

중국의 신유통(新零售) 발전 현황 및 시사점

작성 : aT 베이징지사

1. 떠오르는 혁신, 신유통(新零售)

□ AI와 IT를 바탕으로 온오프라인과 물류를 통합

○ 아마존의 무인편의점, ‘아마존 고(Amazon Go)’

- 미국의 초대형 전자상거래 업체 아마존은 2016년 말 시애틀에서 계산대가 없는 무인편의점을 세계 최초로 선보임
- 직원과 계산대 없이도 물건을 장바구니에 넣으면 자동으로 계산되어 모바일로 청구되는 혁신적 시스템으로 온오프라인과 물류의 결합을 구현



< 아마존 고 매장 사진(출처:아마존 동영상 캡처) >

○ 알리바바의 무인편의점, ‘타오카페(TAOCAFE)’

- 중국의 최대 전자상거래 업체 알리바바는 올해 7월 항저우 ‘타오바오 메이커 페스티벌(淘宝造物节)’에서 중국 최초로 무인편의점 ‘타오카페’를 공개
- 스마트폰의 앱을 다운받아 매장 입구 기기에 인식하면 두 번째 방문부터는 안면인식을 통해 스마트폰을 꺼낼 필요 없이 상품 구매가 가능

○ AI와 IT, 온오프라인과 물류를 통합하다

- AI와 IT 기술을 통해 온오프라인과 물류의 결합을 최초로 구현한 것으로 평가받는 아마존은 이러한 혁신을 명확한 용어로 제안하지는 않음
- 2016년 10월 알리바바 마윈 회장은 “온오프라인과 물류를 반드시 하나로 합쳐야만 진정한 신유통(新零售)을 탄생시킬 수 있다.” 고 발언하여 현재 활발히 논의되고 있는 신유통(新零售)의 개념을 제기

2. 중국의 신유통(新零售) 발전 현황

□ 세계 최초로 무인편의점을 상용화

○ 아직 무인매장 상용화 단계를 준비 중인 아마존

- 아마존은 작년 12월 ‘아마존 고’ 를 공개했을 때 올해 초 실제 매장을 개설하겠다고 밝혔으나 지난 3월 기술적 한계로 예정되었던 매장 공개를 연기
- 현재 수 차례의 테스트를 통해 대부분의 기술적 문제를 개선하여 내년 초부터 기존에 인수한 식료품점 ‘홀체인’ 을 통해 무인매장을 상용화 할 예정



< 빙고박스 매장 사진(출처:搜狗百科) >

○ 세계 최초의 상용화 무인편의점 빙고박스(缤果盒子)

- O2O 서비스로 과일을 판매하는 빙고슈이궈(缤果水果)는 무인편의점을 자체적으로 개발해 작년 8월 광저우에서 세계최초로 무인편의점 영업을 정식 시작
- 현재 베이징, 상하이, 광저우 등 중국 22개 도시 158개 매장을 운영 중으로, 안면 인식 인공지능 시스템을 자체 개발하여 판매 · 재고관리 · 도난방지에 활용

□ AI 기술을 물류 네트워크로 확장

○ 징둥(京东)의 로봇창고 운영

- 중국의 No.2 전자상거래 업체 징둥에 제품을 공급하는 자회사 징둥 물류는 올해 10월 상하이 자딩(嘉定)구에 직원이 1명도 없는 완전한 무인창고를 구축하여 가동
- 입고·보관에서부터 포장·분류에 이르기까지 전 과정에 로봇과 인공지능을 적용, 매일 기존보다 5배 이상 많은 약 20만개의 주문을 처리 중

○ 알리바바의 배송로봇 운영

- 알리바바 자회사 차이나오(菜鸟)는 작년 9월 무인자율운행시스템이 탑재된 배송로봇 ‘샤요지(小G)’를 출시, 현재 알리바바 시시(西溪) 단지 직원 3만명에게 시범 운영 중
- 차이나오는 올해 중국 광군절(11.11) 알리바바 프로모션 기간에 무인자율운행 시스템이 적용된 이동식 무인택배보관함 ‘지푸라스(吉普拉斯)’를 정식으로 투입

3. 시사점

- 최근 주목받고 있는 신유통(新零售)에서 가장 논의가 활발한 부분은 안면인식, 로봇, 핀테크, 무인자율운행으로 대표되는 AI·IT 등의 유통 부문 첨단기술 활용
- 무인매장이라는 소비자와의 접점에서 시작된 신유통은 현재 중국에서 무인편의점을 벗어나 무인창고와 택배로봇 등 물류저장 및 운송체계로 급속하게 확장 중임
- 중국 현지 신유통 채널은 향후 수입 식품에 대한 수용도가 높고 기술 적응력이 빠른 40대 이하 젊은 계층을 중심으로 폭발적으로 확장될 것으로 예상
- 한국 농식품 수출업체는 중국에 구축되고 있는 현지 신유통 채널을 활용하기 위한 적극적인 방법을 강구하여 새로운 시장 변화에 선제적으로 대응해야 함

《참고 자료》

1. <신소매, 인공지능으로 실체를 갖다>, 『中国』, 인민화보, 2017.12