'17년 9월 중국 온라인시장 주요이슈 및 한국 농식품 판매동향

1 주요 이슈

❑ 중국, 신소매(新零售) 유통혁명 '무인편의점 시대' 본격화

- 신소매(新零售) : 첨단기술을 활용한 온·오프라인 및 물류 융합 유통
- 신소매와 관련된 사업 중 가장 관심 있는 사업아이템은 '무인 편의점'
- 최근 1년동안 알리바바, 징둥, 쑤닝 등 30여개 기업이 산업 진출
- 시장조사기관 'iiMedia Research(艾媒咨询)' 발표한 연구데이터에 따르면 '17년 중국의 무인편의점 매출 규모가 398.4억 위안으로 2022년에는 1조 8억 위안에 달할 것으로 전망

❍ 글로벌 무인화 발전 과정

연간 (국가)	주요 사례
2013년(미국)	- 월마트(沃尔玛)는 'Scan&Go' 신규 서비스 모델을 개발하여 소비자는 'Scan&Go' 프로그램을 통해 상품 결제 가능함
2016년 12월(미국)	- 아마존(亚马逊)이 무인매장 '아마존 고(Amazon Go)'를 출시하며 시애틀(西雅图)에서 내부 테스트를 진행함
2016년 8월(중국)	- 무인편의점 'Bingo box(缤果盒子)'를 출시하며 중국 광동중산(广东中山)에서 내부 테스트를 진행함
2016년 1분기(스웨덴)	- 'Nraffa App'를 출시하며 소비자는 이 App를 통해 구매 가능하며 상품 결제 시 바코드 스캔을 통해 결제 가능함
2016년 연말(일본)	- LAWSON편의점(罗森便利店)은 송하회사(松下公司)와 협력하여 무인 결제 서비스를 출시함
2017년 5월(한국)	- Eleven Signature는 'HandPay System'을 출시하며 소비자는 신용카드, 핸드폰 등 필요 없이 손을 스캔하면 상품 결제 가능함

❍ 중국 무인편의점의 발전 과정

- 현재 베이징, 상하이, 광저우, 선전(深圳) 지역에서 지속적으로 무인편의점 등장
- 중국 전역에 기술 시범을 진행한 무인편의점 브랜드는 이미 20여 개 초과

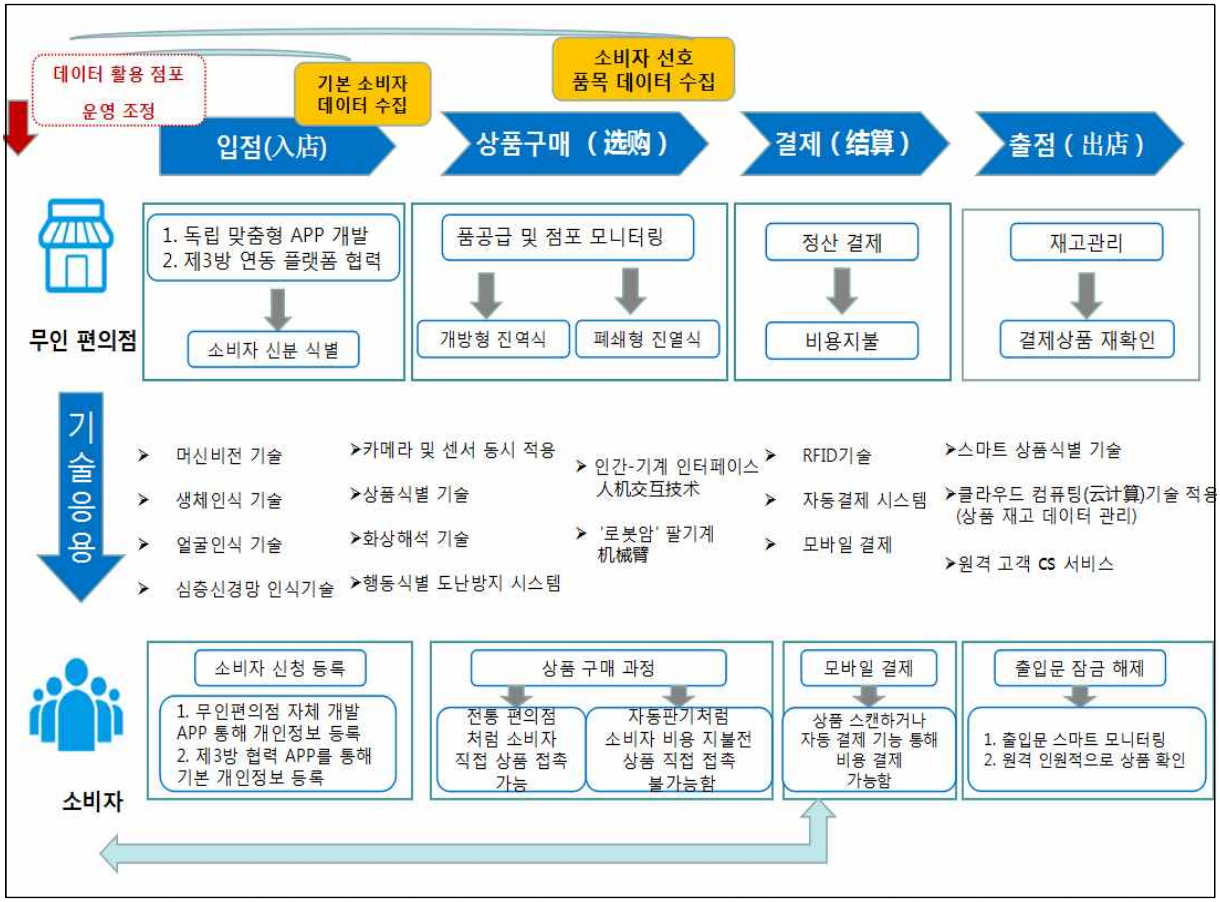
무인편의점	출시시간	투자기업	투입도시 및 수량
Amazon go	기술보완 중	아마존 (亚马逊)	미국 시애틀(美国西雅图) - 1개
Bingobox (缤果盒子)	2016년 8월	따룬파, 오샹 (大润发，欧尚)	상하이, 광저우(上海，广州) - 10개 중국 전역 총 158개
타오커피 (淘咖啡)	2017년 7월	알리바바 (阿里巴巴)	항저우(杭州) - 1개
EATBOX	2017년 7월	쥐란즈자 (居然之家)	베이징(北京) - 2개
F5미래상점 (未来商店)	2014년 10월	이노베이션웍스 (创新工厂)	불산(佛山), 광저우(广州) - 5개
TakeGo	2017년 6월	와하하, 이리, Lyfen (哇哈哈，伊利，来伊份)	상하이(上海) - 1개
샤오마이편의점 (小麦便利店)	2015년 9월	홍타이기금, 신산자본 (洪泰基金，晨山资本)	베이징(北京) - 10개
션치우편의점 (神奇屋便利店)	2017년 6월	관련 정보 미공개 상태	광저우(广州) - 3개

❍ 무인편의점 유형 및 특징

- 상품을 선택한 후 접촉하는 방법에 따라 개방형 상품 진열식과 폐쇄형 진열식 유형으로 구분

무인편의점 유형	점포 규모		운영 능력		대표 브랜드
	점포 면적(㎡)	부지 선정	상품 품목 & 서비스	상품 sku (15㎡)	
 (개방형 진열식)	20~200	고급단지 상업단지 고급 오피스텔 첨단 과학단지 고등 교육 기관	일용품 아침식사 음료 신선품목 구급용품 휴대폰 충전소 공공수화기	800개	LAWSON 7 ELEVEN TROCAFE BingoBox 缤果盒子 小麦公社 XIAOMAI
 (폐쇄형 진열식)	10~60	상업단지 고급단지 첨단 과학단지	생활용품 신선품목 즉석제품 성인용품 비처방의약품	600개	神奇屋 Magic house F5未来商店

○ 무인편의점 기본 운영 프로세스



❑ 중국 국제전자상거래 소매수입감독관리정책 유예기간 재연장

○ `17.9.20, 리커창 총리가 중국 국무원 상무회의에서 중국 국제전자상거래 소매수입감독관리정책을 `18년말까지 재연장 발표

2 한국 농식품 판매동향

가. 총괄

❑ 한국 농식품 매출액

(단위 : CNY, %)

플랫폼	`17년 8월		`17년 9월		증감	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	증감액	증감율
티몰내수	38,587,738	71.6	42,937,368	77.7	4,349,630	11.3
티몰차오스	14,277,624	26.5	11,244,277	20.3	△3,033,369	△21.2
티몰국제	1,024,138	1.9	1,100,150	2.0	76,012	7.4
합계	**53,889,500**	**100.0**	**55,281,795**	**100.0**	**1,392,295**	**2.6**

○ **티몰 전체 매출액은** 55,281,795**위안으로 전월대비** 2.6% **증가**

- 매출액 감소 : 티몰차오스(21.2%↓)
- 매출액 증가 : 티물내수(11.3%↑), 티몰국제(7.4%↑)

○ **티몰내수 매출액은** 42,937,368**위안으로 전월대비** 11.3% **증가**

* 기타품목(김말이 튀김, 즉석밥)의 증가율은 1,576.7%로 부류 중 증가폭이 가장 큼

* 기타품목 중 기존 8월에 판매량이 없었던 즉석밥 9월 매출 대폭 증가함(9월 매출액 : 18,070)

○ **티몰차오스 매출액은** 11,244,277**위안으로 전월대비** 21.2**% 감소**

- 면류(라면, 국수)의 감소량은 47.1%로 부류 중 감소폭이 가장 큼

○ **티몰국제 매출액은** 1,100,150**위안으로 전월대비** 7.4% **증가**

- 차류(기타 액상차, 유자차, 커피)의 증가량은 118.5%로 부류 중 증가폭이 가장 큼

❑ 한국 농식품 판매량

(단위 : EA, %)

플랫폼	`17년 8월		`17년 9월		증감	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중	증감량	증감율
티몰내수	1,304,844	66.9	1,446,060	73.0	141,216	10.8
티몰차오스	625,402	32.1	499,400	25.5	△126,002	△20.1
티몰국제	19,115	1.0	11,611	0.6	△7,504	△39.3
합계	**1,949,361**	**100.0**	**1,957,071**	**100**	**7,710**	**0.4**

○ **티몰 전체 판매량은** 1,957,071**로 전월 대비 소폭 증가함**

- 판매량 감소 : 티몰차오스(20.1%), 티몰국제(39.3%↓)
- 판매량 증가 : 티몰내수(10.8%↑)

○ **티몰내수 판매량은** 1,446,060**로 전월대비** 10.8% **증가**

- 기타품목(김말이 튀김, 즉석밥)의 증가량은 1602.9%로 부류 중 증가폭이 가장 큼

* 기타품목 중 기존 8월에 판매량이 없었던 즉석밥의 9월 판매량 대폭 증가함(9월 판매량 : 556)

나. 티몰내수(www.tmall.com)

❑ 한국 농식품 품목별 매출액

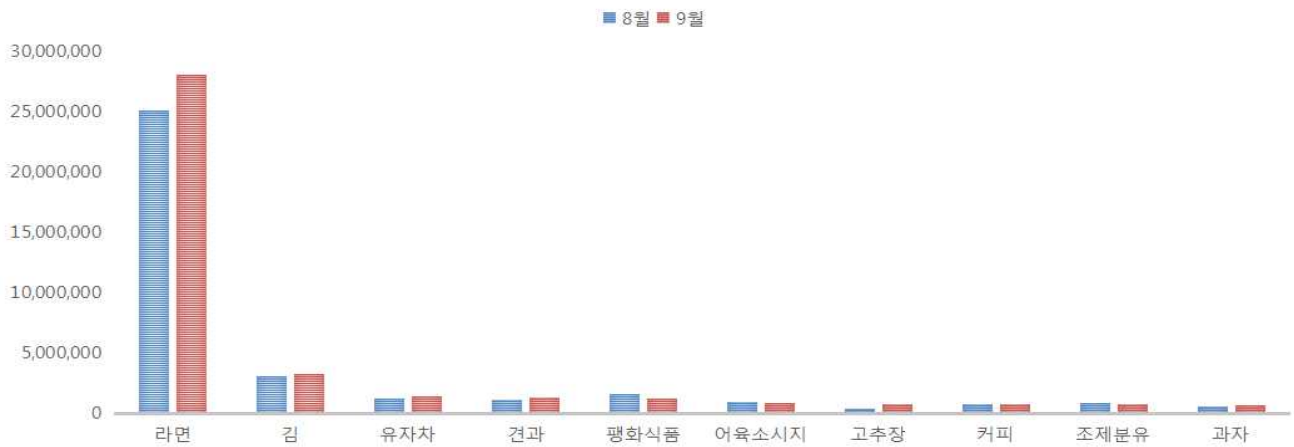
(단위 : CNY, %)

순 위	구 분	`17년 8월		`17년 9월		증감율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	25,111,196	65.1%	28,083,557	65.4	11.8
2	김	3,107,450	8.1	3,280,880	7.6	5.6
3	유자차	1,226,098	3.2	1,380,354	3.2	12.6
4	견과	1,139,337	3.0	1,291,196	3.0	13.3
5	팽화식품	1,603,706	4.2	1,248,709	2.9	△22.1
6	어육소시지	965,791	2.5	837,022	1.9	△13.3
7	고추장	371,910	1.0	811,710	1.9	118.3
8	커피	807,561	2.1	809,947	1.9	0.3
9	조제분유	891,757	2.3	807,638	1.9	△9.4
10	과자	581,684	1.5	690,797	1.6	18.8
기타		2,781,248	7.2	3,695,557	8.6	32.9
합 계		**38,587,738**	**100.0**	**42,937,368**	**100.0**	**11.3**

❍ **전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은** 39,241,811**위안(한화 약** 66.7**억원)**

❍ **전체 품목의 매출액 대비** 91.4% **차지**

- 주요 증가 : 고추장(118.3%↑), 과자(18.8%↑), 견과(13.3%↑)
- 주요 감소 : 팽화식품(22.1%↓), 어육소시지(13.3%↓), 조제분유(9.4%↓)



<티몰 내수 상위 10개 품목 월별매출>

다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

❑ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

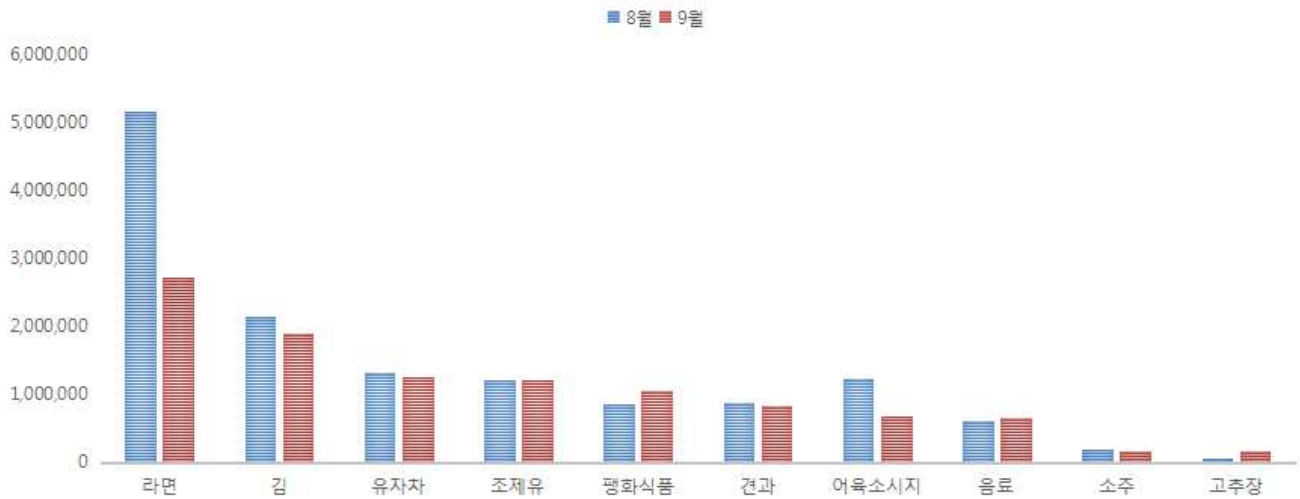
(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년 8월		`17년 9월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	5,156,666	36.1	2,705,094	24.1	△47.5
2	김	2,130,466	14.9	1,906,289	17.0	△10.5
3	유자차	1,327,847	9.3	1,248,849	11.1	△5.9
4	조제유	1,202,474	8.4	1,216,047	10.8	1.1
5	팽화식품	864,550	6.1	1,056,289	9.4	22.2
6	견과	881,478	6.2	820,664	7.3	△6.9
7	어육소시지	1,231,081	8.6	666,991	5.9	△45.8
8	음료	602,507	4.2	649,426	5.8	7.8
9	소주	190,372	1.3	173,557	1.5	△8.8
10	고추장	54,382	0.4	165,614	1.5	204.5
기 타		635,801	4.5	635,457	5.7	**△0.1**
합 계		**14,277,624**	**100.0**	**11,244,277**	**100.0**	**△21.2**

❍ **전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은** 10,608,820**위안(한화 약** 18.0**억원)**

❍ **전체 품목의 매출액 대비** 94.3%**차지**

- 주요 증가 : 고추장(204.5%↑), 팽화식품(22.2%↑), 음료(7.8%↑) 등
- 주요 감소 : 라면(47.5%↓), 어육소시지(45.8%↓), 김(10.5%↓) 등



<티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출>

라. 티몰국제(www.tmall.hk)

❑ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : CNY, %)

순위	구 분	`17년8월		`17년 9월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	인삼제품	100,806	9.8	447,315	40.7	343.7
2	라면	365,987	35.7	195,008	17.7	△46.7
3	기타 건강식품	120,090	11.7	126,844	11.5	5.6
4	커피	50,523	4.9	122,473	11.1	142.4
5	캔디	-	-	60,675	5.5	-
6	조제분유	68,869	6.7	38,947	3.5	△43.4
7	건강음료	13,930	1.4	22,945	2.1	64.7
8	과자	1,996	0.2	18,412	1.7	822.4
9	견과	107,644	10.5	15,199	1.4	△85.9
10	비타민제품	20,584	2.0	11,902	1.1	△42.2
기 타		173,709	17.0	40,430	3.7	△76.7
합 계		**1,024,138**	**100.0**	**1,100,150**	**100.0**	**7.4**

❍ **전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은** 1,059,720**위안(한화 약** 1.8 **억원)**

❍ **전체 품목의 매출액 대비** 96.3% **차지**

- 주요 증가 : 과자(822.4%↑), 인삼제품(343.7%↑), 커피(142.4%↑) 등
- 주요 감소 : 견과(85.9%↓), 라면(46.7%↓), 조제분유(43.4%↓) 등

<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

3 주요 시사점

❑ 중국 온라인 쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

❍ **9월 중국 국제전자상거래 소매수입관리감독정책의 시행 유예에 따라, 티몰 전체 쇼핑몰의 매출액도 지속적으로 증가 추세**

- 티몰 전체 플랫폼의 매출액은 55,281,795위안으로 전월 대비 2.6% 증가

* (17년 7월)→3.8%↓, (17년 8월)→ 5.8%↑, (17년 9월)→ 2.6%↑

❍ **티몰내수 및 티몰국제 주요 매출 증가 부류**

* 티몰내수 : 기타품목(1576.1%↑), 소스/조미료(130.7%↑), 건강식품(60.0%↑)

* 티몰국제 : 차류(118.5%↑), 건강식품(104.0%↑), 음료류(6.8%↑)

❍ **티몰차오스 주요 매출 감소 부류**

* 티몰차오스 : 면류(47.1%↓), 수산식품(23.2%↓), 주류(10.9%↓)

❑ 중국 무인편의점이 주는 시사점

- 무인편의점의 발전은 아직 맹아기(萌芽期)단계이므로 여전히 높은 시장 잠재력을 갖추고 있으며 앞으로 몇 년간 폭발적으로 확산할 전망
- 무인편의점은 인력, 임대료 등을 줄여 운영효율을 높일 수 있으므로 미래 시장 트렌드에 적합. 하지만 기존 편의점이 무인편의점으로 대체되기까지는 아직 부족한 점이 많으므로 기존 편의점과 일부 무인 기술을 적용하여 '사람+무인'의 운영방식으로 효율을 높일 전망
- 무인편의점 성공을 좌우할 최대 포인트는 공급사슬, 제품 선택, 품질제어, 물류시스템 등 내부 운영 능력임. 앞으로 무인편의점의 미래는 운영원가, 입지선정, 공급사슬 지원 등 다방면에서 어떻게 최적화를 이뤄낼 것인가에 달려 있음
- 앞으로 소비자가 무인편의점의 스마트화를 체험하는 동시에 소비자들의 법률적 입법 보장과 업계 차원의 기술적 해결 방안이 우선순위임

* 특히 소비자의 지문(指纹) , 안면특징(面部特征) 및 주민등록증 등 중요한 개인정보를 활용하므로 개인정보에 대한 보장이 필수

- 중국 정부도 무인편의점에 대한 세무, 부지심사 비준, 영업 허가서 등 정책문제 관련 명확한 규정 기준을 제시할 전망

❑ 국제전자상거래 소매 수입 관리감독 정책 재연장 관련 정책 지속 모니터링 필수

- 이번 유예기간으로 국제 전자상거래 수출업체에는 인증 취득 등 일반 정상무역에

서 누릴 수 없는 혜택을 향후 1여 년간 지속적으로 부여받게 됨

- 국제전자상거래 관련 세수, 통관 및 제품 안정성 등 문제는 지속적으로 제기될 가능성이 높으므로 이에 대한 철저한 대비가 필요