

유통/인터넷

산업이슈 브리프 |

Check Point

- 중국 상반기 최대 쇼핑 축제 6·18, 기대 이하의 매출로 성과 마감
- 6·18 행사 메인 이커머스 업체인 징둥, 소비 부진에 따라 올해 매출액 미공개
- 중국 이커머스 시장: 공동구매 확산 중

중국 6·18 성과 Review: 아직은 약한 소비

Analyst 오린아 _ 02 3779 0053 _ lina.oh@ebestsec.co.kr

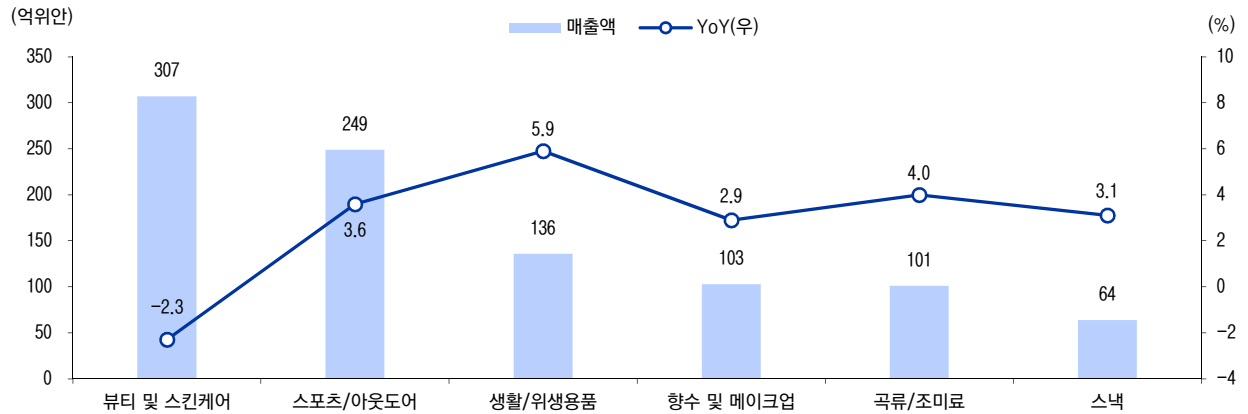
중국 상반기 최대 쇼핑 축제 6·18, 부진한 소비 영향 피하지 못해

- ▶ 올해 중국 상반기 최대 쇼핑 축제인 6·18 종료. 위드코로나로 전환한 이후 처음으로 맞이하는 대형 쇼핑행사인 만큼, 중국 소비 회복에 대해 기뻐할 수 있는 이벤트였으나 기대 이하의 매출로 성과 마감. 6·18 행사의 메인 이커머스 업체인 징둥은 올해 매출액을 공개하지 않았는데, 참고로 이는 2010년 6·18 행사 시작 이후 처음 있는 일. 알리바바 또한 지난 해 광군제 기간 상품 판매량을 발표하지 않은 바 있는데, 이 또한 2009년 광군제 시작 이후 처음 있었던 일로 소비 부진에 따라 미발표 결정
- ▶ 올해 6·18은 징둥이 저가 전략을 내세우며 역사상 가장 많은 물량을 쏟아냈고(史上最卷), 실제로 약 100억위안 규모의 보조금 행사도 진행한 바 있음. 다만 행사 종료 후 19일 징둥은 “올해 쇼핑 페스티벌이 예상을 뛰어넘는 새로운 기록을 세웠다”고만 언급. 주력 품목 중 하나인 디지털 가전 또한 부동산 경기 냉각과 맞물려 스마트폰 및 가전제품의 교체 주기가 길어진 것으로 현지에서는 평가 중
- ▶ 星图数据에 따르면 카테고리별 매출액 또한 한자릿수 수준으로 크게 증가하지 못함. 뷰티 및 스니커즈 판매액은 307억위안으로 전년동기대비 2.3% 감소, 향수 및 메이크업은 전년동기대비 2.9% 증가한 103억위안 기록. 이밖에 생활/위생용품은 136억위안(YoY 5.9%), 스포츠/아웃도어 249억위안(YoY 3.6%) 등임
- ▶ 참고로 중국 4~5월 소매판매액은 각각 전년동기대비 18.4%, 12.7% 증가해 시장 기대치를 하회했으며 1~5월 누적으로는 YoY 9.3% 증가. 5월 청년실업을 또한 20.8%를 기록, MoM으로 0.4%p 상승했고 역대 최고치 수준. 이에 중국 정부의 하반기 경기 부양에 대한 의지가 높아지고 있다는 판단이며 단오절 연휴를 앞두고 소비쿠폰을 발행하는 등 소비 활성화 노력 또한 진행 중

중국 이커머스 시장: 공동구매 확산 중, 라이브 커머스 비용 부담

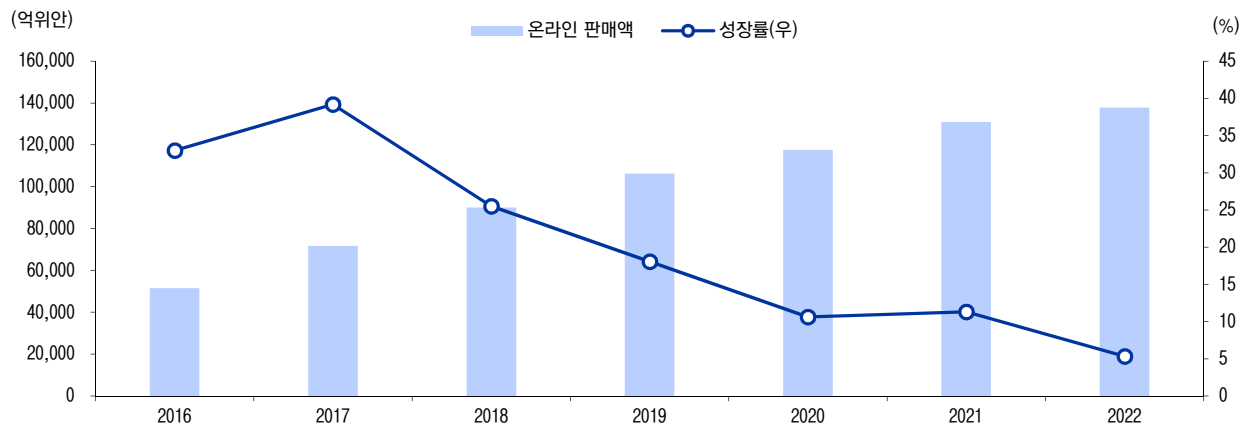
- ▶ 올해 1분기 알리바바의 중국 커머스 부문 매출액은 YoY 3% 감소했으며, 징둥 또한 이커머스 부문 매출액이 2% 감소. 반면 핀둬둬의 올해 1분기 매출액은 YoY 58% 증가했고 영업이익 또한 YoY 200% 이상 증가. 소비자들은 기존 이커머스 플랫폼에서 구매하던 패턴을 핀둬둬에서 공동구매를 통한 절약 행태로 변경 중
- ▶ 올해 6·18 라이브 커머스 매출액은 1,844억위안으로 YoY 27.6% 증가. 지난 해 성장률 124% 대비 둔화. 라이브 커머스는 브랜드들에게 주요 채널로 자리잡은 상황이고, 트래픽 비용은 지속적으로 상승하는 중. 업체마다 다르지만 더우인 트래픽 비용은 수십배까지 상승한 것으로 추정됨

그림1 618 카테고리별 매출액 및 성장률



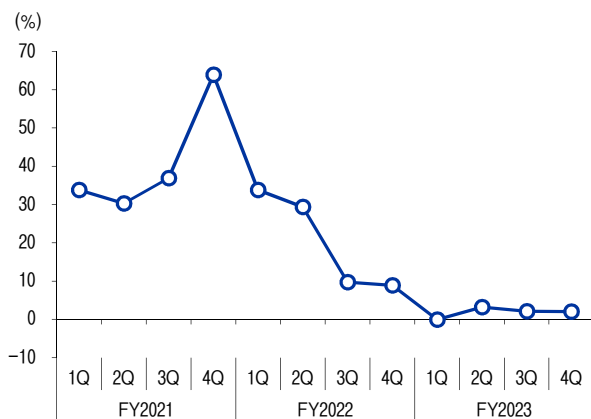
자료: 星图数据, 이베스트투자증권 리서치센터

그림2 중국 이커머스 시장 규모 추이



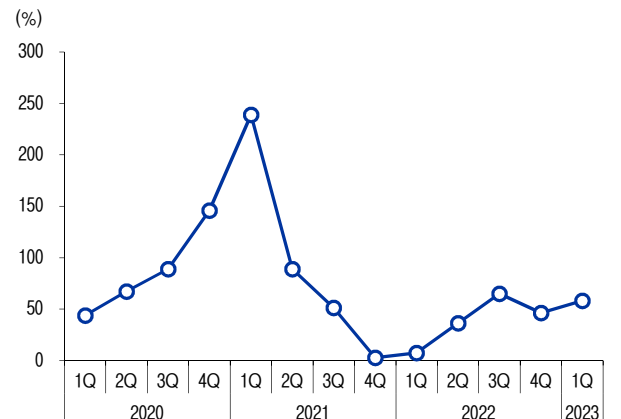
자료: 国家统计局, 이베스트투자증권 리서치센터

그림3 알리바바 분기별 매출액 성장률 추이



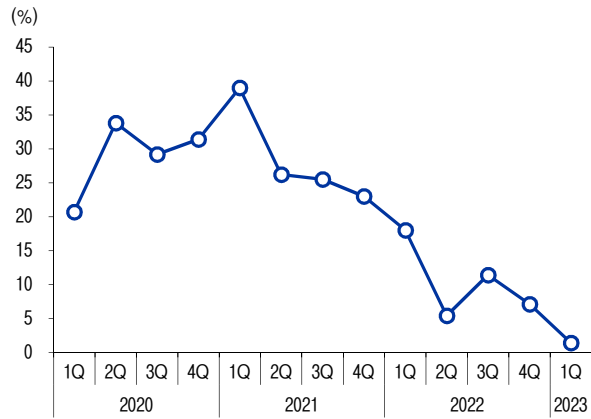
자료: Bloomberg, 이베스트투자증권 리서치센터
주: 3월 결산

그림4 핀둬둬 분기별 매출액 성장률 추이



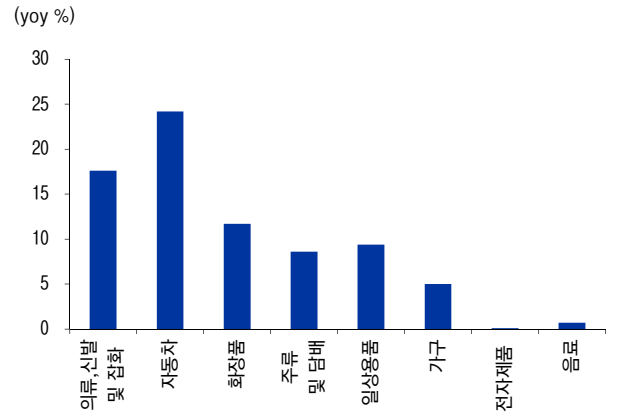
자료: Bloomberg, 이베스트투자증권 리서치센터

그림5 징동 분기별 매출액 성장률 추이



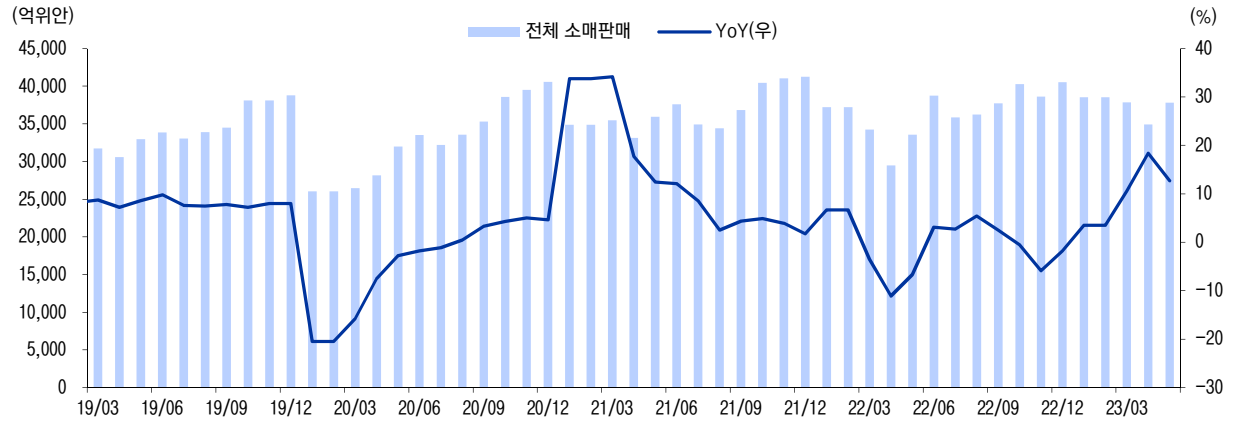
자료: Bloomberg, 이베스트투자증권 리서치센터

그림6 주요 카테고리별 중국 5월 소매판매액 성장률



자료: 国家统计局, 이베스트투자증권 리서치센터

그림7 중국 월별 소매판매액 추이



자료: 国家统计局, 이베스트투자증권 리서치센터

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 오린아)

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

_ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.

투자등급 및 적용 기준

구분	투자등급 guide line (투자기간 6~12 개월)	투자등급	적용기준 (향후 12 개월)	투자의견 비율	비고
(업종)	시가총액 대비 업종 비중 기준 투자등급 3 단계	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)			
Company (기업)	절대수익률 기준 투자등급 3 단계	Buy (매수) Hold (보유) Sell (매도) 합계	+15% 이상 기대 -15% ~ +15% 기대 -15% 이하 기대	91.3% 8.7% 100.0%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기존 ±20%에서 ±15%로 변경 투자의견 비율은 2022. 4. 1 ~ 2023. 3. 31 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준, 분기별 갱신)