

# 8월 對 중국 온라인 쇼핑몰 시장동향 및 판매동향조사

## 1 중국 온라인쇼핑몰 시장동향

### □ 티몰 vs 징둥 온라인 슈퍼마켓 시장 쟁탈전

#### ○ 티몰의 전략

- 알리바바는 “이귀왕(易果网)” 농수산물 전자상거래 플랫폼과 “허마시엔성(盒马鲜生)” 농수산물 O2O 시장에 전략적 투자
- 쉐닝차오스와 공급망 서비스 협력, Metro와 협력하여 해외상품 공급
- “20억 계획(双20亿计划)” 추진 : 20억 위안은 소비자 구매혜택(보조금)으로 사용하고, 남은 20억 위안은 공급망(supply chain)과 물류시스템을 업데이트 할 계획

#### ○ 징둥의 전략

- 징둥은 “천천과원(天天果园)” 농수산물 전자상거래 플랫폼에 전략 투자 시행
- “용휘마트(永辉超市)” 오프라인 슈퍼마켓에 43.1억 위안을 투자하여 10% 지분 획득
- “다다물류(达达物流)” 클라우드 물류 회사 47% 지분을 획득하여 물류 시스템 강화

### □ 온라인 전자상거래 시장 쟁탈전 : 징둥-1호점

- 1호점 신규 고객 유입 증가량이 작년 동기 대비 1.5배 증가. 화동 지역에서 많은 고객 확보
- 절강(浙江)지역 고객 증가량은 작년 대비 4배 증가, 강소, 상해 지역 2배 이상, 화남지역-광둥 191% 증가

## □ 소매시장의 최근 화두 “온라인 슈퍼마켓” 급성장

- 중국의 3,4선 도시에 까르푸, 월마트 등 대형 슈퍼마켓들이 없어, 오프라인에서 구매할 수 있는 상품 품목이 제한적
- 온라인 슈퍼마켓은 다양한 품목과 브랜드를 보유하고 있고, 상품가격이 저렴하여 최근 각광받는 산업으로 부상
  - \* 국제식품과 소비품 업종 연구기관 IGD 연구에 따르면, 2020년 중국 온라인 슈퍼마켓 총 시장 규모는 약 1800억 달러(현재 410억 달러)
  - \* 미국 식품공업협회의 예측에 따르면 2018년, 중국은 4800억위안의 수입식품을 소비하여 전 세계 1위를 기록하고, 온라인 수입식품은 전체 간식 식품의 40% 차지함.

## 2 8월 온라인쇼핑몰 현황조사

### 가. 총괄

#### □ 티몰 전체 플랫폼 한국 농식품 전월대비 판매량 변화

플랫폼	`16년 7월		`16년 8월		증감량	
	판매량	판매량비중	판매량	판매량비중		
티몰	1,494,283	62.1%	1,511,337	69.6%	17,054	1.1%
티몰차오스	895,582	37.2%	643,161	29.6%	△252,421	△28.2%
티몰국제	14,908	0.6%	16,234	0.8%	1,326	8.9%
합계	2,404,773	100%	2,170,732	100%	△234,041	△9.7%

○ 티몰 전체 판매량은 2,170,732으로 전월대비 9.7% 감소

○ 티몰 판매량은 1,511,337으로 전월대비 1.1% 증가

\* 이슈품목은 27.4% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

○ 티몰차오스 판매량은 643,161으로, 전월대비 28.2% 감소

\* 주류는 68.3% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 큼

○ 티몰국제 판매량은 16,234으로, 전월대비 8.9% 증가

\* 건강식품은 83.2% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

#### □ 티몰 전체 플랫폼 한국 농식품 전월대비 매출액 변화

플랫폼	`16년 7월		`16년 8월		증감액	
	매출액	매출액비중	매출액	매출액비중		
티몰	37,460,914	70.2%	38,657,726	76.8%	1,196,812	3.2%
티몰차오스	14,861,981	27.9%	10,541,249	21.0%	△4,320,732	△29.1%
티몰국제	1,012,872	1.9%	1,118,456	2.2%	105,584	10.4%
합계	53,335,767	100.0%	50,317,431	100%	△3,018,336	△5.7%

○ 티몰 매출액은 38,657,726위안으로 전월대비 3.2% 증가

\* 이슈품목은 13.5% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

○ 티몰차오스 매출액은 10,541,249위안으로 전월대비 29.1% 감소

\* 기타품목은 52.1% 감소하여 부류 중 감소폭이 가장 크게 나타나 티몰과 대조적인 양상을 보임

○ 티몰국제 매출액은 1,118,456위안으로 전월대비 10.4% 증가

\* 건강식품은 85.2% 증가하여 부류 중 증가폭이 가장 큼

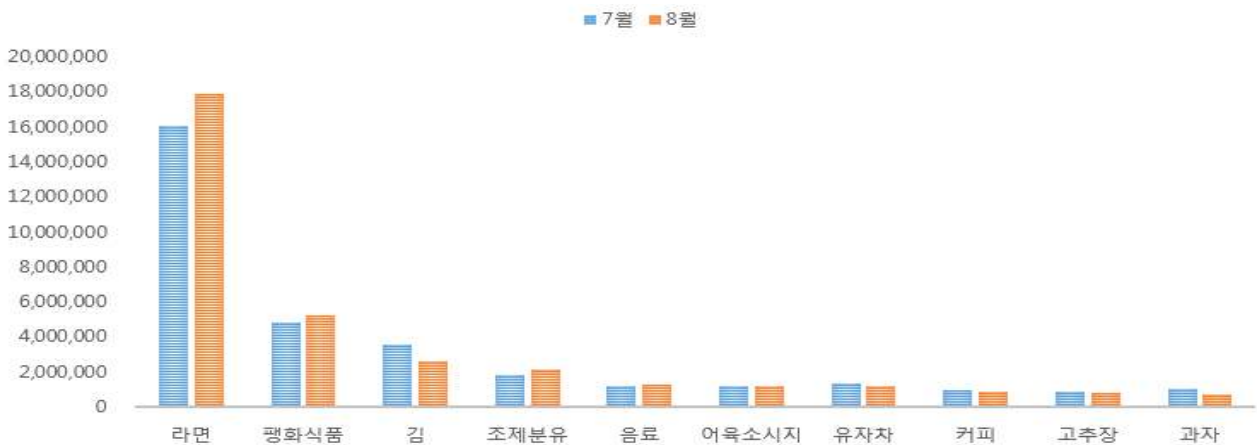
## 나. 티몰(www.tmall.com)

### □ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	`16년 7월		`16년 8월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	라면	16,015,200	42.8%	17,908,575	46.3%	11.8%
2	팽화식품	4,813,989	12.9%	5,187,544	13.4%	7.8%
3	김	3,576,939	9.5%	2,564,870	6.6%	△28.3%
4	조제분유	1,776,689	4.7%	2,125,700	5.5%	19.6%
5	음료	1,185,686	3.2%	1,269,341	3.3%	7.1%
6	어육소시지	1,148,424	3.1%	1,209,851	3.1%	5.3%
7	유자차	1,339,725	3.6%	1,171,934	3.0%	△12.5%
8	커피	914,792	2.4%	861,841	2.2%	△5.8%
9	고추장	879,478	2.3%	759,480	2.0%	△13.6%
10	과자	988,954	2.6%	714,991	1.8%	△27.7%
	기 타	4,821,038	12.9%	4,883,599	12.6%	1.3%
	합 계	37,460,914	100.0%	38,657,726	100.0%	3.2%

- 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 33,774,127위안(한화 약 60.8억원)
  - \* 상위 10개 품목 : 라면, 팽화식품, 김, 조제분유, 음료, 어육소시지, 유자차, 커피, 고추장, 과자
- 전체 품목의 매출액 대비 87.4% 차지
  - 주요 증가 품목 : 라면(11.8% ↑), 조제분유(19.6% ↑), 음료(7.1% ↑)
  - 주요 감소 품목 : 김(28.3% ↓), 유자차(12.5% ↓), 고추장(13.6% ↓), 과자(27.7% ↓)



<티몰 상위 10개 품목 월별매출>

## 다. 티몰차오스(chaoshi.tmall.com)

### □ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	`16년 7월		`16년 8월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	김	2,789,608	18.8%	1,608,830	15.3%	△42.3%
2	음료	2,149,047	14.5%	1,590,072	15.1%	△26.0%
3	팽화식품	1,787,517	12.0%	1,195,369	11.3%	△33.1%
4	라면	1,671,999	11.3%	1,168,642	11.1%	△30.1%
5	어육소시지	507,616	3.4%	950,317	9.0%	87.2%
6	견과	1,557,544	10.5%	933,244	8.9%	△40.1%
7	유자차	1,304,634	8.8%	790,991	7.5%	△39.4%
8	조제유	972,227	6.5%	640,306	6.1%	△34.1%
9	과자	737,614	5.0%	501,867	4.8%	△32.0%
10	맥주	456,511	3.1%	474,743	4.5%	4.0%
기 타		927,664	6.2%	686,867	6.5%	△26.0%
합 계		14,861,981	100.0%	10,541,249	100.0%	△29.1%

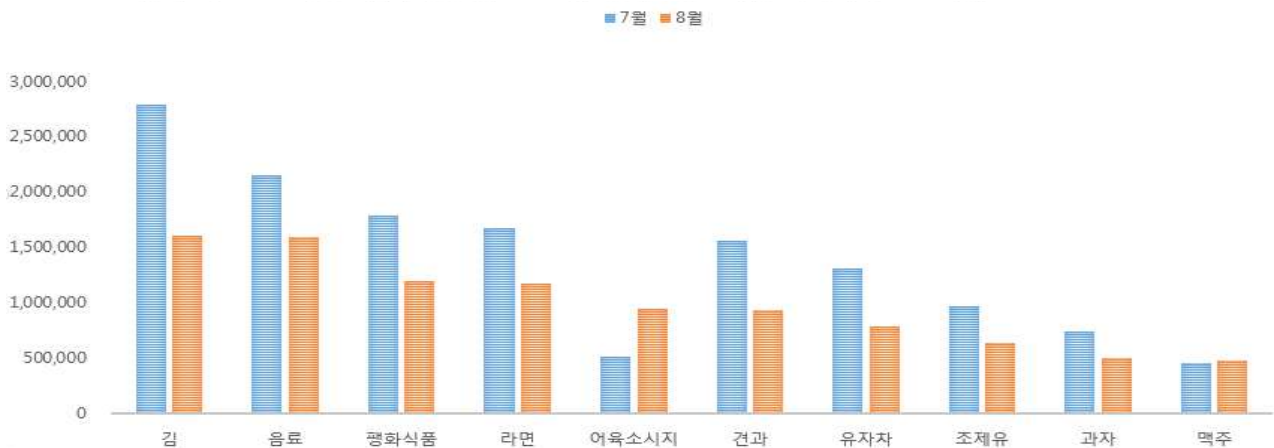
○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 9,854,382위안(한화 약 17.7억원)

\* 상위 10개 품목 : 김, 음료, 팽화식품, 라면, 어육소시지, 견과, 유자차, 조제유, 과자, 맥주

○ 전체 품목의 매출액 대비 93.5% 차지

- 주요 증가 품목 : 어육소시지(87.2% ↑), 맥주(4.0% ↑)

- 주요 감소 품목 : 김(42.3% ↓), 음료(26.0% ↓), 팽화식품(33.1% ↓), 라면(30.1% ↓), 견과(40.1% ↓), 유자차(39.4% ↓)



〈티몰차오스 상위 10개 품목 월별매출〉

## 라. 티몰국제(www.tmall.hk)

### □ 한국 농식품 품목별 매출액 월별비교

(단위 : 위안,%)

순 위	구 분	'16년 7월		'16년 8월		증가율
		매출액	매출액비중	매출액	매출액비중	
1	김	169,107	16.7%	273,966	24.5%	62.0%
2	인삼제품	129,012	12.7%	168,311	15.0%	30.5%
3	커피	146,097	14.4%	101,516	9.1%	△30.5%
4	건강식품	11,822	1.2%	99,902	8.9%	745.1%
5	다이어트제품	33,312	3.3%	90,646	8.1%	172.1%
6	유자차	87,351	8.6%	78,987	7.1%	△9.6%
7	견과	155,680	15.4%	70,794	6.3%	△54.5%
8	조제분유	52,003	5.1%	61,202	5.5%	17.7%
9	라면	37,503	3.7%	36,141	3.2%	△3.6%
10	팽화식품	32,817	3.2%	33,783	3.0%	2.9%
기 타		158,168	15.6%	103,209	9.2%	△34.7%
합 계		1,012,872	100.0%	1,118,456	100.0%	10.4%

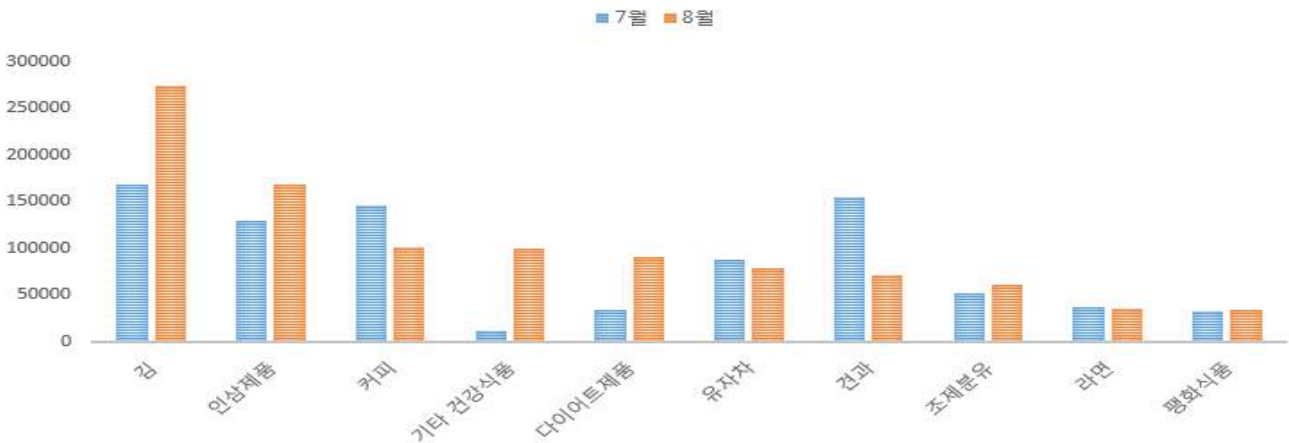
○ 전체 품목 中 상위 10개 품목의 매출은 1,015,247위안(한화 약 1.8억원)

\* 상위 10개 품목 : 김, 인삼제품, 커피, 건강식품, 다이어트제품, 유자차, 견과, 조제분유, 라면, 팽화식품

○ 전체 품목의 매출액 대비 88.4% 차지

- 주요 증가 품목 : 김(62.0% ↑), 인삼제품(30.5% ↑), 건강식품(745.1% ↑)

- 주요 감소 품목 : 커피(30.5% ↓), 유자차(9.6% ↓), 견과(54.5% ↓), 라면(3.6% ↓)



<티몰국제 상위 10개 품목 월별매출>

### 3 시사점

#### □ 중국 온라인쇼핑몰 내 한국식품 판매 트렌드

○ 티몰 전체 플랫폼의 매출액은 50,317,431위안으로 전월 대비 5.7% 감소

- 티몰의 매출액은 전월대비 3.2% 증가하였지만, 티몰차오스의 매출액이 급감(29.1%↓)하면서 전체 플랫폼 매출액이 소폭 감소

\* 매출액 변화: 티몰 전월대비 3.2%↑, 티몰차오스 전월대비 29.1%↓, 티몰국제 전월대비 10.4%↑

##### ▷ 매출액 비중 비교

- 티몰 매출액 비중 : ('16.7)70.2% → ('16.8)76.8%
- 티몰차오스 매출액 비중 : ('16.7)27.9% → ('16.8)21.0%
- 티몰국제 매출액 비중 : ('16.7)1.9% → ('16.8)2.2%

○ 티몰국제 신규품목 레규-츄 의 매출 급증

- 건강식품 중 매출액이 가장 높은 상품은 'READY-Q/레규-츄 숙취해소 캔디', 8월 매출액은 91,681위안, 티몰 국제 전체 매출액의 8.20% 차지

#### □ 소매시장 “온라인 슈퍼마켓” 급성장으로 플랫폼별 주요 소비층 확보 필요

- 「중국 온라인 간식소비 트렌드 보고」에 따르면 간식 소비자의 65%는 여성이고, 수입 간식소비자 중 약 67%가 여성고객임
- 징동은 자영(自營) 물류 시스템 구축으로 고객 체험 만족도가 높고 가전제품 기반의 프로세스를 운영하여 남성을 주요 고객으로 삼음
- 티몰은 많은 고객을 보유하고 있으나, 상가가 개별적인 플랫폼을 구축하고 있어 물류 시스템을 강화할 필요가 있음
- 전자상거래의 특성상 공급망 구축, 물류 효율화, 상품 품질 개선, 고객 만족도 제고 등 여러 가지 상황을 고려해야 하므로, 전체적인 개선을 통해 서비스 질 향상을 구축해야함