

'17년 5월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

□ 2017년 중국 전자상거래 시장의 발전추세 및 전망

- 온라인 소매시장 거래규모의 지속적 증가
 - 중국 전자상거래 연구센터의 자료에 의하면, '17년도 중국 온라인 소매시장의 거래규모는 CNY 6.2만억위안이며, '18년에는 CNY 7.5만억위안에 달할 것으로 전망
- B2C 거래의 성장
 - B2C 거래규모 : ('15)51.9% → ('16)59.0% → ('17)64.0%
 - C2C 거래규모 : ('15)48.1% → ('16)41.0% → ('17)36.0%
- 모바일 쇼핑의 성장
 - 지난 5년간 모바일 결제 거래 규모의 연평균복합성장률(CAGR)은 195%
 - 주요 온라인 쇼핑몰의 시장 점유율도 안정기에 진입
 - * TOP3 플랫폼 : 알리바바, 징둥, 쑤닝닷컴
- 중국 소비자의 소비 트렌드 변화
 - 중국 소비자들의 구매력 향상, 상품 품목수 및 구매 횟수의 지속적인 증가, 상품 품질에 대한 요구 수준 향상
 - * 온라인 쇼핑몰 유저 규모 : 2016년 기준 4.6억명, 유저 상승률 64.1%
 - * 온라인 쇼핑 1인당 소비금액(RMB)
('15년) 9,207위안 → ('16년) 10,830위안 → ('17년) 12,540위안
 - * 온라인 쇼핑 연간 1인당 구매횟수 : 62회
- 전자상거래 시장의 세분화
 - 농촌 전자상거래(农村电商), 국제 전자상거래(跨境电商), 소셜네트워크 전자상거래(社交电商)시장 등 세분화된 전자상거래 시장 등장

□ 티몰국제(天猫国际), 해외 수입 분유 유통관리 강화

- ('17.5.19) 국가품질감독검사센터와 함께 티몰에서 판매 중인 9대 브랜드의 분유 품질 검사 실시
- 향후 티몰국제에 입점하고자 하는 수입 분유의 경우, 국가 규정의 안정성 지표 뿐만 아니라 상품 포장에 표시된 영양지표의 기준을 만족시켜야 함
- 상품 등록 전에는 '상품 입고 검사' 실시, 상품 등록 후에는 '수시 샘플 검사'

가. 총괄

□ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

플랫폼	`17년 4월		`17년 5월		증감	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	증감액	증감율
티몰내수	29,277,165	74.8	31,675,120	76.3	2,397,956	8.1
티몰차오스	9,277,043	23.7	9,222,418	22.2	△54,625	△0.5
티몰국제	566,714	1.5	625,972	1.5	59,258	10.4
합계	39,120,922	100.0	41,523,511	100.0	2,402,589	6.1

○ 티몰 전체 매출액은 41,523,511위안으로 전월대비 6.1% 증가

○ 티몰내수 매출액은 31,675,120위안으로 전월대비 8.1% 증가

* 음료류(음료, 과일식초)의 증가율은 21.7%로 증가폭이 가장 큼

○ 티몰차오스 매출액은 9,222,418위안으로 전월대비 0.5% 감소

* 유제품(조제유)의 감소율은 26.6%로 감소폭이 가장 큼

○ 티몰국제 매출액은 625,972위안으로 전월대비 10.4% 증가

* 유제품(조제분유)의 증가율은 289.0%로 증가폭이 가장 큼

□ 한국 농식품 판매량

(단위 : EA, %)

플랫폼	`17년 4월		`17년 5월		증감	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중	증감량	증감율
티몰내수	1,107,047	74.0	1,126,653	71.8	19,606	1.7
티몰차오스	385,193	25.7	438,653	28.0	53,460	13.8
티몰국제	4,149	0.3	3,470	0.2	△679	△16.3
합계	1,496,389	100.0	1,568,776	100.0	72,387	4.8

○ 티몰 전체 판매량은 1,568,776로 전월 대비 4.8% 증가

○ 티몰내수 판매량은 1,126,653로 전월대비 1.7% 증가

* 수산식품(김, 어육소시지, 해조류, 어묵, 어류통조림, 게맛살, 굴, 킹크랩)의 증가율은 15.0%로 증가폭이 가장 큼

○ 티몰차오스 판매량은 438,653로 전월대비 13.8% 증가

* 수산식품(김, 어육소시지, 어류통조림)의 증가율은 65.9%로 증가폭이 가장 큼

○ 티몰국제 판매량은 3,470로 전월대비 16.3% 감소

* 건강식품(인삼, 건강음료, 다이어트제품, 비타민제품)의 감소율은 64.5%로 감소폭이 가장 큼

나. 티몰내수(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 4월		`17년 5월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	15,413,965	52.6	17,666,847	55.7	14.6
2	팽화식품	3,063,464	10.5	3,189,739	10.1	4.1
3	김	1,808,920	6.2	2,408,069	7.6	33.1
4	견과	863,381	3.0	1,224,546	3.9	41.8
5	유자차	1,356,151	4.6	1,185,899	3.7	△12.5
6	조제분유	724,609	2.5	817,773	2.6	12.8
7	어육소시지	959,513	3.3	749,244	2.4	△21.9
8	과자	740,842	2.5	590,937	1.9	△20.2
9	커피	669,100	2.3	371,244	1.2	△44.5
10	캔디	354,974	1.2	367,603	1.2	3.5
기 타		3,322,246	11.3	3,103,220	9.7	△6.5
합 계		29,277,165	100.0	31,675,120	100.0	8.1

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 28,571,900위안(한화 약 47.14억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 90.2% 차지

- 주요 증가 품목 : 견과(41.8%↑), 김(33.1%↑), 라면(14.6%↑)등
- 주요 감소 품목 : 커피(44.5%↓), 어육소시지(21.9%↓), 과자(20.2%↓)등



<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년 4월		`17년 5월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	2,362,718	25.6	1,938,100	21.0	△17.9
2	김	1,281,888	13.8	1,427,262	15.5	11.3
3	유자차	1,279,501	13.8	1,189,775	12.9	△7.0
4	어육소시지	320,202	3.5	1,068,620	11.6	233.7
5	견과	970,835	10.5	834,881	9.1	△14.0
6	조제유	1,108,298	12.0	813,491	8.8	△26.6
7	팽화식품	440,387	4.8	641,299	7.0	45.6
8	음료	379,209	4.1	455,536	4.9	20.1
9	소주	176,311	1.9	150,673	1.6	△14.5
10	어류통조림	-	-	130,789	1.4	-
기 타		957,696	10.2	571,993	6.2	△40.2
합 계		9,277,043	100.0	9,222,418	100.0	△0.5

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 8,650,425위안(한화 약 14.27억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 93.8% 차지

- 주요 증가 품목 : 어육소시지(233.7%↑), 팽화식품(45.6%↑), 음료(20.1%↑) 등
- 주요 감소 품목 : 조제유(26.6%↓), 라면(17.9%↓), 소주(14.5%↓) 등



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

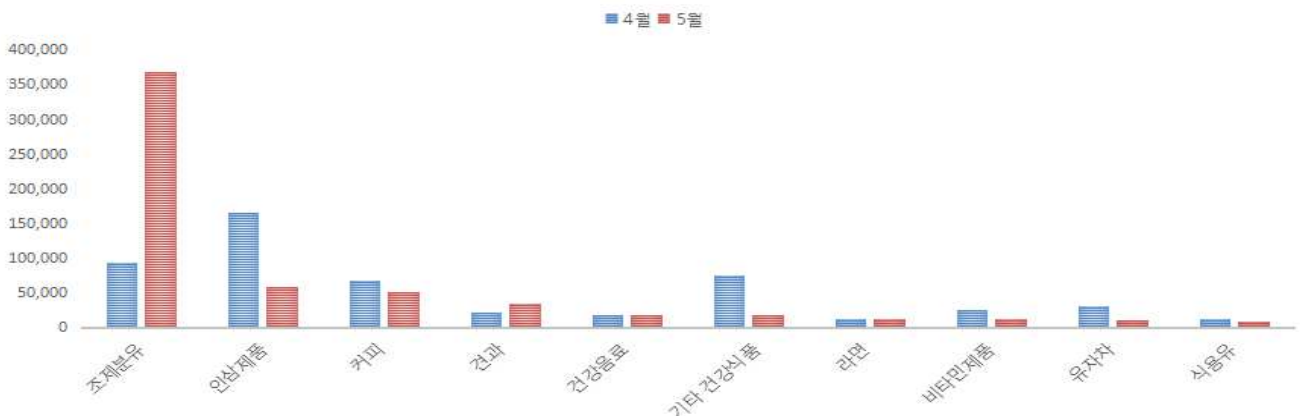
(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년 4월		`17년 5월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	조제분유	94,609	16.7	368,033	58.8	289.0
2	인삼제품	165,399	29.2	59,066	9.4	△64.2
3	커피	68,450	12.1	52,144	8.3	△23.8
4	견과	22,214	3.9	35,384	5.7	59.2
5	건강음료	18,639	3.3	18,719	3.0	0.4
6	기타 건강식품	74,605	13.2	18,639	3.0	△75.0
7	라면	11,995	2.1	13,135	2.1	9.5
8	비타민제품	26,371	4.7	12,273	2.0	△53.4
9	유자차	31,002	5.5	11,207	1.8	△63.8
10	식용유	13,105	2.3	9,600	1.5	△26.7
기 타		40,325	7.0	27,772	4.4	△31.1
합 계		566,714	100.0	625,972	100.0	10.4

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 598,200위안(한화 약 0.99억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 95.5% 차지

- 주요 증가 품목 : 조제분유(289.0%↑), 견과(59.2%↑), 라면(9.5%↑) 등
- 주요 감소 품목 : 기타 건강식품(75.0%↓), 인삼제품(64.2%↓), 유자차(63.8%↓) 등



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

□ 중국 온라인 쇼핑물 내 한국식품 판매 트렌드

- 전월대비 매출액 : 티몰내수 8.1%↑, 티몰차오스 0.5%↓, 티몰국제 10.4%↑
- 사드배치로 인한 중국 시장의 불안정 때문에 티몰 전체 쇼핑물의 매출이 지속적으로 감소해왔으나, 지난 5월 10일 신정부 출범으로 한중관계가 우호적으로 변화하며 티몰 전체 쇼핑물의 매출도 전월 대비 소폭 증가
 - * (‘17.3) 48.53%↓, (‘17.4) 10.34%↓, (‘17.5) 6.14%↑

□ 중국 전자상거래 시장 발전원인과 특징

- B2C 시장 점유율의 지속적인 상승 원인
 - 중국 정부의 관리, 감독 및 지원
 - 소비자의 신뢰도 향상 : 기업이 직접 판매하는 플랫폼을 통한 구매가 더 안전하고 신뢰도가 높다고 인식. 특히 오프라인에서 인지도가 높은 기업이 온라인 시장에 진출한 경우, 소비자의 상품 품질에 대한 신뢰도가 높음
- 모바일 쇼핑의 특징
 - 스마트폰 사용 보급화에 따른 이용률 증가
 - 쇼핑, 결제의 편리성 및 안정성 : 결제시간 단축, 결제 안정성 향상, 결제 수단의 다양화(알리페이, 위챗, 은련카드 등)
 - 모바일 쇼핑물의 발전 : ‘16년 기준 타오바오(淘宝)의 모바일 데이터 전송량은 PC의 4배, 모바일 거래량은 PC의 2배
- 전자상거래 시장 발전의 원동력
 - 글로벌 전자상거래 시장의 발전 가능성
 - 기술 및 신용도 향상 : 보안 결제 시스템 강화, 물류 실효성 제고 등
 - 중국 정부의 지원 : 관련 업계에 대한 정책제도 및 신규 비즈니스 모델을 지속적으로 발굴 및 보완