
한국기업의 중국 내수시장 확대를 위한
중국내 B2B(온라인 거래) 중개사이트 활용전략

2016. 5.

<목 차>

- I. 중국 B2B(온라인) 시장 동향
- II. 중국 B2B 중개기업의 특징
- III. 중국 B2B 사이트 이용 안내
- IV. 결론 및 시사점

한국무역협회
북 경 지 부

1 중국 B2B(온라인) 시장 동향

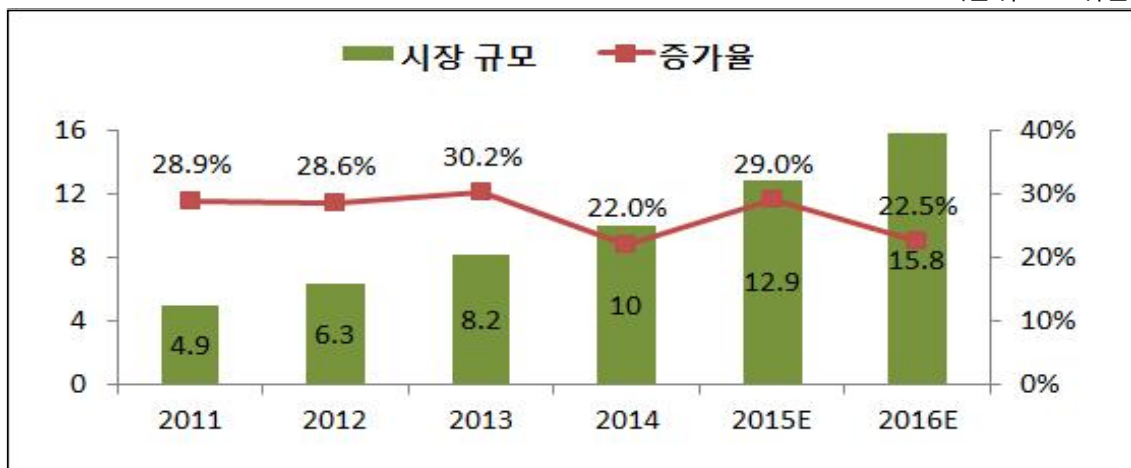
1. 중국내 거래

□ 최근 5년간 중국의 국내 B2B(기업 간의 거래) 온라인 거래규모는 매년 두 자리 수 이상의 성장률을 유지하고 있으며 올해에도 20% 이상의 성장이 예상됨

- 중국 내 B2B 전자상거래 시장 규모는 2011년의 4.9조 위안에서 2015년에는 12.9조 위안으로 뛰어 오른 것으로 추정되며(연평균 27.4% 증가) 2016년에는 그 규모가 15.8조 위안으로 예상됨

< 중국의 국내 B2B 시장 거래규모 >

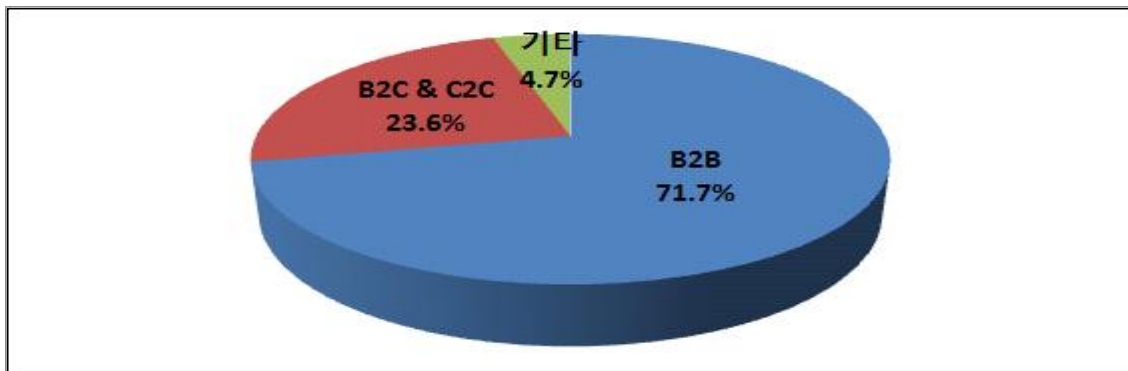
(단위: 조 위안)



출처: 중국전자상거래연구센터(2015)

- 지난해 중국 내수 B2B 거래액은 자국내 전체 전자상거래 시장 중에서 71.7%를 차지함
- 중국의 B2C(기업과 소비자 간의 거래) 및 C2C(소비자 간의 거래) 시장은 합쳐서 23.6%를 차지해 중국내 전자상거래 시장은 기업 간 거래가 주도하고 있음을 알 수 있음

< 중국내 전자상거래 시장 구성비(2015년 기준) >



출처: iResearch(2015)

2. 국제 거래

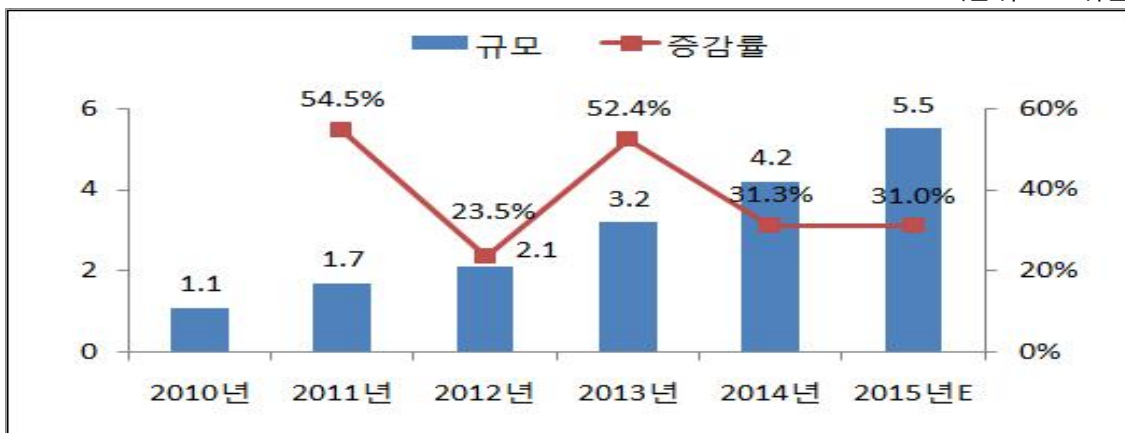
□ 중국의 크로스보더(국제) 전자상거래 시장은 최근 급속한 성장세를 이어나가고 있음

○ 중국의 크로스보더 거래액은 2010년의 1.1조 위안에서 2015년에는 5.5조 위안(추정액)으로 증가해 연평균 38.0%씩 늘어났음

- 2015년 상반기에 수출이 84.8%, 수입이 15.2%를 차지해 중국의 크로스보더 전자상거래 시장은 수출이 주도하고 있음을 보여줌

< 중국의 크로스보더 거래액 추이 >

(단위: 조 위안)

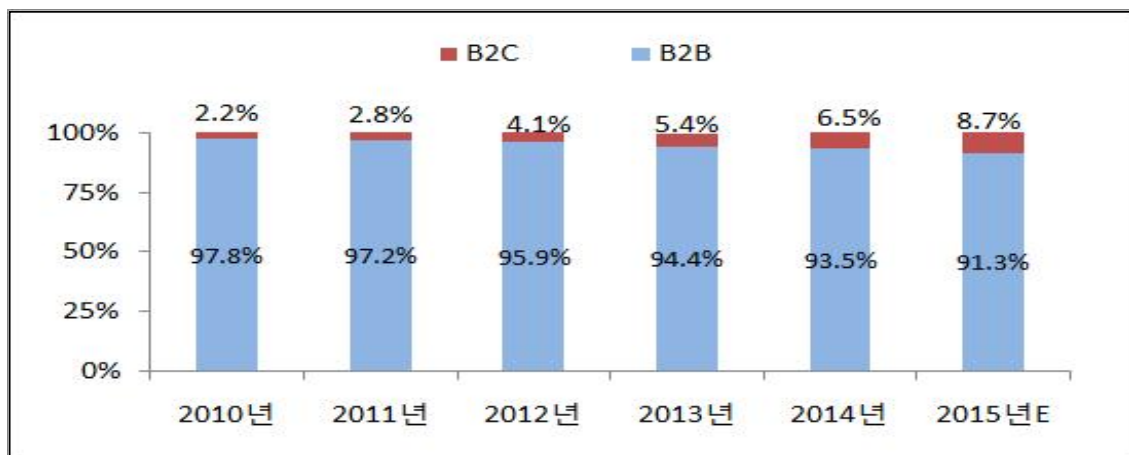


출처: 중국전자상거래연구센터(2015)

□ 중국의 크로스보더 전자상거래 시장은 B2B 거래가 대부분을 차지하고 있음

- 중국 크로스보더 전자상거래 중 B2B 비중은 2010년의 97.8%에서 2015년에 91.3%(추정액)로 낮아졌으나 여전히 90% 이상의 높은 비중을 유지하고 있음

< 중국의 크로스보더 전자상거래 비중 >



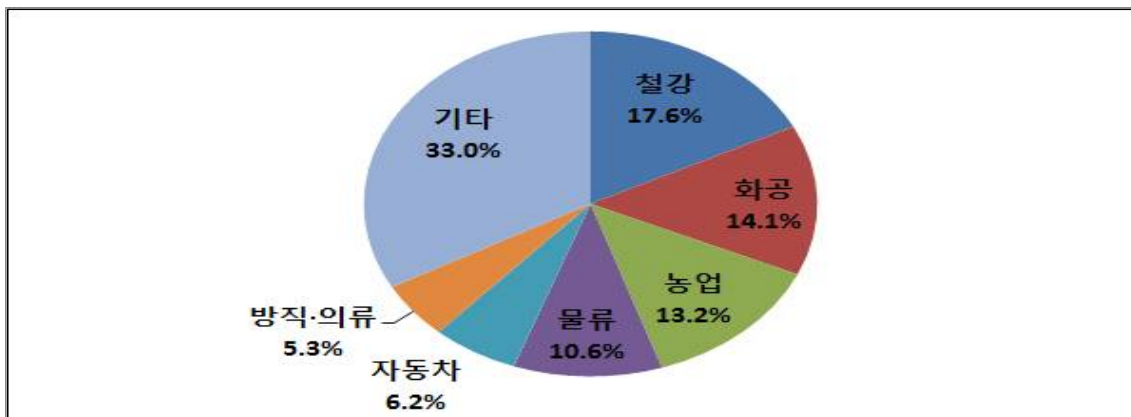
출처: 중국전자상거래연구센터(2015)

2 중국 B2B 중개기업의 특징

1. 개요

- 중국의 B2B 전자상거래 시장에서 가장 많이 거래되는 품목은 철강, 화공, 농업관련 제품 등임
- 2015년 3/4분기를 기준으로 중국 B2B 온라인 시장에서 철강이 17.6%로 제일 많은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 화공제품(14.1%), 농식품(13.2%) 물류(10.6%), 자동차(6.2%), 방직·의류(5.3%) 순으로 나타났음
- 현재 중국의 B2B 온라인 시장에는 200개 정도의 철강 관련 기업이 거래를 중개하고 있음

< 중국 B2B 온라인 시장 주요 거래품목 >



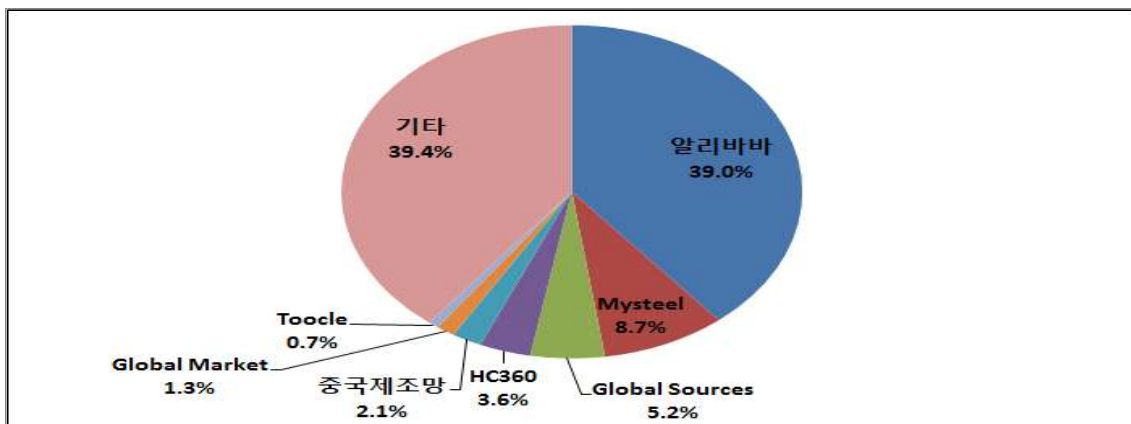
출처: Sootoo Research(2015)

*주: 2015년 3/4분기 기준임

- 중국의 B2B 온라인 시장에서 거래규모가 가장 큰 업체는 알리바바(阿里巴巴)이며 Mysteel(上海钢联), Global Sources(环球资源), HC360(慧聪网), 중국제조망(中国制造网), Global Market(环球市场), Toocle(网盛生意宝) 등이 그 뒤를 잇고 있음

- 중국 B2B 온라인 시장점유율(2015년 상반기 기준)을 보면 알리바바가 39.0%로 독보적인 위치를 차지하고 있으며, Mysteel(8.7%), Global Sources(5.2%), HC360(3.6%), 중국제조망(2.1%), Global Market(1.3%), Toocle(0.7%) 등도 두각을 나타내고 있음

< 중국 주요 B2B 업체의 시장점유율 >



출처: 중국전자상거래연구센터(2015)

*주: 2015년 상반기 기준

□ 중국의 주요 B2B 중개 기업들은 이미 증시에 상장되어 주목을 받고 있음

- 2014년 말 기준으로 중국에는 1만 1,200개(2015년은 미발표)의 B2B 전자상거래 업체가 있는 것으로 알려지고 있는 가운데 선도업체인 알리바바는 2014년에 뉴욕증권거래소에, Global Sources는 2000년에 나스닥에 각각 상장되었음
- 자원류 제품을 주로 취급하는 Mysteel은 2011년에 중국내 선전증권거래소에, HC360은 2003년에 홍콩에 각각 상장되었음

2. B2B 중개 선도기업

- 중국의 주요 B2B 중개기업은 중국내 거래를 위주로 취급하는 기업과 국제 거래를 위주로 취급하는 기업으로 분류되며 일부 기업은 국내 및 국제 거래를 동시에 취급하고 있음

【사례1】 HC360

- 1992년에 설립된 HC360(慧聪网)은 중국 국내 B2B를 주로 취급하며 ‘남쪽은 알리바바, 북쪽은 후이충(南阿里, 北慧聪)’이라는 명성을 갖고 있을 정도로 중국에서 영향력이 있는 기업임
- 본사는 베이징에 소재하며 중국 내 13개 도시에 자회사를 두고 있고 중국 각 지역에서 300개 이상의 대리점을 운영하고 있음
- 회원 수는 현재 2천만 개로 그 중 유료회원이 18만 개에 달함

【사례2】 Global Sources

- 1970년에 홍콩에서 무역관련 미디어회사로 시작하여 주로 크로스보더 B2B를 취급함(중국 본사는 선전에 있음)
- 1996년에 Asian Sources Online이라고 하는 B2B 온라인 거래 사이트를 오픈했으며 1999년부터 Global Sources 사이트를 본격적으로 운영하기 시작했음

【사례3】 알리바바

- 1999년에 설립되어 중국 국내 거래용 B2B 사이트(www.1688.com)와 국제 거래용 B2B 사이트(www.alibaba.com)를 동시에 운영하고 있음

- 현재 알리바바는 산하에 Tmall(B2C), 타오바오(C2C) 등을 포함하여 총 10개의 전자상거래 사이트를 운영하고 있음

< 중국 주요 B2B 사이트 현황 >

(단위: 억 위안)

NO.	사이트명	URL	매출액	설립연도	회원 수	상장여부	목표시장
1	알리바바 (阿里巴巴)	www.1688.com (국내) www.alibaba.com (국제)	762	1999년	1.2억 명 (국내B2B)	뉴욕증권 거래소 (2014년)	국내 국제
2	Mysteel (上海钢联)	www.mysteel.com (정보) www.banksteel.com (교역)	76	2000년	월 평균 1만개 신규가입	선전 (2011년)	국내
3	Global Sources (环球资源)	www.globalsources.com	12	1970년	미공개	나스닥 (2000년)	국제
4	HC360 (慧聪网)	www.hc360.com	10	1992년	2천만개	홍콩 (2003년)	국내
5	중국제조망 (中国制造网)	www.made-in-china.com	5.1	1998년	800만 명 (2012년말)	선전 (2009년)	국제
6	Global Market (环球市场)	www.globalmarket.com	확인 안됨	1995년	3만개 (제조업체)	런던증권 거래소 (2012년)	국제
7	Toocle (网盛生意宝)	www.toocle.com/Chinese (국내) www.toocle.com(국제)	1.6	1997년	2천만개	선전 (2006년)	국내 국제
8	国联资源网	www.ibicn.com	1.3	2006년	200만개	신삼판 (2015년)	국내
9	海虹医药网	www.emedchina.cn	확인 안됨	2000년	수십만개	선전 (1992년)	국내
10	Dhgate (敦煌网)	www.dhgate.com	확인 안됨	2004년	120만개	미상장	국제

출처: 중국전자상거래연구센터(2015) 및 각 기업 발표자료 종합 *주: 매출액은 2014년 기준

3. B2B 거래알선 신흥기업

□ 최근 중국에는 업종별로 다양한 B2B 거래 사이트들이 등장하여 거래를 선도하고 있음

【사례1】이랜왕(衣联网)

○ 중국 내 의류 도매를 전문적으로 취급하며 2003년에 설립되었음(본사는 광저우에 소재함)

- 베이징, 상하이, 청두, 선양 등 20개의 주요 의류 교역도시에 자회사를 두고 있음
- 현재 1만 개 이상의 의류 도매상들이 본 사이트를 이용해 의류를 판매하고 있으며 100만 개 이상의 의류 소매상들이 본 사이트로부터 의류를 구매하고 있어 중국 내에서 선도적인 의류거래 플랫폼임

【사례2】이화왕(宜花网)

○ 생화 도매만을 전문적으로 취급하며 2014년에 설립된 일천한 경력에도 불구하고 현재 중국 최대의 생화 공급회사로 발돋움하고 있음

- 2015년에 2억 송이의 생화를 판매했으며 중국 내 2만 개 이상의 꽃가게에 생화를 공급한데 이어 올해는 총 15억 송이의 거래를 목표로 하고 있음
- 중국의 주요 생화 생산지인 윈난(雲南)으로부터 24시간 내에 중국 전역에 생화를 배송하기 위해 윈난, 쓰촨, 하이난, 랴오닝, 상하이 등지에 물류기지를 보유하고 있음
- 올해 밸런타인데이를 맞아 동종 업계에서 세계 최초로 보잉 747 전세기를 이용해 윈난에서 텐진까지 생화(총 104톤)를 운송한 적 있음

< 최근 제품별 주요 인기 B2B 사이트 >

NO.	취급품목	사이트명	URL	설립연도	이용자 규모	본사 소재지
1	의류	衣联网	www.eelly.com	2003년	판매: 1만개 구매: 117만개	광저우
2	플라스틱 화공제품	找塑料网	www.zhaosuliao.com	2014년	미공개	광저우
3	자동차부품	淘汽配	www.taoqipei.cn	2014년	부품업체: 5백개 수리업체: 1천개	청두
4	주류	易酒批	www.yijiupi.com	2014년	수만개 추정	베이징
5	생화	宜花网	www.easyflower.com	2014년	꽃집 2만개	베이징
6	식재료	美菜网	www.meicai.cn	2014년	올해 말 중국 100개 도시 연결 목표	베이징
7	신발	找鞋网	www.zhaoxie.com	2015년	미공개	베이징

출처: iResearch(2016)

3 중국 B2B 사이트 이용 안내

1. HC360(慧聪网)

① 회원 가입

□ HC360의 회원기업은 무료회원 및 유료회원으로 구분되며 외국기업도 회원 가입이 가능하지만 실제 거래를 위해서는 중국 현지법인 설립이 필요함

○ 거래에 참여하려면 유료회원에 가입해야 하며 그 등급은 마이마이통(买卖通), 골드, VIP 등 3가지로 등급별로 서비스가 다름

○ 회사명칭, 담당자명, 핸드폰 번호를 제공하고 회원 ID 및 패스워드를 정하면 무료회원 가입이 가능함

- 회원 가입을 정식으로 신청하면 서비스 약관에 동의한 것으로 간주하며 후이푸바오(慧付宝)라고 하는 결제서비스에 함께 가입됨

· 후이푸바오는 알리바바의 즈푸바오(支付宝, Alipay) 결제서비스와 유사함

○ 유료회원(마이마이통 이상)의 경우 영업허가증 사본, 법인대표 신분증 사본 등을 추가로 제공해야 하며 법인대표가 아닌 실무 담당자의 신분증 사본 제출 시에는 HC360에서 지정한 양식의 수권서류에 회사 회사 직인(公章)을 찍어 제출해야 함

- 유료회원 가입 신청 시 회비 납부 후 인증업체를 통해 기업인증을 받아야 하며 인증시 소요기간은 근무일 기준으로 3~5일임

- 마이마이통 가입에 대한 자세한 내용은 아래 사이트 참조
(<http://b2b.hc360.com/intro/jrmmt.html>)

< HC360 회원 등급 비교 >

NO.	구 분		무료회원	마이마이통회원	골드회원	VIP회원
1	기본 서비스	매장 표기	표기 없음			
		회사소개	로고, 사진, 소개자료 등 등록 가능	로고, 사진, 소개자료 등 등록 가능	로고, 사진, 소개자료 등 등록 가능	로고, 사진, 소개자료 등 등록 가능
		회사홍보	4단계의 기업 분류 그룹 가입	6단계의 기업 분류 그룹 가입	6단계의 기업 분류 그룹 가입	6단계의 기업 분류 그룹 가입
		제품 정보 공개 가능 수	1천개	1만개	1만개	1만개
		구매 등록자 연락처 정보 열람	열람 불가	일 100개 열람 가능	일 100개 열람 가능	일 100개 열람 가능
2	인증	인증여부	없음	있음	있음	있음
3	회비 (위안)	1년	무료	2,580	19,800	68,000

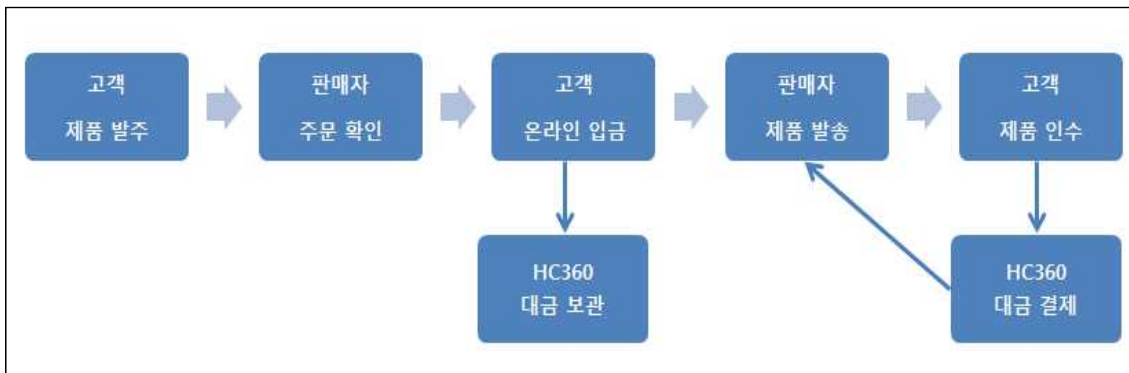
출처: HC360 공식 사이트 *주: 회비 및 서비스는 HC360과의 협의를 통해 조정 가능

② 교역 절차

☐ 안전한 거래 보증을 위해 구매자가 지급한 대금을 일단 보관했다가 제품 인수 완료 후 판매자에게 지급하는 방법으로 온라인 거래의 리스크를 최소화하고 있음

- 제품 구매자가 사이트에서 원하는 제품을 선택하여 구입한 후 지불하는 제품 대금은 HC360에서 잠시 보관함. 입금을 확인한 판매자는 구매자에게 제품을 발송하며, 구매자가 제품을 인수하여 확인 후 HC360이 판매자에게 제품 대금을 입금함으로써 전체 교역 절차가 마무리 됨

< HC360에서의 B2B 거래 프로세스 >



출처: HC360 공식 사이트

③ 문의

- 담당자 : Ms. Bo Yang
- 핸드폰 : 18513127750
- QQ메신저¹⁾ : 3248226127

2. Mysteel(上海钢联)

□ 2000년에 설립되어 철강제품 외에 석탄, 비철금속, 농산물 등 다양한 제품을 취급하며 주로 시장정보 및 거래 플랫폼 제공 등의 서비스를 제공하고 있음

- o 주요 거래 플랫폼인 Bank Steel의 올해 1분기 교역량은 350만 톤에 달함. 2015년에는 1,100만 톤이 거래되었으며 올해 교역량은 작년을 초과할 것으로 예상되고 있음

① 정보 플랫폼(www.mysteel.com)

□ 자원류 제품의 수급 동향, 가격 정보, 통계 수치, 조사보고서, 주요 이슈 등을 유료로 제공함

1) QQ메신저: 중국 유명 인터넷 기업 텐센트(騰訊)가 제공하는 중국에서 가장 인기 있는 컴퓨터 메신저 프로그램임(중국판 MSN).

- 일반 철강, 특수강, 스테인리스강, 비철금속, 제련원료, 석탄화학제품, 농산품(곡물 및 유지작물) 등에 대한 맞춤 정보를 제공하며, 중국어 사이트의 경우 특정 제품에 따라 1,500위안~5,000위안의 연회비를 받음
- 이용자가 채널(동일 채널 내에서도 서비스 등급에 따라 차등 적용) 및 제품 별로 연회비를 각각 지불해야 하며 계약 내용에 따라 할인 혜택 적용 가능

· 연회비 안내에 대한 자세한 내용은 다음 링크 참조
(<http://www.mysteel.com/fwbj.html>)

- 외국인을 상대로 영문 사이트를 별도 운영하며 연회비는 1만5,000위안임. 영문 사이트의 경우 다양한 자원류 제품의 정보를 한꺼번에 접할 수 있는 장점이 있으나 중국어 사이트에 비해 정보가 미흡하다는 평가가 있음(영문 사이트: www.mysteel.net)

② 거래 플랫폼(www.banksteel.com)

□ B2B 온라인 현물거래 전용 플랫폼이며 온라인 교역 뿐 아니라 금융, 결제, 물류, 창고, 시장정보 등 다양한 서비스를 일괄 제공함

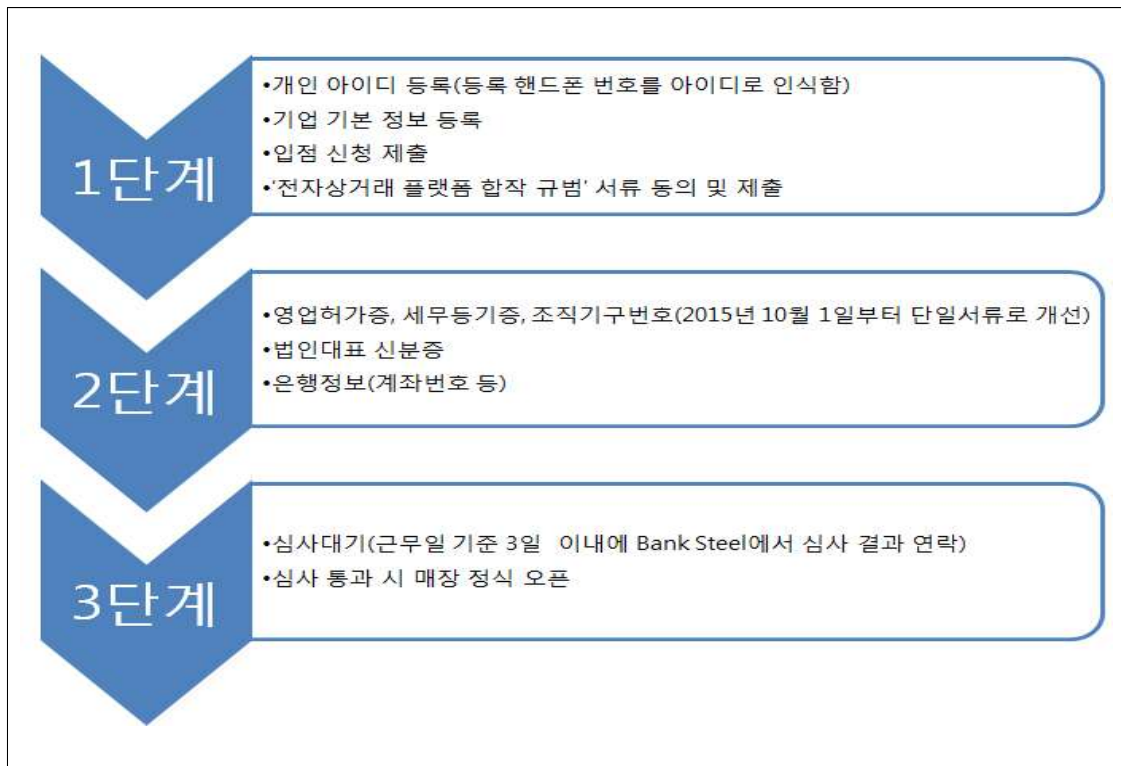
1) 회원 가입

- 입점하기 위해서는 중국 현지 기업 기준으로 아래의 정보를 제공해야 함
- 핸드폰 번호 제공(회원 ID로 지정됨) 및 본인 여부 확인을 위한 핸드폰 메시지 확인
- 기업의 기본 정보 등록 후 입점 신청 버튼을 눌러야 하며, Bank

Steel에서 제공하는 ‘전자상거래 플랫폼 합작 규범’에 대한 서류 내용을 동의 및 제출해야 함

- 영업허가증, 세무등기증, 조직기구번호 등 소위 삼증²⁾(三證) 서류 및 법인대표 신분증, 은행정보(계좌번호) 등을 제출해야 하며 모든 서류 사본에는 회사 직인(公章)이 찍혀야 함
- 모든 서류를 제출한 후에 Bank Steel의 심사를 대기해야 하며 근무일 기준 3일 이내에 심사 결과를 통보받게 됨. 심사 통과 후 Bank Steel에서 정식으로 교역을 개시할 수 있음

< Bank Steel 회원 가입 신청절차 및 필요서류 >



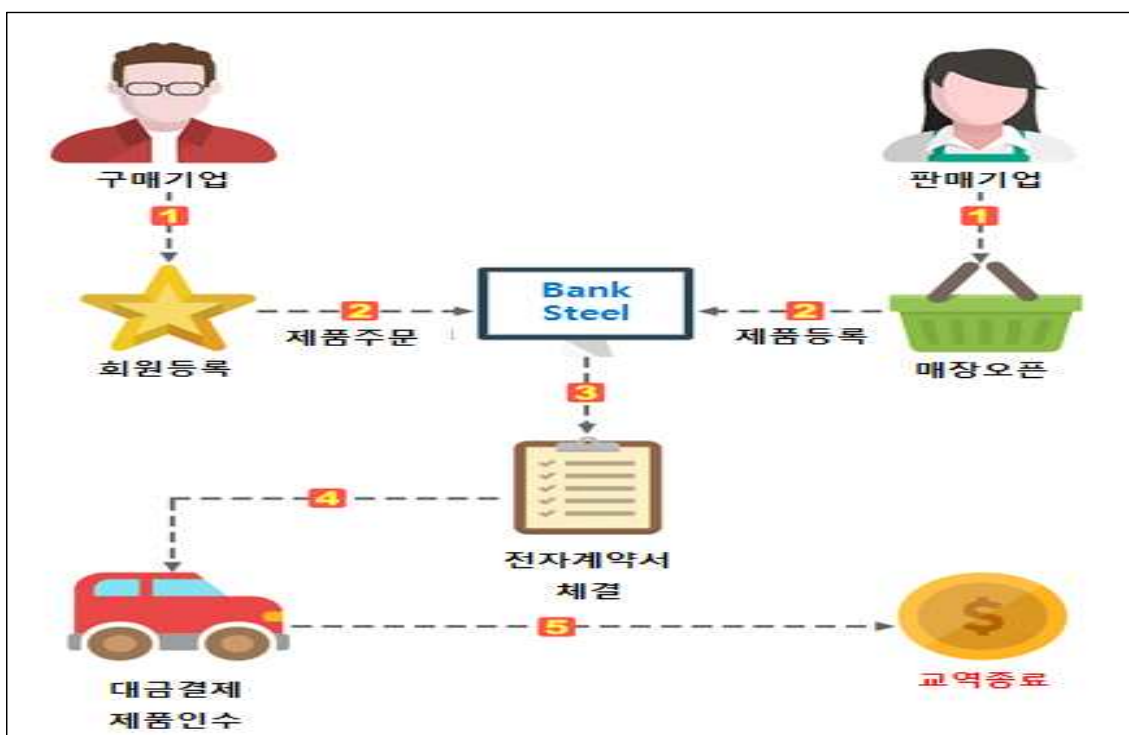
출처: Bank Steel 공식 사이트

2) 삼증합일(三證合一) 정책: 중국 국무원은 2015년 6월에 공지를 통해 영업허가증, 세무등기증, 조직기구번호 등 세 가지 서류를 합쳐서 단일 서류로 대체하여 발급한다고 발표했으며 동년 10월 1일부터 전국 범위 내에서 본격 실행했음(2017년까지가 과도기이며 특수 업종은 최장 2020년까지 연장 가능)

2) 교역 절차

- o 입점 완료 후 판매기업은 온라인 매장에 제품 등록이 가능하며, 제품 등록 정보는 Bank Steel의 확인 및 검증을 거친 후(통상 1~2일 소요) 정식으로 구매자로부터 주문을 받을 수 있음
- o 제품 판매는 일반 B2C 사이트와 유사하여 검색창을 통해 제품 사양, 가격, 교역장소(지역별) 등 다양한 조건으로 검색할 수 있음. 제품 검색 후 카트에 담아 제품을 주문하고 전자계약서를 체결해야 하며 대금 지급 후 제품을 인도받으면 전체 교역이 마무리됨
- 무료로 거래 플랫폼을 제공하며 거래 성사에 따른 별도의 비용을 받지 않음. 대신 별도로 제공되는 창고, 운송, 용자 등 부가서비스를 통해 이윤을 창출하는 것이 특징임

< Bank Steel에서의 B2B 거래 프로세스 >



출처: Bank Steel 공식 사이트

3) 문의

- 담당자 : Ms.QingQing Liu
- 전화번호 : 021-2609-3540
- 메일주소 : liuqq@mysteel.com

3. 이렌왕(衣联网)

- ☐ 중국 내 최대 의류 도매 사이트로 저가에서 증가, 고가에 이르는 다양한 의류 제품을 취급하며 그 외에 신발, 액세서리, 가방 등도 거래되고 있음

① 회원 가입

- o 무료로 회원가입이 가능하지만 제품 판매를 위해서는 유료회원에 가입해야 함
 - 유료회원은 3성급, 4성급, 5성급 등 세 가지로 분류되며 회원 등급별로 제공받을 수 있는 서비스 및 연회비가 달라짐
 - 유료회원에게는 제품을 전시할 수 있는 전시 공간이 제공되며 자사 제품에 관심을 보인 적이 있는 잠재고객 리스트를 관리할 수 있음
 - 유료회원의 등급에 따라 다양한 수량의 목표 고객 연락처를 계약기간 내에 제공함

< 이랜왕 유료회원 등급 비교 >

(단위: 위안)

회원 구분	연회비	서비스 내용
3성급	3,900	1)제품 전시용 공간 50G 제공(의류 5천개 분량) 2)홈페이지에 제품 전시 후 자동으로 QR코드가 생성되어 결제에 사용될 수 있음 3)당사 제품을 검색한 적이 있거나 문의 혹은 구매한 적이 있는 고객(휴대폰 번호가 있는) 리스트 관리 기능 제공 4)계약 기간 내에 지능검색 기능을 통해 최소 200개의 연락 가능한 구매자 리스트 제공
4성급	8,800	1)제품 전시용 공간 100G 제공(의류 1만개 분량) 2)계약 기간 내에 지능검색 기능을 통해 최소 500개의 연락 가능한 구매자 리스트 제공 3)제품 판매 및 홍보가 가능한 위챗(중국판 카카오톡) 동기화 계정 제공 4)기타 3성급 동일 서비스
5성급	15,800	1)제품 전시용 공간 200G 제공(의류 2만개 분량) 2)계약 기간 내에 지능검색 기능을 통해 최소 1,000개의 연락 가능한 구매자 리스트 제공 3)제품 판매 및 홍보가 가능한 위챗(중국판 카카오톡) 동기화 계정 제공 4)에이전트 관리 등이 가능한 온라인 유통채널 관리시스템 제공 5)기타 4성급 동일 서비스

출처: 이랜왕 공식 사이트

- o 기업이 유료회원 가입 후 점포명, 홈페이지명, 취급 품목, 최소 판매액(혹은 수량), 소재지 및 주소, 반품 주소 및 연락처, QQ메신저 번호, 판매자의 신분증 사본, 은행 계좌번호 등 정보를 제공할 경우 심사를 거쳐 제품 판매를 개시(심사기한은 근무일 기준으로 1~2일 소요)

② 교역 절차

- o 온라인 거래 과정에서 발생하는 불확실성 해소를 위해 자체적인 신용보증 시스템을 개발하여 구매자와 판매자가 안심하고 거래할 수 있도록 했음
- 거래 과정: 제품 주문 및 대금 결제(대금은 이랜왕에서 선 보관)
→ 제품 발송 → 제품 인수 완료 → 대금 정산(거래 종료)

- o 이랜왕은 이랜통(衣联通)이라고 하는 자체 온라인 메신저를 개발하여 판매자와 구매자 간의 간편한 의사소통을 지원

③ 문의

- 전화번호 : 020-66219222(내선 8008)

4. 알리바바

□ 최근 수입제품만을 취급하는 전문 B2B 플랫폼을 개통하여 외국에서 인기 높은 제품들이 제때에 중국시장에 판매될 수 있도록 했음

- o 올해 3월에 알리바바는 진커우훤웬(进口货源, 수입상품 공급원)이라고 하는 채널(<https://in.1688.com>)을 개통하여 100% 외국산 상품만을 거래하고 있음
- o 진커우훤웬(进口货源) 입주기업 신청 서류 및 요구사항은 다음과 같으며 입주신청은 현재 중국내 기업으로 제한되어 있음

① 자격 및 서류

- 알리페이(支付宝, Alipay)라고 하는 온라인 결제 서비스를 이용해야 하며 실명인증을 받아야 함
- 청신통(诚信通)이라고 하는 알리바바의 신용정보 관련 사이트(<https://cxt.1688.com>)에 회원으로 가입해야 함
 - 영업허가증 사본을 필히 제출해야 하며 연간 회비(3,688위안)을 납부해야 함
- 의무사항인 구매자 보증서비스에 가입된 점포는 3,000위안의 보증

금을 납부해야 하며, 고객이 알리바바 사이트에서 해당 점포 검색 시 보증서비스에 가입된 점포라는 것을 확인할 수 있음

- 고객이 구매자 보증서비스에 가입된 점포로부터 상품을 주문 후 제품발송이 원래 약정보다 늦어졌거나 품질 문제를 발견했거나 받은 제품이 주문내용과 다른 등 문제가 발견되었을 경우 알리바바가 먼저 책임지고 고객에게 배상을 하는 등 업그레이드된 對고객 서비스를 제공함
- 구매자 보증서비스에 대한 자세한 내용은 아래 사이트 참조 (<http://page.1688.com/buyerprotection/buyer.html>)
- 구매자 보증서비스에서 요구하는 보증금 외 진커우회웬 가입을 위해 별도의 보증금 7,000위안을 납부해야 함
- 취급 수입상품 중 중국법률에서 요구하는 특정 자격 혹은 허가가 필요한 제품이 있는 경우 신청기업은 관련 제품의 판매 혹은 경영 자격을 우선 취득해야 함(합법적인 기업 정보를 제출해야 하며 취급하는 모든 수입상품 원천에 대한 증명자료를 제공해야 함)

② 상품 및 서비스 요구

- o 100% 수입상품을 취급해야 하기 때문에 상품 관련 통관 및 검역 서류 사본을 상품 정보란에 업로드해야 함
- 최근 90일 이내 분쟁 발생 비율이 0.01% 이내 이어야 하며, 총 건수로 2건 이내 이어야 하며 심각한 지식재산권 침해가 없어야 함
- A/S 담당자를 위임해야 하며 알리왕왕³⁾(阿里旺旺)이라는 중국어 對 고객 메신저 이용 시간이 매일 8시간 이상이어야 함

3) 알리왕왕: 알리바바 사이트에서 판매자와 구매자를 연결하는 메신저 서비스.

③ 기본 신청 절차

- 신청서류 제출 후 심사기간은 통상 1~2일(근무일 기준)이 소요되며 심사 합격 시 알리왕왕을 통해 통지함(개별 서류 미달 시 이메일을 통해 공지함)
- 구매자 보증 서비스는 신청서류 제출 후 심사대기 기간에 별도 신청할 수 있어 신청 기간 단축이 가능

< 알리바바 수입상품 전문 채널 입주 신청 프로세스 >



출처: 알리바바 공식 사이트

④ 문의

- 입주 신청 관련 문의는 해당 제품 별로 관련 알리왕왕(對고객 메신저) 그룹에 가입하여 문의하면 됨
- 제품별 알리왕왕 번호
 - 식품류 : 1445590447
 - 화장품류 : 1445590443
 - 공예품 및 장신구류 : 1445393841
 - 원자재 및 공업품류 : 396088157

4 결론 및 시사점

- 중국내 온라인 B2B 시장이 매년 20~30%의 빠른 성장을 보이고 있는데다 가공무역형 수출구조에서 탈피하기 위해 중국 내 B2B 시장에 대한 활용에 적극 나서야 함
 - 중국의 전자상거래 시장에서 한국기업이 관심을 갖고 있는 B2C(C2C 포함) 시장의 비중은 지난해를 기준으로 23.6%에 불과하나 B2B 시장은 71.7%라는 높은 비중을 차지하고 있음
 - 중국 내수시장 진출확대를 위해 기존 생산법인에 유통을 추가하거나 유통법인 신규 설립을 통해 중국 내 온라인 B2B 시장에 본격적으로 참여할 필요가 있음
 - 한국의 대중국 투자액은 600억 달러(약 2만 5천여개)를 넘어선 것으로 추정되는데 대부분 생산기능 위주의 가공무역(대중국 수출중 가공무역 비중 49.7%, 2015년 기준)에 머물고 있어 내수확대가 절실한 실정임
- 상당수 B2B 중개 사이트들이 주식시장 상장을 통해 대외신뢰도를 확보하고 있으며 업종별 전문화도 크게 진행되어 경쟁력도 빠르게 제고되고 있음
 - B2B 사이트들은 유료회원 확대와 상장을 통해 안정적인 수익기반을 확보하고 있는데다 제품확인 후 대금결제가 최종적으로 완료되는 안심거래시스템을 채택하고 있음
- 우리나라의 對중국 수출에서 원자재의 비중이 감소하고 있어 중국 현지 B2B를 활용한 원자재 수출 증대의 필요성이 대두되고 있음

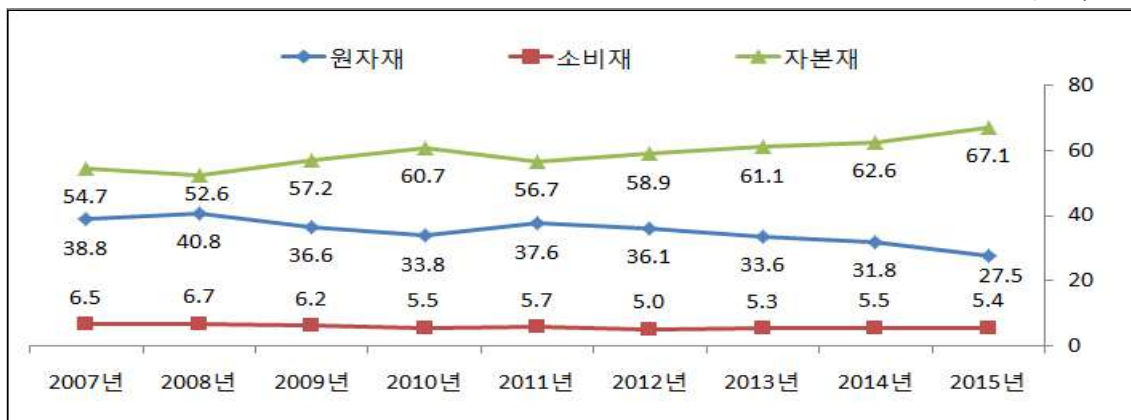
○ 중국내 B2B 사이트에서는 원자재 거래가 활발한데 이를 적극 활용 할 경우 추락하고 있는 원자재 수출비중을 회복할 수 있음

- 최근 한국의 對중국 원자재 수출은 지속적으로 마이너스 성장을 보이면서 그 비중이 2007년 40%선에 근접했으나 최근에는 20%대로 하락한 상황임

▶ 원자재 수출 증감율 : 27.8%(11년) → -3.9%(12년) → 1.2%(13년) → -5.8%(14년) → -18.5%(15년) → -12.0%(16년 1/4분기)

< 한국의 제품 성질별 對중국 수출 비중 >

(단위: %)



출처: 한국무역협회 한국통계

□ 올해 4월부터 온라인 해외직구(B2C)를 통한 면세혜택이 사실상 사라져 B2B 거래를 통한 대안 확보가 필요한 상황임

○ 중국 정부는 4월 8일부터 해외직구(B2C) 제품에 대한 면세한도(세액 50위안 미만)를 없앴으며 화장품 등에 대한 인증제 도입과 B2C 구매가능 리스트라는 규제수단을 발표하고 실행에 들어갔음