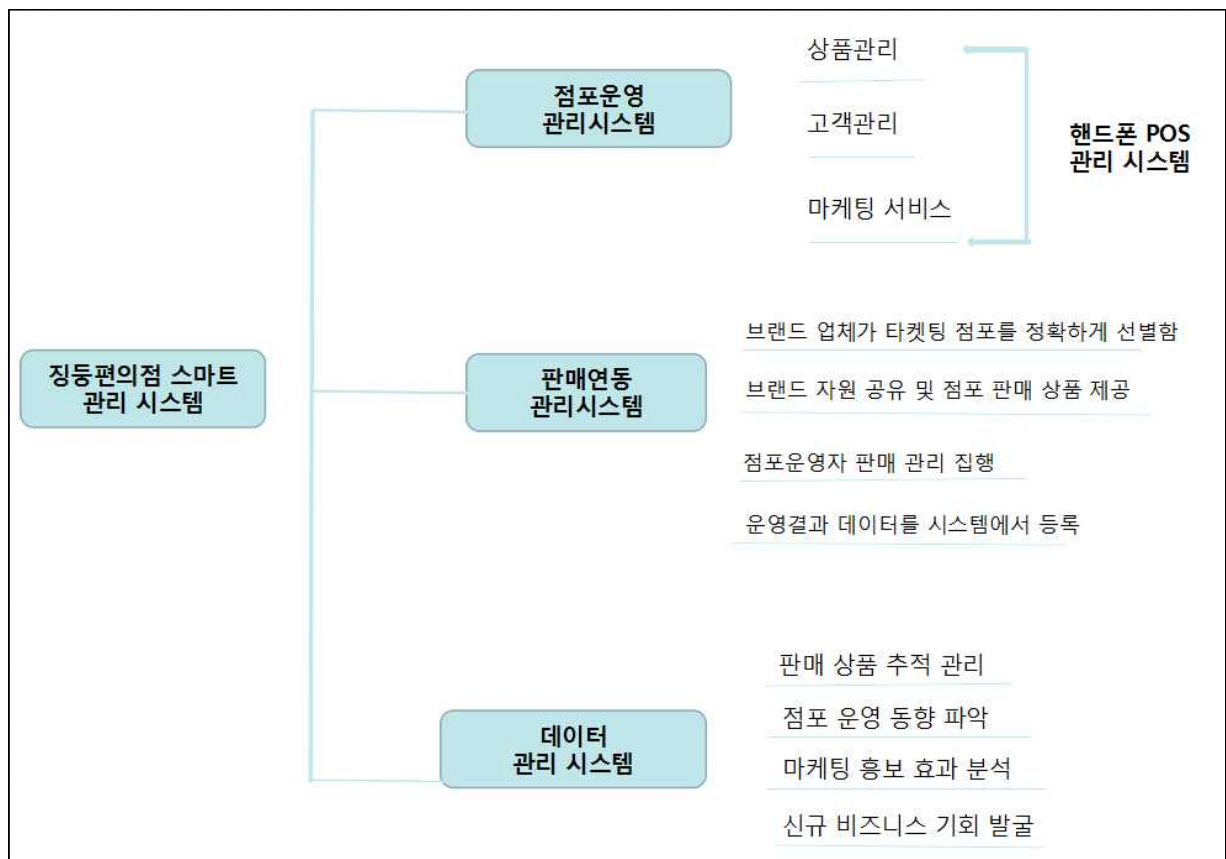


17년 7월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

□ 징둥편의점(京东便利店), 중국 전역 가맹 오픈 절차 착수

- 가맹 조건 : 오프라인 점포 및 사업자등록증 보유
- 향후 가맹점 운영 방법
 - 스마트 관리 시스템을 활용한 브랜드, 점포 및 소비자 관리



〈징둥편의점 스마트 관리 시스템의 운영관리〉

□ 중국 소비자들의 소비패턴 변화

- 비싸고 화려한 제품을 소비하는 '과시형'에서 가성비 높은 제품을 선택하는 '실속형'으로
 - 대형 헬스장 대신 미니 헬스장 이용
 - 고급 레스토랑 대신 패스트푸드 이용
 - 노래방(KTV)대신 미니 노래방 이용
 - 공유자전거 이용 등 공유경제 확산

○ '적정 가격·우수 상품'을 판매하는 우선(优选) 쇼핑몰 발전

- 2014년 10월, 비야오상청(必要商城) 오픈
- 2016년 6월, 왕이(网易, 163.com)가 왕이엄선'(网易严选) 오픈
- 2017년 3월, 텐센트(腾讯)가 치어요우핀(企鹅优品) 오픈
- 2017년 4월, 샤오미(小米)가 미짜요우핀(米家有品) 오픈
- 2017년 5월, 타오바오(淘宝)가 타오바오심선(淘宝心选) 오픈
- 오픈 예정 : 쥘메이(聚美) → 쥘메이요우선(聚美优选)

* 우선(优选) : 우수한 것을 선별하다. 가장 좋은 것을 선택하다.

○ 중국 소비자 소비패턴 변화의 주요 요인

- 중국 GDP 성장 둔화
- 집값 상승으로 인한 부채 상승
- 위안화의 가치하락
- 가성비 높은 제품을 추구하는 소비관념 확산

가. 총괄

□ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

쇼핑몰	`17년 6월		`17년 7월		증감	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	증감액	증감율
티몰내수	41,140,435	77.8	36,797,032	72.3	△4,343,403	△10.6
티몰차오스	10,707,096	20.2	13,627,974	26.8	2,920,878	27.3
티몰국제	1,059,344	2.0	493,964	1.0	△565,380	△53.4
합계	52,906,875	100.0	50,918,970	100.0	△1,987,905	△3.8

○ 티몰 전체 매출액은 50,918,970위안으로 전월대비 3.8% 감소

- 매출액 감소 : 티몰내수 (10.6%↓), 티몰국제(53.4%↓)

- 매출액 증가 : 티몰차오스(27.3%↑)

○ 티몰내수 매출액은 36,797,032위안으로 전월대비 10.6% 감소

* 건강식품(인삼제품) 감소량은 65.2%로 가장 감소폭이 큼

○ 티몰차오스 매출액은 13,627,974위안으로 전월대비 27.3% 증가

* 면류(라면, 국수 등) 증가량은 555.7%로 가장 증가폭이 큼

○ 티몰국제 매출액은 493,964위안으로 전월대비 53.4% 감소

* 유제품(조제유) 감소량은 80.0%로 가장 감소폭이 큼

□ 한국 농식품 판매량

쇼핑몰	`17년 6월		`17년 7월		증감	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중	증감량	증감율
티몰내수	1,436,546	72.9	1,348,934	68.4	△87,612	△6.1
티몰차오스	525,868	26.7	615,667	31.2	89,799	17.1
티몰국제	8,891	0.5	6,105	0.3	△2,786	△31.3
합계	1,971,305	100.0	1,970,706	100.0	△599	0.0

○ 티몰 전체 판매량은 1,970,706로 전월 대비 소폭 감소

- 판매량 감소 : 티몰내수 (6.1%↓), 티몰국제(31.3%↓)

- 판매량 증가 : 티몰차오스(17.1%↑)

○ 티몰내수 판매량은 1,348,934로 전월대비 6.1% 감소

* 건강식품(인삼제품) 감소량이 60.2%으로 가장 감소폭이 큼

○ 티몰차오스 판매량은 615,667로 전월대비 17.1% 증가

* 면류(라면, 국수 등) 증가량이 298.4%로 가장 증가폭이 큼

○ 티몰국제 판매량은 6,105로 전월대비 31.3% 감소

* 차류(커피, 유자차 등)는 감소량이 71.3%로 가장 감소폭이 큼

□ 상위 10대 품목 매출액

(단위 : CNY)

'17년 7월	티몰(내수)	티몰(차오스)	티몰(국제)	합계
라면	25,699,623	4,066,269	43,365	29,809,257
김	2,355,183	2,136,506	6,523	4,498,212
유자차	1,109,208	1,177,657	11,420	2,298,285
견과	920,804	1,032,751	58,799	2,012,354
어육소시지	821,618	1,160,166	1,840	1,983,624
팽화식품	1,174,837	769,960	2,093	1,946,890
고추장	468,135	169,362	1,836	639,333
커피	511,253	87,345	34,711	633,309
조제분유	558,797	-	30,306	589,103
과자	497,337	71,463	6,069	574,869
합계	34,116,795	10,671,479	196,962	44,985,236

나. 티몰내수(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

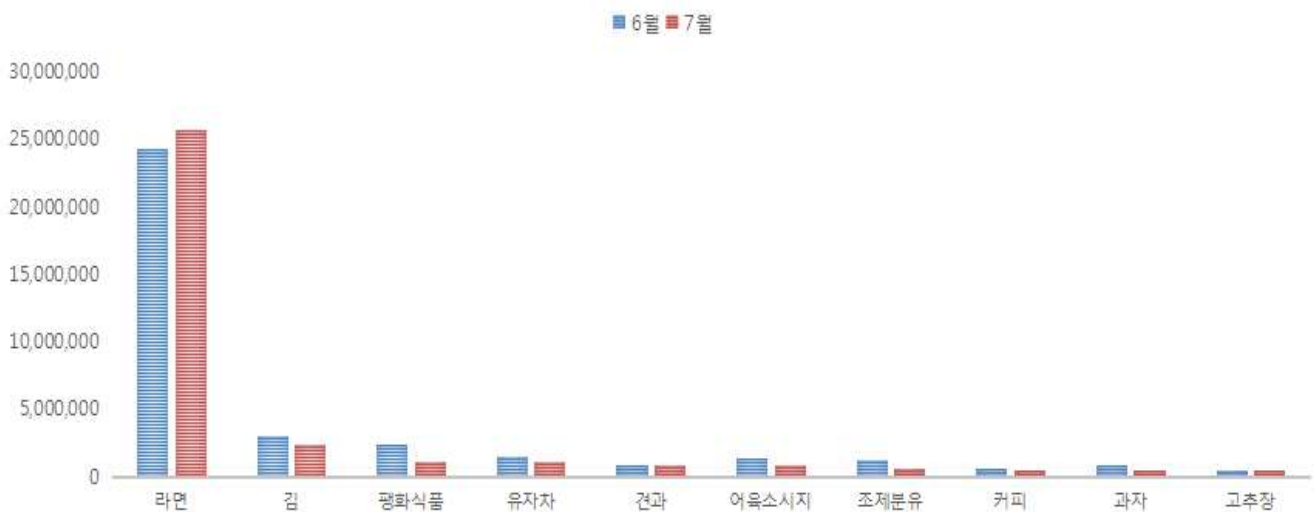
(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년 6월		`17년 7월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	24,317,318	59.1	25,699,623	69.8	5.7
2	김	3,022,912	7.3	2,355,183	6.4	△22.1
3	팽화식품	2,411,370	5.9	1,174,837	3.2	△51.3
4	유자차	1,523,756	3.7	1,109,208	3.0	△27.2
5	견과	867,944	2.1	920,804	2.5	6.1
6	어육소시지	1,365,593	3.3	821,618	2.2	△39.8
7	조제분유	1,278,740	3.1	558,797	1.5	△56.3
8	커피	656,593	1.6	511,253	1.4	△22.1
9	과자	857,834	2.1	497,337	1.4	△42.0
10	고추장	512,357	1.2	468,135	1.3	△8.6
기 타		4,326,018	10.5	2,680,237	7.3	△38.0
합 계		41,140,435	100.0	36,797,032	100.0	△10.6

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 34,116,795위안(한화 약 58.0억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 92.7% 차지

- 주요 증가 품목 : 견과(6.1%↑), 라면(5.7%↑)
- 주요 감소 품목 : 조제분유(56.3%↓), 팽화식품(51.3%↓), 과자(42.0%↓) 등



<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년 6월		`17년 7월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	573,951	5.4	4,066,269	29.8	608.5
2	김	2,080,084	19.4	2,136,506	15.7	2.7
3	조제유	1,621,605	15.1	1,283,099	9.4	△20.9
4	유자차	1,475,917	13.8	1,177,657	8.6	△20.2
5	어육소시지	1,234,841	11.5	1,160,166	8.5	△6.0
6	견과	1,017,801	9.5	1,032,751	7.6	1.5
7	팽화식품	813,987	7.6	769,960	5.6	△5.4
8	음료	691,182	6.5	588,470	4.3	△14.9
9	맥주	155,964	1.5	193,094	1.4	23.8
10	어류통조림	134,007	1.3	188,579	1.4	40.7
기 타		907,757	8.5	1,031,423	7.6	13.6
합 계		10,707,096	100.0	13,627,974	100.0	27.3

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 12,596,551위안(한화 약 21.4억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 92.4% 차지

- 주요 증가 품목 : 라면(608.5%↑), 어류통조림(40.7%↑), 맥주(23.8%↑) 등
- 주요 감소 품목 : 조제유(20.9%↓), 유자차(20.2%↓), 음료(14.9%↓) 등



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액

(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년6월		`17년 7월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	기타 건강식품	159,704	15.1	121,319	24.6	△24.0
2	인삼제품	156,199	14.7	76,202	15.4	△51.2
3	견과	189,473	17.9	58,799	11.9	△69.0
4	라면	42,144	4.0	43,365	8.8	2.9
5	커피	179,121	16.9	34,711	7.0	△80.6
6	건강음료	18,002	1.7	33,747	6.8	87.5
7	조제분유	151,349	14.3	30,306	6.1	△80.0
8	즉석밥	-	0.0	22,875	4.6	-
9	비타민제품	14,548	1.4	12,639	2.6	△13.1
10	유자차	31,368	3.0	11,420	2.3	△63.6
	기 타	117,436	11.1	48,581	9.8	△58.6
	합 계	1,059,344	100.0	493,964	100.0	△53.4

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 445,383위안(한화 약 0.76억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 90.2% 차지

- 주요 증가 품목 : 건강음료(87.5%↑), 라면(2.9%↑)
- 주요 감소 품목 : 커피(80.6%↓), 조제분유(80.0%↓), 견과(69.0%↓) 등



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

□ 중국 온라인 쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

- 상반기 최대 쇼핑행사 '6·18쇼핑데이' 후, 대부분의 온라인 쇼핑몰 매출 감소
 - * 6·18쇼핑데이 : 중국 온라인 쇼핑몰 징둥에서 창립기념일을 맞아 진행하는 파격 할인 행사로, 올해는 징둥 뿐 아니라 티몰, 코알라, 쑤닝 등도 이벤트 실시

□ 우선[优先] 쇼핑몰 발전이 주는 의미

- 소비자는 저렴하고 질 좋은 가성비 제품 구매 선호
- 입점 상가는 유통 과정을 줄여 소비자에게 저렴한 가격의 상품 제공 가능
- 상품 공급 업체는 대형 쇼핑몰에 비해 쇼핑몰 운영 수수료 납부 부담을 줄일 수 있음