



China

청두지사

신선식품 장보기도 이제는 온라인이 대세

일상화된 인터넷 주문, 온라인 업체들의 경쟁 치열

지난 6월 20일 제일재정 상업 데이터센터(CBNDat)와 알리바바 현지생활서비스공사에서 발표한 '2019년 온라인 신선식품 발전추세 보고'에서는, 어러머(饿了么) 데이터 및 온라인 공개 데이터에 기반해 온라인 신선식품 소비특징 및 소비 추세를 분석했다.

2018년 중국 신선식품업계 시장규모는 4조 9,300억 위안(약 843조 5,723억 원)에 달했으며 전년 동기대비 5.3% 증가했다. 최근 5년간 신선식품 전자상거래 시장규모는 빠르게 성장하면서 종합 전자상거래 플랫폼(综合类电商平台), 수직적 전자상거래(垂直电商), 허마셴싱(盒马鲜生) 등 신유통 체제 아래 새로운 경영방식들이 계속 도입되면서 시장에 활력을 불어넣어 점점 더 많은 신선식품 상호들이 온라인시장에 진출하고 있다.

온라인 세상으로 이동 중인 신선식품 장보기

2018년 어러머 플랫폼에서 신선식품업체의 증가량은 100%를 넘어서는 것으로 나타났다. 그중 덩동마이차이(叮咚买菜), 차이라오바우(菜老包) 등 대형업체들의 총 주문량은 독보적인 위치를 차지하고 있는 동시에 하우차이셴싱(好菜先生), 하오셴싱(好鲜生) 등의 주문량도 빠른 증가 속도로 1, 2위를 다투고 있는 것으로 나타났다.

1980년대 이후 태어난 세대가 주요 소비층으로 부상하면서 온라인 장보기가 성행하기 시작했다.

오프라인 장보기의 장점을 대리만족하면서도 편리함까지 더해져 소비자의 욕구를 충족시켜주기 때문인 것으로 보인다. 오프라인을 통해 하루 세끼 식사 준비를 위해 장을 보던 사람들이 점차 온라인으로 이동하면서 2019년 1분기 어러머 신선식품 주문량은 2018년 한 해 주문량을 이미 넘어섰고 증가율은 전년 동기대비 384%에 이른다.

빠르게 증가하는 3, 4선 도시의 신선식품 소비

온라인매장들은 점차 직장인 맞춤형으로 세팅되고 있어, 주거단지를 벗어난 지역의 2018년 신선식품 주문량이 22%나 되었는데 주로 회사건물, 학교, 매장, 호텔 등에서 주문이 이루어졌으며 2019년 1분기에는 10,000건 이상이 직장으로 배송되었다. 아울러 주요 배송범위인 3km 이내의 신선식품 주문량은 85%를 넘어섰으며 3km 밖의 주문량도 빠르게 증가해 증가속도는 77%에 달했다.

1, 2선 도시의 소비자들은 이미 온라인에서 장을 보는 습관이 자리를 잡았고 3, 4선 도시에서도 빠른 속도로 증가하고 있다. 보고서에 따르면 주문량과 업체 수의 증가속도에서 3, 4선 도시는 각각 1선 도시의 1.4배와 1.9배로 나타났으며, 주목해야 할 것은 중국 동북지구 신선식품 소비의 증가속도가 빨라 2선 도시의 주문량 증가속도에서 모두 5위 이내에 들었으며 3선 도시의 증가속도에서 1위를 차지한 것으로 나타났다. 그중 하얼빈시는 2선 도시에서 증가속도가 가장 빠르며 길림시는 3선 도시에서 1위를 차지했다.

2018년 온라인 해수산물 선호도가 가장 높았던 도시는 중국 서북쪽에 위치한 란저우인 것으로 나타난 반면 해산물로 유명한 칭다오는 2018년 육류제품 선호도가 가장 높은 도시인 것으로 나타났다.

Key
Point

HMR 제품 등
온라인 시장 개척 서둘러야

중국 소비자들의 온라인 장보기가 늘어난 것은 해외기업으로서도 청신호가 아닐 수 없다. 신선식품 유통을 위해서는 아직 넘어야 할 산이 많지만, HMR 제품 등으로 온라인 시장을 집중 공략해 이 시장에서 입지를 공고히 할 필요가 있으며 온라인 유통채널 마케팅 강화의 필요성도 엿보인다.