

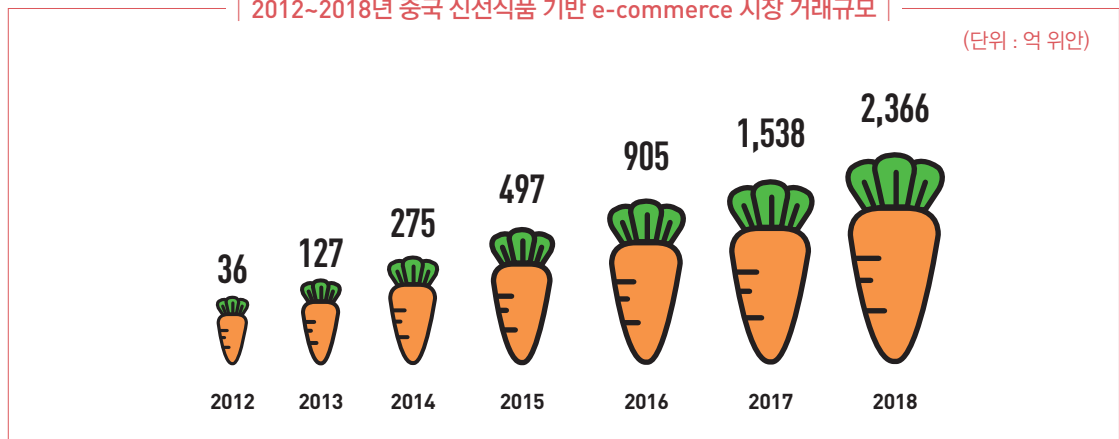
신선식품 기반 O2O 유통에서 탄생한 新 비즈니스 모델 ‘다파이샤오덴(大牌小店)’

상하이지사

알리바바의 O2O 매장 허마셴싱(盒马鲜生)에 대형 외식브랜드 앞다퉈 입점

- 허마셴싱은 징둥(京东)의 물류기획담당자였던 호우이(侯毅)가 2015년 창업한 신선식품 e-commerce 서비스로, 2016년 1월 상하이 진차오(金桥)에 1호점을 오픈하고 그 직후 알리바바의 투자를 받아 현재는 ‘알리페이(支付宝)’로만 결제가 가능한 대표적인 O2O 체험매장으로 자리잡았다.
- 주력 취급제품은 식품이며, 그 중 20%는 신선식품으로 물류와 배송경쟁력이 필수적이다. 허마셴싱 오프라인 매장은 온라인 구매고객을 위한 ‘쇼룸(showroom)’일뿐 아니라 창고 겸 배달센터 역할을 하는데, 온라인으로 결제된 제품은 즉각 물류센터에서 포장돼 매장 천장에 설치된 컨베이어벨트로 이동, 매장에서 반경 5km 이내에 거주하는 고객에게 30분 내 배송이 완료된다.
- 허마셴싱에는 매장에서 구매한 신선식품을 즉석에서 조리해 주는 소규모 레스토랑들이 들어서 있다. 주로 유명 외식업체브랜드에서 입점한 매장으로, 고객들은 500g 기준 현장조리비만 추가결제하면 구매한 신선식품을 셰프의 요리 솜씨로 즉석에서 맛볼 수 있다.
- 매장에서 구매한 육류와 해산물 등 신선식품을 즉석에서 조리해 식사가 가능토록 한 오프라인 점포는 상해 화동지역을 중심으로 전국에 30개점(‘18.2 기준)이 분포돼 있으며, 이 같은 매장은 온라인 트래픽을 오프라인으로 끌어들이는 효과가 있을 뿐 아니라 고객이 오프라인 매장에 머무는 시간을 늘리며, 거꾸로 온라인 소비를 극대화하는 역할을 한다.

| 2012~2018년 중국 신선식품 기반 e-commerce 시장 거래규모 |



출처 : <One Asia>, “허마셴싱: 중국 신선식품 이커머스의 현재” (2017.05.21)



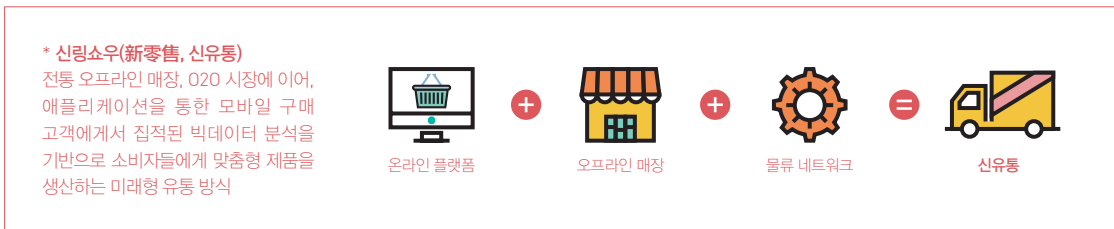
허마셴성 매장 전경



허마셴성 해산물 코너에서
킹크랩을 들어 보이고 있는 알리바바 마윈 회장

출처: <搜狐>, “巨头的角逐：盒马鲜生开始涉足无人货架领域”(2017.09.27) / <联商资讯>, “盒马鲜生北京取消现金支付 无现金背后的阿里棋局”(2017.07.17)

- 허마셴성은 알리바바그룹 마윈 회장이 강조하는 '신링쇼우(新零售, 신유통)' 시대를 열어갈 주축으로 평가받고 있다.



2018 새로운 비즈니스 모델 '다파이샤오덴'*

- 2016년 허마셴성이 오픈한 이후 '신유통' 개념의 매장이 급성장했다. 지난 2017년 새로 오픈한 용후이 슈퍼(永辉超级物种), 바이리엔(百联) 그룹의 RISO, 뷔뷔까오 시엔스엔이(步步高鲜食演义) 등의 마트도 모두 온라인 스토어와 오프라인 매장의 병행운영과, 신선식품 현장 판매와 구매한 식품으로 조리한 즉석 식사체험이라는 소매 유통 방식을 공통으로 취하고 있다.

* 다파이샤오덴(大牌小店): 유명 브랜드 외식업체가 대형 마트 내 작은 점포를 입점시키는 형태의 새로운 비즈니스 모델

- 특히 허마셴성에서는 최근 '다파이샤오덴(大牌小店)'이라는 새로운 비즈니스 모델이 탄생했다. 허마셴성 상해완점(上海湾店)은 매장에 미니 푸드코트(小吃街)를 열었는데, 푸드코트에 소규모로 입점한 곳들은 모두 비펑탕(避风塘), 시베이(西贝), 한서카오야(汉舍烤鸭), 만지텐핑(满记甜品) 등 유명브랜드 외식업체들이다. 이들 점포가 각기 차지한 면적은 보통 30㎡로 크지 않은 편이다.¹⁾

1) <食品商务网>, “盒马鲜生打造大牌小店模式 避风塘赤坂亭等入驻”(2018.03.09)



허마셴성 매장에 들어선 '다파이샤오덴' 레스토랑들

출처 : 〈搜狐〉, “巨头的角逐：盒马鲜生开始涉足无人货架领域”(2017.09.27) / 〈联商资讯〉, “盒马鲜生打造“大牌小店”模式 避风塘、赤坂亭等入驻”(2018.03.01)

- 허마셴성 푸드코트 입점업체의 총 매출 70%가 온라인에서 산출된다. 뿐만 아니라 매장 규모가 작은 덕에 운영비가 오히려 적게 든다는 이점도 있다. 허마셴성은 올 연말까지 중국 전역에 매장을 150개점으로 확장할 계획이라 밝혔으며, '다파이샤오덴' 모델이 성공할 경우 전국적인 트렌드로 확대될 가능성이 점쳐진다.

'다파이샤오덴'의 성장은 국내 외식업체들에게도 새로운 기회

- 중국에 진출한 국내 외식업체들도 허마셴성 푸드코트에 '다파이샤오덴'을 운영하면 높은 임대료 부담을 줄이고 온라인 매출액도 거둘 수 있어 새로운 기회가 될 것으로 보인다. 더불어 매장을 방문하는 고객들이 가정에서도 간편하게 요리해 즐길 수 있는 다양한 메뉴를 개발해 선보이는 것도 소비자의 호응을 얻는 한 가지 방법일 것이다.