

중국 음식배달시장 전쟁의 서막 - 디디 VS 메이투안, 메이투안의 패배 가능성이 높아 보이는 이유는?

조사 : aT청뚜지사

지난 4월 10일 디디(滴滴:콜택시 등 콜 차량 서비스 회사)는 공식홈페이지를 통해 8일간의 음식배달 서비스 테스트 기간이 끝난 후 9일째 되는 날, 음식 배달 서비스 회사들 중에서 디디가 압도적인 승리를 거두었다고 발표했다. 디디의 하루 음식배달 주문량이 33.4만개를 기록해 경쟁사인 메이투안(美团), 으어러머(饿了么)를 제치고 1위를 차지했다는 것이다.

<디디와 메이투안 앱>



이와 관련해 우이공상관리부는 메이투안과 으어러머, 디디의 담당자를 불러 회의를 한 것으로 알려졌다. 이는 메이투안이 디디의 음식배달 서비스에 참여하는 가게들은 반드시 메이투안 음식배달 서비스를 먼저 탈퇴해야 한다고 공식 항의했기 때문으로 보인다.

메이투안은 전문으로 음식배달을 하고, 디디는 차를 잡았다. 분명히 서로 다른 서비스 영역처럼 보이는 이번 전쟁의 승자는 누구일까?

음식배달 서비스와 콜차량 서비스 시장, 핵심 경쟁력은 무엇인가?

경쟁구도로 보면 음식배달 서비스 시장은 분명 하나의 회사가 독점하는 형태는 아니다. 메이투안이나 으어러머가 현재까지 무승부를 기록하고 있기 때문이다. 그러나 콜차량 서

비스 시장에서는 디디가 이미 전체 시장을 지배하고 있다. 말하자면 메이투안은 음식배달 서비스 시장에서 우위를 점하고 있지만, 디디는 이미 콜차량 서비스 시장에서 독보적 위치라는 것이다.

서비스의 성격으로 보자면, 음식배달 서비스 앱들은 모두 자체 회사의 앱을 가지고 있지만 딱히 그에 따른 이점이 없다. 식당들은 메이투안, 으러머, 바이두와이마이 등 음식을 배달할 서비스 회사를 골라서 쓸 수 있고, 고객들 역시 본인의 선택에 따라 음식을 주문한 후 결제 전 배달할 서비스 회사를 골라 클릭할 수 있기 때문이다.

하지만 콜차량 시장에서는 다르다. 디디는 이미 6년이라는 시간동안 하나의 독점시장을 형성했으며 수많은 우수한 운전기사들을 길러냈다. 이 운전기사들은 각자의 계정이 있어 고객들의 평가별점이 있고, 이용자들은 운전기사들의 신용도를 확인할 수 있다. 이런 우수한 기사들은 고객들의 신뢰를 받는 디디의 소중한 자산이나 마찬가지다.

<디디의 자산인 운전기사들>



게다가 디디는 여전히 많은 도시들에서 용자대출 서비스를 진행하고 있어 운전기사들에게 영향력이 높다. 이는 기사들을 관리하고 통제하는 데 아주 유리하다. 이 부분 역시 메이투안은 따라올 수 없는 영역이다.

그러나 메이투안은 공동구매 서비스에 많은 돈을 쏟아 부어 2014년에는 10억 위안 정도의 손실을 본 것으로 알려져 있다. 메이투안 역시 계속 용자대출 서비스를 해왔으나 큰 이윤이 남는 사업이 아니다. 또한 메이투안은 올 4월에 월 6억 위안의 적자를 보는 모바이크(공유자전거 서비스)를 꺼안아 향후 큰 자금압박에 시달릴 수도 있을 것으로 예상된다.

사실 인터넷으로 하는 사업의 사업주들은 거대한 자금을 쏟아 붓는데 주저하지 않으며 그들이 가장 두려워하는 것은 “지속적으로 자금을 쓸 수 있는가, 흑자를 낼 수 있는가, 시장지위를 계속 유지할 수 있는가”이다. 징둥(京东;중국 대표 온라인몰)은 몇 년 동안 자금을 쏟아 부었고, 자체 물류체인과 창고를 만들어 중국 전역 공급체인의 핵심 경쟁력을 갖추었으며 결국 전자소매시장의 일류가 됐다. 그리고 상장 후에는 자금 투자를 받아 큰 규모의 이윤을 창출하기 시작했다.

반면 메이투안은 이미 적자가 누적된 지 오래다. 투자자들의 인내심은 한계에 다다랐으며 가장 최악의 문제는 메이투안은 내세울 수 있는 핵심 서비스가 없다는 것이다. 메이투안의 주요 서비스는 무엇인가. 단체구매? 아니면 음식배달? 이중 어디서도 현재 1위가 아니다.

※ 출처 : 바이두신원