'17년 4월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

❑ 이마트, 중국 진출 20년 만에 중국시장 전면 철수 검토

❍ 주요 원인 : 낮은 수익성, 사드배치로 인한 반한감정 및 중국 시장의 불확실성

- 2011년 적자액 : 한화 1,000억원
- 최근 4년 적자액 : 한화 1,500억원

❍ 향후 베트남, 몽골 시장을 중심으로 해외사업 확장 계획

❑ 징둥닷컴, 징둥편의점 100만개 오픈 계획

❍ (`17.4.10) 징둥그룹 류창동 회장 "앞으로 5년간 중국 전역에 징둥편의점 100개 오픈할 것"

❍ 온라인 징둥 쇼핑몰과 동일한 수준의 품질, 가격, 서비스 제공 예정

❍ 징둥편의점의 운영방식은 협력매장 또는 가맹점 형식

- 협력매장 : 소비자에게 징둥의 상품과 일부 다른 협력사의 상품 공급
- 가맹점 : 징둥의 상품만 판매

❑ 중국 온라인 유아쇼핑몰 베이베이왕 입점업체, 입점비용 납부 필수

❍ (`17.4.1) 베이베이왕(贝贝网), '쇼핑몰 입점비용 납부, 결제 및 환불기준' 발표

- 국내 상가 입점시, 입점비용 : CNY 9,600위안
- 글로벌 상가 입점시, 입점비용 : USD 1,440달러
- 기존 입주 상가의 경우 `17.5.1까지 입점비용 납부 필수
- 신규 입주 상가의 경우 입점심사 통과 후 15일 이내에 입점비용 납부
- 입점비용 미납시 신규 상품 등록 불가능
- 환불 기준 : 연간 매출액 CNY 100만위안 달성시, 입점비용 50% 환불
  연간 매출액 CNY 300만위안 달성시, 입점비용 100% 환불

❍ 티몰 입점비용 및 환불기준

- 입점비용 : CNY 60,000위안
- 환불기준 : 연간 매출액 CNY 18만위안 달성시, 입점비용 50% 환불
  연간 매출액 CNY 60만위안 달성시, 입점비용 100% 환불

< 베이베이왕(贝贝网) >

- 항저우베이거우기술유한회사(杭州贝购科技有限公司) 산하의 온라인 쇼핑몰
- 2014년 4월에 개설하여 5개월 만에 엄마들의 신뢰와 지지 확보
- 월 매출액 : RMB 2억원(한화 326억원) 그 중 APP의 거래 규모는 95% 달함
- 월 사용자 수량 : 1000만명, 일 방문량 : 200만명
- 판매 상품 카테고리 : 아동복, 아동신발, 영유아 용품, 장난감 등
- 정품브랜드, 특가판매, 글로벌 유명 브랜드 판매
- 육아관련 지식을 공유 받을 수 있는 소셜 커뮤니티 채널 운영
- 2014년부터 2년간의 기간 동안 베이베이왕의 시가는 10억 달러를 넘어섬
- 5,000개의 협력 브랜드 및 10만평의 자체 창고 보유

2 한국 농식품 판매동향

가. 총괄

❑ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

플랫폼	`17년 3월		`17년 4월		증감	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	증감액	증감율
티몰내수	32,799,853	75.2	29,277,165	74.8	△3,522,688	△10.7
티몰차오스	9,930,166	22.8	9,277,043	23.7	△653,123	△6.5
티몰국제	901,845	2.0	566,714	1.5	△335,131	△37.1
합계	**43,631,864**	**100.0**	**39,120,922**	**100.0**	**△4,510,943**	**△10.3**

○ **티몰 전체 매출액은** 39,120,922**위안으로 전월대비** 10.3% **감소**

○ **티몰내수 매출액은** 29,277,165**위안으로 전월대비** 10.7% **감소**

* 과자/간식류(팽화식품, 과자, 초콜릿, 캔디)의 감소량은 17.1% 으로 감소폭이 가장 큼

○ **티몰차오스 매출액은** 9,277,043**위안으로 전월대비** 6.5**% 감소**

* 과자/간식류(견과, 팽화식품, 과자, 껌)의 감소량은 31.4%로 감소폭이 가장 큼

○ **티몰국제 매출액은** 566,714**위안으로 전월대비** 37.16% **감소**

* 면류(라면, 국수, 스파게티면, 기타 면류)의 감소량은 8.0%로 감소폭이 가장 큼

❑ 한국 농식품 판매량

(단위 : EA, %)

플랫폼	`17년 3월		`17년 4월		증감	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중	증감량	증감율
티몰내수	1,197,827	72.8	1,107,047	74.0	△90,780	△7.5
티몰차오스	438,481	26.6	385,193	25.7	△53,288	△12.1
티몰국제	9,799	0.6	4,149	0.3	△5,650	△57.6
합계	**1,646,107**	**100.0**	**1,496,389**	**100.0**	**△149,718**	**△9.1**

○ **티몰 전체 판매량은** 1,496,389**로 전월대비** 9.1% **감소**

○ **티몰내수 판매량은** 1,107,047**로 전월대비** 7.5% **감소**

* 과자/간식류(팽화식품, 과자, 초콜릿, 캔디)의 감소량은 13.6%로 감소폭이 가장 큼

○ **티몰차오스 판매량은** 385,193**로 전월대비** 12.1% **감소**

* 음료류(음료, 생수, 과일식초)의 감소량은 43.6%로 감소폭이 가장 큼

○ **티몰국제 판매량은** 4,149**로 전월대비** 57.6% **감소**

* 면류(라면, 스파게티면)의 감소량은 91.5%로 감소폭이 가장 큼

나. 티몰내수(www.tmall.com)

❑ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 3월		`17년 4월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	16,853,242	51.4	15,413,965	52.7	△8.5
2	팽화식품	3,654,652	11.1	3,063,464	10.5	△16.1
3	김	2,216,483	6.8	1,808,920	6.2	△18.3
4	유자차	1,599,848	4.9	1,356,151	4.6	△15.2
5	어육소시지	922,582	2.8	959,513	3.3	4.0
6	견과	1,113,408	3.4	863,381	3.0	△22.4
7	과자	812,794	2.5	740,842	2.5	△8.8
8	조제분유	720,804	2.2	724,609	2.5	0.5
9	커피	755,553	2.3	669,100	2.3	△11.4
10	다육식물	523,845	1.6	468,207	1.6	△10.6
기 타		3,626,643	11.1	3,209,012	11.0	△11.5
합 계		**32,799,853**	**100.0**	**29,277,165**	**100.0**	**△10.7**

❍ **전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은** 26,068,153**위안(한화 약** 43.01**억원)**

❍ **전체 품목의 매출액 대비** 89.0% **차지**

- 주요 증가 품목 : 어육소시지(4.0%↑), 조제분유(0.5%↑)
- 주요 감소 품목 : 견과(22.4%↓), 김(18.3%↓), 팽화식품(16.1%↓), 유자차(15.2%↓), 커피(11.4%↓), 다육식물(10.6%↓) 등

<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

❑ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

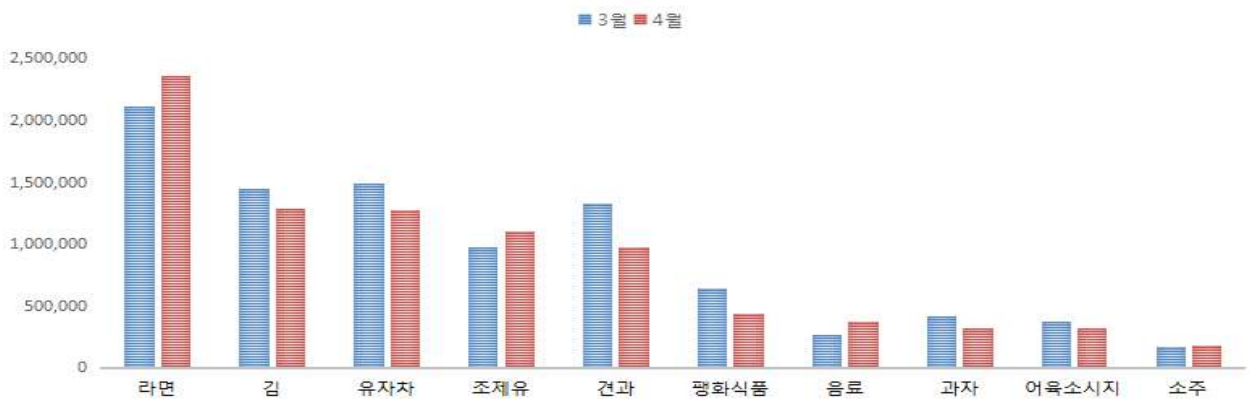
(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 3월		`17년 4월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	2,109,438	16.6	2,362,718	25.5	12.0
2	김	1,444,701	13.8	1,281,888	13.8	△11.2
3	유자차	1,487,505	11.8	1,279,501	13.8	△13.9
4	조제유	980,418	8.8	1,108,298	12.0	13.0
5	견과	1,331,109	9.7	970,835	10.5	△27.0
6	팽화식품	642,268	15.5	440,387	4.8	△31.4
7	음료	271,881	3.4	379,209	4.1	39.4
8	과자	413,359	1.9	325,930	3.5	△21.1
9	어육소시지	370,726	2.8	320,202	3.5	△13.6
10	소주	169,616	2.1	176,311	1.9	3.9
기 타		709,145	13.6	631,765	6.8	△10.9
합 계		**9,930,166**	**100.0**	**9,277,043**	**100.0**	**△6.5**

❍ **전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은** 8,645,278**위안(한화 약** 14.26**억원)**

❍ **전체 품목의 매출액 대비** 93.1% **차지**

- 주요 증가 품목 : 음료(39.4%↑), 조제유(13.0%↑), 라면(12.0%↑) 등
- 주요 감소 품목 : 팽화식품(31.4%↓), 견과(27.0%↓), 과자(21.1%↓) 등



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

❑ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

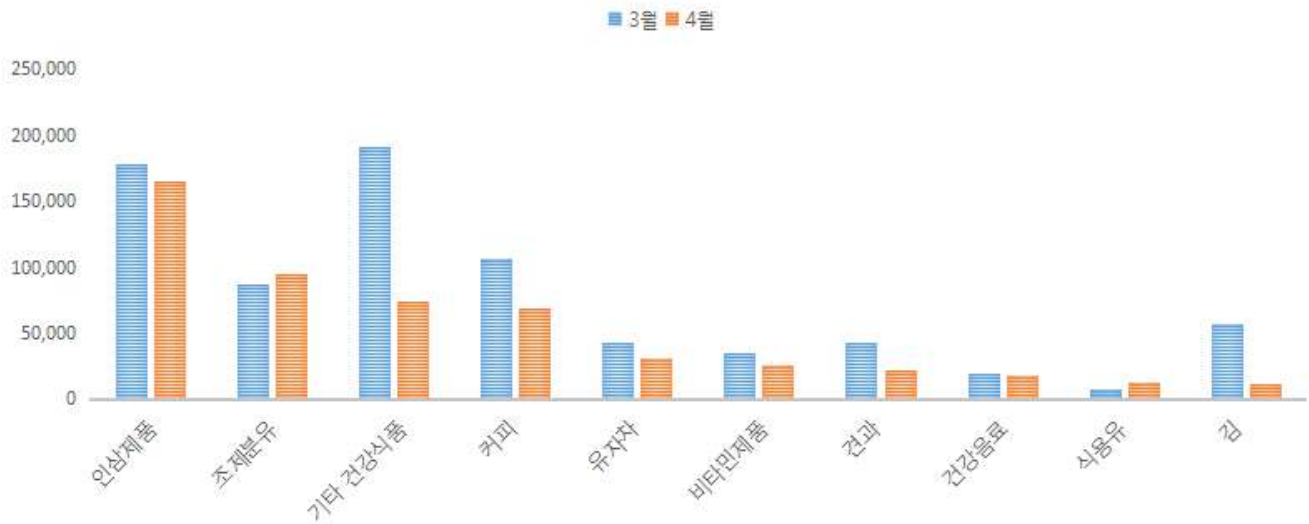
(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 3월		`17년 4월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	인삼제품	177,775	19.7	165,399	29.2	△6.9
2	조제분유	86,854	9.6	94,609	16.7	8.9
3	기타 건강식품	191,081	21.2	74,605	13.2	△60.9
4	커피	106,611	11.8	68,450	12.1	△35.7
5	유자차	42,311	4.7	31,002	5.5	△26.7
6	비타민제품	35,705	4.0	26,371	4.7	△26.1
7	견과	43,454	4.8	22,214	3.9	△48.8
8	건강음료	19,668	2.2	18,639	3.3	△5.2
9	식용유	7,670	0.9	13,105	2.3	70.8
10	김	57,458	6.4	12,251	2.2	△78.6
기 타		133,258	14.8	40,070	7.1	△69.9
합 계		**901,845**	**100.0**	**566,714**	**100.0**	**37.1**

❍ **전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은** 526,645**위안(한화 약** 0.87**억원)**

❍ **전체 품목의 매출액 대비** 92.9% **차지**

- 주요 증가 품목 : 식용유(70.8%↑), 조제분유(8.9%↑)
- 주요 감소 품목 : 김(78.6%↓), 기타 건강식품(60.9%↓), 견과(48.8%↓) 커피(35.7%↓) 등



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

3 주요 시사점

❑ 중국 온라인 쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

❍ 전월대비 매출액 : 티몰내수 10.7%↓, 티몰차오스 6.5%↓, 티몰국제 37.1%↓

❍ 사드배치 문제로 중국 시장 진출에 어려움을 겪고 있으며, 티몰내수, 티몰차오스, 티몰국제 각 쇼핑몰의 매출액이 전월대비 여전히 감소 추세

❑ 중국 이마트의 실패원인

❍ 현지화 실패 : 한국과 동일한 방식으로 운영하여 중국 현지시장과는 부적합

❍ 낮은 인지도 : 까르푸, LOTUS 등 해외 유명 브랜드 매장에 비해 낮은 인지도, 한국 교민들을 대상으로 한 물품을 많이 판매하면서, '한국 상품을 구매하러 가는 곳'이라는 인식 팽배

❑ 징둥편의점 확장의 의미

❍ 징둥의 입장

- 오프라인 편의점 구축 강화로 지역창고 및 물류 확보
- 중국 3·4선 농촌시장의 소비능력 상승으로 농촌지역 시장 확장 가능
- 자체 창고 및 물류 시스템 보유로 편의점 구축 성공 확률이 높음

❍ 편의점의 입장

- 저렴한 가격으로 상품을 매입하여 소비자에게 판매함으로써 더 큰 이익 확보 가능
- 징둥과의 협력을 통해 정품보증 뿐만 아니라 긍정적 브랜드 이미지 구축 가능