

## 중국의 온라인 일대일로 - 해외직구(海淘)

작성 : aT베이징지사

- 최근 몇 년 간 중국 소비자들의 구매방식에 많은 변화가 발생하고 있다. 근처 오프라인 유통 매장이나 편의점에서 견과류를 구매해온 소비자들이 지금은 PC나 핸드폰의 해외직구 플랫폼을 통해 수입산 견과류를 주문하여 문 앞까지 배송 받고 있으며, 수입산 패션용품 · 화장품 등을 해외직구로 구매하는 소비방식이 대중화되고 있다.
- 주목할 점은 2013년부터 중국이 국가정책으로 추진 중인 '일대일로(一帶一路)'가 중국의 해외 직구 활성화에 기여하고 있다는 점이다. '일대일로(一帶一路)'란 '중국 - 중앙아시아 - 유럽의 육상 경제 벨트(一帶)'와 '동남아 - 아프리카 - 유럽의 해양 경제 로드(一路)'를 융합한 중국의 21세기 실크로드 전략으로, 통상네트워크 강화 · 산업 협력 · 지역개발 등 광범위한 국제적 협력을 포괄하고 있다.
- 최근 일대일로의 일환으로 광주, 항주, 닝파 등에 보세창고가 설립되면서 해외직구를 지원하는 물류 기반이 조성되었으며, 중국 소비자들이 보세창고에 있는 제품을 해외직구로 구매하는 경우 기존 해외배송에 비해 물류배송 시간을 단축 할 수 있어 소비자들은 단 며칠 만에 해외직구를 통해 물건을 배송 받을 수 있는 환경이 조성되었다.
- 지난해 중국의 해외직구 소비자는 전년 대비 약 80% 증가한 4,100만명으로 올해에는 5,800만명에 달할 것으로 전망된다. 급속한 해외직구 보급에 따라 중국의 해외직구 관련 플랫폼(티몰, 아마존, 징둥, VIP등)들 역시 빠르게 성장하고 있다. 중국 아마존에 따르면, 2016년 12월 해외직구 구매량은 2014년 대비 23배 증가했으며, 판매하는 제품 수량은 8만에서 1,600만으로 급격하게 늘어났다.
- 시사점 : 현재 국내에서 유기농 인증과 건강기능식품으로 판매되고 있는 많은 제품들은 대중 수출 시 중국 당국의 유기농 · 보건식품 별도 인증 요구로 만리장성의 벽을 넘지 못하고 있다. 해외직구 플랫폼을 통해 중국으로 수출되는 농식품은 중국 당국의 별도 인증이 필요 없으므로, 중국 현지 해외직구 플랫폼과의 협업을 통해 국내의 유기농 · 건강기능식품의 대중 수출을 확대시키는 전략이 필요한 때이다.

※ 출처 : 중국 동방항공 기내잡지(11월)