

정하늘's China in Focus

EBEST EDGE



China Economy

정하늘

02. 3779-8987

haneulj@ebestsec.co.kr

알리바바 한국관 오픈, 우려보다는 기대

Investment Edge

지난 18일, 서울 양재동 aT센터에서 중국 최대이자 글로벌 최대 규모의 전자상거래 기업인 알리바바 그룹의 B2C 사이트인 티몰(Tmall)에 한국관 개통식을 개최했다. 이는 '중국 안에 명동이 생겼다'라는 말로 평가 받으며 현재 중국 관광객들에게 인기가 많은 화장품은 물론 식품판매에 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.

물론 일각에서는 알리바바가 한국에 진출했을 때에 대한 시장잠식에 대한 우려를 표하고 있다. 그러나 우리는 그러한 우려는 기우에 불과하다. 먼저, 티몰에 한국관을 오픈하는 가장 큰 이유는 '한류'에 따른 중국 관광객의 수요를 흡수하고자 하는데 있다. 실제로 알리바바의 해외진출은 해외시장에 진출하고자 하는 의미보다는 중국인들의 해외쇼핑에서 활용되는 수단이 알리바바가 되고자 하고 있다.

두 번째로 현재 마윈회장이 가장 관심을 보이고 있는 시장은 한국이 아니라 인도다. 알리바바의 직진출보다는 인도 현지기업에 대한 투자를 통한 지분참여를 고민하고 있는 상황이다. 실제로 현재 마윈회장은 인도 3대 전자상거래 업체 중 하나인 스냅딜에 1조원 대의 대규모 투자를 검토하고 있다.

결론적으로 알리바바 그룹의 B2C 사이트인 티몰의 한국관 개통은 ①소비재 업체에게 가장 우호적이다. 과거 화장품에만 국한되었던 중국수요를 유아용품, 그리고 식품으로까지 확대될 수 있는 모멘텀이 될 것이다. ②중국 관광객의 한국유입 감소와 별개로 한국상품의 수요 확대를 기대할 수 있다. 즉, 향후 관광객 유입감소에 대한 우려를 완화시킬 수 있을 것이다.

알리바바의 한국진출을 우려하기보다는 중국 네티즌에게 한국 제품에 대한 노출도 증가를 기대해야 할 시점이다.

표1 현재 티몰 한국관에 노출된 한국 브랜드

분류	회사명	브랜드	분류	회사명	브랜드
유통	CJ mall		화장품	LG생활건강	
	이마트			아모레퍼시픽	이니스프리
	롯데마트			참존	
식품	오리온			아토팜	
	해태			한국주철관	홀리카홀리카
	담터 F&B			코리아나	
	농협			SNP	
	청정원			네이처리퍼블릭	
소형가전	NUC(녹즙기)			바닐라코	
	쿠쿠			dodo	
의류	삼성통상		미샤		
	body pops(속옷)		BRTC(메디컬 에스테틱 화장품 브랜드)		
	지아이그룹	후아유	한아(ANYA)		
	이랜드패션	로엠	보령 비엔비		
	코오롱 스포츠		제로투세븐	allo&lugh	

자료: <http://korea.tmall.com>, 이베스트투자증권 리서치센터

그림1 티몰 한국관 메인 페이지



자료: <http://korea.tmall.com>, 이베스트투자증권 리서치센터

Compliance Notice

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

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 제3자에게 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.