 1일 정식시행예정.

○ 신규 정책 유예기간 연장의 주요 원인

- 제도 정비 및 시장 안정화
- 국내외 관련업계의 반발 및 관련 산업의 침체, 둔화

□ 신규 통관정책 주요 내용

○ 보세구판매(B2B2C) 전자상거래 관리·감독

- 보세구를 통해 판매되는 전자상거래 상품은 통관신고서 불필요
- '국제 전자상거래 소매수입 상품리스트' 해당 물품은 최초수입허가증, 서류 요건 잠정 중단

○ 직구수입(B2C) 상품 관리·감독

- 화장품, 영유아 조제분유, 의료기계, 특수식품(건강기능식품)에 대한 최초 수입 허가증, 서류 요구 또한 잠정 중단

○ 10대 시범지역

- 상해, 항주, 닝보, 정저우, 광저우, 심천, 충칭, 천진, 푸저우, 평담

2 한국 농식품 판매동향

가. 총괄

□ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

플랫폼	`17년 2월		`17년 3월		증감	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	증감액	증감율
티몰내수	69,357,593	81.8	32,799,853	75.2	△36,557,740	△52.7
티몰차오스	14,111,794	16.7	9,930,166	22.8	△4,181,628	△29.6
티몰국제	1,303,143	1.5	901,845	2.0	△401,298	△30.7
합계	84,772,530	100.0	43,631,864	100.0	△41,140,666	△48.5

- 티몰 전체 매출액은 43,631,864위안으로 전월대비 48.5% 감소
- 티몰내수 매출액은 32,799,853위안으로 전월대비 52.7% 감소
 - * 이슈품목(김치, 다육식물, 밥친구, 삼계탕 등)의 감소량은 65%로 감소폭이 가장 큼
- 티몰차오스 매출액은 9,930,166위안으로 전월대비 29.6% 감소
 - * 과자/간식류의 감소량은 49.7%로 감소폭이 가장 큼
- 티몰국제 매출액은 901,845위안으로 전월대비 30.7% 감소
 - * 면류의 감소량은 67.2%로 감소폭이 가장 큼

□ 한국 농식품 판매량

(단위 : EA, %)

플랫폼	`17년 2월		`17년 3월		증감	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중	증감액	증감율
티몰내수	2,065,177	78.9	1,197,827	72.8	△867,350	△42.0
티몰차오스	538,348	20.6	438,481	26.6	△99,867	△18.5
티몰국제	14,093	0.5	9,799	0.6	△4,294	△30.4
합계	2,617,618	100.0	1,646,107	100.0	△971,511	△37.1

- 티몰 전체 판매량은 1,646,107로 전월대비 37.1% 감소
- 티몰내수 판매량은 1,197,827로 전월대비 42.0% 감소
 - * 면류(국수, 기타면류, 라면, 스파게티면)의 감소량은 54.2%로 감소폭이 가장 큼
- 티몰차오스 판매량은 438,481로, 전월대비 18.5% 감소
 - * 주류(막걸리, 맥주, 소주)의 감소량은 41.9%로 감소폭이 가장 큼
- 티몰국제 판매량은 9,799로, 전월대비 30.4% 감소
 - * 면류(라면)의 감소량은 68.6%로 감소폭이 가장 큼

나. 티몰내수(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 2월		`17년 3월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	41,330,309	59.6	16,853,242	51.4	△59.2
2	팽화식품	10,302,780	14.9	3,654,652	11.1	△64.5
3	김	2,292,341	3.3	2,216,483	6.8	△3.3
4	유자차	1,763,007	2.5	1,599,848	4.9	△9.2
5	견과	1,633,953	2.4	1,113,408	3.4	△31.8
6	어육소시지	992,819	1.4	922,582	2.8	△7.0
7	과자	783,212	1.1	812,794	2.5	3.7
8	커피	1,175,502	1.7	755,553	2.3	△35.7
9	조제분유	1,129,449	1.6	720,804	2.2	△36.1
10	다육식물	1,515,031	2.2	523,845	1.6	△65.4
	기 타	6,439,190	9.3	3,626,643	11.1	△43.6
	합 계	69,357,593	100.0	32,799,853	100.0	△52.7

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 29,173,211위안(한화 약 48.1억원) (KRW:CNY165)

○ 전체 품목의 매출액 대비 88.9% 차지

- 주요 증가 품목 : 과자(3.7%↑)

- 주요 감소 품목 : 다육식물(65.4%↓), 팽화식품(64.5%↓), 라면(59.2%↓), 조제분유(36.1%↓), 커피(35.7%↓), 견과(31.8%↓) 등



<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 2월		`17년 3월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	2,347,143	16.6	2,109,438	21.2	△10.1
2	유자차	1,939,835	13.8	1,487,505	15.0	△23.3
3	김	1,666,048	11.8	1,444,701	14.6	△13.2
4	견과	1,243,453	8.8	1,331,109	13.4	7.0
5	조제유	1,363,529	9.7	980,418	9.9	△28.1
6	팽화식품	2,192,419	15.5	642,268	6.5	△70.7
7	과자	483,950	3.4	413,359	4.2	△14.5
8	어육소시지	272,302	1.9	370,726	3.7	36.1
9	음료	390,625	2.8	271,881	2.7	△30.4
10	소주	289,337	2.1	169,616	1.7	△41.3
	기 타	1,923,152	13.6	709,145	7.1	△63.1
	합 계	14,111,794	100.0	9,930,166	100.0	△29.6

○ 전체 품목 중 상위 10개 품목의 매출은 9,221,021위안(한화 약 15.2억원) (KRW1:CNY165)

○ 전체 품목의 매출액 대비 92.8% 차지

- 주요 증가 품목 : 어육소시지(36.1%↑), 견과(7.0%↑)
- 주요 감소 품목 : 팽화식품(70.7%↓), 소주(41.3%↓), 음료(30.4%↓), 조제유(28.1%↓), 유자차(23.3%↓) 등



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 2월		`17년 3월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	기타건강식품	224,892	17.3	191,081	21.2	△15.0
2	인삼제품	98,523	7.6	177,775	19.7	80.4
3	커피	188,214	14.4	106,611	11.8	△43.3
4	조제분유	215,878	16.6	86,854	9.6	△59.7
5	라면	248,133	19.0	81,160	9.0	△67.2
6	김	59,013	4.5	57,458	6.4	△2.6
7	견과	83,606	6.4	43,454	4.8	△48.0
8	유자차	31,089	2.4	42,311	4.7	36.1
9	비타민제품	27,080	2.1	35,705	4.0	31.8
10	건강음료	21,680	1.7	19,668	2.2	△9.2
	기 타	105,035	8.1	59,769	6.6	43.1
	합 계	1,303,143	100.0	901,845	100.0	30.7

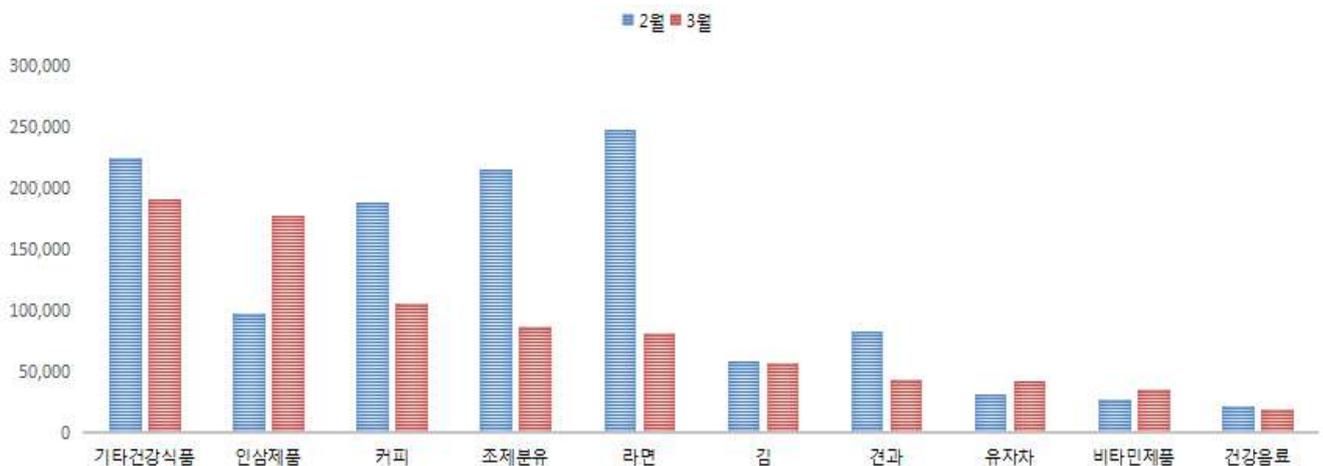
○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 842,077위안(한화 약 1.4억원) (KRW:CNM165)

○ 전체 품목의 매출액 대비 93.3% 차지

- 주요 증가 품목 : 인삼제품(80.4%↑), 유자차(36.1%↑), 비타민제품(31.8%↑)

- 주요 감소 품목 : 라면(67.2%↓), 조제분유(59.7%↓), 견과(48.0%↓),

커피(43.3%↓) 등



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

□ 중국 온라인 쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

- 전월대비 매출액 변화 : 티몰내수 52.71%↓, 티몰차오스 29.63%↓, 티몰국제 30.79%↓
- 2월 중국 설날 연휴 후 매출 급증 및 한중 정치상의 각종 이슈로 인해 티몰 내수, 티몰차오스, 티몰국제 모든 쇼핑몰의 매출액이 전월 대비 급감

□ 중국 전자상거래(B2C) 신규 세수정책 유예에 따른 한국기업의 대응방안

- 역직구 판매, 중국현지 유통채널을 이용한 내수판매 등 다양한 대책 마련 필요
- 소비자가, 유통채널별 판매가 등 가격 정책 수립 필요
- 일부 품목의 경우, 허가 및 신고 등의 사전작업이 필요함

□ 중국 상무부의 전자상거래(B2C) 신규 세수정책 언급의 의의

- 전자상거래 소매수입제품을 일반화물이 아닌 '개인물품'으로 정의