



 <a href="http://csf.kiep.go.kr/">http://csf.kiep.go.kr/</a>	「이슈&트렌드」
2018. 11. 16.	<b>中 수입박람회에 호기를 맞고 있는 전자상거래 업체</b> 작성   CSF (자료감수: 김익기 중국인민대학 석좌교수)

- 11월 5일부터 10일까지 열린 제1회 중국국제수입박람회(中国国际进口博览会)가 전자상거래 업체에 절호의 기회가 되고 있음.
- 지난 5일 열린 수입박람회의 개막식에서 시진핑(习近平) 중국 국가 주석이 “중국은 한층 더 관세를 인하하고 통관 간소화 수준을 높이며, 수입 과정에서의 제도적 비용을 줄이고 국경 간 전자상거래 등 새로운 업태와 업종을 육성하는데 속도를 낼 것,” 이라고 밝히면서 지난 2년간 침체에 빠졌던 전자상거래 업체가 들쭉이고 있음.
  - 특히, 시진핑 주석이 “향후 15년 중국은 30조 달러(약 3경 3,980조 원)가 넘는 수입 상품과 10조 달러(약 1경 1,330조 원)가 넘는 서비스를 들여올 것,” 이라고 밝혀 세간의 관심이 집중됐음.
  - 중국의 대표적인 IT포털 기업 왕이(网易)의 덩레이(丁磊) 회장은 “시 주석의 이 같은 발언은 점점 더 많은 국가와 브랜드가 중국의 국경 간 전자상거래를 통해 수혜를 입게 될 것임을 의미한다,” 고 언급함.
  - 뿐만 아니라, 동방망(东方网) 등 중국 매체는 수입박람회에 이어 중국 최대 쇼핑 축제인 ‘왕스이(双十一·11월 11일, 광군제(光棍节)라고도 함)’ 를 앞두고 알리바바(阿里巴巴)와 쑤닝(苏宁), 징둥(京东) 등 중국 전자상거래 업체가 수입박람회에서 대규모 수입 구매계약을 체결하면서, 중국 소비자들이 유럽, 일본, 호주, 북미 등 전 세계에서 들여온 양질의 제품을 만날 날이 머지않았다고 전함.
- 중국전자상거래연구센터에 따르면, 11월 6일까지 중국의 전자상거래 플랫폼들이 수입박람회에서 체결한 수입 구매계약 금액이 1조 6,000억 위안(약 259조 원)을 넘는 것으로 집계됨.
- 그 중에서 중국 최대 전자상거래 업체인 알리바바는 향후 5년간 2,000억 달러(약 224조 원)의 상품을 수입하기로 했고, 2위 전자상거래 업체인 징둥(京东)은 1,000억 위안(약 112조 원)에 육박하는 상품을, 또 다른 전자상거래 기업인 쑤닝(苏宁)과 중국의 해외직구 플랫폼인 왕이카오라(网易考拉)는 각각 150억 유로(약 19조 원)와 200억 위안(약 3조 원)에 상당하는 상품을 수입하기로 함.
  - 알리바바의 장융(张勇) 최고경영자(CEO)는 수입박람회에서 “향후 5년간 알리바바가 전 세계 120여개 국가와 지역에서 2,000억 달러(약 226조 원)의 제품을 수입할 것,” 이라는 ‘대(大)수입 계획’ 을 공개해 주목을 끌었음.

- 장융 CEO는 “ ‘글로벌화’ 는 줄곧 알리바바의 장기적인 발전 전략이었다,” 며 “알리바바는 모두와 함께 새로운 디지털 경제 시대 속에서 ‘대(大) 수입 시대’ 를 개척하길 바란다,” 며 “이들테면 뉴질랜드산 우유를 수입하는데, 효율성이 높은 공급 체인과 판매, 생산 과정을 통합하고 업스트림(Upstream · 생산 부문)인 목장과와의 네트워킹(소통)을 원활히 함으로써 중국 소비자들이 신선한 뉴질랜드산 우유를 3일 안에 맛볼 수 있도록 하겠다,” 고 밝힘.
- 중국 온 · 오프라인 유통 강자인 쑤닝이거우(苏宁易购)의 쑤웨이민(孙为民) 부사장은 “중국의 소비구조 고도화와 질적 소비를 추구하는 소비트렌드의 변화가 전 세계 소비 시장 성장에 새로운 동력이 되고 있다,” 며 “중국이 현재 소비구조 고도화를 위한 공급 측 개혁(생산효율 개선)을 추진하는 데에도 더욱더 많은 국제 공급이 필요하다,” 고 언급함.

□ 최근 몇 년간 중국 소비구조가 고도화되고 중국 국내 전자상거래 환경이 성숙해지면서 중국인들의 전자상거래를 통한 해외상품 구매가 증가하고 있고, 해외브랜드의 전자상거래를 통한 중국 판매량이 증가하고 있는 추세임.

- 중국전자상거래연구센터가 발표한 《2018년 중국 수입 국경 간 전자상거래 발전 보고서(2018年中国进口跨境电商发展报告)》에 따르면, 올 상반기 중국의 국경 간 전자상거래를 통한 수입 규모는 전년 동기 대비 19.4% 급증한 1조 300억 위안(약 168조 원)에 달했으며, 올 한해 그 규모가 1조 9,000억 위안(약 310조 원)에 이를 것으로 예상됨.
- 올 상반기까지 중국의 국경 간 전자상거래 이용자 수는 7,500만 명으로 집계됐고, 올 한해 8,800만 명에 이를 것으로 전망됨.
- 이번 수입박람회에서 공개된 《2018년 중국 수입 지침서(2018年中国进口指南手册)》에서도 올해 중국의 수입 브랜드 상품 수가 2016년보다 150% 가량 급증했고, 2017년 기준 수입 브랜드 이용자 수가 2016년 대비 37.1% 증가한 것으로 나타남.
- 린즈용(林智勇) 중국전자상거래연구센터 특약연구원은 “국경 간 전자상거래는 무역의 새로운 업태로 이를 통해 해외브랜드와 기업이 더욱 낮은 리스크와 비용으로 중국 시장에 진출할 수 있다,” 며 “정책적 호재에 힘입어 향후 일정 기간 동안 더욱더 많은 해외브랜드와 기업이 국경 간 전자상거래를 통해 중국에서 시장을 확장하고 브랜드를 육성하며 판매채널을 구축할 것,” 이라고 언급함.
- 글로벌 회계법인 딜로이트(Deloitte)는 “수입박람회의 명확한 정책 신호가 국경 간 전자상거래 업계에 매우 큰 촉진 작용을 할 것,” 이라며 “전 세계의 많은 중소 소매 브랜드가 중국 시장을 긍정적으로 보고 있는데, 중국의 수입 장려 정책이 시행되면서 전자상거래 업체와의 협력이 이들 업체에 기회가 될 것,” 으로 보았음.CSF

## 참고자료

21경제망(21经济网), 제일재경(第一财经), 봉황망(凤凰网), 인민망(人民网) 등