

# 언택트시대의 알리바바닷컴 온라인 무역플랫폼 활용방안

 Alibaba.com |  CK BRIDGE

Authorized Channel Partner

씨케이브릿지(주) 대표 홍성용



## 홍성용 (Hong Sungryong)

### 주요약력

---

前 부산테크노파크 과장

씨케이브리τζ주식회사 대표 (2017~현재)

알리바바닷컴 한국 공인 강사 (2018~현재)

계명대 글로벌 창업대학원 겸임교수 (2019~현재)

### 연락처

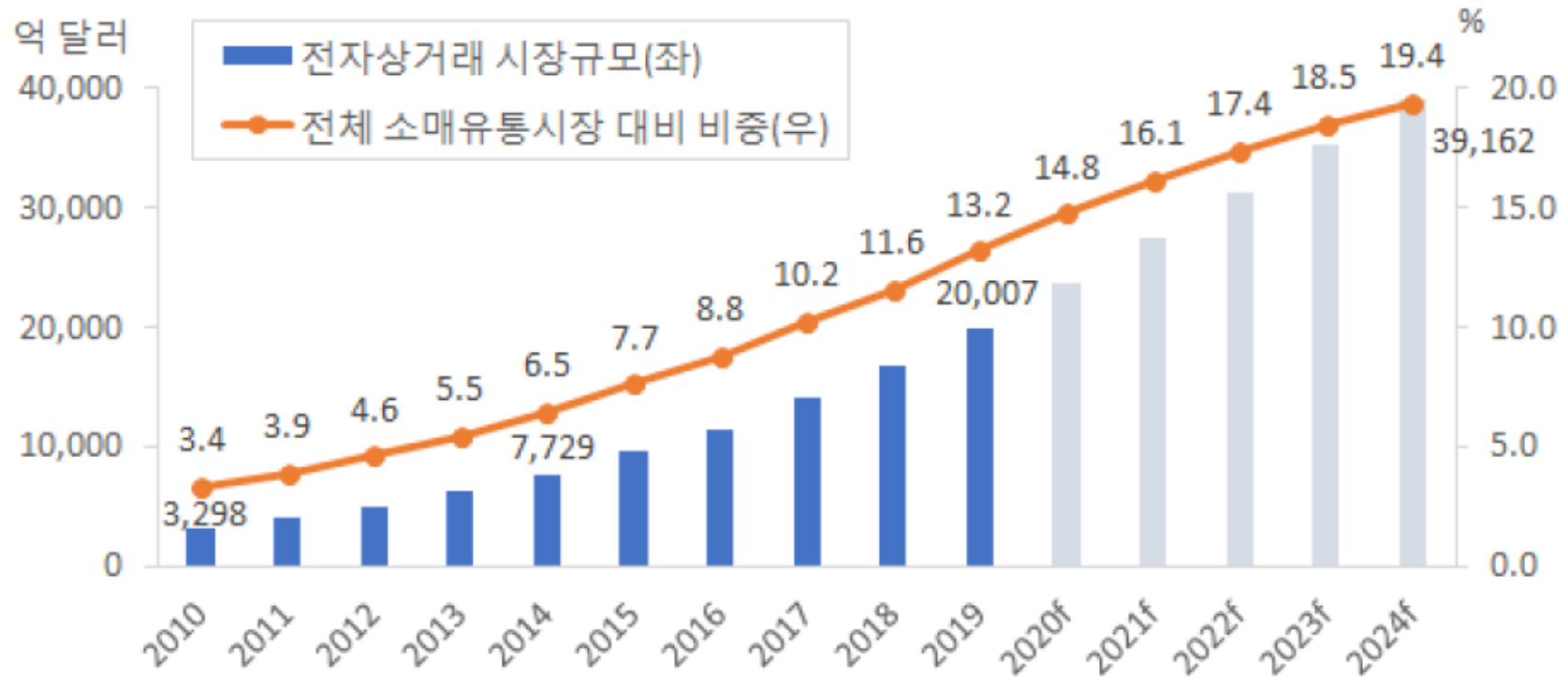
---

ckhong@ckbridge.co.kr

010.7349.1474

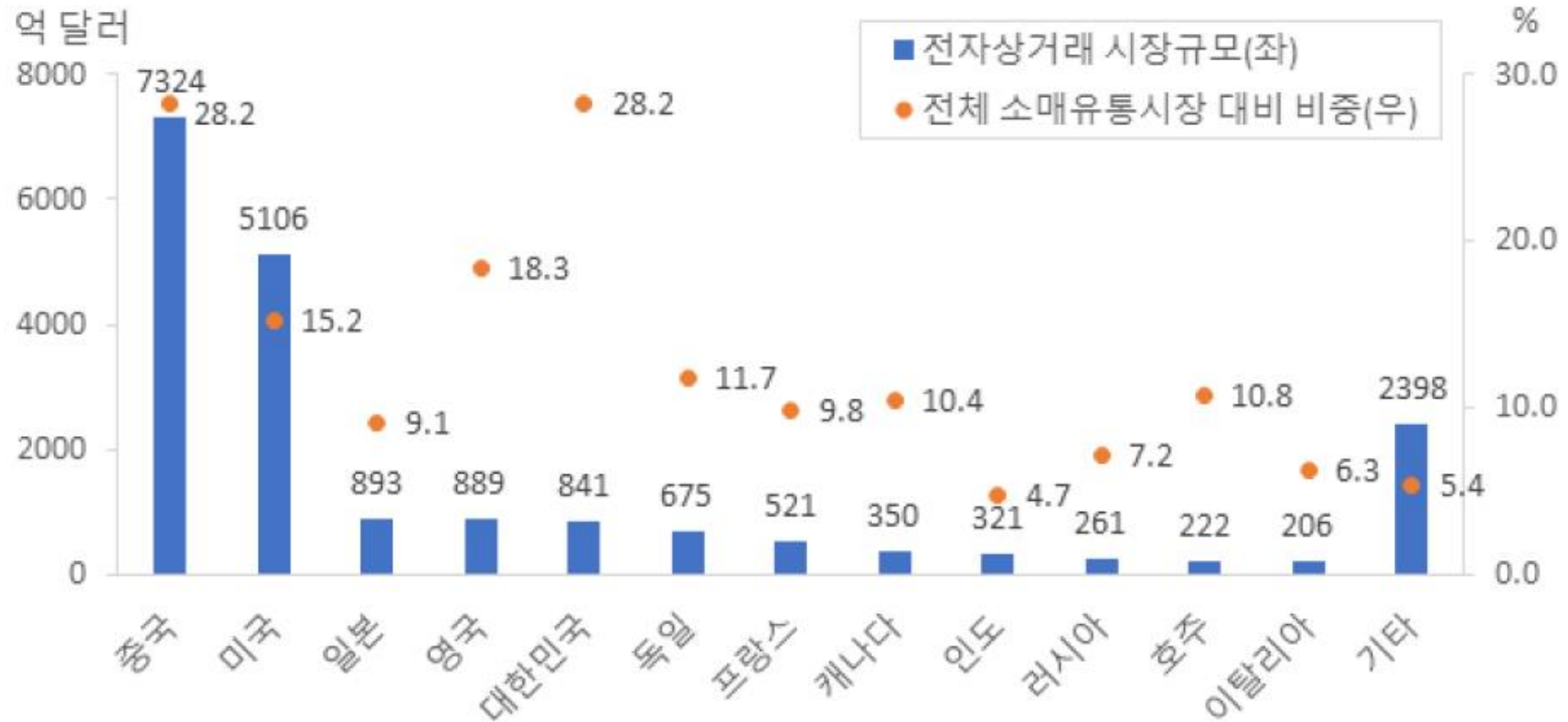
# 코로나 19를 계기로 전자상거래 시장의 성장은 더욱 가속화될 전망

<글로벌 전자상거래 시장 추이>



주 : '전자상거래' 는 PC, 모바일 등을 통해 웹사이트에서 이루어진 기업과 소비자 간(B2C) 소비재 거래를 포함하며, C2C 거래나 서비스(티켓, 여행상품 등), 자동차 거래 등은 제외  
 자료 : 유로모니터(2020년 1월 발표, 전망치에는 코로나19 확산 영향이 반영되지 않음)

## 주요국 전자상거래 시장 규모 및 비중(2019)

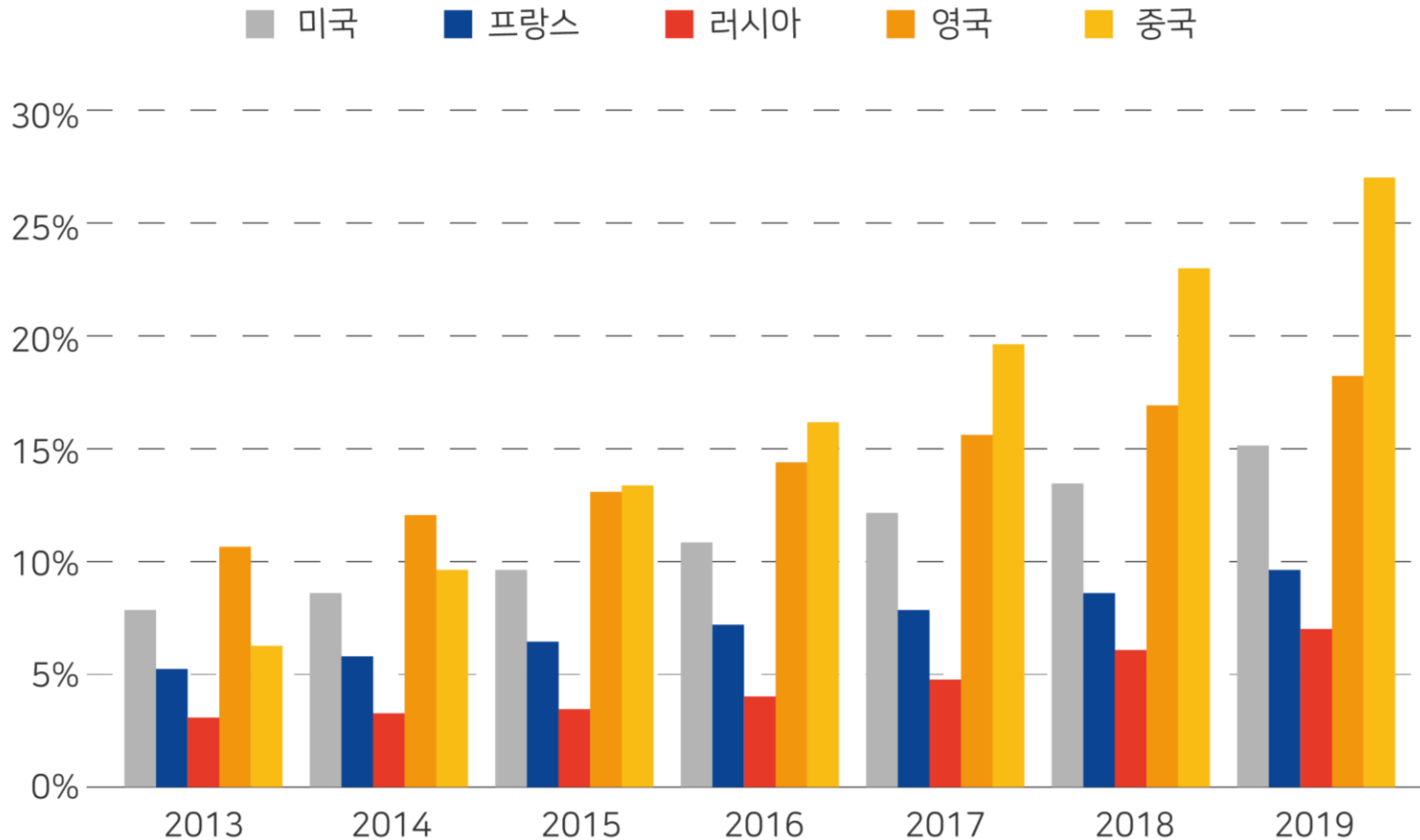


자료 : 유로모니터

2009년 전 세계 인터넷 사용자는 17억 7,200만 명으로 전체 인구의 25.8%에 불과했으나, 2019년에는 41억 3,100만 명(전체 인구의 53.6%)으로 급증  
 시장조사기관 이마케터에 따르면 2019년 온라인 쇼핑 인구는 약 19억 2,000만 명에 달하는 것으로 추정



## 주요 나라별 온라인 전자상거래 시장 증가율



세계적으로 전자상거래 시장은 계속 증가하고 있다.  
그 중에 중국은 가장 높은 것으로 뽑혔다(2019년 기준).

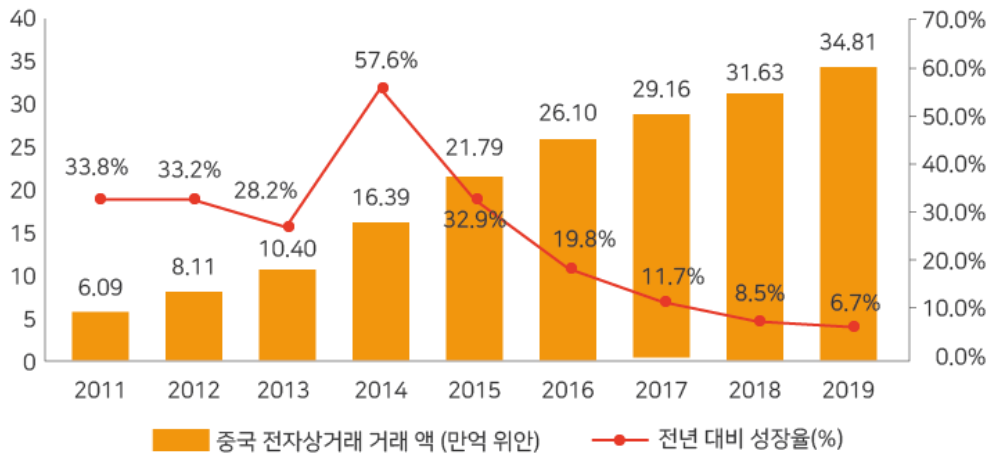
## 전세계 주요지역의 인터넷 이용률

지역	인구	인터넷 유저 수 (2020년 5월 31 기준)	이용률(%)	2000~2020년 성장률	인터넷 유저 수 전세계 비율
아프리카	13.4	5.27	39.3%	11,567%	11.3%
아시아	42.94	23.66	55.1%	1,970%	50.9%
유럽	8.35	7.28	87.2%	592%	15.7%
중남미	6.58	4.54	68.9%	2,411%	10.0%
중동	2.61	1.83	70.2%	5,477%	3.3%
북미	3.69	3.49	94.6%	223%	7.5%
호주	0.46	0.29	67.7%	279%	0.6%
세계 통계	77.97	46.48	59.6%	118%	100.0%

아시아 지역의 인터넷 사용 인구가 가장 많은 것으로 나타났고  
그 중, 중국이 인구 수가 많기 때문에 가장 유저수가 많은 것으로 예상됨

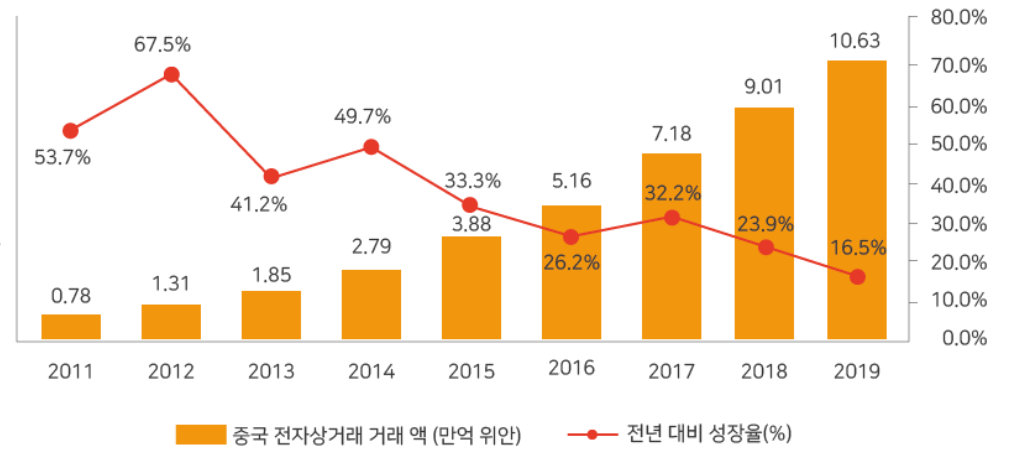
# 중국 B2B 전자상거래의 거래액이 B2C의 두배 초과

2011~2019년 중국 전자상거래 거래액



2011~2019년 중국 전자상거래 거래액

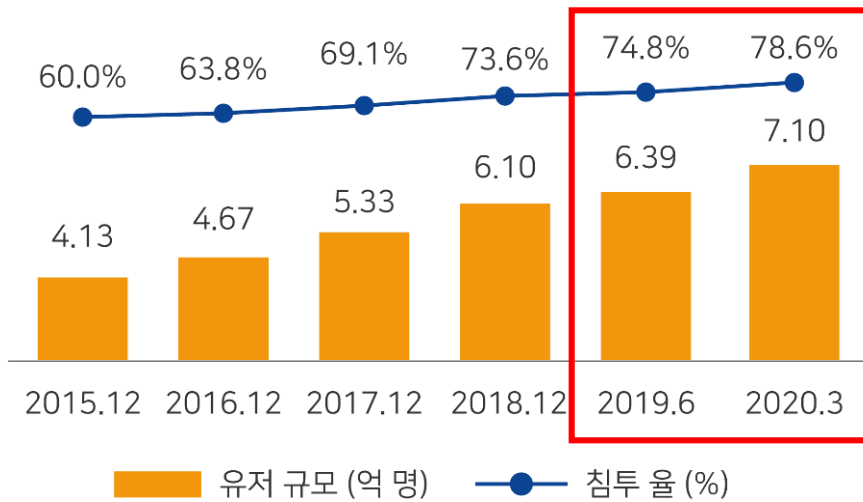
2011~2019년 중국 B2C 전자상거래 거래액



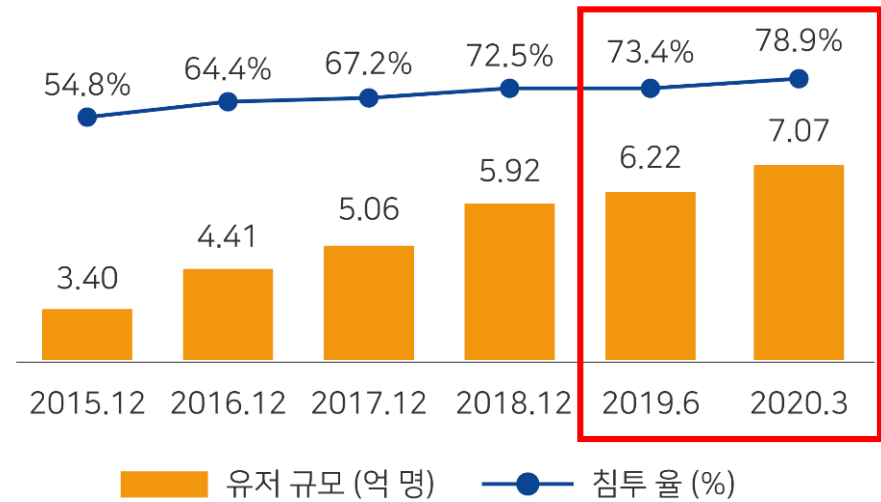
2019년 중국의 전자상거래액은 34.81만 억 위안으로 증가  
B2C와 B2B의 거래 액은 각각 10.63만 억과 24.18만 억 위안임

# COVID-19로 인해 소비패턴의 변화

2015.12~2020.03 온라인 쇼핑 유저 규모



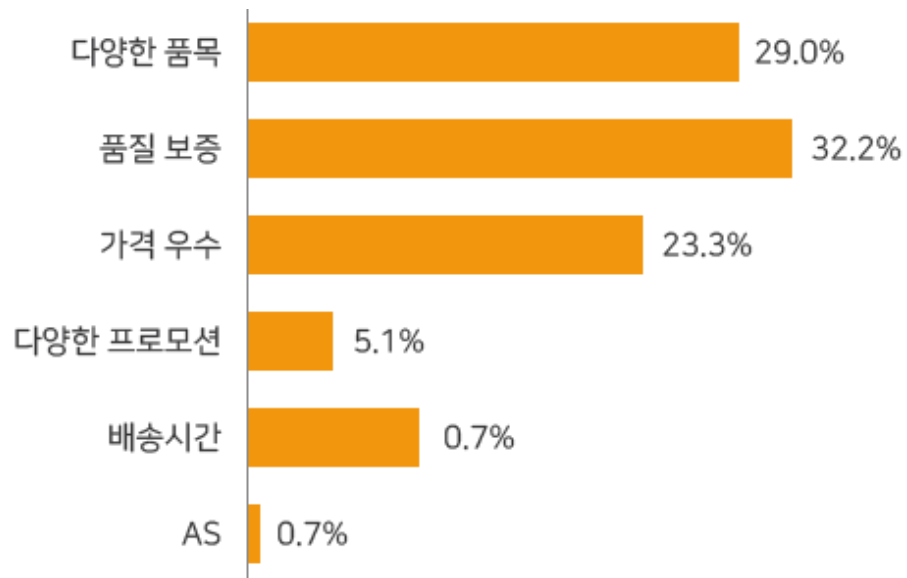
2015.12~2020.03 모바일 쇼핑 유저 규모



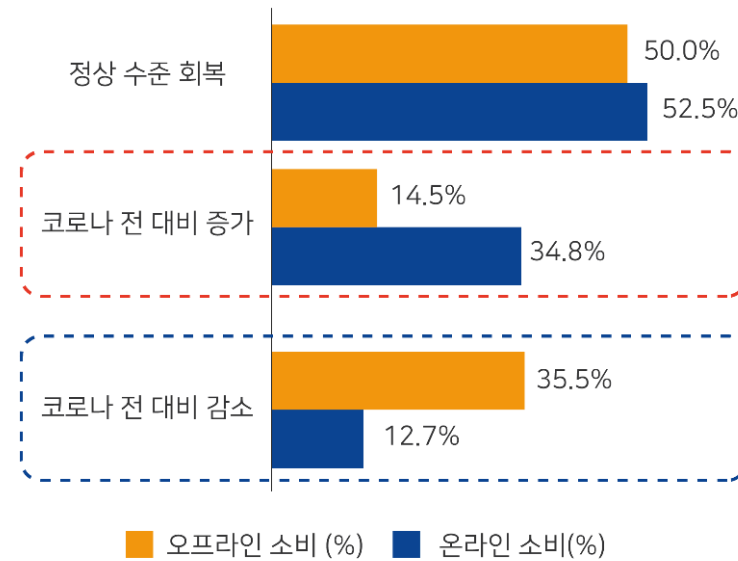
중국 온라인 쇼핑 유저가 지속적으로 상승하고 있는 것으로 나타났고  
특히, 최근 코로나19로 인해 급격히 증가하고 있음

# COVID-19로 인해 소비패턴의 변화

2020년초 코로나19 기간 소비자 온라인쇼핑 관심 요소



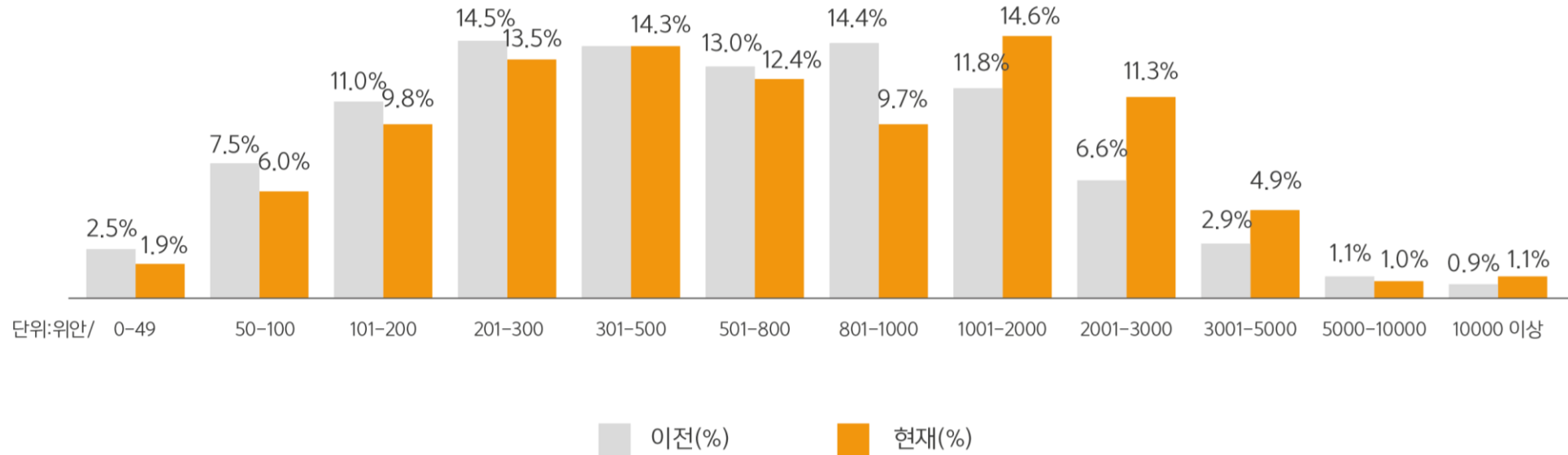
현재 온/오프라인 소비 점유율



코로나19로 인해 온라인 소비규모가 오프라인 소비 규모를 추월함

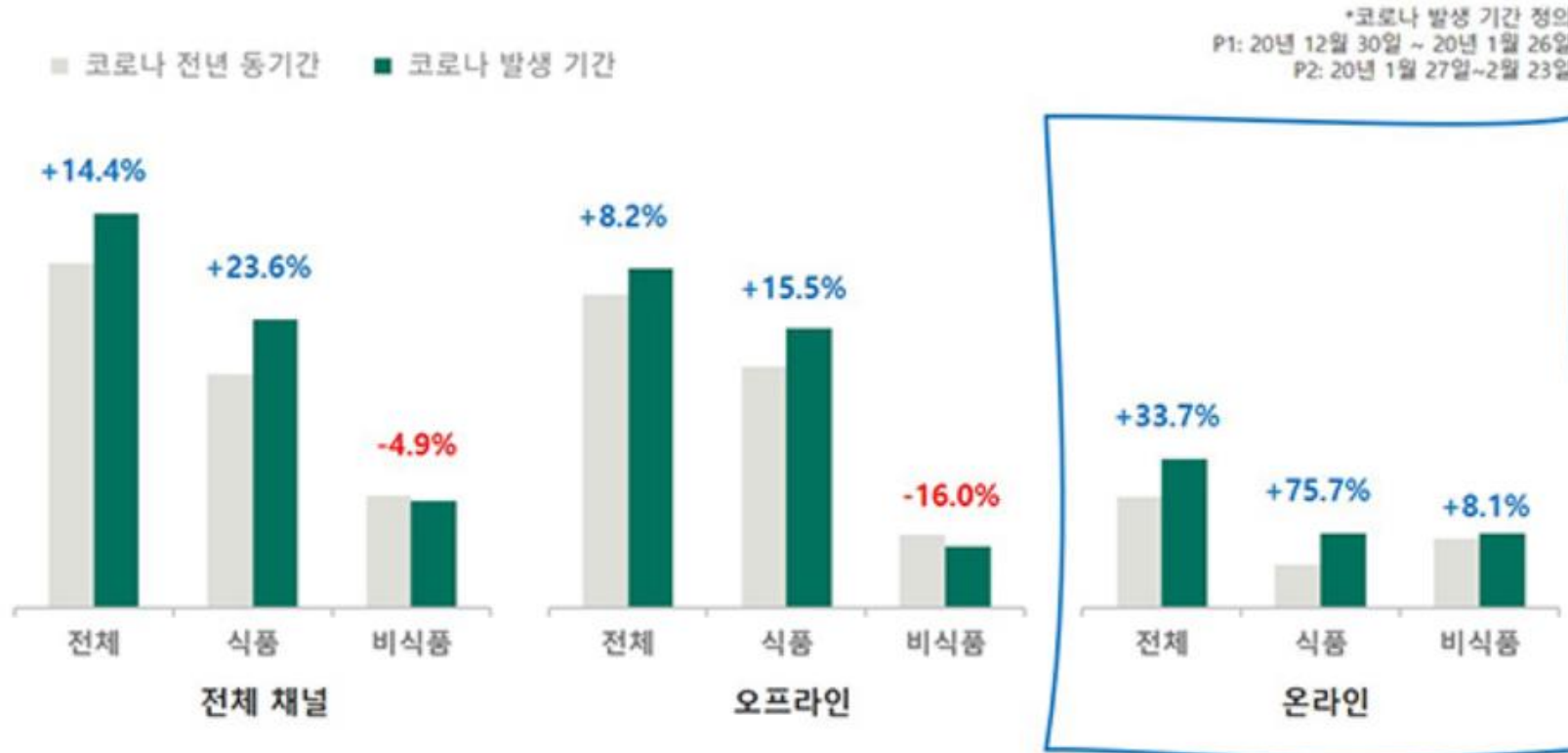
# COVID-19로 인해 소비패턴의 월 소비액 변화

## 코로나19로 인해 소비자의 월 소비액 변화



# 코로나로 국내 전자상거래 시장 폭풍 성장 .... 전년 동월 대비 33.7%

코로나 발생 전년 동기간(19년P1-2) vs 코로나 발생 기간(20년P1-2) 채널별 규모 성장률



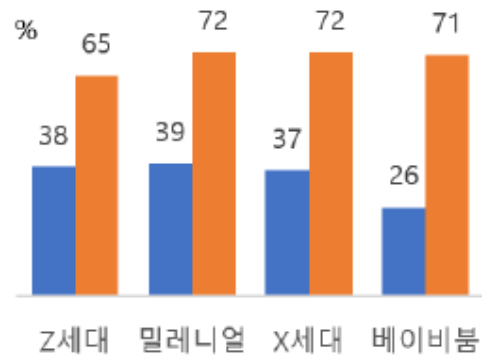
\*월드패널 사업부문 가구패널 데이터(5000가구) 기준

KANTAR

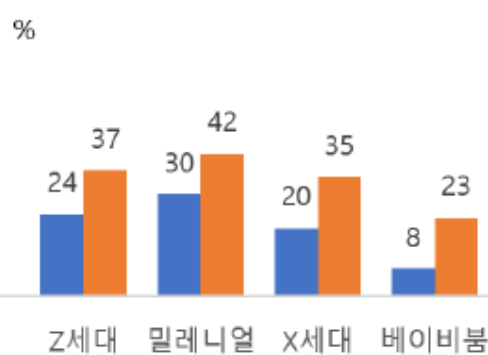


## <코로나19로 인한 연령층별 소비 행동 변화>

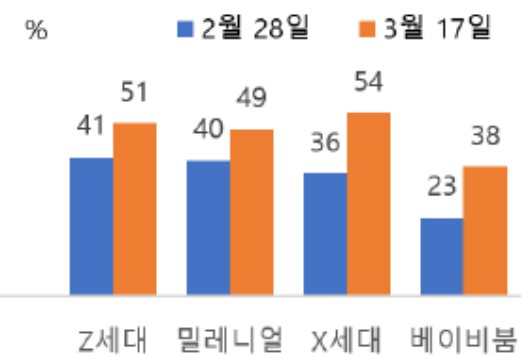
코로나19가 쇼핑 장소·방식에 영향을 미쳤다



코로나19로 온라인 쇼핑이 증가했다



코로나19로 지출액을 줄였다



주 : 각 세대별 출생연도는 1995~2012(Z세대), 1980~1994(밀레니얼), 1965~1979(X세대), 1946~1964년(베이비붐)  
 자료 : 퍼스트 인사이트

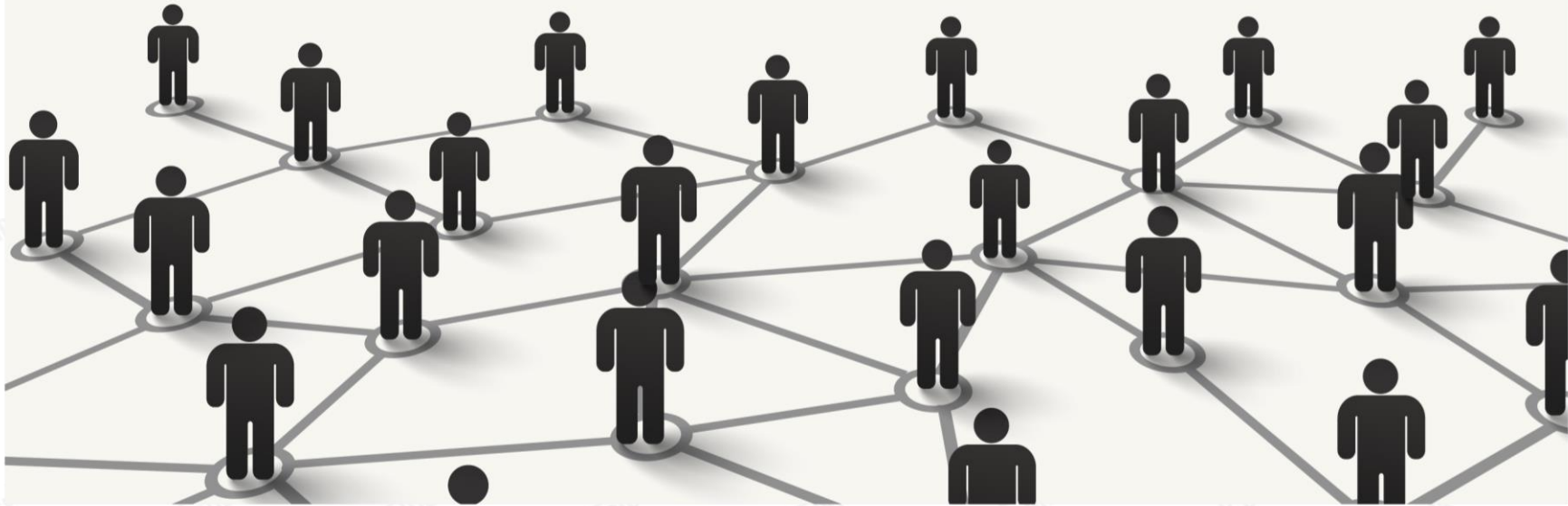
- 코로나 19 고위험군인 고령 소비자들이 온라인 쇼핑에 나서기 시작
- 고령 소비자의 온라인 쇼핑은 코로나 19 이후에도 이어질 전망

○ **알리바바닷컴 소개** | 코로나로 인한 언택트 이커머스 시장 현황



**전통적 무역 + 온라인 무역**

## Identifying “Qualified” Buyers As They Enter The Market



**B2B 제품 포스팅수 = 바이어발굴과 비례**

(제품) X (B2B 이커머스 페이지) = 수출

# 수출을 확대하려면 이제 디지털로 발견되어야 한다

얼굴 한 번 보지도 못하고, 만난 적도 없는데 온라인에서 디지털로 B2B 영업이 시작되고, B2B에서 검색하고, 제품 상세페이지를 비교해 보고, 정보를 취합한 뒤, 공급기업에게 연락해서 오퍼를 받고 협상을 통해 딜을 성사시키는 겁니다.

이러한 유연한 연결성, 즉, 정보공유와 지속적인 프로세스 개선이 '일상적인 비즈니스'로 자리잡아 운영효율을 실현해야 합니다. 공급망을 투명하게 그리고 디지털화 하도록 노력해야 합니다.

그것이 디지털 B2B마케팅의 전략입니다.

앞으로 기업은 최상의 경험을 디지털로 제공하는 능력은 중요하게 됩니다.

이것이 해외바이어를 끝없이 발굴해주는 영업비법입니다. 수출확대를 원하시면, B2B영업을 디지털화 하는데 투자하십시오



# 글로벌시장에서 비대면 온라인 무역의 중요성

## 알리바바 공식파트너사 CK Bridge '비대면(untact) 수출' 활동 One-stop 지원

최근 세계 각국에서 '코로나19 신종 바이러스' 감염자가 폭발적으로 증가하고 있습니다. 이로 인하여 국내뿐만 아니라 북미, 유럽, 중동, 동남아시아 등 수출기업의 비즈니스 대상이 되는 국가에서 사람과의 접촉을 최대한 줄이고 되도록 접촉하지 않는 '언택트(Untact) 문화'가 일상생활을 넘어서 비즈니스영역까지 확대되고 있는 상황입니다. 이 영향으로 일반소비자의 소비패턴과 글로벌 기업의 비즈니스가 오프라인에서 온라인으로 이동하여 소비자의 비대면 언택트(Untact) 소비와 기업의 비대면 언택트(Untact) 비즈니스가 급증하고 있습니다.

현재 글로벌 비즈니스는 코로나19의 확산으로 국내외 각종 오프라인 전시회와 수출상담회가 취소되고 있습니다.  
해외 전시회 참가와 현지시장 조사 등 정상적인 해외 마케팅이 힘든 시기입니다.  
그로 인하여 국내 수출기업들은 잠재적인 바이어를 만나기가 그만큼 어려워졌습니다.

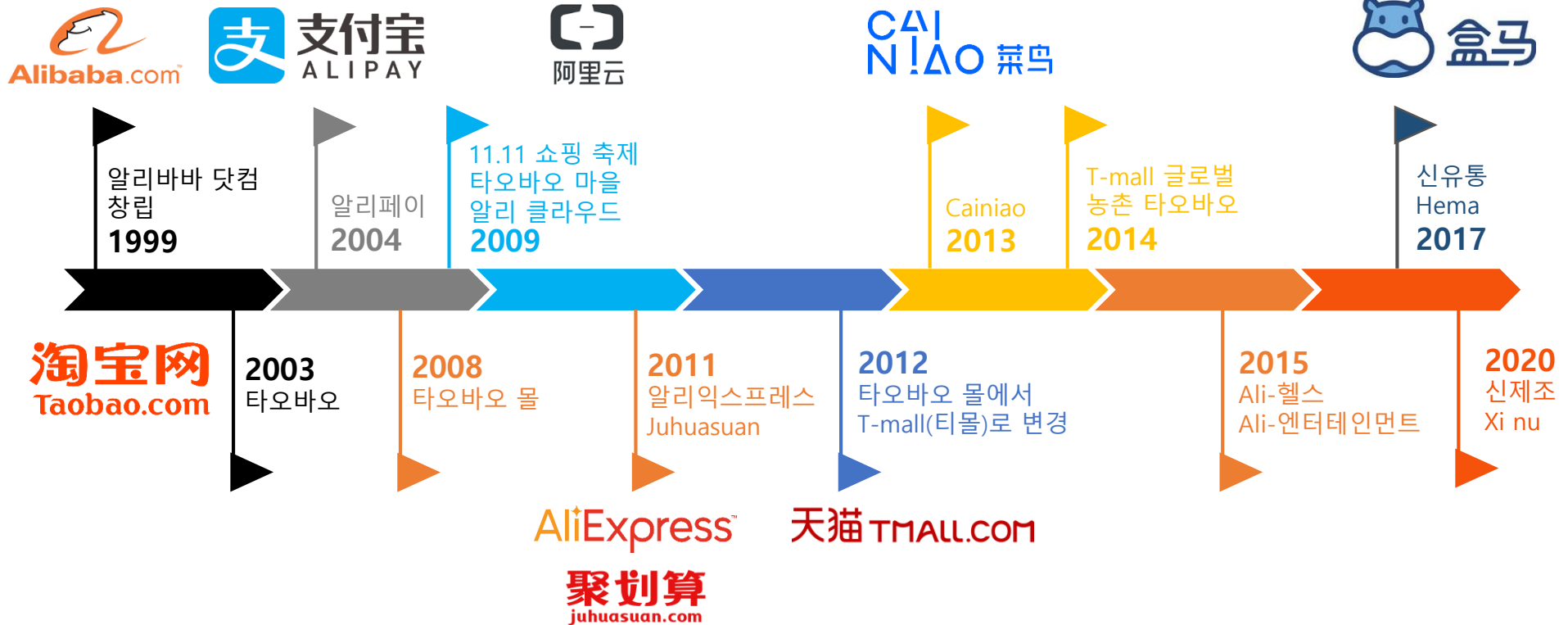
CK Bridge는 현재 글로벌 시장에서 필요한 B2B, B2C '비대면 온라인 무역 One-stop서비스'를 알리바바닷컴의 다양한 채널과 글로벌 네트워크 인프라를 통하여 귀 관에 속해있는 수출기업들의 성공적인 비즈니스를 지원하겠습니다.

○ 알리바바닷컴 소개 | 알리바바 그룹 개요



	B2B	B2C	C2C
GLOBAL			
CHINA			
S.E.ASIA			

# 알리바바닷컴 소개 | 알리바바 그룹 개요





## ○ 알리바바닷컴 소개 | 플랫폼 개요



해외 바이어를 끝없이 발굴해주는 B2B 온라인 플랫폼

글로벌 제조업 / 도매업은 이미 B2B 이커머스를 활용  
B2B 이커머스 시장은 B2C 이커머스 시장의 2.2배

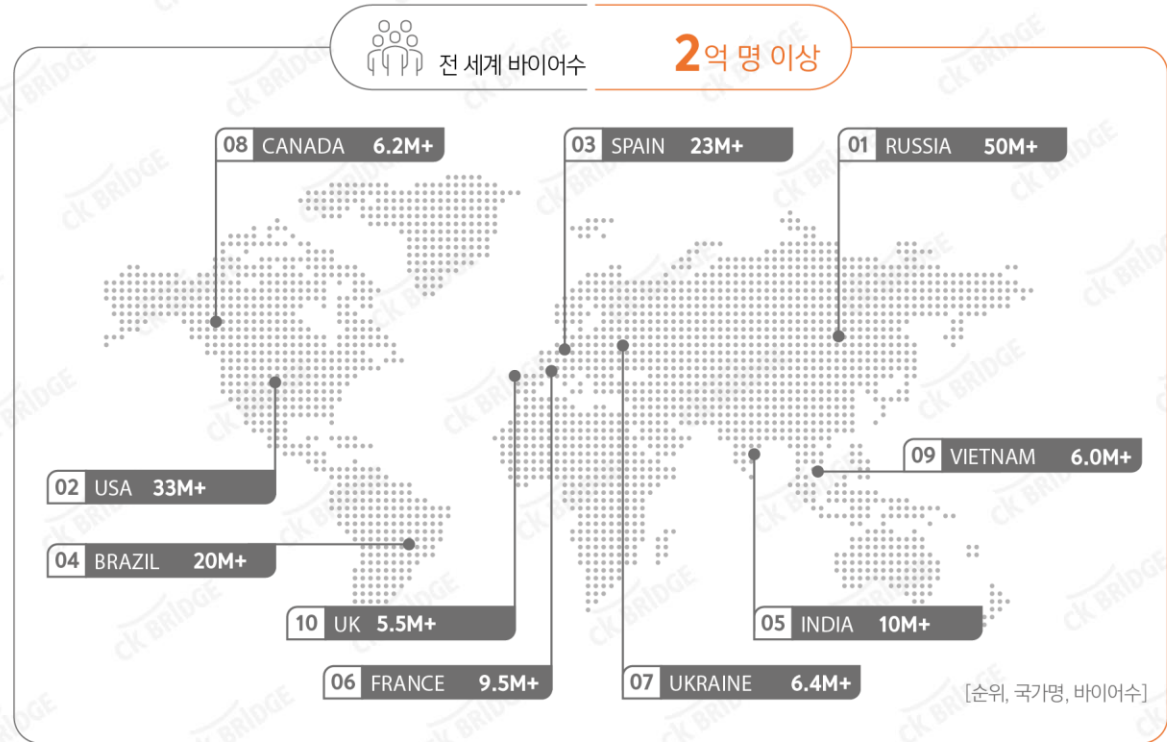
## 알리바바닷컴 소개 | 플랫폼 개요

### 알리바바닷컴은

알리바바그룹의 핵심 서비스로 1999년에 설립되어 전 세계 중소기업들이 비즈니스를 지원하는 글로벌 B2B 플랫폼입니다.

### Alibaba.com의 주요현황

- 200개국 이상의 수백만 바이어
- 40개 이상의 산업군
- 5,900개 이상의 제품 카테고리
- 500,000개 이상의 활발한 문의
- 170,000개의 글로벌 공급업체
- 16개국 언어로 된 실시간 채팅 번역



## GGG 소개 | 골드서플라이어 멤버십



### 골드서플라이어 멤버십 (Global Gold Supplier Membership)

- 알리바바닷컴이 운영하는 최상위 유료 회원제로 검색 상위 노출, 기업별 미니 웹사이트 부여, 등록상품 무제한 등 각종 혜택 제공

장점(혜택)	프리미엄 패키지	스탠다드 패키지	무료회원
검색 상위랭크	1순위	2순위	노출불가
상품 등록개수	무제한	무제한	-
구매요청 건적산출	Y	Y	-
기업별 웹사이트	Y	Y	-
1:1 CS 지원	Y	Y	-
사진저장용량	5GB	3GB	150MB
동시 접속 서버 계정	5개	5개	-

# GGG 소개 | 유료회원 안내

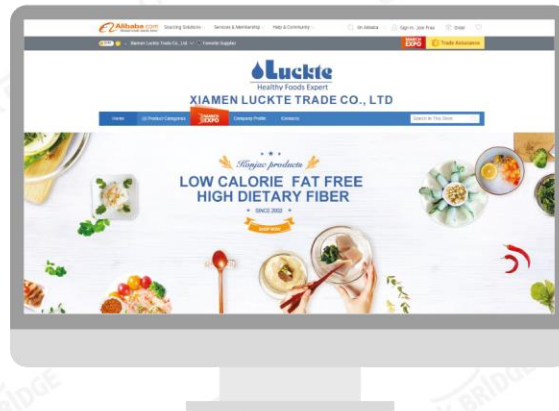
## 01 기업 인증 마크 제공

- Alibaba 및 3자 인증기관의 기업 인증
- 서플라이어에 대한 바이어의 신뢰도 향상
- 85%가 넘는 바이어가 GGS회원과의 거래를 선호

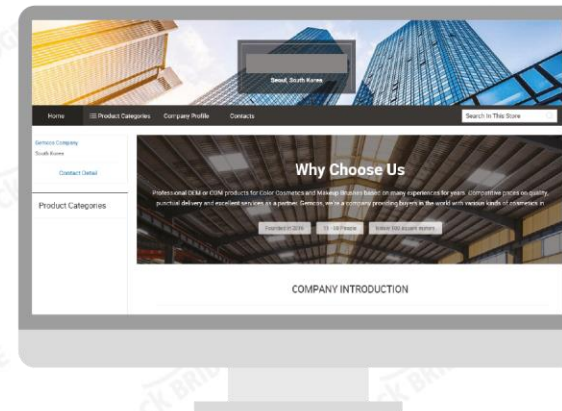


## 02 맞춤형 미니사이트 Minisite

- 기업 맞춤형 온라인 배너와 배경 디자인 제공
- PC 버전과 모바일 버전이 다른 미니사이트 디자인
- 회사 프로필 추가 가능



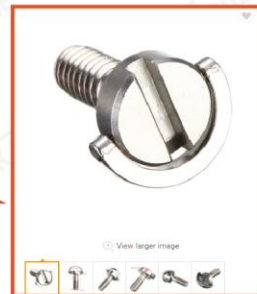
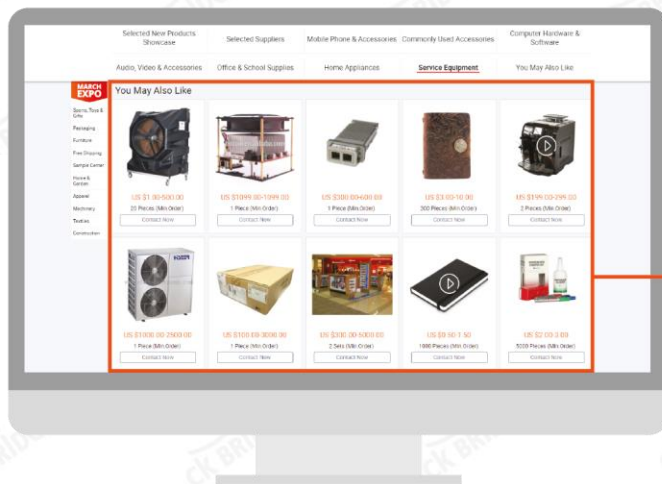
**유료회원** 회사의 상품과 특성에 따른 맞춤형 디자인으로 기업에 대한 신뢰도와 바이어의 관심을 증대 가능



**무료회원** 정해진 포맷에 간단한 내용과 정보만 기입가능하고 디자인 편집이 불가능하여 기업 정보 전달이 어려움

## 03 쇼케이스 Showcase

- 유료회원(GGS)만 이용 가능한 서비스
- 미니사이트와 고객 검색 시에 supplier의 상품을 강조하기 위한 상품 랭킹 서비스
- Showcase 상품은 바이어로부터 100배 많은 view&click 확보 가능 (쇼케이스 미지정 상품 대비)



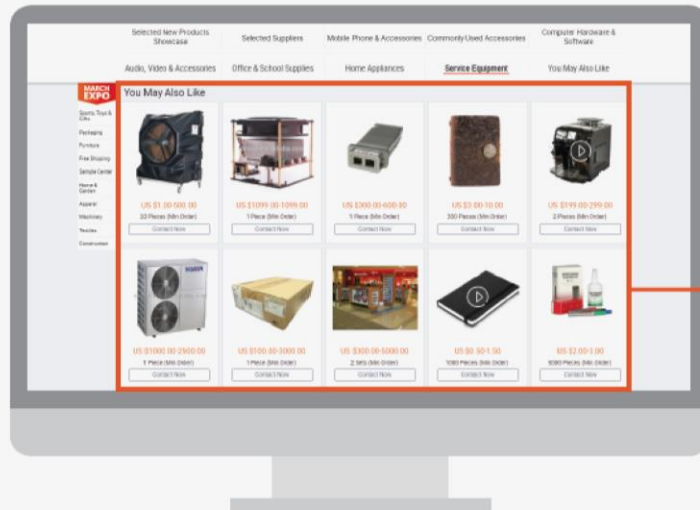
- 최초 검색 시 다양한 상품의 이미지가 고객에게 쉽게 노출되며, 미니사이트에서도 배치 가능
- 골드 서플라이어 단계가 높을수록 쇼케이스 개수 증가
- 무료회원은 제공되지 않음



## ○ 알리바바닷컴 안내 | 쇼케이스

### · 쇼케이스(Showcase)는 무엇인가?

- 유료회원(GGS)만 이용 가능한 서비스
- 미니사이트와 고객 검색 시에 supplier의 상품을 강조하기 위한 상품 랭킹 서비스
- Showcase 상품은 바이어로부터 100배 많은 view&click 확보 가능 (쇼케이스 미지정 상품 대비)



· 최초 검색 시 다양한 상품의 이미지가 고객에게 쉽게 노출되며, 미니사이트에서도 배치 가능

· 무료회원은 제공되지 않음

## ○ 알리바바닷컴 안내 | Keyword Advertising

키워드(Keyword)는 바이어의 유입을 이끌어내기 위한 핵심 단어 및 문구



### Keyword Advertising (KWA) 키워드광고란 ?

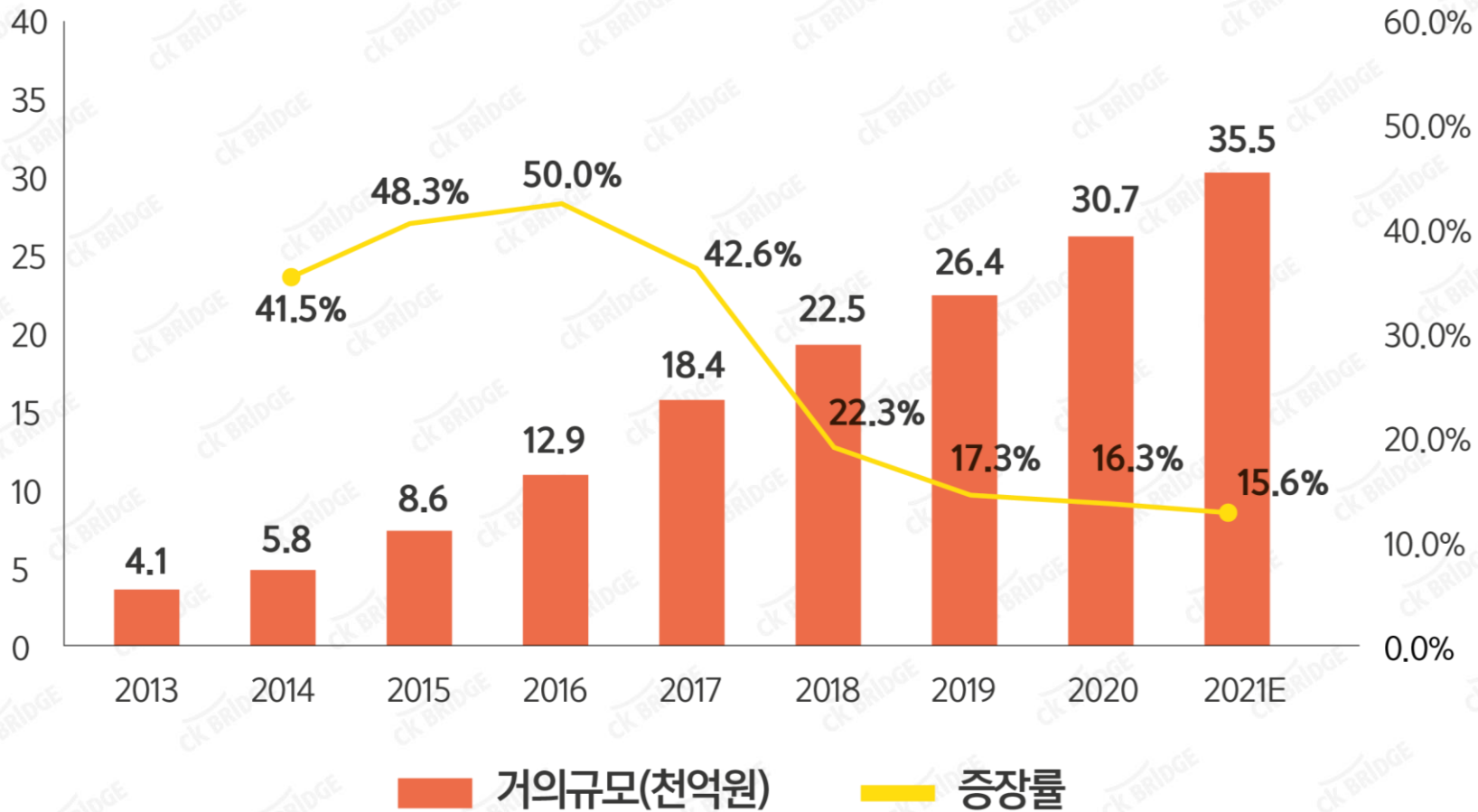
키워드 입찰 방식을 통하여 알리바바닷컴 내에 등록하신제품을  
PC 웹 및 모바일 앱에서 검색 결과 첫 페이지 최상단에 노출 시킬 수 있는 유료 광고 서비스 입니다.  
검색 첫 페이지 노출을 통해 더 많은 제품 노출과 클릭 수, 인콰이어리를 받아 거래 성사율을 높일 수 있습니다.

\*실제 광고 키워드 서비스를 통해 부수 및 인콰이어리 상승 사례 多



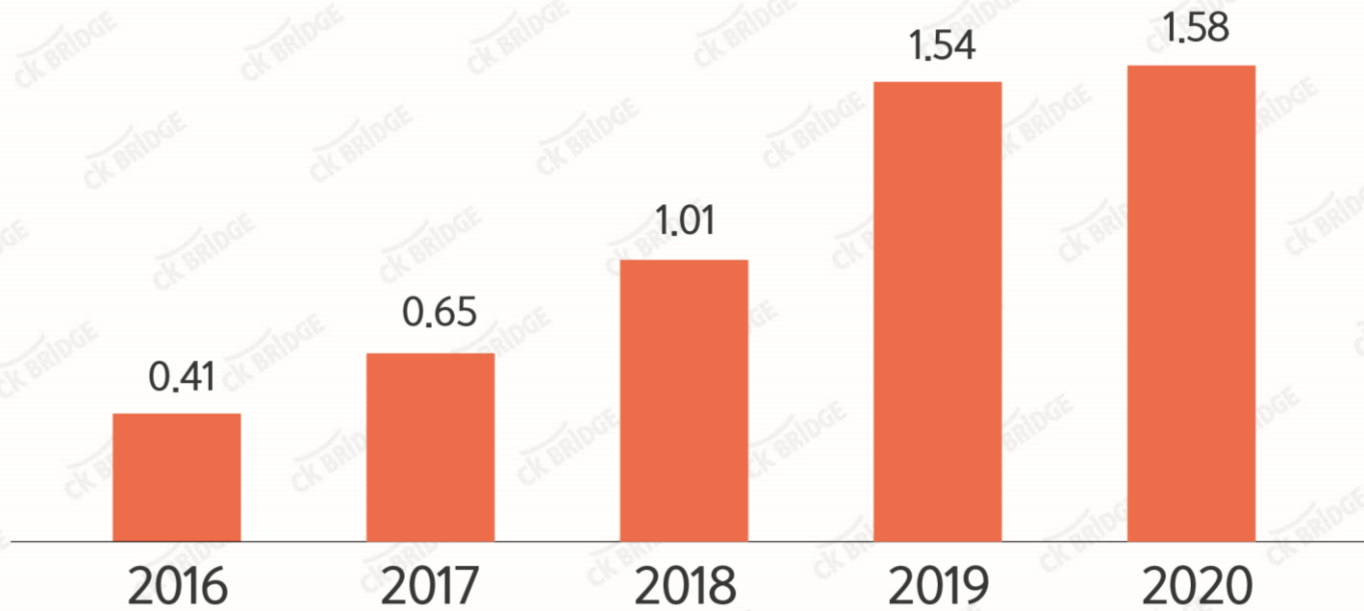
# 중국 수입 크로스보더 온라인 시장 코로나 이후 급성장할 전망

## 2013-2021년 중국 수입 전자상거래 시장 규모 및 성장률



## 중국 소비자 해외 직구 수요 지속적으로 성장

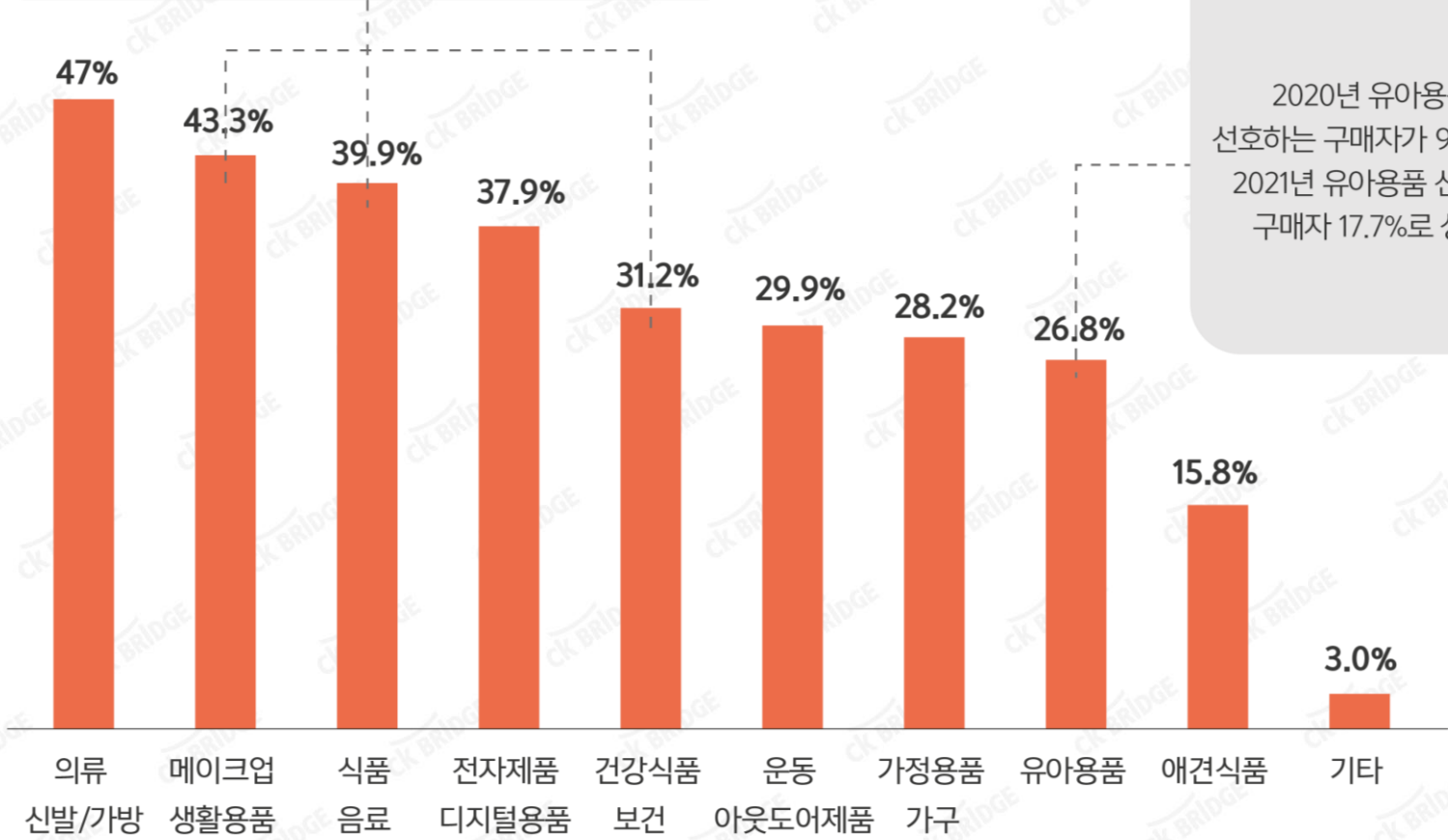
2016-2020년 중국 해외구매자 규모 및 예측(억명)



# 중국 수입 크로스보더 사용자가 브랜드에 대한 선호도 높다

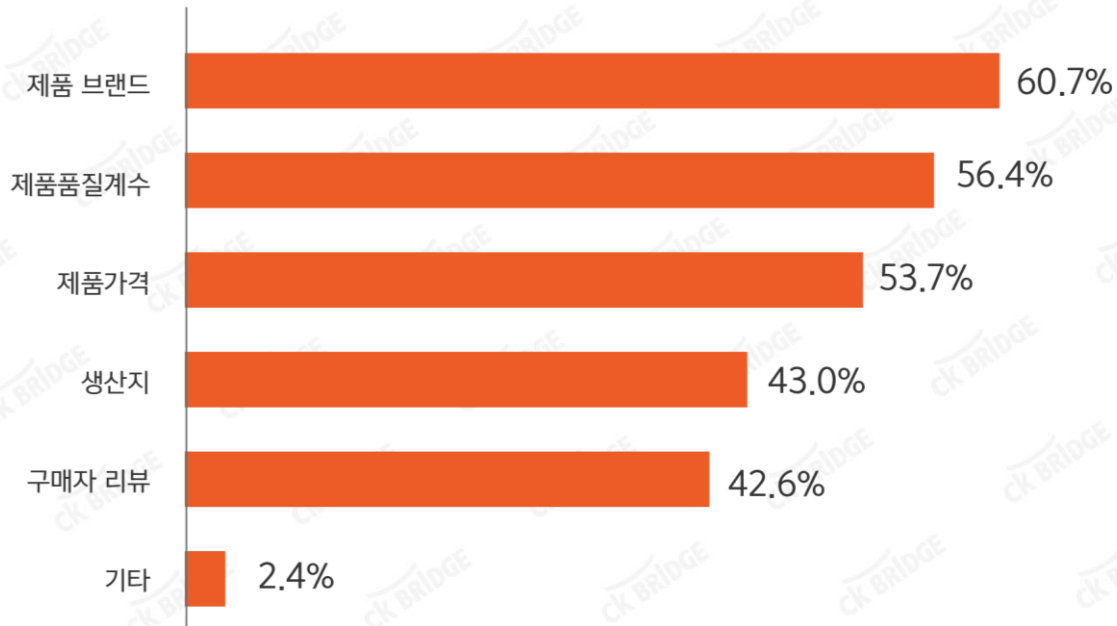
2020년 대비 2021년 ‘뷰티 케어’, ‘식품음료’, ‘영양 보건’의 각 선호도가 7.3%, 17.2%, 5.2% 하락

2020년 유아용품을 선호하는 구매자가 9% 차지함. 2021년 유아용품 선호하는 구매자 17.7%로 상승함.



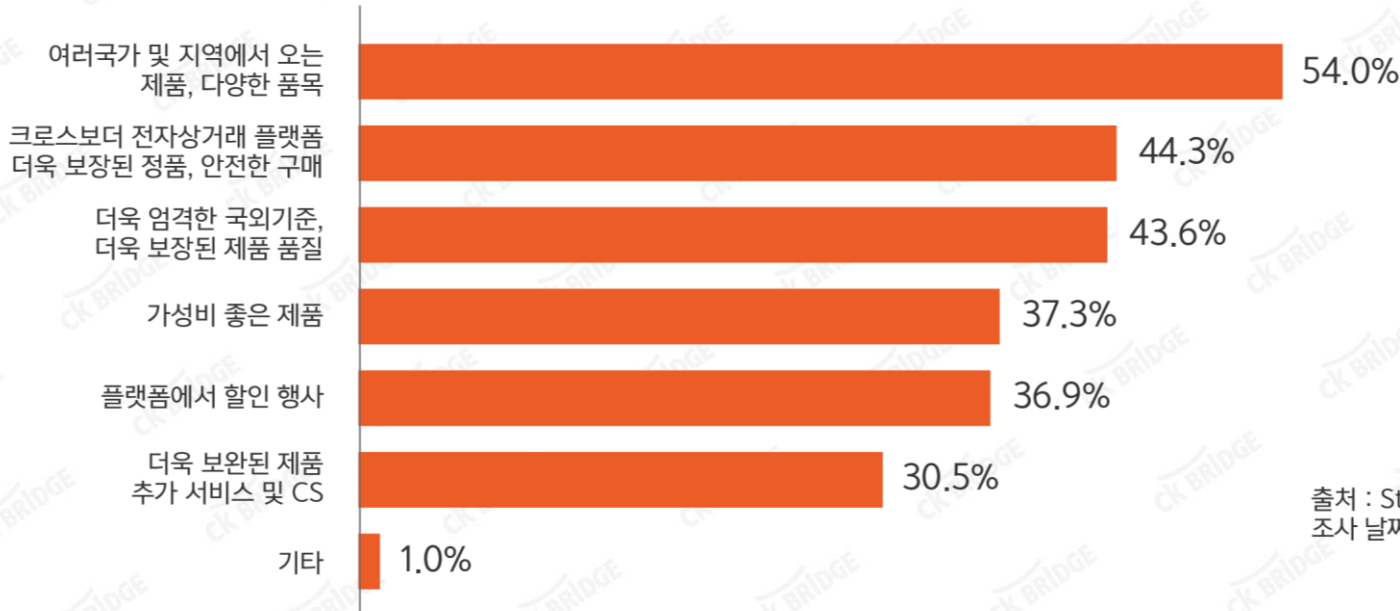
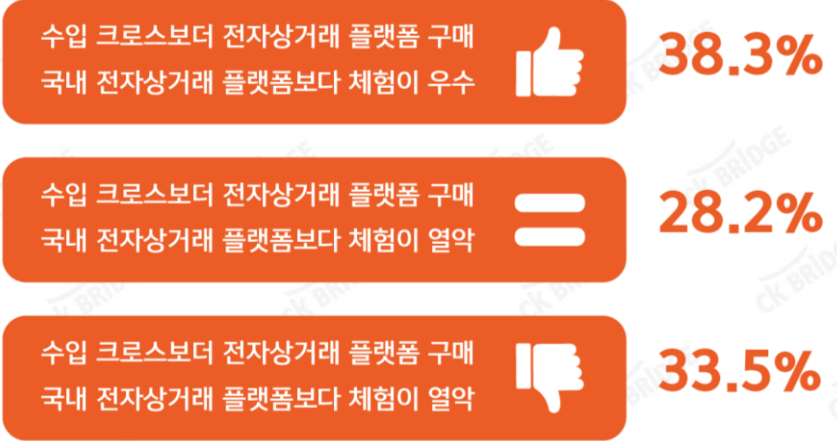
## 중국 수입 크로스보더 사용자가 브랜드의 힘을 더 신뢰

2021년 중국 수입 크로스보더 사용자 제품 구매할 때 고려하는 요인



# 수입 크로스보더 구매채감은 내수 쇼핑몰 보다 높다

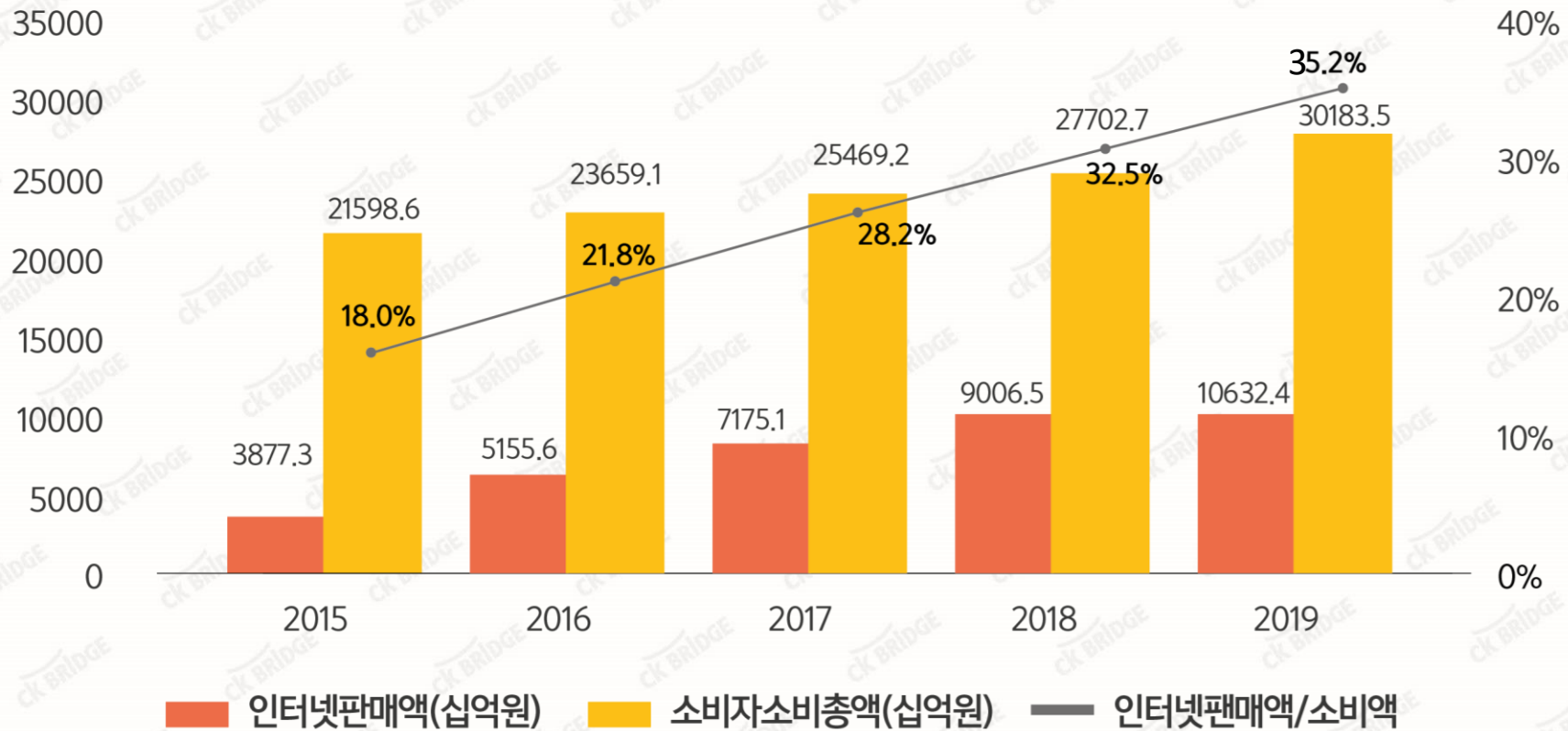
## 2021년 중국 수입 크로스보더 사용자 쇼핑 플랫폼에 대한 장단점 평가



출처 : Strawberry Ple  
조사 날짜: 2021년 1월

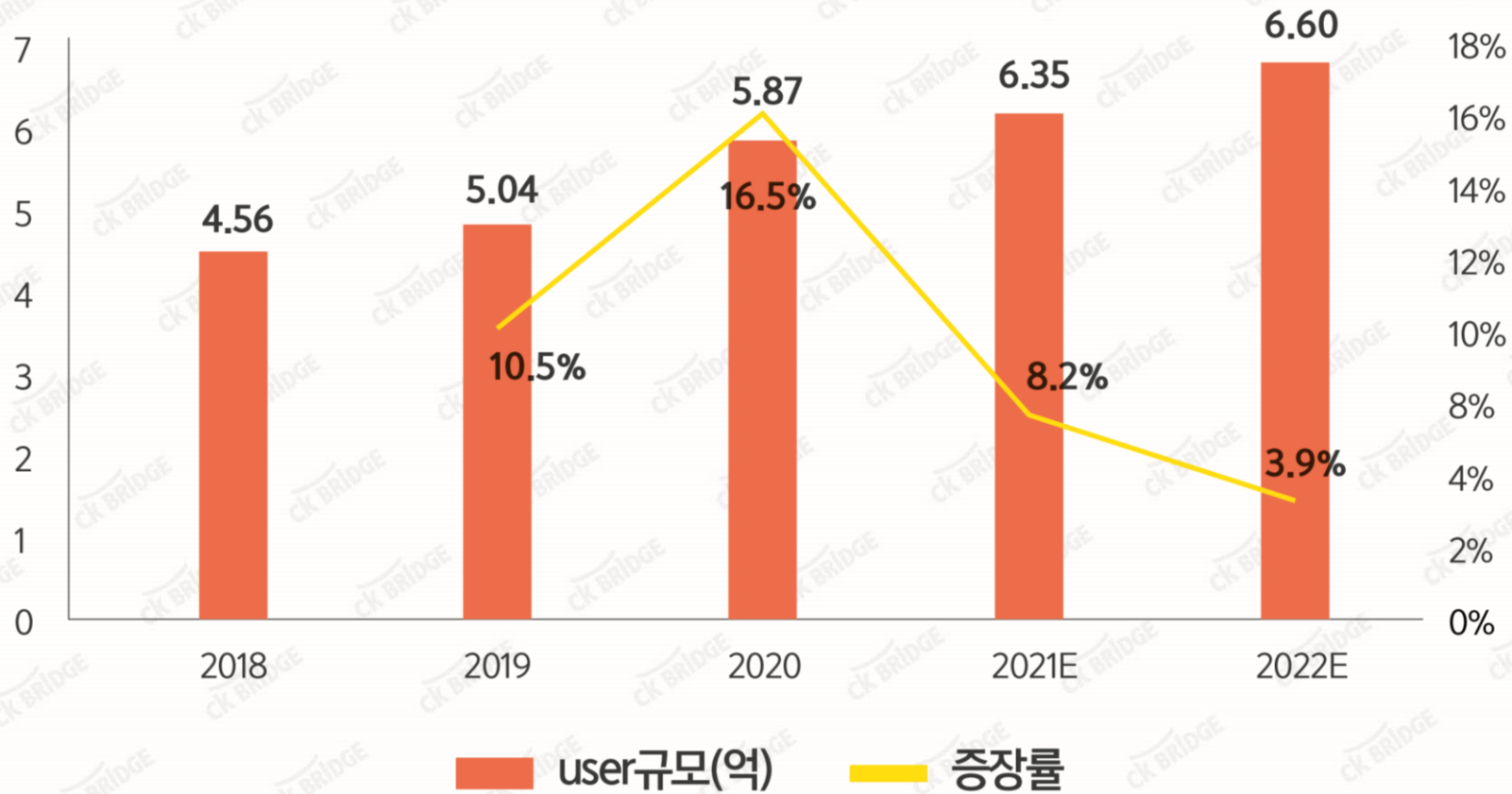
## 2020년 중국 온라인 라이브 사업군의 경제환경

### 2015-2019년 중국의 온라인 소매 총액과 주민 소비 지출 총액 및 비율



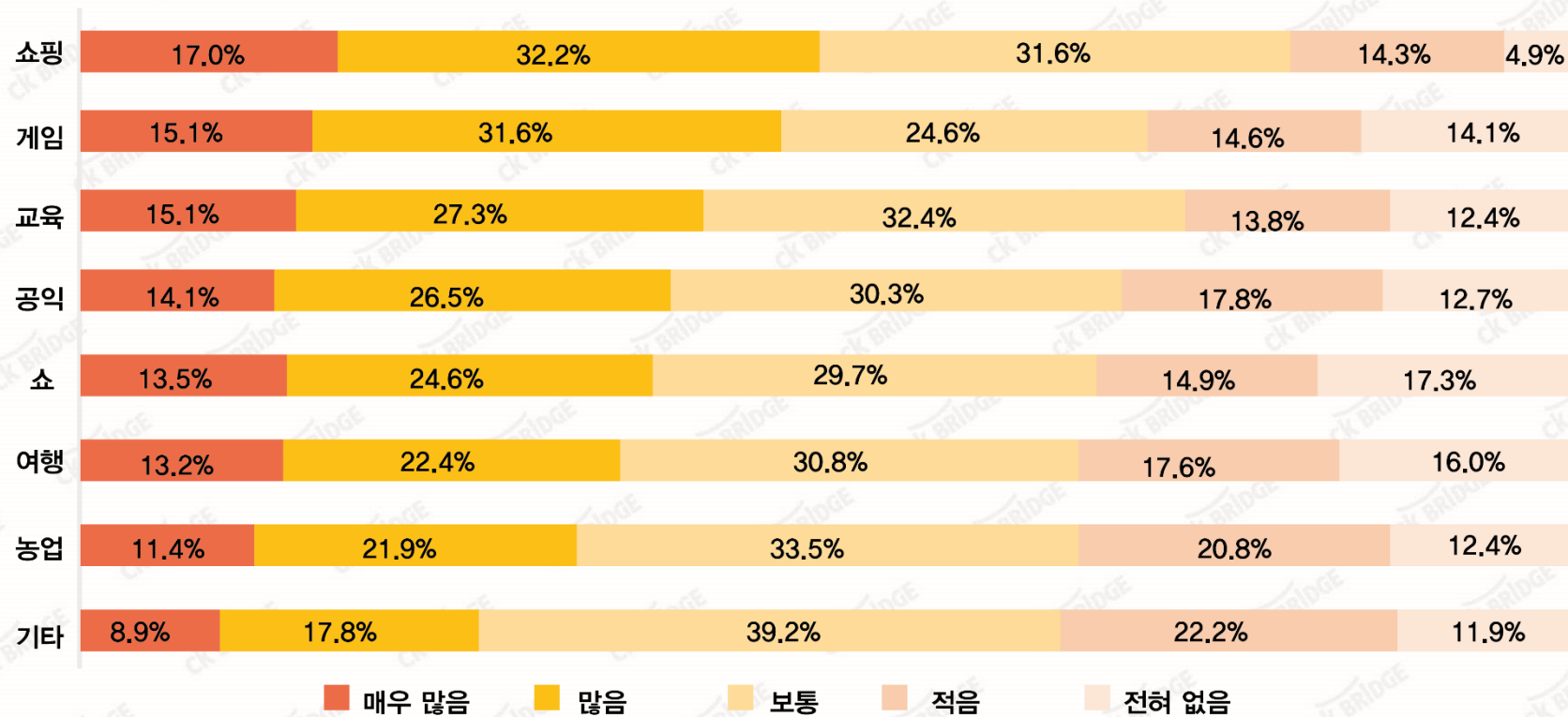


## 2020년 중국 온라인 라이브 방송 사업의 사용자 규모 및 성장률 예측



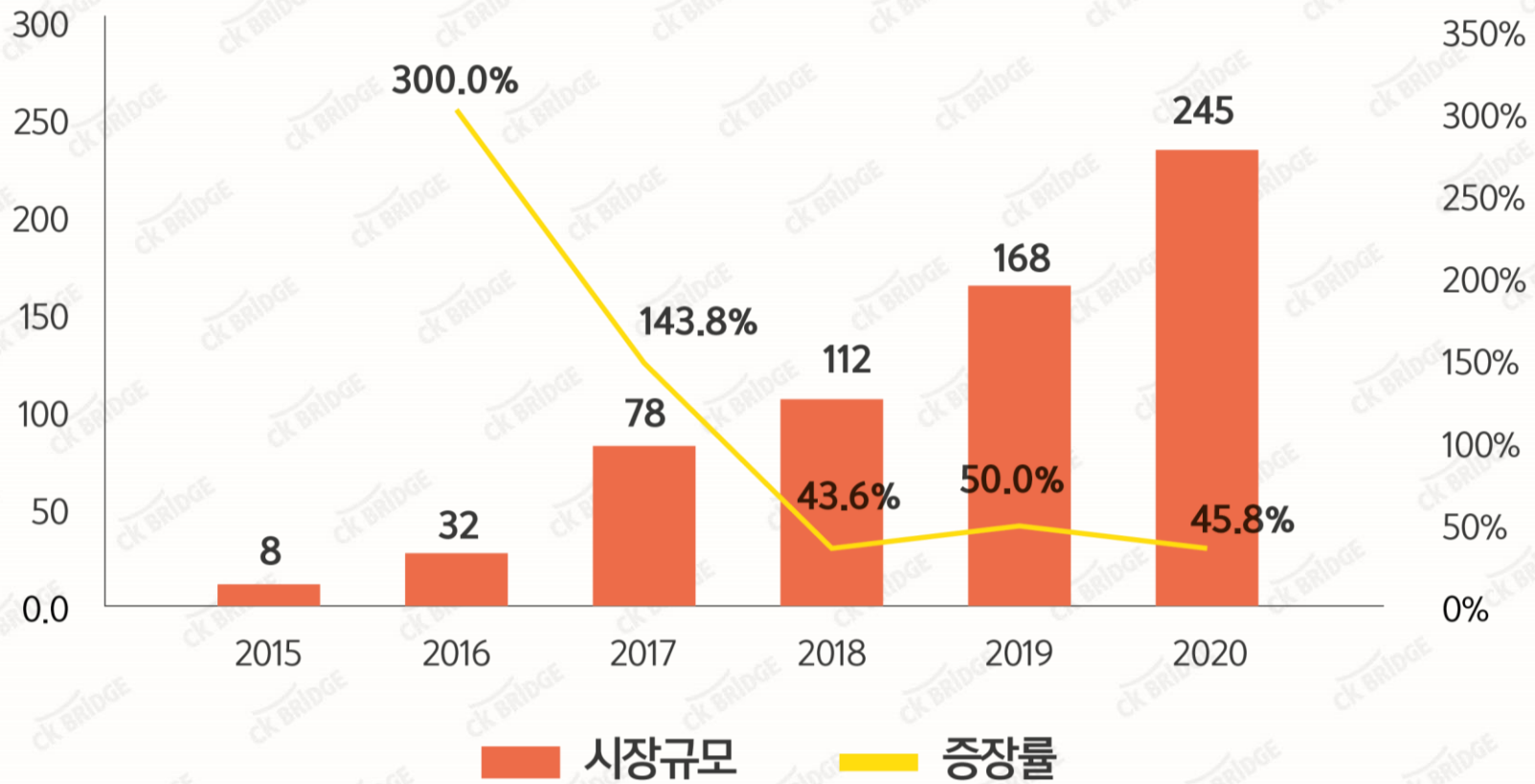


# 50%이상의 라이브 방송 이용자들은 이커머스 라이브 쇼핑을 한다



## 2020년 중국 온라인 라이브 방송의 핫 키워드: MCN

### 2015-2020년 중국MCN시장 규모



## 2. Taobao



### > 타오바오 스토어 오픈

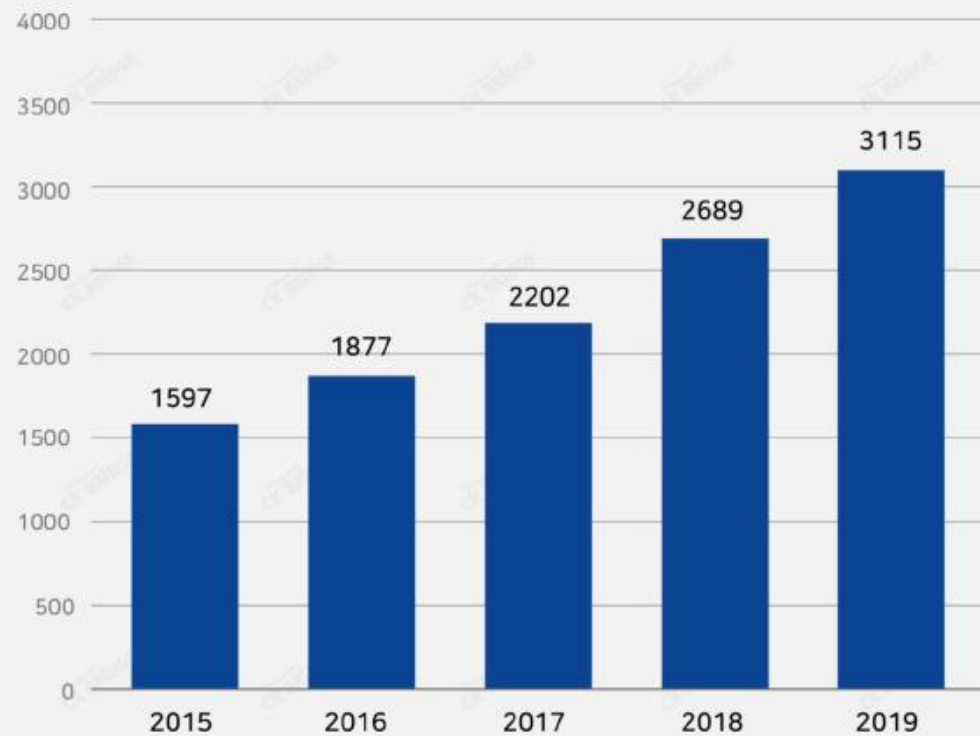
개별상품이 아닌 쇼핑물 중심/눈길을 사로잡을 디자인 필요  
팔로우하는 회원 관리 중요/신용등급에 따른 소비자의 신뢰도가 매우 높음  
소비자 니즈에 맞게 빠른 배송시스템 요구

### > 한국 제품의 경쟁력

프리미엄/지능화된 상품/천연 에코제품 선호  
중국 거대시장 진출 꿈의 첫단추  
한국 유명 브랜드 광군제 하루 매출 500억원 달성  
(한류 마케팅에도 든든한 플랫폼)

## 2. Taobao

2015~2019년 타오바오 매출 현황 (단위 : 억 위안)



## 2. Taobao

- 스토어의 기본 정보 입력
- 상품 등록
- 스토어 인테리어
- 마케팅과 홍보
- 배송관리
- CS



아리왕왕

치엔니유

## 2. Taobao

### 스토어 마케팅 방법



#### SNS

위챗, 웨이보



#### 쿠폰

할인 쿠폰 발급, 무료 배송



#### 광고 및 프로모션

여성의 날, 단오절, 먹방데이  
고백의 날, 618 연중세일, 국경절, 광군제 등



#### 라이브 센터

타오바오 라이브, 왕홍 방송  
성공사례) 동대문에 온 23세 중국청년, 한달에 1억 번는 비결은?  
최대 10만명 시청/ 한국제품의 경쟁력/ 시청자들과의 소통



### 3. Tmall Global

티몰 글로벌은 2014년 02월 19일 정식 오픈하였고, 중국 소비자에게 해외 정품 상품을 판매하기 위해 만든 해외 직구 플랫폼이다.

공식 사이트 <https://www.tmall.hk/>

티몰에서 상품 조회하면 티몰글로벌에 입주 상품도 자동 검색 됨.

	Tmall	Global Tmall
주 판매상품	중국산 제품	해외 상품
배송 방식	중국내 택배	직구/보세창고 발송
비용	★★★★★	★★★★★
진입 용의도	★★★★★	★★★★★
주체	중국 사업자	해외 사업자

### 3. Tmall Global



약 83조7972억원

#### 2020 광군제 하이라이트

- 25만 브랜드 넘게 참가, 31,000개 해외 브랜드 중에 2,600개는 광군제 처음 참가.
- 357개 신규 브랜드가 해당 카테고리의 판매 1위로 올라갔고, 1,800 여개의 브랜드의 판매기록은 작년대비 증가하였고, 이 중에 94개의 브랜드의 매출액은 작년대비 1,000% 상승하였다.
- GMV기준으로, 국가 별 제품 판매 1위는 미국, 그 외에는 호주, 캐나다, 프랑스, 독일, 이탈리아, 일본, 한국, 뉴질랜드 및 영국 등 나라의 제품 많이 판매되었다.



# 중국 유통시장 트렌드

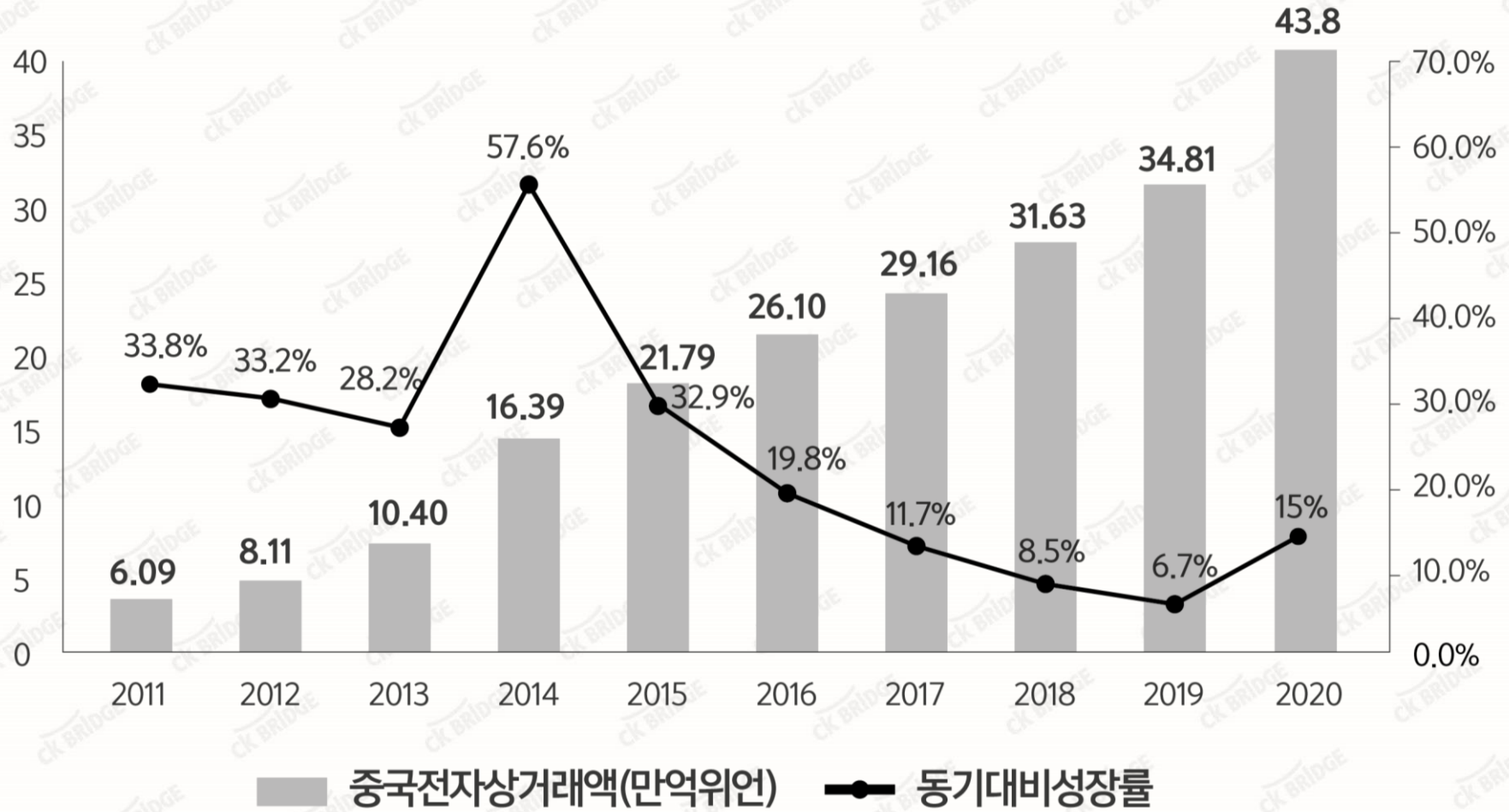
**ck BRIDGE**

 Alibaba.com |  ck BRIDGE  
Authorized Channel Partner

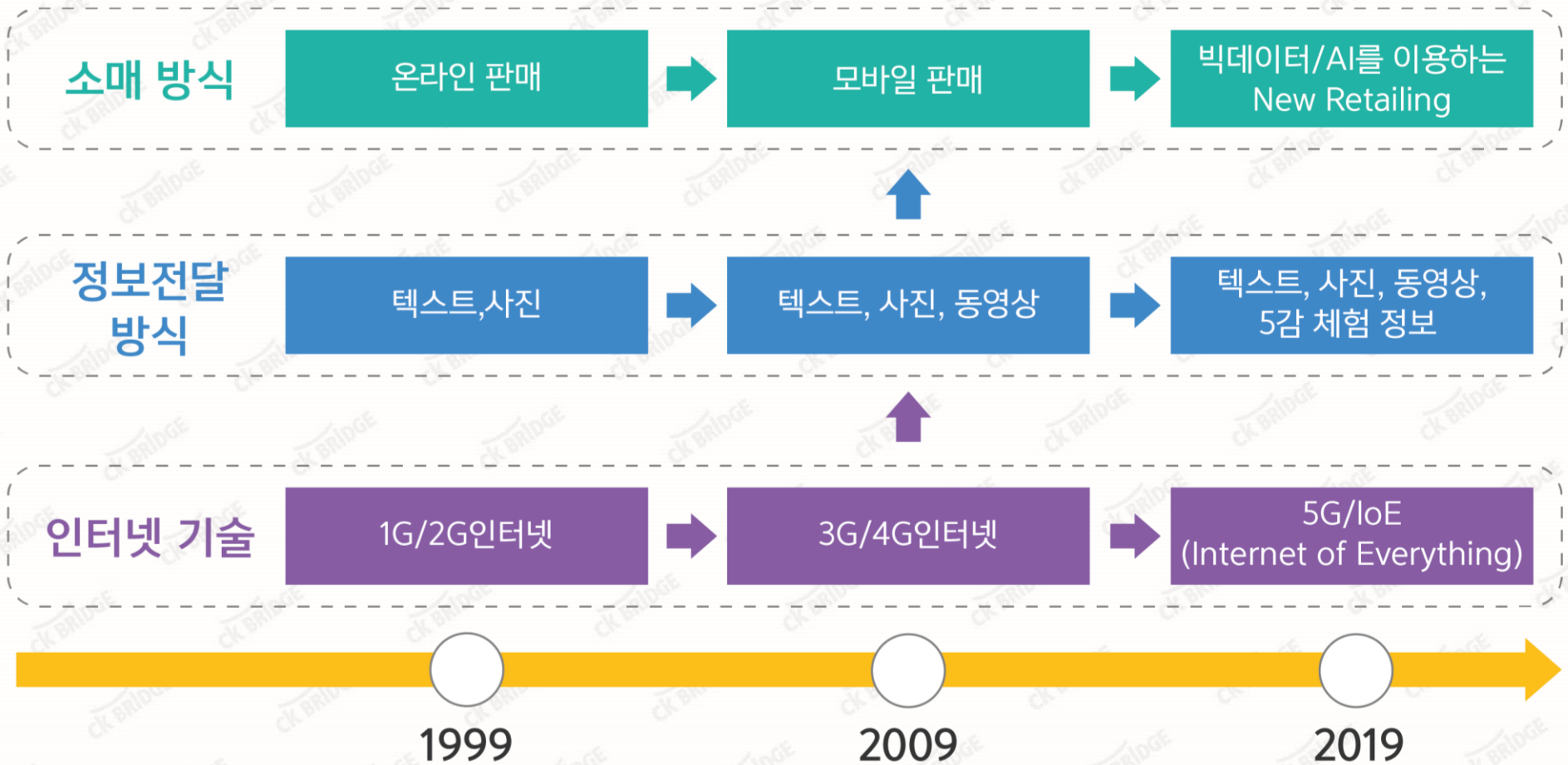
 Alibaba Business School |  Global Digital Talent  
GDT Channel Partner

 AliExpress |  Lazada |  天猫 TMALL.COM

# 중국 이커머스 시장의 10년



# 통신기술이 소매시장의 변화를 추진



# ○ 중국 수입 크로스보더 이커머스의 발전 사

1999-2003

2004-2012

2013-2017

2018-현재

## 최초단계

온라인 전시, 오프라인 거래로  
주요패턴였고 주요서비스는  
무역서비스정보 제공하고  
크로스 보더 이커머스같은경우  
온라인 플랫폼 서비스 만 제공한다,  
온라인 거래 적은편였다.

## 성장단계

오프라인거래, 지불, 물류등 디지털화,  
원래 있던 데이터 정보만 파악한  
형태에서 logistics flow, fund flow,  
information flow 까지 전반적 협조로  
실시간 온라인 거래를 달성했다.

## 발전단계

온라인 에코시스템 더 완성화,  
유익한 정책환경, 충분한 자본금.  
각플랫폼 서비스 업그레이드 하여  
oligopoly 시장 나타남.  
B2C 플랫폼 비율상승, 이동서비스  
발전을 신속하다.

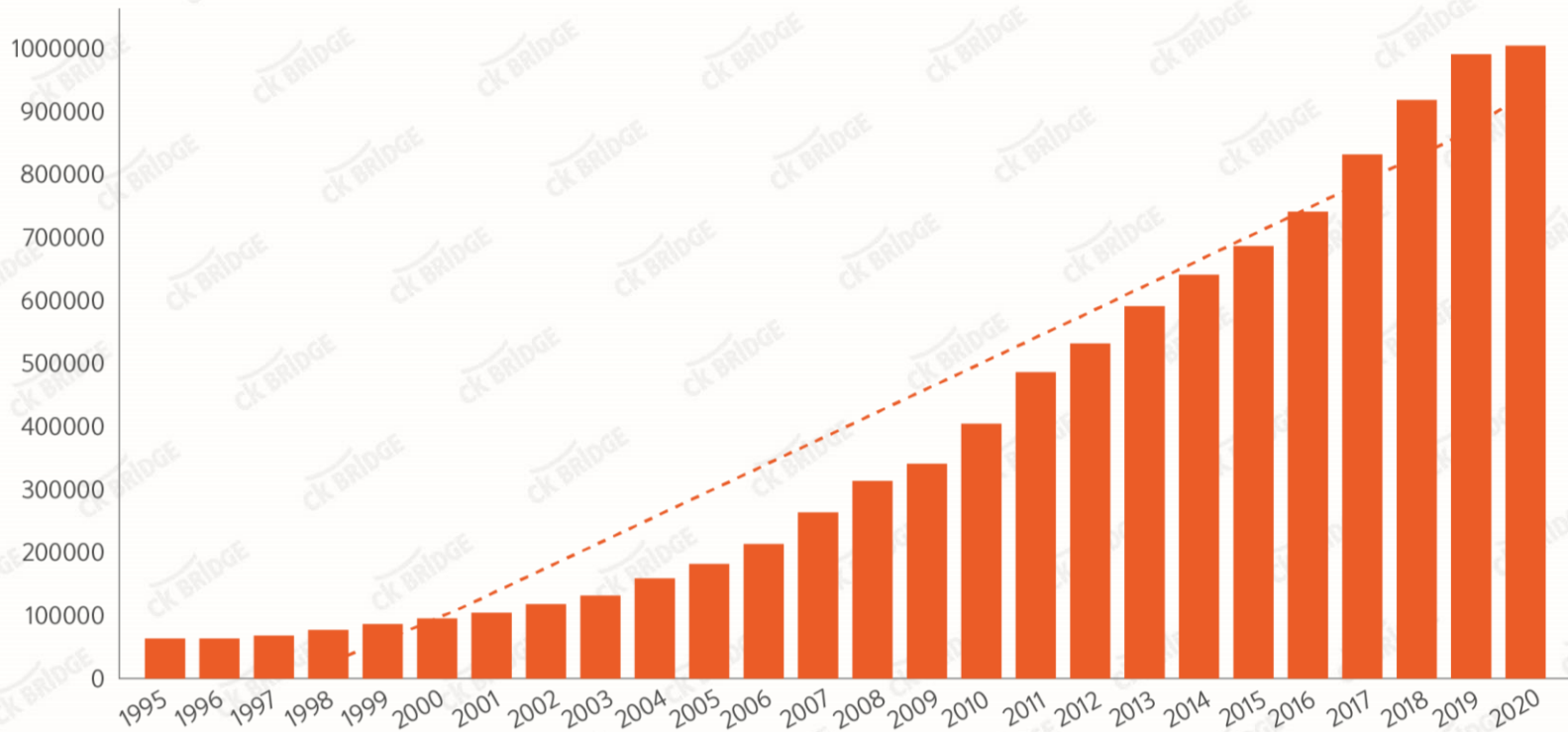
## 심화단계

크로스보더 이커머스 각 프로세스  
경향융합하여 플랫폼은 더 정밀화,  
차이화 방향으로 발전하고 있다.  
다양한 대형 크로스 보더 전자상거래  
플랫폼 오프라인 스토어 오픈 전략  
시작했고 온라인 및 오프라인 융합을  
모습 시작했다.

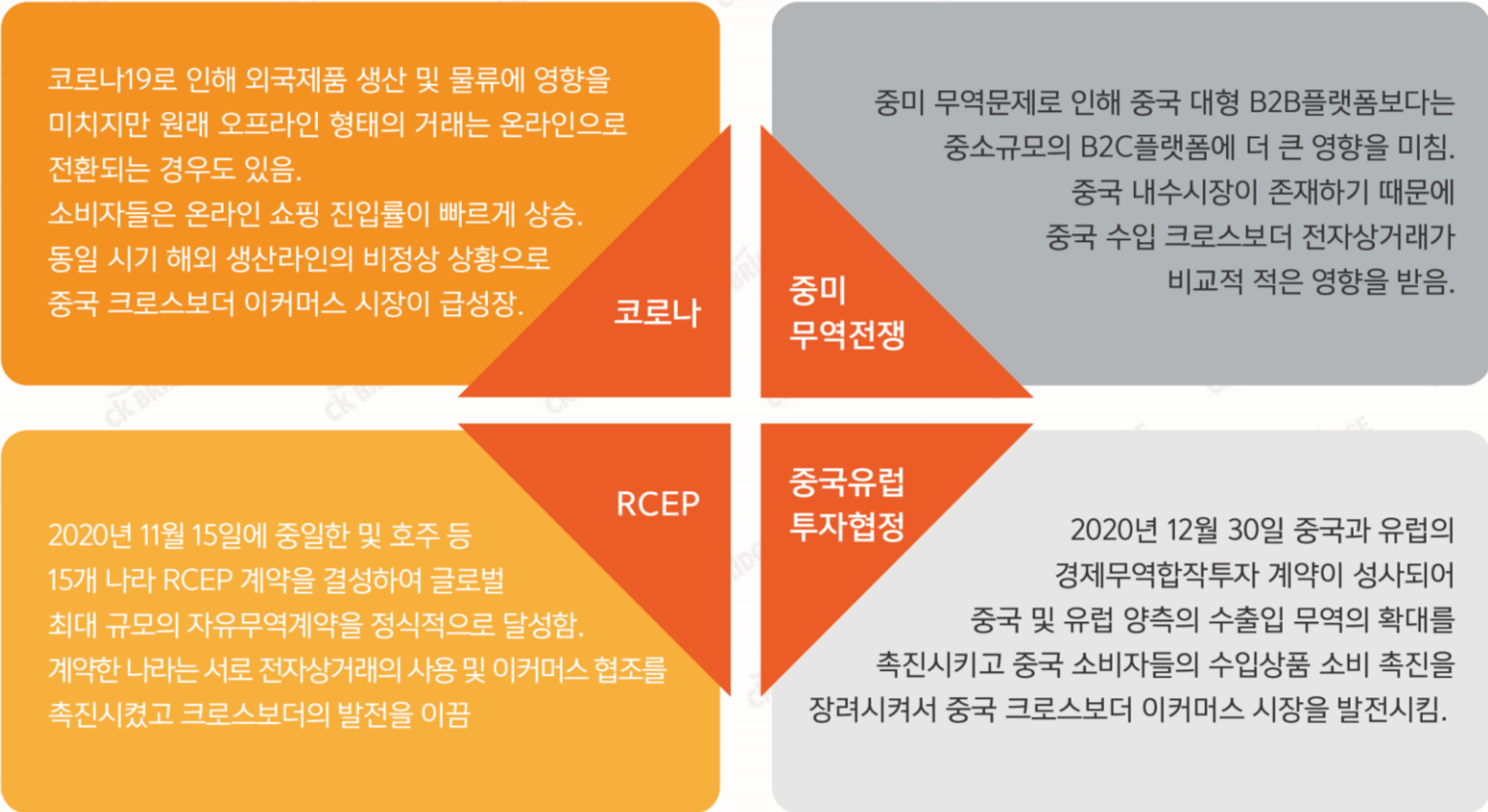


# 중국 크로스보더 이커머스의 발전 요점: 경제의 직속적인 성장과 건강한 성장

2014-2020년 중국 GDP (억 위안)  
2014-2020 China's GDP (10 million RMB)

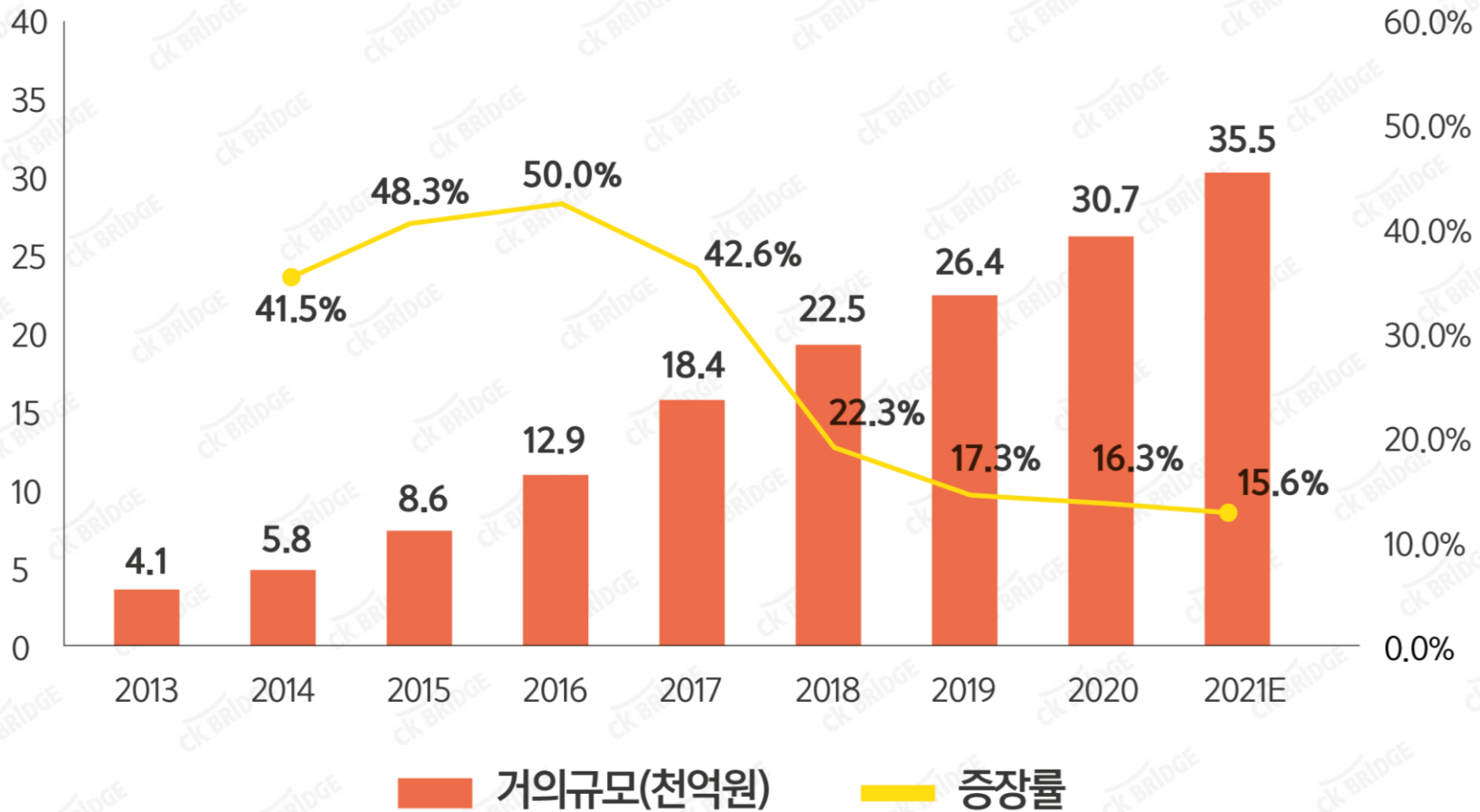


# 2021 중국 수입 크로스보더 시장 활약 배경



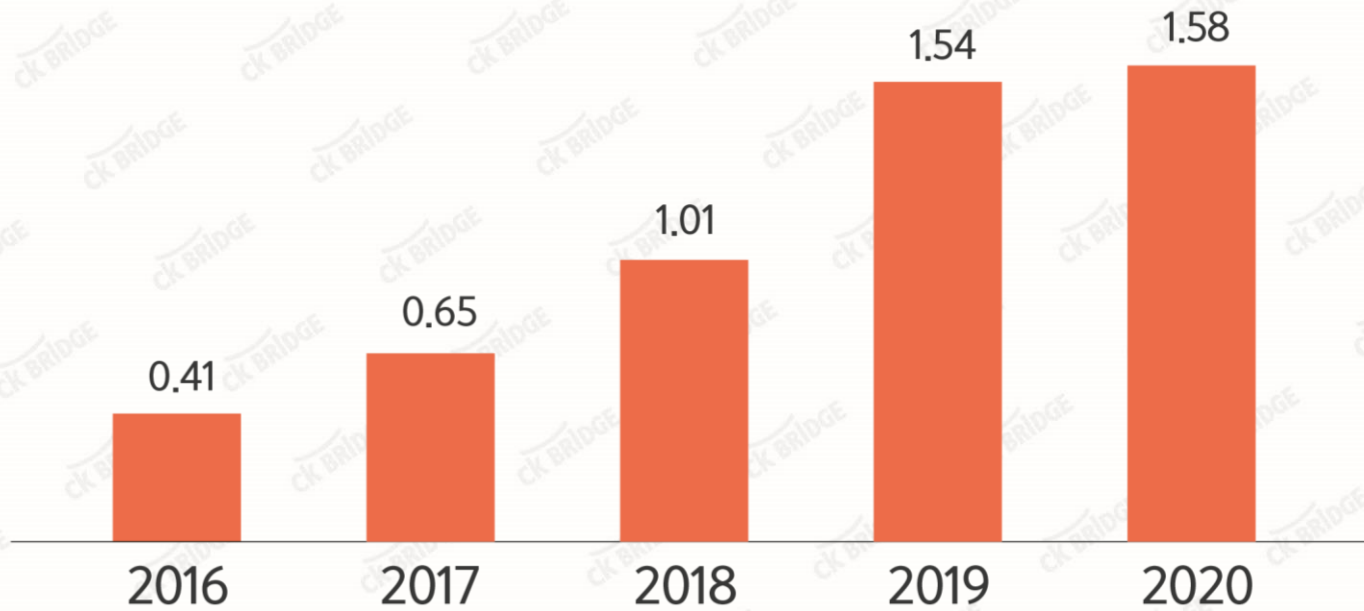
# 중국 수입 크로스보더 온라인 시장 코로나 이후 급성장할 전망

## 2013-2021년 중국 수입 전자상거래 시장 규모 및 성장률



## 중국 소비자 해외 직구 수요 지속적으로 성장

2016-2020년 중국 해외구매자 규모 및 예측(억명)





# 중국 수입 크로스보더 온라인 시장의 사업 구조

## 중국 수입 전자상거래 공급사슬



## 2020년 중국 크로스보드 핫 이슈

2020년 1월, 타오바오 글로벌 쇼핑은 "마젤란 프로젝트"를 시작하여 국외 중소 브랜드를 더욱 원활하고, 다원적이며, 저비용으로 중국에 들여오게 하고, 중국 진출 문턱을 더욱 낮춤으로써 가능한 한 빨리 중국 소비자들의 인정을 받게 하였다. 타오바오 전 세계 구매 계획은 3년 내에 10만 명의 국외 특색품 브랜드를 도입하여 100명의 전 세계 지도자를 초청하여 당지의 상품을 배서하게 하였다.

2020년 관세청은 북경, 심천 등 22개 세관에서 잇달아 국경 통과 B2B 수출 관리 시범사업을 전개하였으며, 아울러 "9710" 및 "9810" 세관 관리 방식 코드를 추가하여 국경 통과 B2B 수출, 국경 통과 수출 해외 창고의 두 가지 패턴을 적용하였다.

2020년 11월 5일-10일, 제3회 중국국제수입박람회가 상하이에서 개최되었는데, 3000여 명의 중국과 외국의 언론기자를 취재 보도로 끌어들였다. 107개 국외 언론기관의 기록자를 포함한 누적 의향 교역 금액은 726억 2000만 달러에 이르러, 2019년 박람회에 비해 2.1% 증가했다.

2020년 티몰 인터내셔널은 5년 2000억 달러의 수입 계획을 지속적으로 추진하여 전 세계 87개 국가와 지역의 2만 9000여 개의 해외 브랜드를 티몰인터내셔널에 입점시켰으며, 5800여 개의 품류를 커버하였으며, 그 중 8할 이상의 브랜드를 처음으로 중국에 진출시켰으며, 해외의 신규 브랜드 입점 수량은 전년 동기 대비 125% 증가했다. 티몰 인터내셔널은 거의 1,500개의 해외 인도 노선을 가동하여 전 세계 40여 개 국가에서 앞에 설치하여 인도함으로써 해외 브랜드가 더 빨리 입국할 수 있도록 도와줍니다. 티몰인터내셔널은 국내 보세창 면적을 10% 확장하여 13개 도시에 분포시켜 수입상품을 더욱 광범위하게 가까운 곳에 출하하게 하였다.

# 2021 크로스보더 시장 활약

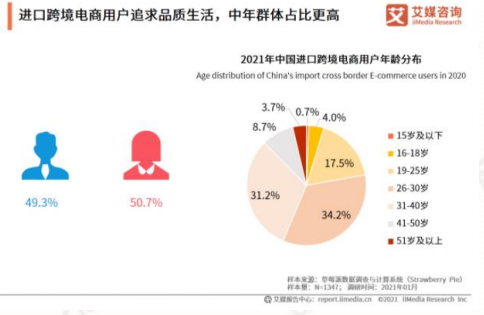
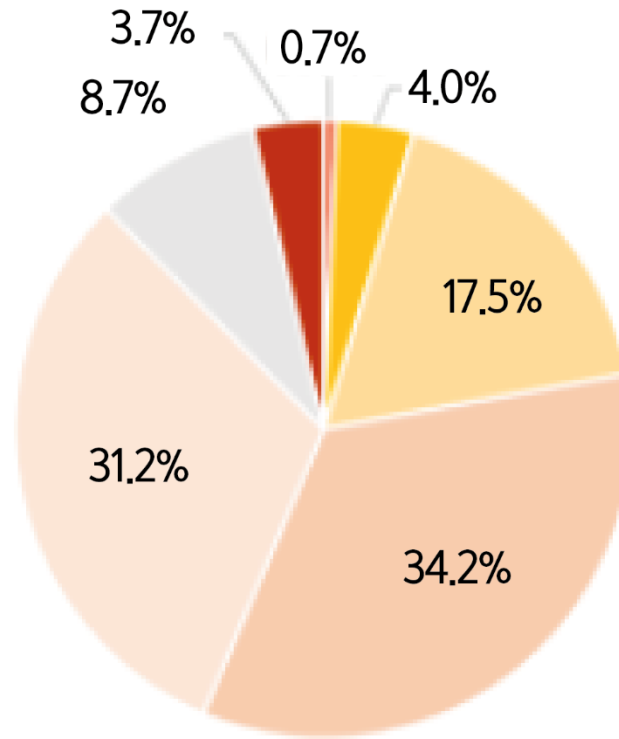
## 2021년 중국 글로벌 이커머스 사용자의 연령대



49.3%

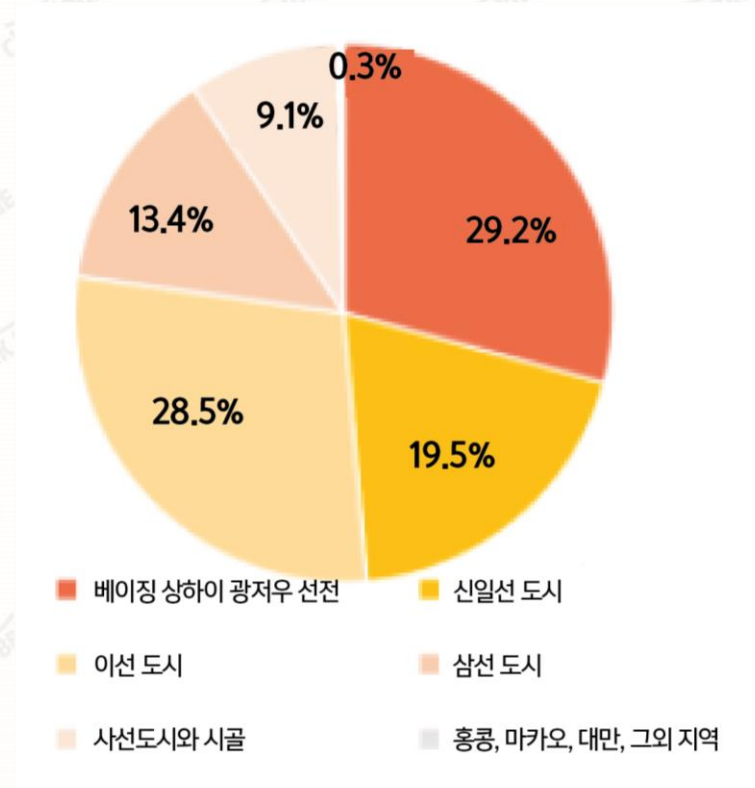
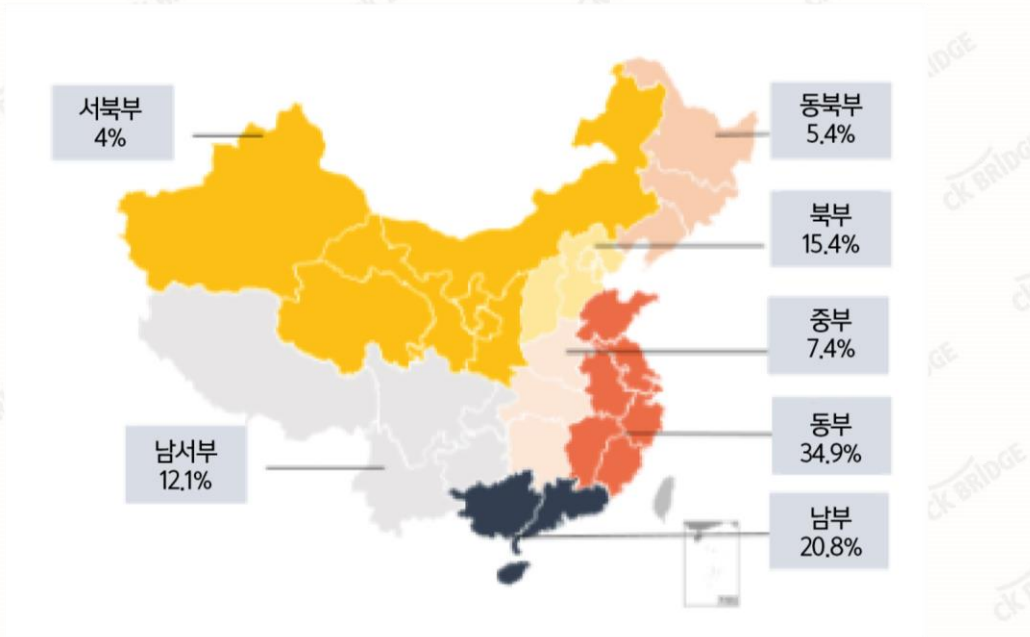


50.7%



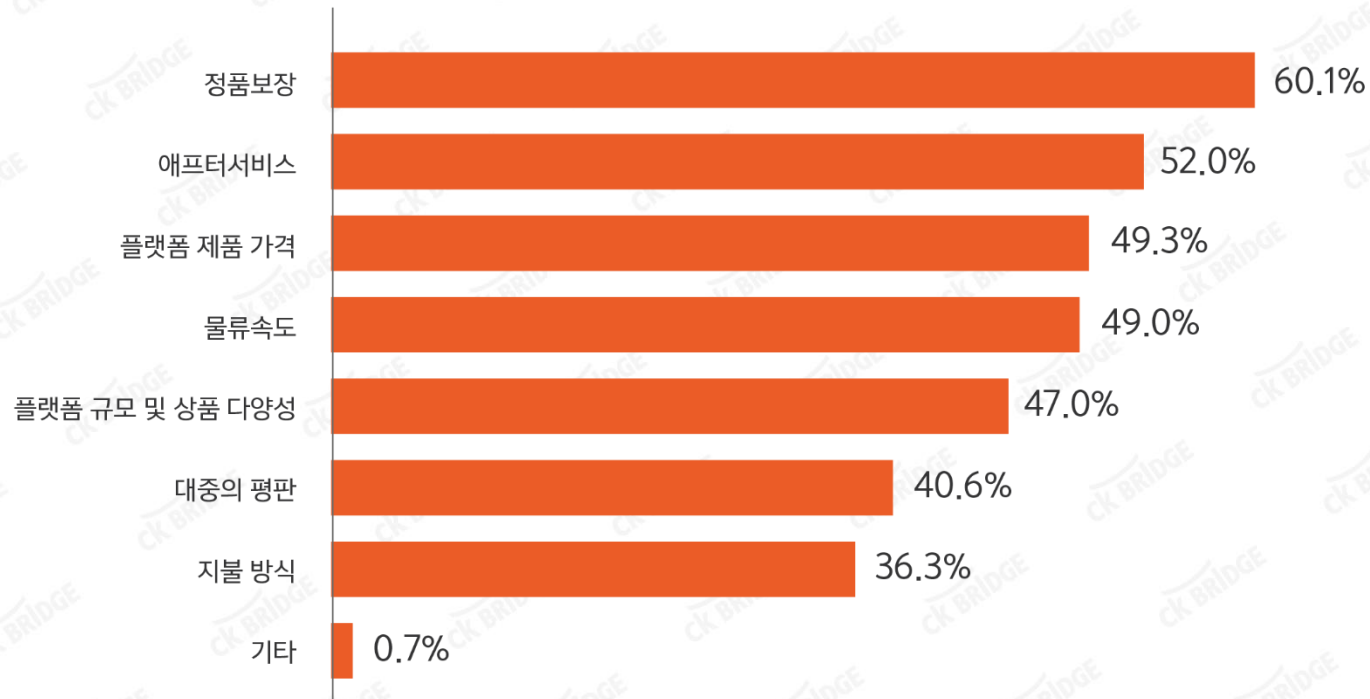
# ○ 중국 수입 크로스보더 사용자의 지역 분포와 지역경제의 차이과 연관성이 있다

## 2021년 중국 수입 크로스보더 사용자의 분포 지역



# 중국 수입 크로스보더 사용자들은 정품 여부와 서비스 품질을 중요시 한다

## 2021년 중국 수입 크로스보더 사용자 구매 플랫폼 선택하는 고려 요인

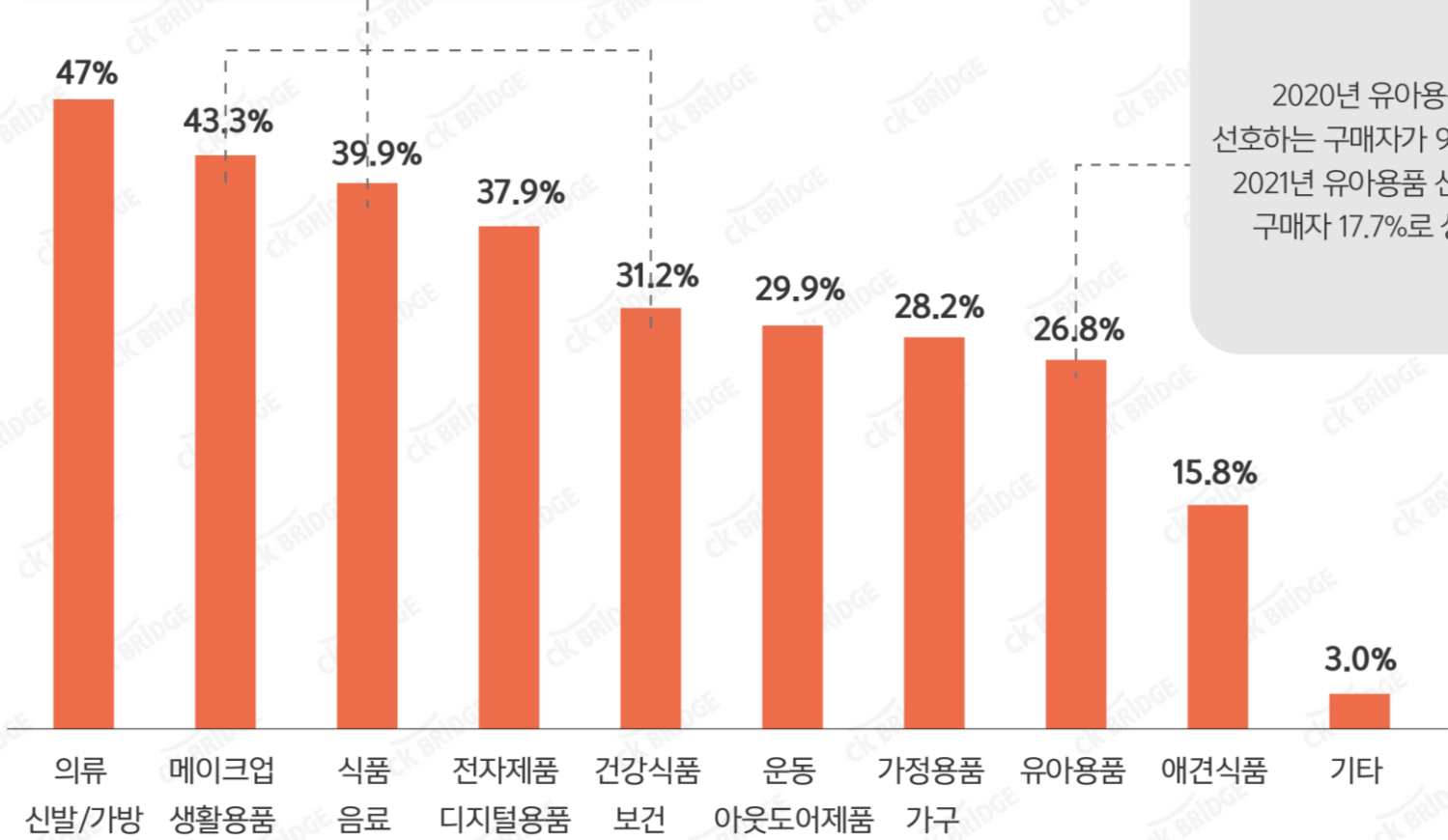




# 중국 수입 크로스보더 사용자가 브랜드에 대한 선호도 높다

2020년 대비 2021년 ‘뷰티 케어’, ‘식품음료’, ‘영양 보건’의 각 선호도가 7.3%, 17.2%, 5.2% 하락

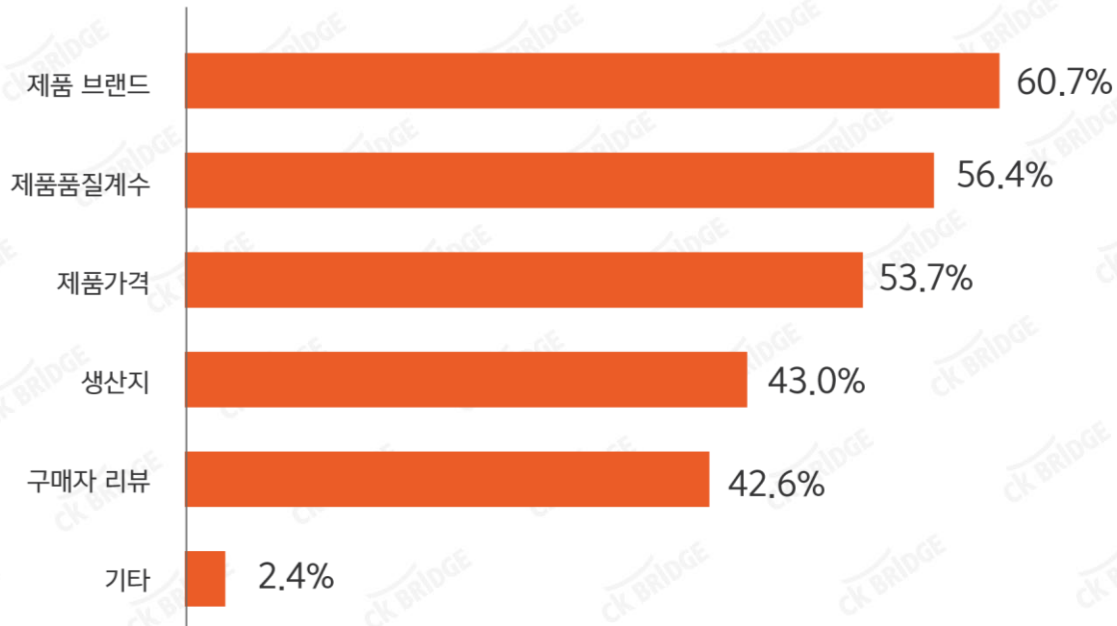
2020년 유아용품을 선호하는 구매자가 9% 차지함. 2021년 유아용품 선호하는 구매자 17.7%로 상승함.





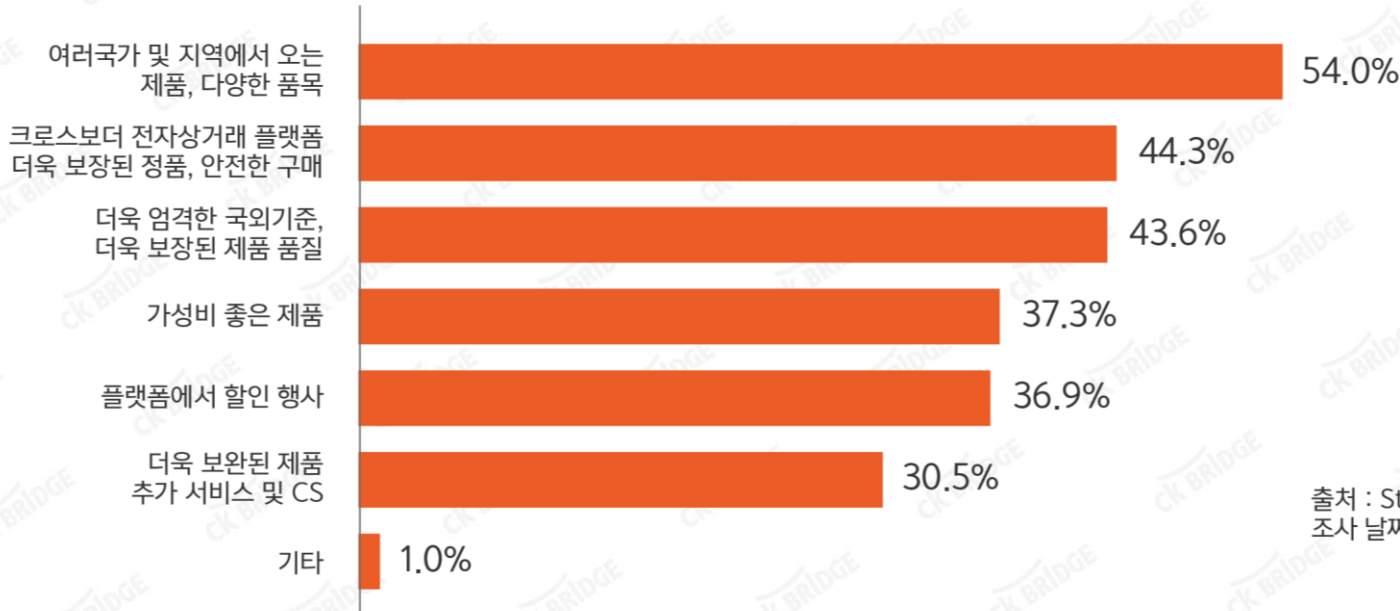
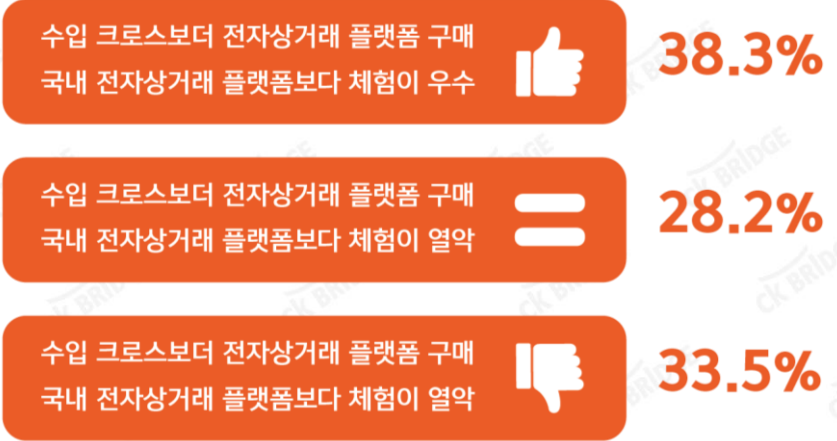
## 중국 수입 크로스보더 사용자가 브랜드의 힘을 더 신뢰

### 2021년 중국 수입 크로스보더 사용자 제품 구매할 때 고려하는 요인



# 수입 크로스보더 구매채감은 내수 쇼핑몰 보다 높다

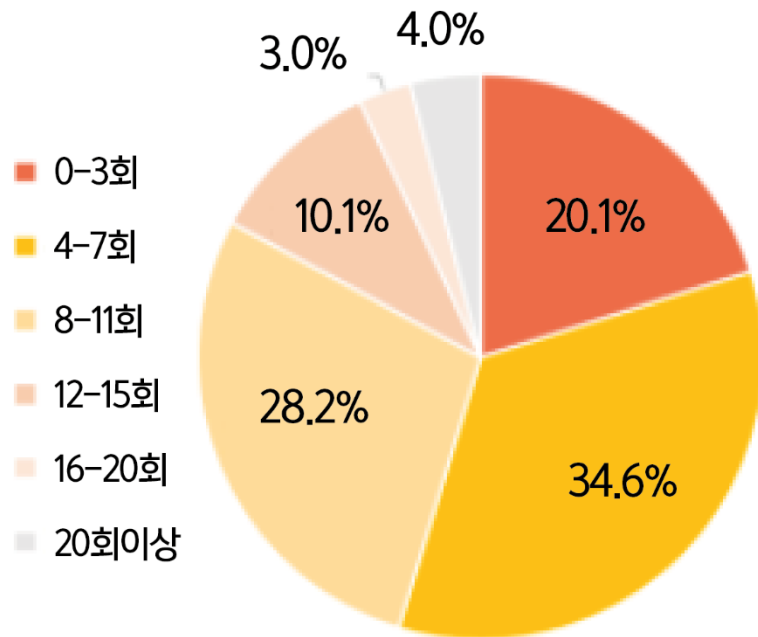
## 2021년 중국 수입 크로스보더 사용자 쇼핑 플랫폼에 대한 장단점 평가



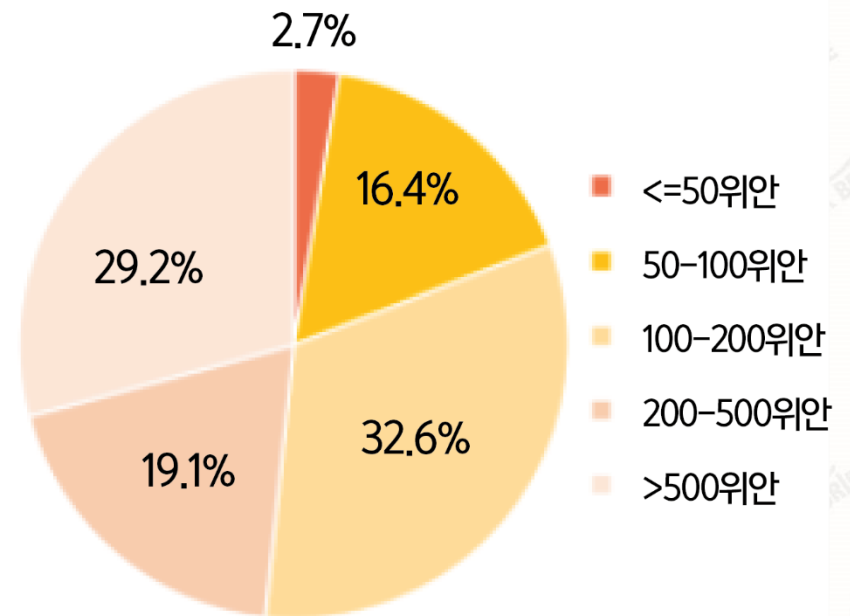
출처 : Strawberry Ple  
조사 날짜: 2021년 1월

## 중국 수입 크로스보더 사용자의 구매력 공간 아직 있다

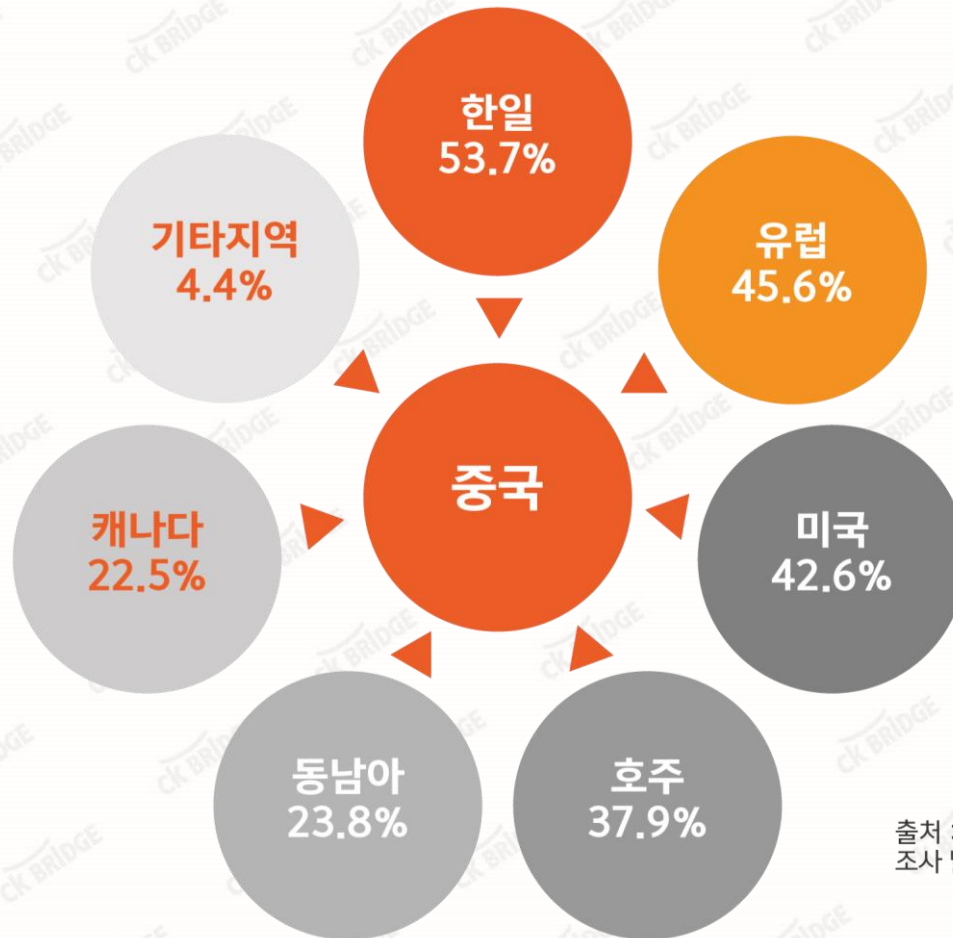
2021년 중국 글로벌 이커머스 사용자의 년 구매횟수



2021년 중국 글로벌 이커머스 사용자의 년 구매금액



## 2021년 1월 중국 수입 크로스보더 소비자 구매한 제품의 생산지 분포도



출처 : Strawberry Ple  
조사 날짜: 2021년 1월



# 샤오홍수의 비즈니스 모델이 여성 고객들한테 각광을 받고 있다

2020년 9월 샤오홍수의 뷰티 TOP5

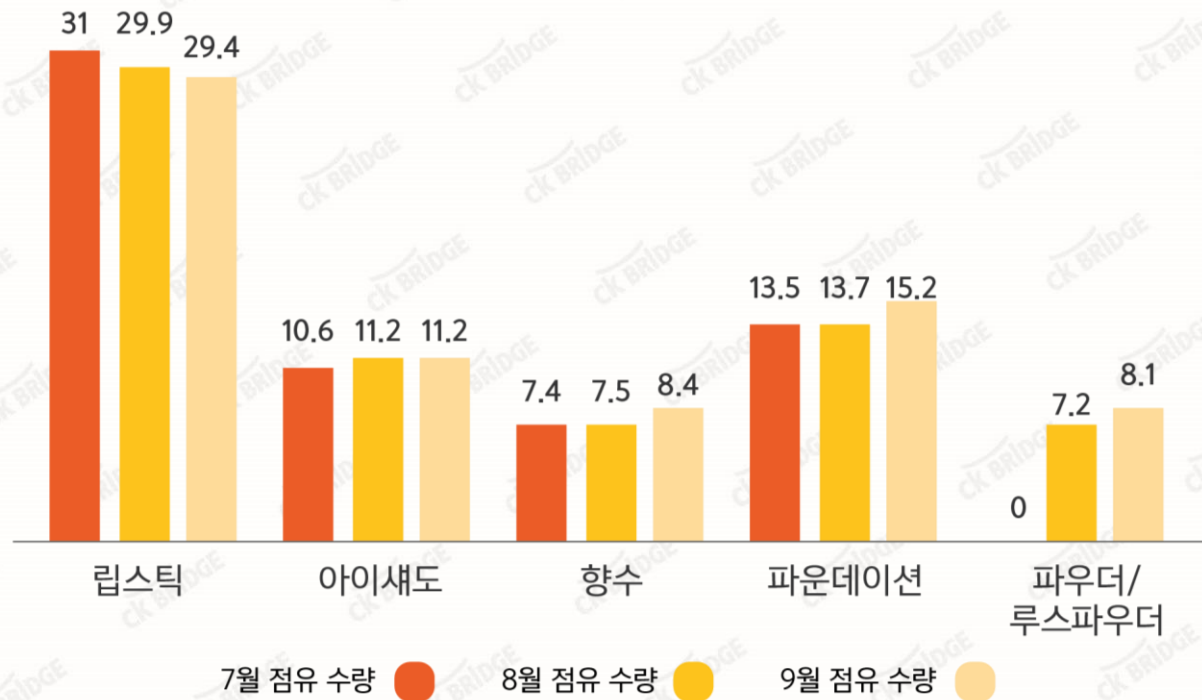
**샤오홍수**

이용자규모 **3억 +**

월액티브이용자 **1억 +**

21.97%  78.03% 

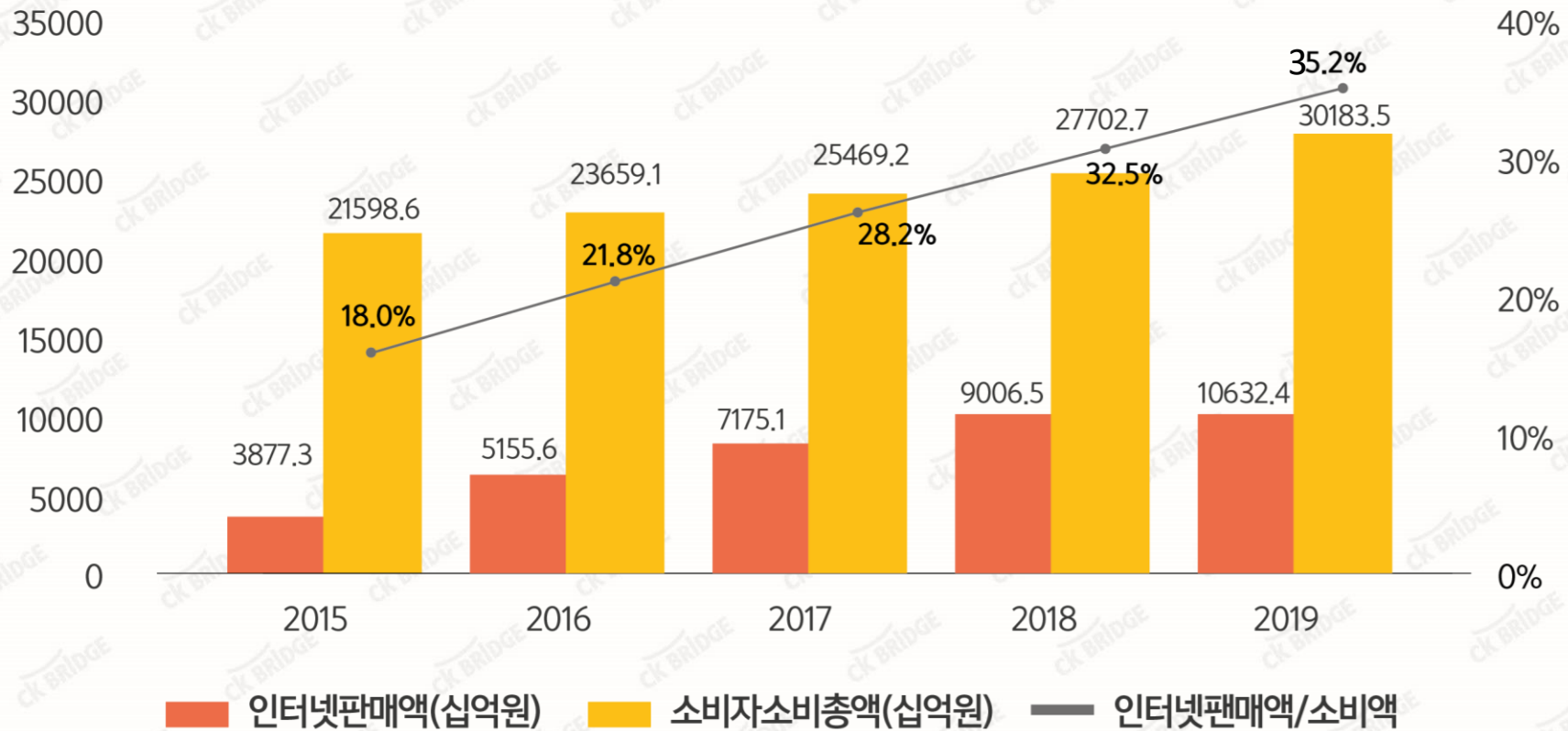
연령	24세 및 이하	60.14%
월수익	3000위안 이하	39.89%





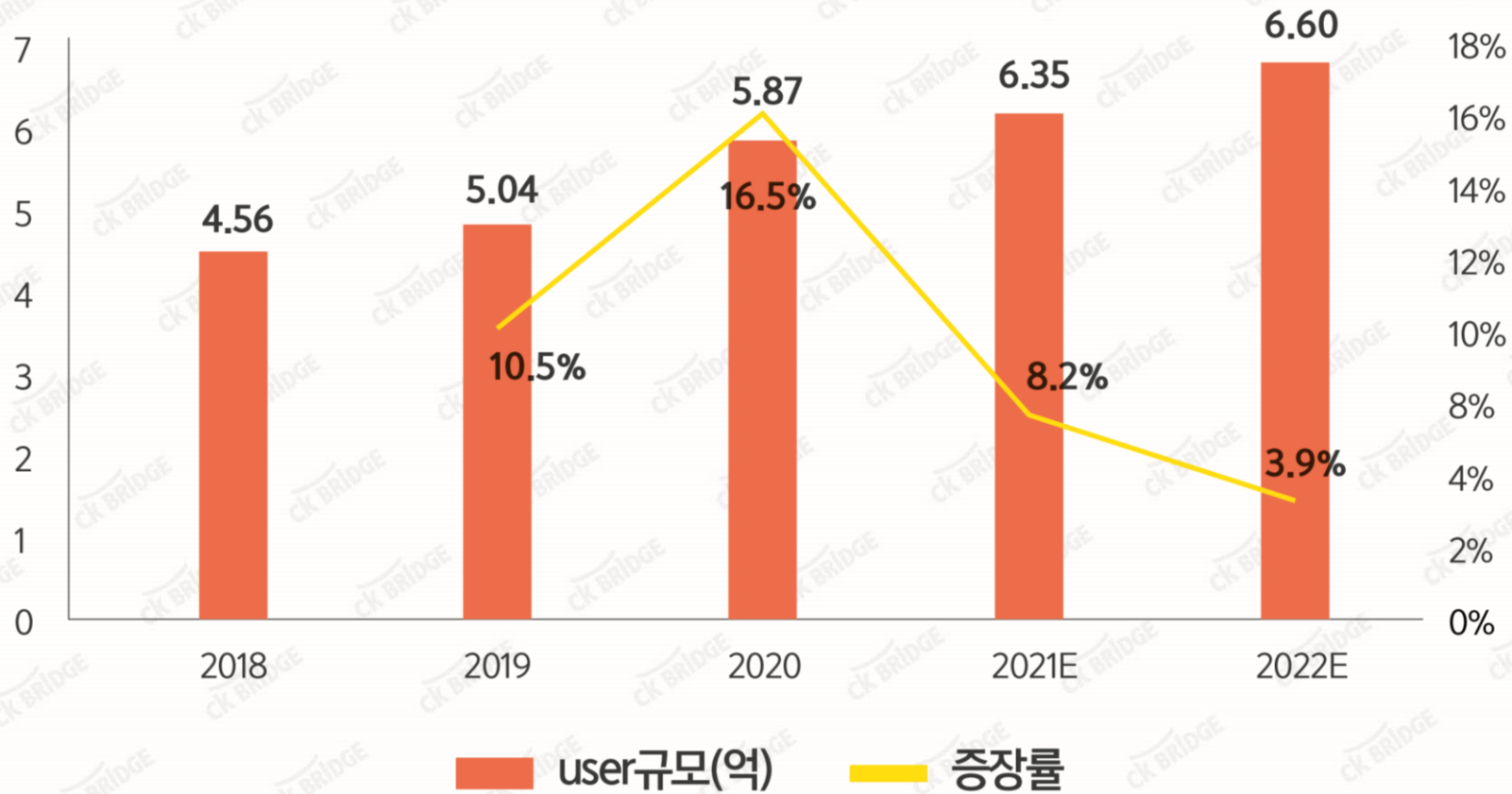
## 2020년 중국 온라인 라이브 사업군의 경제환경

### 2015-2019년 중국의 온라인 소매 총액과 주민 소비 지출 총액 및 비율

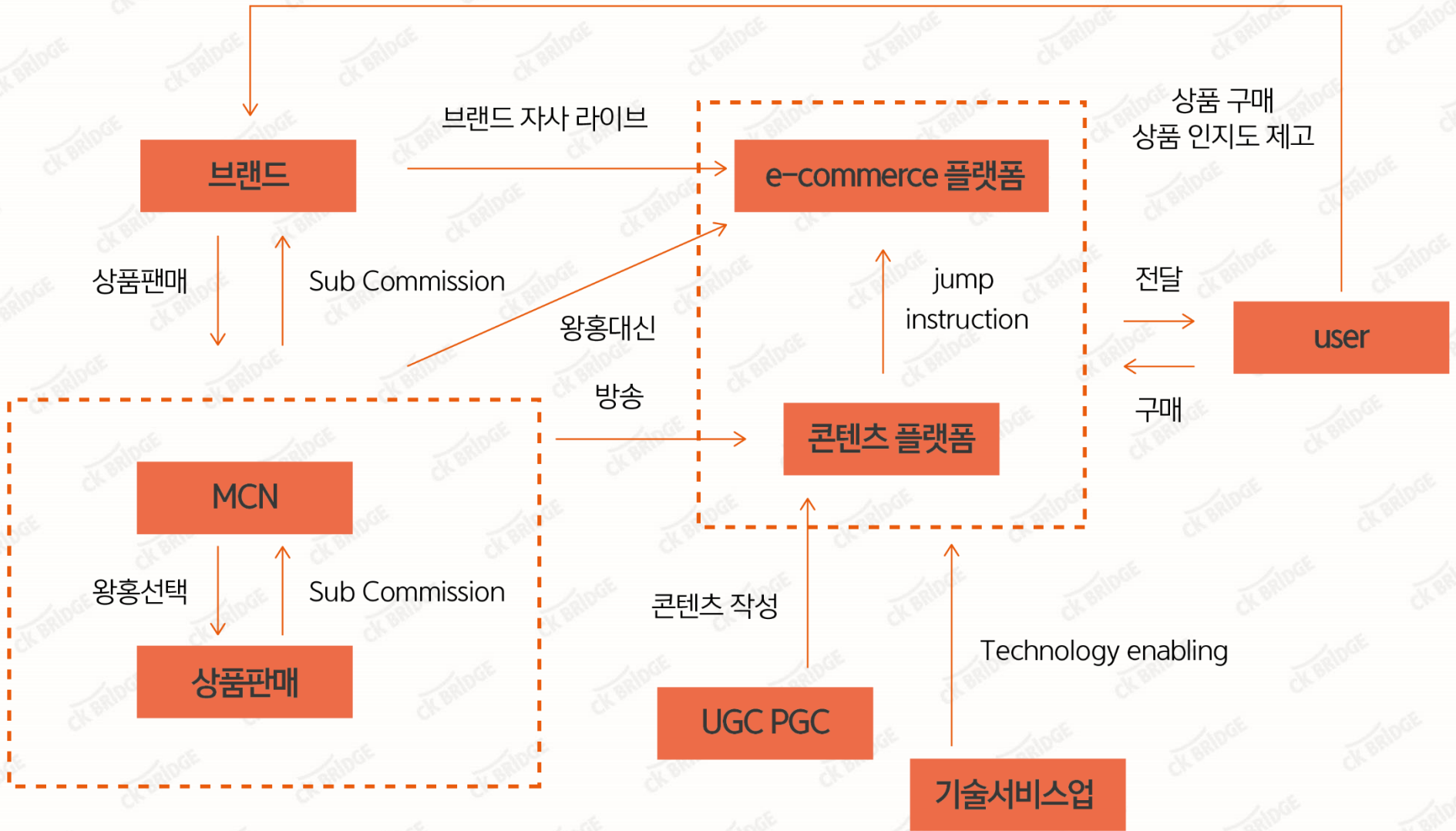




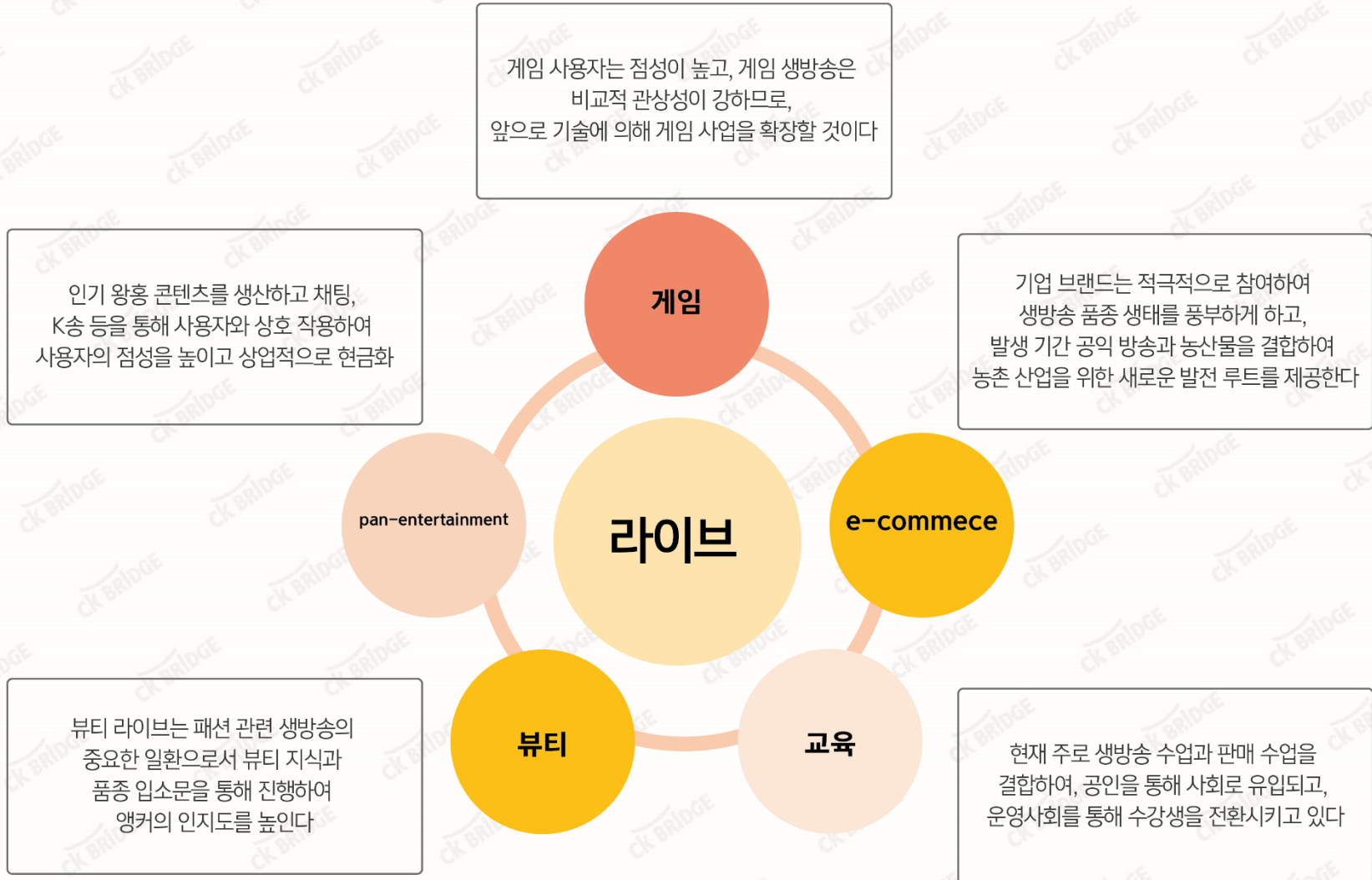
## 2020년 중국 온라인 라이브 방송 사업의 사용자 규모 및 성장률 예측



# 중국 온라인 라이브 사업군의 사업 구조 분석



# 중국 온라인 라이브의 응용 분야 분석



## 2020년 중국 온라인 라이브 방송의 핫 키워드: 라이브 판매

2020년 신규 생방송 관련 업체수

6.5만 초과

2020년1월-11월  
e-commer 라이브 회수

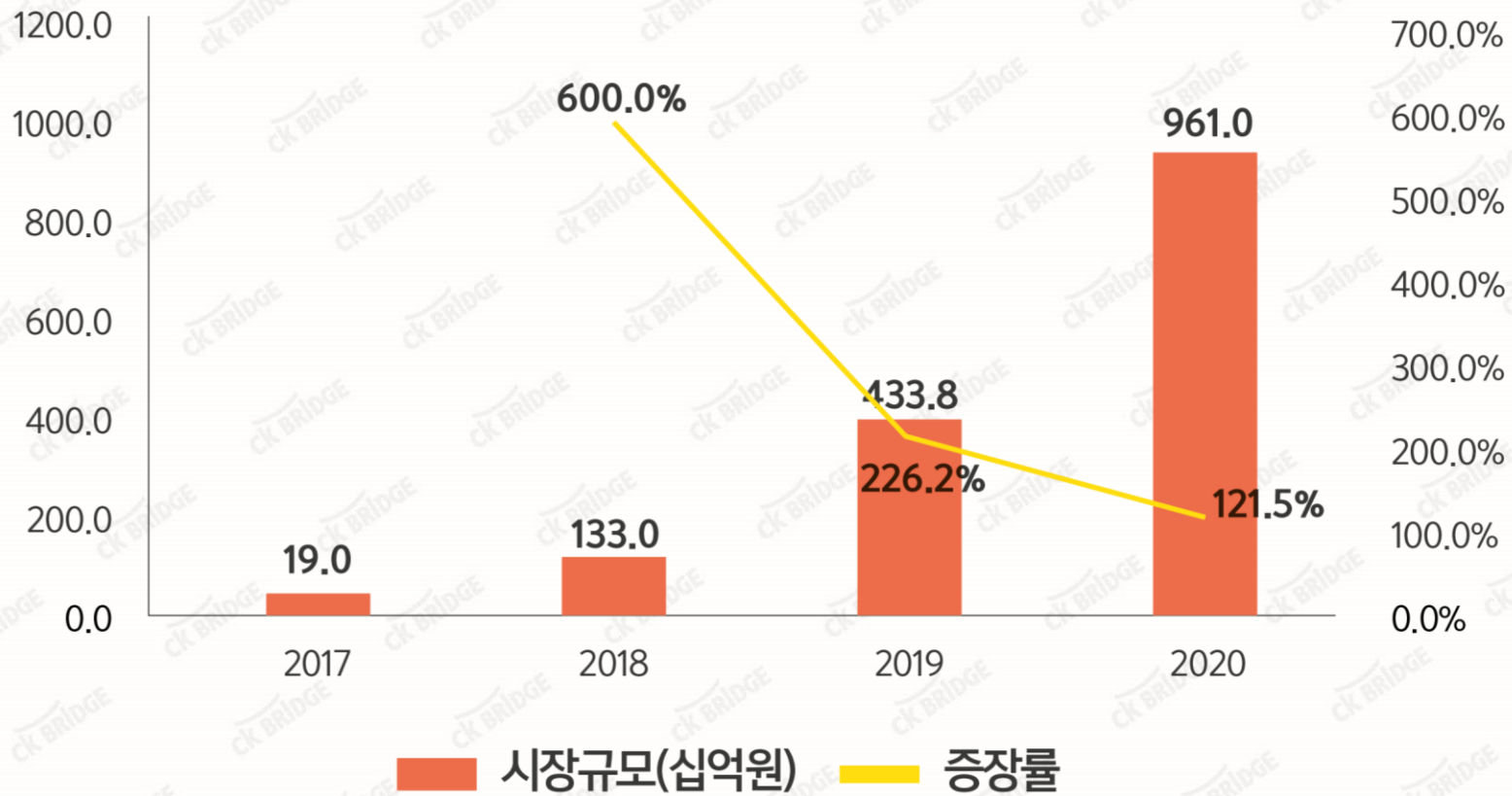
2000만 넘다

2020년1월-11월  
라이브 시청자

500억 넘다

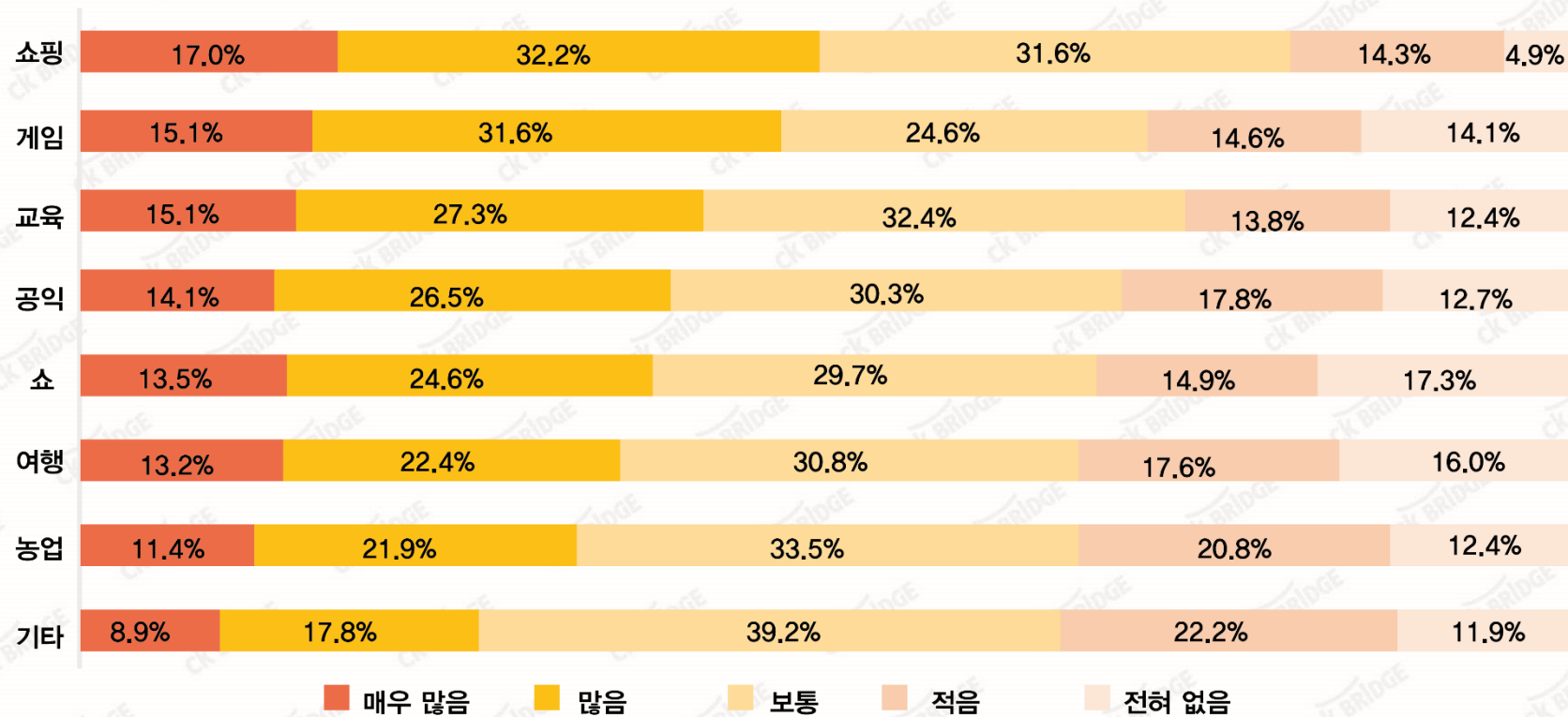
## 2020년 중국 온라인 라이브 방송의 핫 키워드: 라이브 판매

### 2017-2020년 중국라이브 E-commerce 업계시장규모및 증장률



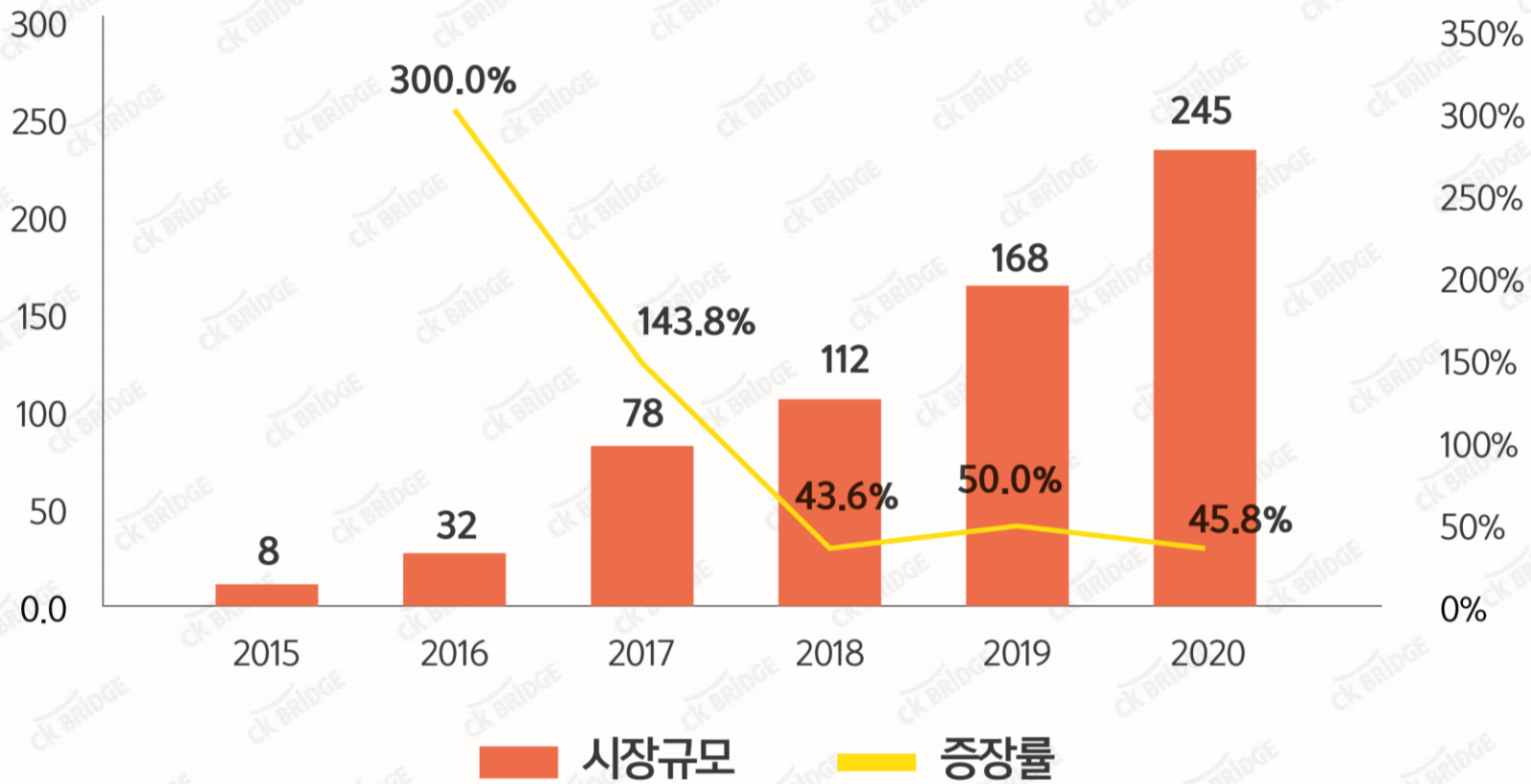


# 50%이상의 라이브 방송 이용자들은 이커머스 라이브 쇼핑을 한다



# 2020년 중국 온라인 라이브 방송의 핫 키워드: MCN

## 2015-2020년 중국MCN시장 규모



# 중국 라이브 이커머스의 추세

소비등급 추세는 여전하지만 소비 절하와 차등화 추세는 병행 발전

경제사정이 좋지 못하더라도 유아 식품의 고급화 추세는 이어지고 있음

소비등급	유아 식품	VS	유아 식품
	4.90% 고급제품 선호		3.10% 중저가제품 선호 성향
	분유	VS	분유
	0.2% 고급제품 선호		1.0% 중저가제품 선호 성향

생활 필수품은 서로 비교하여 프리미엄 상품을 선호함

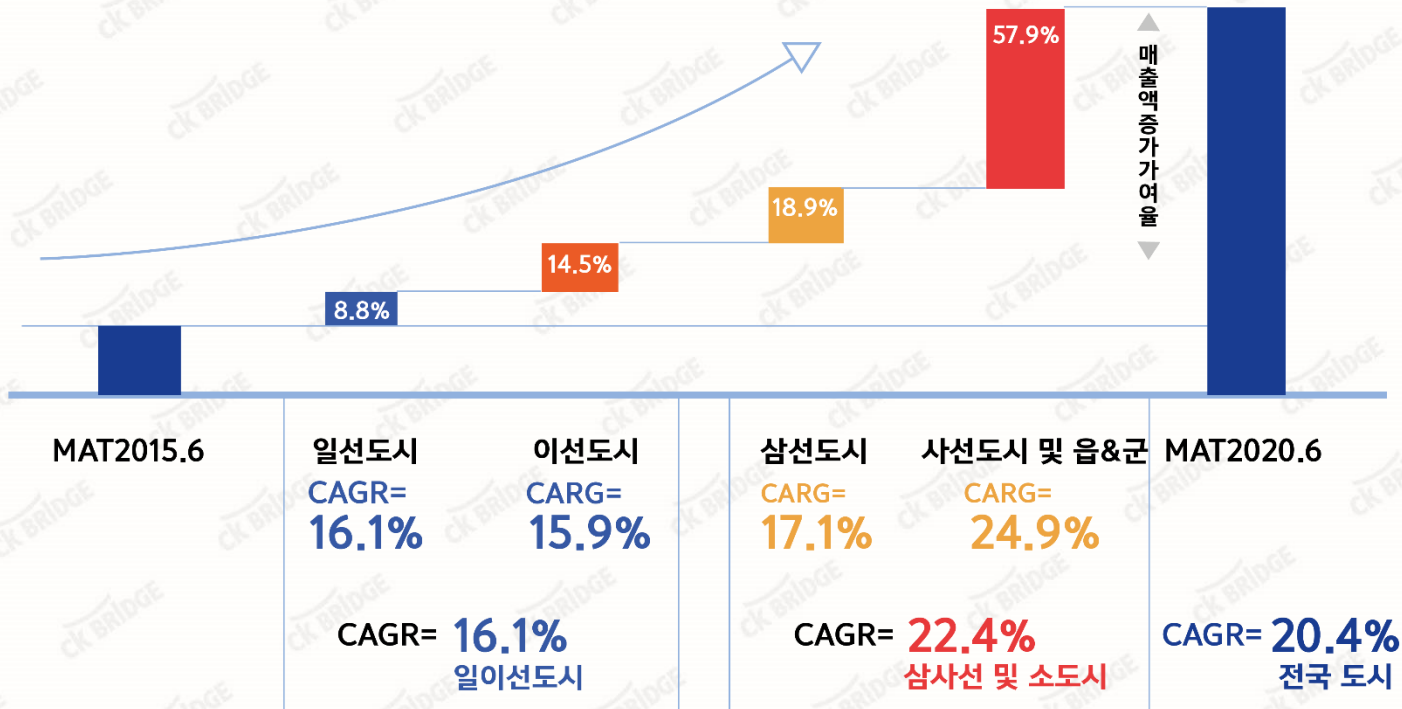
소비절감	식용유	VS	식용유
	2% 중저가제품 선호 성향		2% 고급제품 선호
	포장수	VS	포장수
	1.80% 중저가제품 선호 성향		1.60% 고급제품 선호

선택 가능한 소비품이 차별화 발전을 보인다

소비 차등화	밀류 식품	VS	밀류 식품
	15.1% 중저가제품 선호 성향		2.1% 고급제품 선호
	애견 식품	VS	애견 식품
	4.7% 중저가제품 선호 성향		0.3% 고급제품 선호

# 중국 라이브 이커머스의 추세

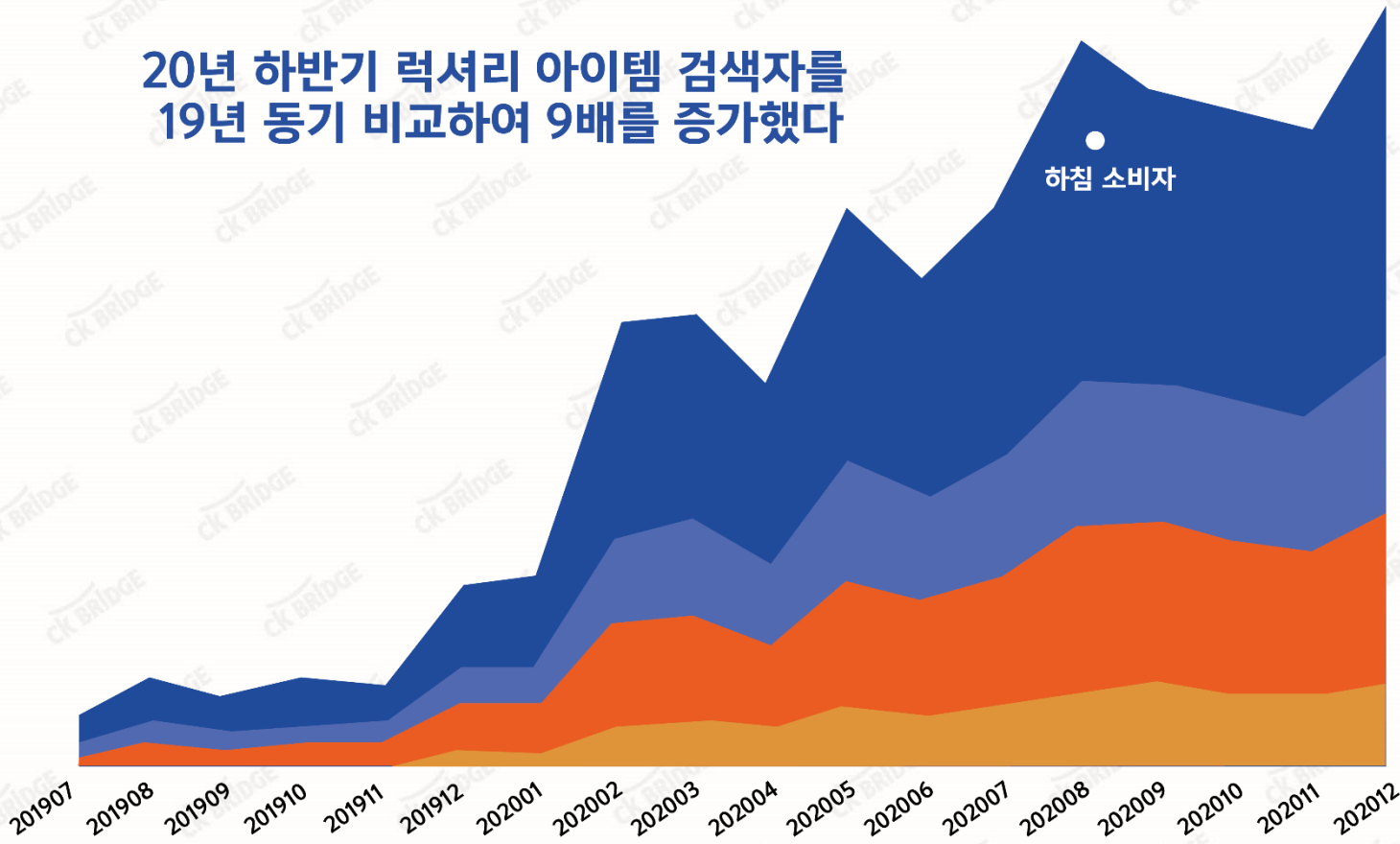
MAT2015.6-MAT2020.6 중국 소비재 판매액 증가율



# 중국 라이브 이커머스의 추세

일선도시 ● 이선도시 ● 삼선도시 ● 사선도시 및 읍&군 ●

20년 하반기 럭셔리 아이템 검색자를  
19년 동기 비교하여 9배를 증가했다





# 중국 라이브 이커머스의 추세

신제품 판매 정책 및 성장 원동력 / 정서적인 만족도가 1차적인 조건

2020년 식료품별 매출 증가율  
 전체 ■ 신제품 ■

## 식량과 식용유



## 음료

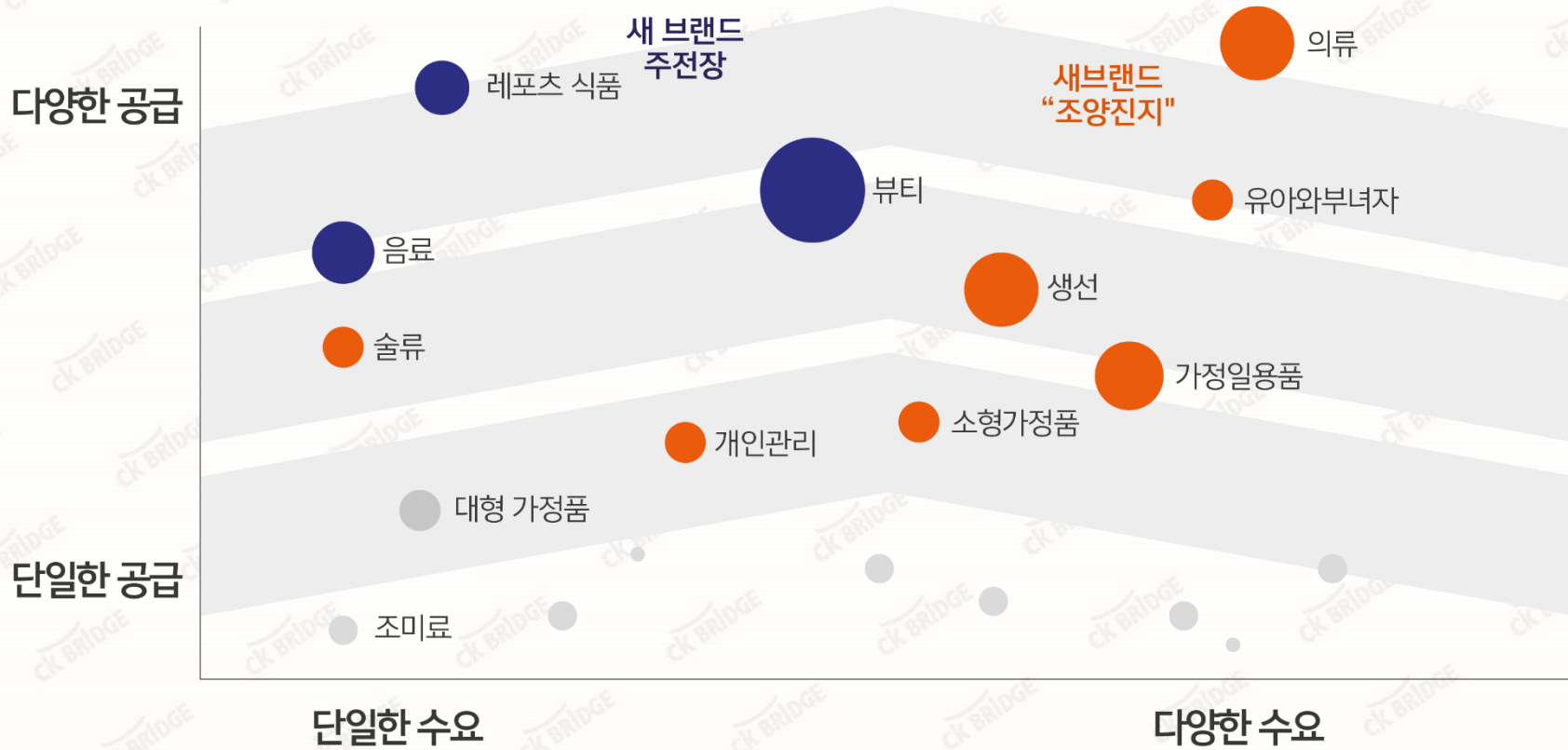


## 간식



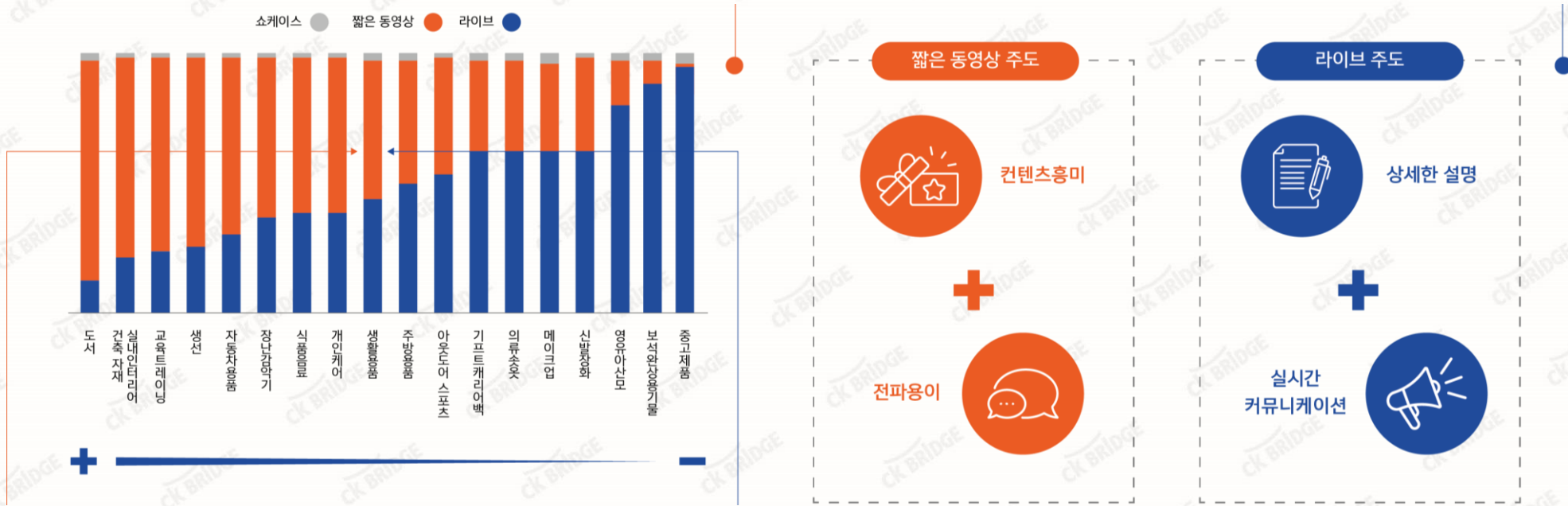
# 중국 라이브 이커머스의 추세

## 새 소비 브랜드의 돌파력



# 중국 라이브 이커머스의 추세

라이브 쇼핑은 전통적인 소비군을 깨우고 있다  
 상품의 종류에 따라 다양한 라이브 판매 방식 존재



# 알리바바그룹



'전세계내 어려운 비즈니스는 없어진다' 라는 말은 알리바바 그룹의 사명이다.  
다양한 온라인 및 모바일 플랫폼을 운영하고 있다. 사업범위는 도소매, 글로벌 무역, 클라우드 서비스등을 포함하고 있다.

# 알리바바그룹

알리바바의 비즈니스 모델은 자체 플랫폼의 인지도 및 기타 유입 경로를 통해 사용자를 유입하며, 전자상거래 업무 및 금융 업무를 중심에 두고 기타 서비스, 건강, 의료 서비스 같이 발전하는 방식이다.

전자상거래 뿐만 아니라, 게임, 동영상, 음악 등 오락 및 스마트 업무까지의 상업 생태계를 만들고 있다. 이 생태계의 핵심은 데이터 및 유량 공유이며, 기초는 마케팅 서비스 및 클라우드 서비스이고, 알리페이는 이 모든 기능들이 이를 수 있도록 큰 역할을 끼친다.



## 유량 유입 경로

GAODE지도, CU브라우저, 웨이브, 래왕, MOMO, SHENMA검색 엔진 등 다양한 유입경로



## 인터넷쇼핑

B2C : 티몰  
C2C : 타오바오, 시안위  
전자상거래 기업 중 거래규모 1위



## 금융

마이금융은 지불, 대출, 신용대출, 재테크, 보험, 은행, 펀딩, 증권 등 다양한 업무분야 포함



## 물류

국내 물류 : 채니아우망을 통해 기초 시설 강화  
국제 물류 : 국제 간 전세기를 통해 전개



## O2O

소매, 외출, 외식, 관광, 부동산, 의료, 교육 등 여러 분야에서 배치  
코우베이에 집중, 자영 업무



## 과징

수입 : 글로벌 티몰, 타오바오 글로벌 쇼핑  
수출 : 알리익스프레스닷컴, 알리바바닷컴



## 마을

전국 28개 성의 300여 현에서 15000여개 점포 설립, 마을 300만가정 이상 수혜



## 클라우드

개방형 서비스 플랫폼, 전 세계 200여개 국가와 지역에 서비스 제공



## B2B

1688, 알리바바닷컴은 우광과 함께 철강 B2B 전상플랫폼, 도시 합작 설립 계획을 세움



## 문화, 오락

알리영화, 알리음악, 알리문학, 알리게임, 알리체육 등 업무 포함

출처: 인터넷자료정리



# 알리바바그룹

## 타오바오

중국 최대의 모바일 쇼핑물 플랫폼 [www.taobao.com](http://www.taobao.com) 2003년에 오픈. 주요 입주자는 개인사업자나 중소기업이다. 2016년 iResearch 상품거래액 통계에 따라 타오바오는 현재 중국 최대의 모바일 쇼핑물 플랫폼이다.



## 1688

중국 온라인 도매시장 [www.1688.com](http://www.1688.com)은 1999년에 ‘알리바바 중국 거래 시장’의 이름으로 오픈. 업무 분야는 일반 제품, 의류, 전자제품, 원료, 기계 부품, 농산물 및 화학용품 등 포함한다.

## 티몰

중국 최대의 제 3자 브랜드 및 소매 플랫폼 [www.tmall.com](http://www.tmall.com) 2008년에 오픈. 주 목적은 소비자에게 브랜드 제품 및 고품질 제품을 제공. 2016년 iResearch 상품거래액 통계에 따라 티몰은 현재 중국 최대의 제3자 브랜드 및 소매 플랫폼이다.

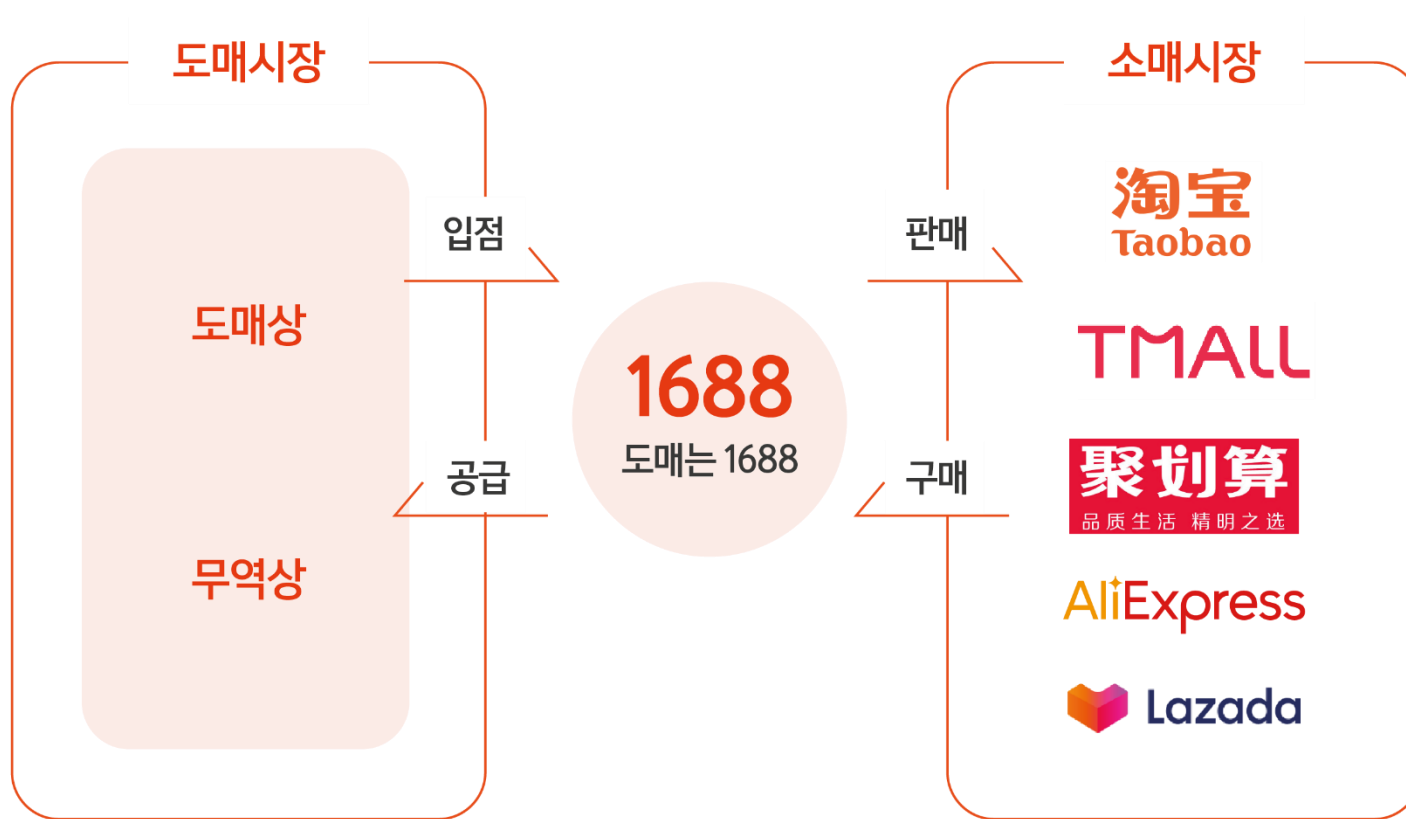
## 글로벌 알리바바

글로벌 도매 무역 플랫폼 [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)은 알리바바 그룹 설립 당시에 최초로 만든 온라인 무역 플랫폼이다. 2017년 3월 31일까지 전 세계 200여개 나라/지역의 바이어가 글로벌 알리바바 플랫폼에서 거래했다. 중소기업, 무역 회사, 도소매업자, 제조업 대상으로 세관, 무역금융, 물류 등 one-stop 수출 공급사슬 서비스를 제공하고 있다.

## 알리페이

중국 최소의 모바일 결제 수단 2004년에 설립하여 2015년 6월말까지 실명인증 한 이용자의 수가 4억 넘었다. 가입된 오프라인 가게(마트, 편의점, 식당 등) 약 20만개이다. 마이금융 서비스의 한 파트로 알리페이 제테크 기능의 이용자 2억 명 초과했다.

# 1. 1688.com 알리바바 그룹 내 위치



# 1. 1688.com의 8대 체계

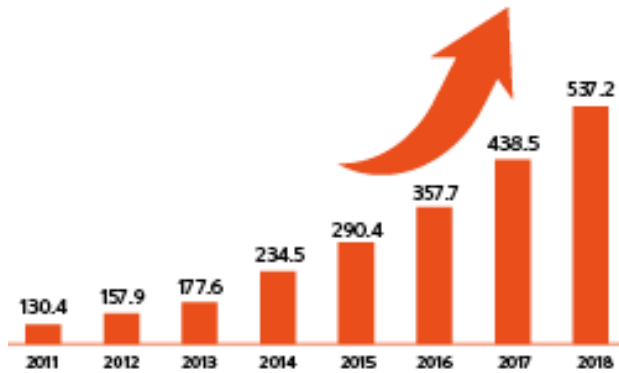


# 1. 1688.com의 10대 마케팅 행렬



# 1. 왜 1688.com?

중국전자상거래B2B 시장총매출



알리바바 점유율

45.79%



57 개  
산업 분야

1000만 여곳  
기업 스토어

8 개  
마케팅 시스템

100만 개  
실시간 온라인 상담

1.5억 번  
실시간 클릭 수

1,200만 명  
일 방문 량



# 1. 1688.com의 운영방식



## 2. 1688.com 상품 및 기업 검색 - 키워드검색 & 주요 메뉴얼

手机阿里 best\_ener... 消息 1688首页 我的阿里 进货单 40 我的收藏 诚信通官网 实力商家 我是供应商 客服中心 网站导航

1688 采购批发 上1688.com

产品 | 工业品牌 | 供应商 | 求购 | 生意经

衣架

关键词 검색-> 搜索

晒被子 螺旋式 衣架 无痕 衣架神器 折衣服神器懒人叠衣架 凯旺

下载APP 手机拍照 秒搜同款







- 원산지->
- 상품 규격->
- 상품 색깔->
- 상품 가격->
- 상품 분류->
- 기타 키워드->

所有类目 共 695621 件相关产品

产地:	义乌	广州	永康	台州	温州	东莞	临沂	其他	多选+			
晾晒架造型:	圆形带夹型	单杆式	双杆式	翼型	X型	其他			多选+			
颜色:	白色	蓝色	黑色	绿色	粉红色	紫色	红色	黄色	卡其色	咖啡色	更多	多选+
价格:	0-10	10-30	30-50	50-100	100-1600	1600以上						
分类:	家用篮	塑料衣架	金属衣架	晾衣架、晾晒	裤架、裤夹	植绒衣架	晾晒篮、晾晒	展示衣架	简易衣帽架	升降晾衣架	更多	
您是不是在找:	铝合金衣架	成人衣架	烘干衣架	湿塑衣架	伸缩衣架	不锈钢衣架	无痕衣架	防霉衣架	衣架金属	多功能衣架	塑料衣架	

新人首单优惠
  手机专享价
  48小时发货
  赠运费险
  7+天包换
  实力商家
  进口货源
  通用排序

综合 成交额 价格 最低价 最高价 起订量 以下 所在地区 平均发货速度 经营模式 深度认证 合并供应商

<p><b>伙拼 超值</b></p> <p>伸缩衣架 浴巾也能晒 可伸缩衣架</p>  <p>新人精选 工厂店·好品质·超划算</p> <p>¥2.38 30天成交3419元</p> <p>Z1039批发可伸缩无痕衣架... 广告</p> <p>义乌市泽熙日用品厂 9年 回头率: 37% 生产加工</p> <p>源头工厂</p>	<p><b>凯旺</b></p> <p>新款弧形20夹</p>  <p>一个夹子固定一只袜子 任意晾晒不掉落</p> <p>¥2.20 30天成交53.61万元</p> <p>凯旺不锈钢弧形衣架8夹晒架晾... 广告</p> <p>+潮州市潮安区沙溪镇... 7年 回头率: 23.7% 生产加工</p> <p>源头工厂</p>	<p>多夹子晒袜子衣架32夹塑料文胸晾...</p>  <p>义乌市春祥布艺有... 5年 回头率: 18.8% 生产加工</p> <p>源头工厂</p>	<p>A1303 创意纸藤衣架 28圈毛巾架丝...</p>  <p>义乌市晨梦家居用... 7年 回头率: 28.9% 经销批发</p> <p>源头工厂</p>	<p>成人宽肩衣架加粗塑料防滑...</p>  <p>庆元卓越生活用品... 4年 回头率: 29.4% 生产加工</p> <p>品牌贴货源</p>	<p>简约宽肩衣架 无痕晾衣 / 防霉升级</p>  <p>批发宽肩无痕衣架防肩加粗防滑衣... 广告</p> <p>柜挂衣架 旋转挂钩衣撑家用架子... 4年</p>
--	--	--	---	--	--

## 2. 1688.com 상품 및 기업 검색 - 조건부 검색

신가입 첫 주문 혜택 선택 ->

모바일 주문 단각 ->

48시간 안에 배송 ->

배송 보험 서비스 ->

7+일 무료 환불 ->

The screenshot shows the 1688.com search results for '伸缩衣架' (expandable hangers). The search filters at the top include: 新人首单优惠 (New user first order discount), 手机专享价 (Mobile exclusive price), 48小时发货 (48-hour shipping), 赠运费险 (Free shipping insurance), 7+天包换 (7+ day return), 实力商家 (Authorized merchant), 进口货源 (Imported source), and 通用排序 (General sorting). The search results are displayed in a grid format, showing various hanger products with their prices, transaction volumes, and seller information. Red boxes highlight the search filters, and red arrows point from the text labels on the left to the corresponding elements in the screenshot.

“ 수고하셨습니다 ”

메일 : [ckhong@ckbridge.co.kr](mailto:ckhong@ckbridge.co.kr)

핸드폰(대표 홍성용) : 010-7349-1474

The logo for CK BRIDGE features a stylized bridge graphic above the text. The bridge is composed of two curved lines, one red on the left and one blue on the right, meeting at a central point. Below the bridge, the letters 'CK' are in red and 'BRIDGE' is in blue, all in a bold, sans-serif font.

**CK BRIDGE**