

17년 8월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

□ 징둥(京东), 인터넷병원(互联网医院) 시장 공략 가속화

- 중국 인촨정부(银川政府)와 협력하여 '인촨 징둥 인터넷병원'(银川京东互联网医院有限公司) 정식 설립
- 인터넷으로 주요 의료 서비스 원격 진료
 - 온라인 상담진료 및 재진, 전자처방전 발급, 온라인 약품 구매 등 온라인 의료사업 시범 추진
 - 사회보장보험 시스템 연계 온라인 의료보험 결제 시스템 구현
 - 약품 주문 및 배송
 - 왕딩덴취(网订店取) : 환자가 온라인에서 약품을 주문하고 직접 근처의 협력 약국에서 약품 수령
 - 왕딩덴송(网订店送) : 환자는 온라인에서 약품을 주문하고 근처의 협력 약국은 약품을 대행 배달
- 인촨 물류센터를 설립하여 약품 도매 및 소매사업 영위 예정
 - 인촨 현지 '오프라인 약품 창고'역할 및 약품 판매, 배송 담당

□ 왕이 코알라 글로벌 공장점 본격 출시(9.6)

- 개요
 - 운영 방식 : F2C (Factory to customer)
 - 상품 공급 : 품목별 TOP 제조업체 직접 공급
 - 플랫폼 슬로건 : "더 저렴한 가격으로 더 나은 생활을 즐겨라"
(用更少的钱过更好的生活)
 - 상품 카테고리 : 패션의류/신발, 스포츠의류, 바디/헤어, 유아용품, 장난감
- 기존 F2C 플랫폼과의 차별점
 - 브랜드별 제조사 상세 정보 노출 → 소비자 신뢰도 제고
 - 다양한 인감증명서 제공 → 소비자 안심 구매
 - 해외 아웃소싱 과정 방송 → 100% 정품 보장
 - '코알라 품질관리체계'(考拉质量管理体系)로 전 제품 입고 검사 실시

가. 총괄

□ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

쇼핑몰	`17년 7월		`17년 8월		증감	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	증감액	증감율
티몰내수	36,797,032	72.3	38,588,008	71.6	1,790,976	4.9
티몰차오스	13,627,974	26.8	14,277,636	26.5	649,662	4.8
티몰국제	493,964	1.0	1,024,141	1.9	530,177	107.3
합계	50,918,970	100.0	53,889,785	100.0	2,970,815	5.8

- 티몰 전체 매출액은 53,889,785위안으로 전월대비 5.8% 증가
 - 매출액 증가 : 티몰내수(4.9%↑), 티몰차오스(4.8%↑), 티몰국제(107.3%↑)
- 티몰내수 매출액은 38,588,008위안으로 전월대비 4.9% 증가
 - * 유제품은 37.7% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼
(건강식품: 인삼제품, 다이어트제품)
- 티몰차오스 매출액은 14,277,636위안으로 전월대비 4.8% 증가
 - * 면류(라면)는 증가량이 25.9%로 부류 중 증가폭이 가장 큼
- 티몰국제 매출액은 1,024,141위안으로 전월대비 107.3% 증가
 - * 면류(기타면류, 라면)은 증가량이 724.5%로 부류 중 증가폭이 가장 큼

□ 한국 농식품 판매량

(단위 : EA, %)

쇼핑몰	`17년 7월		`17년 8월		증감	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중	증감량	증감율
티몰내수	1,348,934	68.4	1,304,844	66.9	△44,090	△3.3
티몰차오스	615,667	31.2	625,402	32.1	9,735	1.6
티몰국제	6,105	0.3	19,115	1.0	13,010	213.1
합계	1,970,706	100.0	1,949,361	100.0	△21,345	△1.1

- 티몰 전체 판매량은 1,949,361로 전월 대비 소폭 감소함
 - 판매량 감소 : 티몰내수 (3.3%↓)
 - 판매량 증가 : 티몰차오스(1.6%↑), 티몰국제(213.1%↑)
- 티몰내수 판매량은 1,304,844로 전월대비 3.3% 감소
 - * 기타품목(김말이튀김, 통조림)의 감소량은 88.6%로 부류 중 감소폭이 가장 큼
- 티몰차오스 판매량은 625,402로 전월대비 1.6% 증가
 - * 면류(라면)의 증가량은 21.0%로 부류 중 증가폭이 가장 큼
- 티몰국제 판매량은 19,115로 전월대비 213.1% 증가
 - * 면류(기타면류)의 증가량은 914.5%로 부류 중 증가폭이 가장 큼

□ 상위 10대 품목 매출액

(단위 : CNY)

'17년 8월	티몰(내수)	티몰(차오스)	티몰(국제)	합계
라면	25,111,265	5,156,667	365,988	30,633,920
김	3,107,482	2,130,471	6,841	5,244,794
팽화식품	1,603,739	864,549	4,711	2,472,999
유자차	1,226,105	1,327,849	4,810	2,558,764
견과	1,139,345	881,479	107,644	2,128,468
어육소시지	965,800	1,231,081	1,312	2,198,193
조제분유	891,757	-	68,869	960,626
커피	807,566	40,136	50,523	898,225
과자	581,720	33,731	1,996	617,447
음료	428,629	602,508	-	1,031,137
합계	35,863,408	12,268,471	612,694	48,744,573

나. 티몰내수(www.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 7월		`17년 8월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	25,699,623	69.8	25,111,265	65.1	△2.3
2	김	2,355,183	6.4	3,107,482	8.1	31.9
3	팽화식품	1,174,837	3.2	1,603,739	4.2	36.5
4	유자차	1,109,208	3.0	1,226,105	3.2	10.5
5	견과	920,804	2.5	1,139,345	3.0	23.7
6	어육소시지	821,618	2.2	965,800	2.5	17.5
7	조제분유	558,797	1.5	891,757	2.3	59.6
8	커피	511,253	1.4	807,566	2.1	58.0
9	과자	497,337	1.4	581,720	1.5	17.0
10	음료	416,061	1.1	428,629	1.1	3.0
기타		2,732,311	7.4	2,724,600	7.1	△0.3
합 계		36,797,032	100.0	38,588,008	100.0	4.9

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 35,863,408위안(한화 약 61.0억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 92.9% 차지

- 주요 증가 품목 : 조제분유(59.6% ↑), 커피(58% ↑), 팽화식품(36.5% ↑) 등
- 주요 감소 품목 : 라면(2.3% ↓)



<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

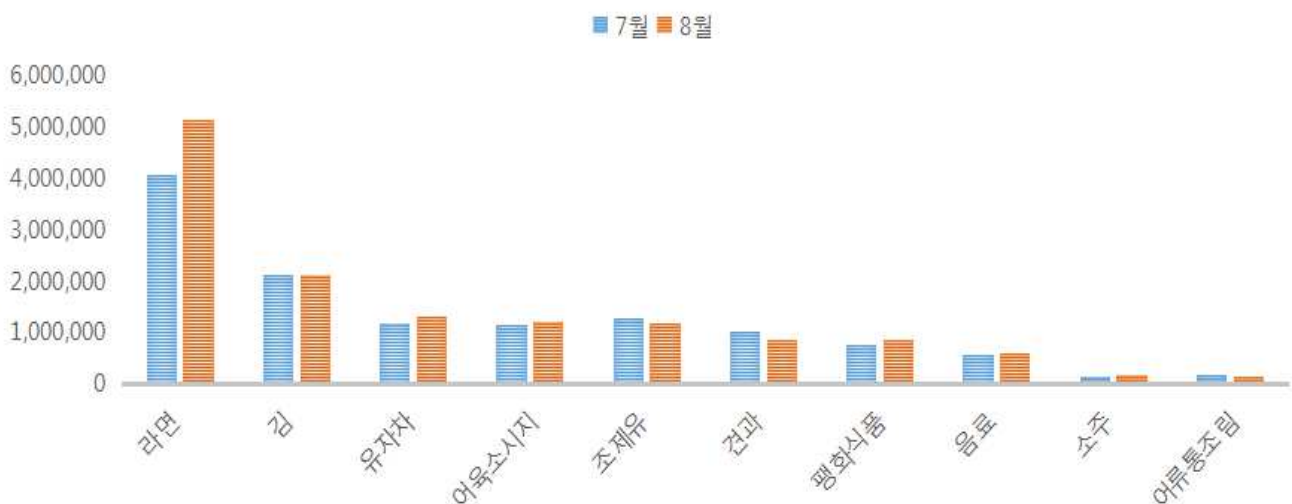
(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년 7월		`17년 8월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	4,066,269	29.8	5,156,667	36.1	26.8
2	김	2,136,506	15.7	2,130,471	14.9	△0.3
3	유자차	1,177,657	8.6	1,327,849	9.3	12.8
4	어육소시지	1,160,166	8.5	1,231,081	8.6	6.1
5	조제유	1,283,099	9.4	1,202,475	8.4	△6.3
6	견과	1,032,751	7.6	881,479	6.2	△14.6
7	팽화식품	769,960	5.6	864,549	6.1	12.3
8	음료	588,470	4.3	602,508	4.2	2.4
9	소주	155,204	1.1	190,373	1.3	22.7
10	어류통조림	188,579	1.4	161,404	1.1	△14.4
	기 타	1,069,313	7.8	528,780	3.7	△50.5
	합 계	13,627,974	100.0	14,277,636	100.0	4.8

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 13,748,856위안(한화 약 23.4억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 96.3% 차지

- 주요 증가 품목 : 라면(26.8% ↑), 소주(22.7% ↑), 유자차(12.8% ↑) 등
- 주요 감소 품목 : 견과(14.6% ↓), 어류통조림(14.4% ↓), 조제유(6.3% ↓), 김(0.3% ↓)



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

□ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

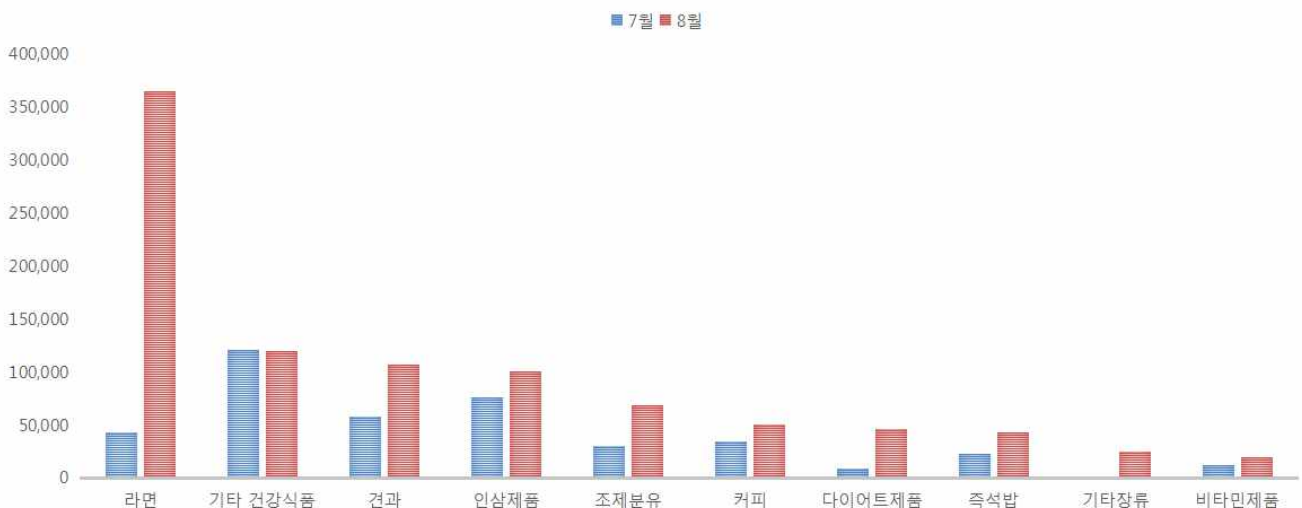
(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년7월		`17년 8월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	43,365	8.8	365,988	35.7	744.0
2	기타 건강식품	121,319	24.6	120,090	11.7	△1.0
3	견과	58,799	11.9	107,644	10.5	83.1
4	인삼제품	76,202	15.4	100,806	9.8	32.3
5	조제분유	30,306	6.1	68,869	6.7	127.2
6	커피	34,711	7.0	50,523	4.9	45.6
7	다이어트제품	9,320	1.9	46,394	4.5	397.8
8	즉석밥	22,875	4.6	43,809	4.3	91.5
9	기타장류	1,060	0.2	24,944	2.4	2253.2
10	비타민제품	12,639	2.6	20,584	2.0	62.9
	기 타	83,368	16.9	74,490	7.3	△10.6
	합 계	493,964	100.0	1,024,141	100.0	107.3

○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 949,651위안(한화 약 1.6 억원)

○ 전체 품목의 매출액 대비 % 차지

- 주요 증가 : 기타장류(2253.2%↑), 라면(744.0%↑), 다이어트제품(397.8%↑) 등
- 주요 감소 : 기타 건강식품(1.0%↓)



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

□ 중국 온라인 쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

○ 중국 온라인 쇼핑몰 하반기 성수기에 진입하며 전체적인 매출 소폭 증가

- 티몰 전체 플랫폼의 매출액은 53,889,785위안으로 전월 대비 5.8% 증가

* (17년 6월)→ 27.1%↑, (17년 7월)→3.8%↓, (17년 8월)→ 5.8%↑

○ 각 플랫폼별 주요 매출 증가 부류

- 티몰내수 : 유제품 (37.7%↑), 수산식품(31.7%↑), 과자/간식류(22.7%↑)
- 티몰차오스 : 면류(25.9%↑), 차류(8.5%↑), 음료류(3.6%↑)
- 티몰국제 : 면류(724.5%↑), 소스/조미료(294.5%↑), 수산식품(144.1%↓)

□ 징둥인터넷병원의 도전과제

- 인터넷병원에 대한 인식 부족
- 병원 책임자들의 보수적인 성향으로 인해 사업 확장의 난항 예상
- 기술적인 보완 및 입점 병원 각 부서(고객서비스, 의료진, 행정, 전산관리 등)와의 협업 중요

□ 왕이코알라 글로벌 공장점(网易考拉·全球工厂店) VS 왕이염선(网易严选)

비교항목/ 플랫폼	왕이카오라 글로벌 공장점 (网易考拉·全球工厂店)	왕이염선 (网易严选)
운영 모델	F2C(Factory to customer)	ODM(Original Design Manufacturer)
슬로건	"더 낮은 가격으로 더 나은 생활을 즐거라" (用更少的钱过更好的生活)	'즐거운 생활에 큰 돈이 필요치 않음' (好的生活没那么贵)
공급사	품목별 TOP 브랜드 제조사 선정	일선 브랜드 제조사 선정
생산	제조사에서 직접 생산	제조사 상품 디자인 및 생산 기술 제공하여 왕이염선 직접 생산
판매 브랜드	제조사 자체 브랜드 보유하여 판매 진행	전부 "网易严选"의 브랜드를 부착하여 판매 진행
상품 포지셔닝	광범위한 다양한 상품 카테고리 (플랫폼 확장에 도움이 됨)	일정 고객군에게만 맞춤형 신규 상품 도입 브랜드 상품의 스타일 비슷함 (브랜드의 인지도 제고에 도움이 됨)