

‘17년 중국 알리바바 온라인시장 식품 판매현황 분석

조사 : aT베이징지사

제1재정상업데이터센터(CBNDdata)와 알리바바가 최근 발표한 “2017년 중국 온라인시장 간식 판매 추세보고“에서 온라인시장 식품판매 현황을 보면 아래와 같다.

□ 중국, 온라인을 통한 간식 판매량 지속 성장

- 온라인 판매 중 간식류가 매출 1위로 전체 식품의 30% 차지, 매년 매출이 증가하고 있으며 지난해 간식류 평균 성장률은 식품 전반의 매출 성장률보다 높은 수치를 기록

□ 견과류, 케이크, 과자 등이 인기품목

- 품목별 매출 인기순위를 보면, 견과류, 케이크, 과자, 스낵류, 초콜릿 등이 있으며 견과류는 연속 3년 판매 1위를 기록하였고 연매출액은 23%, 케이크, 과자류는 16%를 기록함

□ 온라인몰에서 저당식품 및 수입식품이 최근 검색 1,2위 인기순위를 기록

- 고당류 식품(초콜릿, 젤리 등)은 성장속도가 느리고 저당식품(피칸, 호두, 잣 등) 성장속도가 빠름
- 최근 무당, 저당류 과자도 매출이 매년 증가 추세이며 해당 식품들은 칼로리가 적고 잡곡 등 건강을 생각한 재료들이 함유돼 젊은 여성들에게 인기가 높음
- 남성 소비자들에 비해 여성 소비자들이 간식에 대한 수요가 높으며 주 핵심 소비 연령층은 23~28세 사이이며 19~28세 사이 소비자층이 간식에 대한 수요가 높고

수입식품을 가장 많이 구매한 것으로 분석된다.

- 수입식품이 인기가 높아 알리바바에서 운영하는 해외직구몰에서도 2015년부터 53개 나라의 5,400여개 브랜드가 판매 중. 2016년 알리바바가 운영하는 인기 역직구몰인 티몰국제(티엔마오 귀지 ; 天猫国际)에서는 미국관, 한국관, 일본관 등 각 나라관을 운영 중이며 소비자들은 이를 통해 다양한 수입식품을 직구할 수 있음

 미국관	 한국관	 일본관
---	--	---

→ 시사점

중국 유통시장은 세계적인 추세와 같이 오프라인 시장의 비중이 크게 감소하고 온라인 시장의 비중이 높아지는 추세다. 또한 8090 출생자들의 인터넷 친숙도로 인해 온라인 몰이 오프라인을 대체하고 있는 추세다.

수입식품 또한 해외 문물을 받아들이는 데 친숙하며 해외파가 많은 8090들에게 큰 인기로 앞으로 수입식품 시장은 계속 확장될 것으로 예상되며 특히 전통적 인기품목인 간식류는 계속해서 히트상품을 필요로 하고 있다.