

Contents



통계로 보는 국제물류

- 글로벌 상위 3개 선사, 전 세계 컨테이너 해운시장 45% 점유



물류정책·산업동향

1. 일본 통합선사 ONE, 북미동향항로 1위 도약
2. JD.COM, 물류 강점 내세워 알리바바 추격
3. 아마존(Amazon), 미국 농산물 수출업계에 '매치백(Matchbacks)' 제안
4. 페낭항(Penang Port) 크루즈터미널 확장 개발사업 탄력

명사 스피치

“디지털 채널에서는 선사와 포워더가 플랫폼과 점차 경쟁 구도를 만들어가며, 다양한 플랫폼과 웹사이트에서 서로의 상품을 교차 판매하게 될 것이다. 이는 결국 투명성 제고로 이어져 공급체인의 모든 당사자가 고객을 위한 가치 창출에 주력하고 고객 편의를 위한 서비스에 매진하게 될 것으로 보인다. 현재 우리가 처한 환경에서 물류산업을 어떻게 이끌어 나갈 것인가라는 점에서 전혀 다른 관점에서 물류산업을 바라볼 필요가 있습니다.”

Peter Tirschwell IHS 전무
(2018. 6. 14. / 한국해운신문 인터뷰 기사)



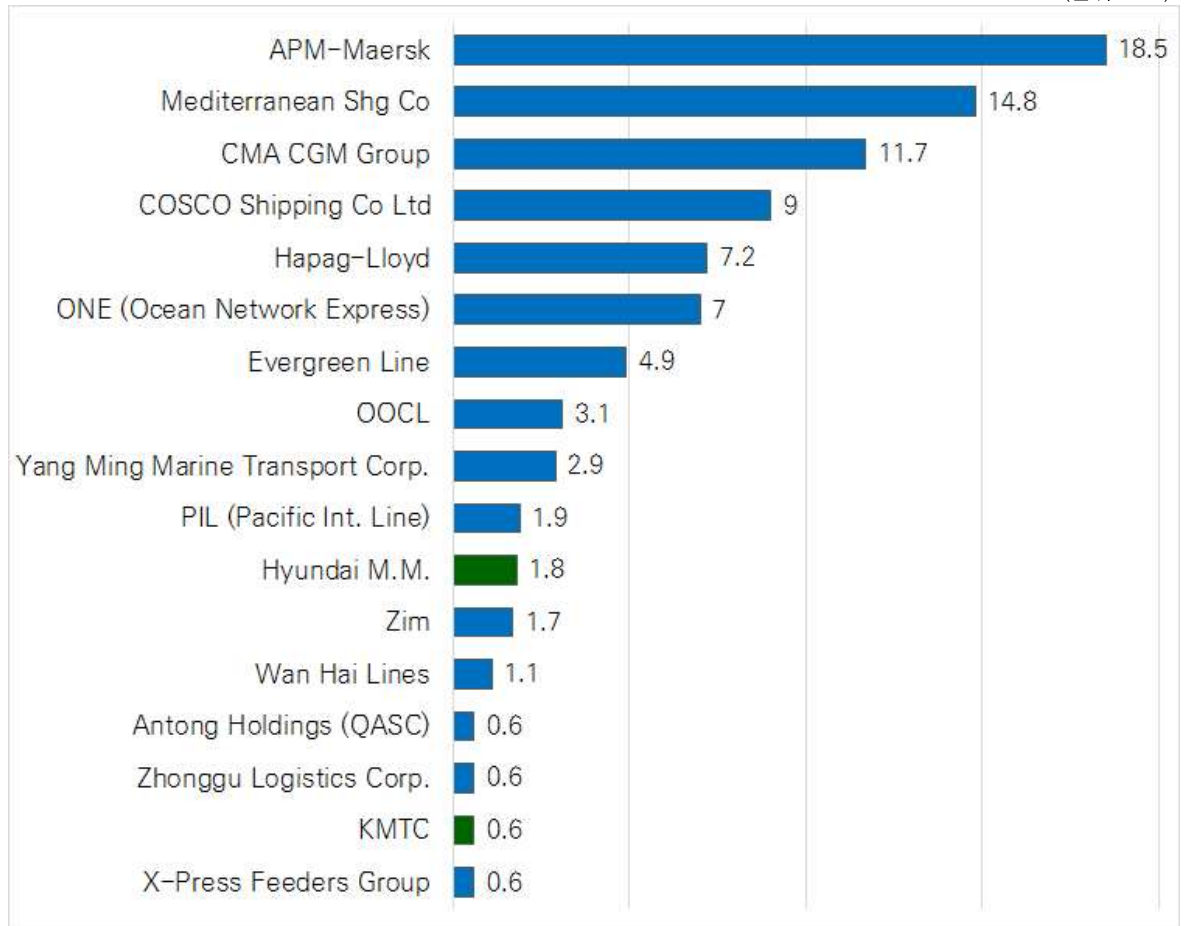


통계로 보는 국제물류

글로벌 상위 3개 선사, 전 세계 컨테이너 해운시장 45% 점유

주요 선사의 시장 점유율 비교(2018.1 기준)

(단위 : %)



자료 : www.statista.com

- 각 선사별 글로벌 컨테이너 해운시장의 점유율을 조사한 결과 APM-Maersk, MSC, CMA-CGM 등 상위 3개 선사가 45%의 높은 점유율을 보임
 - APM-Maersk가 18.5%의 점유율로 1위를 기록했으며 이어서 MSC, CMA-CGM 순임
- 현대상선(Hyundai M. M.), 고려해운(KMTC) 등 우리나라 주요 선사는 각각 1.8%와 0.6%의 점유율로 10위와 14위를 차지함

참고자료 : www.statista.com, 2018.06.18.

김동환 연구원

051-797-4913, kdong@kmi.re.kr



일본 통합선사 ONE, 북미동향항로 1위 도약

- 2018년 5월 아시아 10개국 발 북미동향항로 선사별 컨테이너 물동량 실적에서 일본 통합선사 ONE(Ocean Network Express)이 17만 8천 TEU로 1위로 도약(6월 11일 미국 민간 통계 서비스 데이터마인 발표)
 - 북미항로(동향) 전체의 5월 컨테이너 물동량은 전년 동월대비 4.1% 증가한 141만 TEU로, 15개월 연속 증가 추세에 있음
 - ONE의 통합 전인 전년 동월 3사(NYK, MOL, K라인) 실적을 합산하면 19만 4천 TEU로, 결과적으로 물동량 실적은 13.9% 감소한 결과
 - ONE은 통합 효과를 통해 타 선사의 실적을 상회했다고 볼 수 있음
 - 2위는 중국 COSCO 13만 8천 TEU(전년 동월대비 1.0% 감소), 3위는 에버그린 13만 7천 TEU(동 3.3% 감소), 4위는 머스크라인 13만 5천 TEU(동 6.5% 증가), 5위는 CMA-CGM 11만 2천 TEU(동 4.5% 증가)
- 얼라이언스 별 실적은 오션 얼라이언스가 44만 6천 TEU로 1위
 - 2위는 더 얼라이언스 34만 8천 TEU, 3위는 2M 19만 2천 TEU
- 선적지 별 실적은 중국이 전년 동월대비 2.3% 증가한 86만 6천 TEU로 1위
 - 2위는 한국 15만 5천 TEU(전년 동월대비 15.6% 증가), 3위 대만 7만 5천 TEU(동 4.1% 감소), 4위 베트남 7만 TEU(동 19.5% 증가), 5위 홍콩 6만 TEU(동 14.8% 감소), 6위 싱가포르 5만 4천 TEU(동 1.5% 증가), 7위 일본 4만 2천 TEU(동 0.4% 감소), 8위 인도 3만 8천 TEU(동 20.0% 증가), 9위 태국 2만 7천 TEU(동 6.4% 증가), 10위 말레이시아 1만 8천 TEU(동 58.6% 증가)
- 동 기간 중 일본발 직항편 화물은 감소, 한국 환적 화물은 7,731 TEU로 11.3% 증가
 - 일본의 주요 한국 환적 화물 선적항은 요코하마(1,108 TEU, 34.9% 증가), 고베(1,105 TEU, 72.0% 증가), 하카타(998 TEU, 36.1% 감소)의 순
- 북미항로(동향) 전체의 5월 누적 컨테이너 물동량은 644만 TEU(전년 동기대비 6.7% 증가)
 - 품목 별로 가구류가 25만 4천 TEU로 압도적으로 많으며, 그 외는 기계류, 전자·전기 제품, 플라스틱 제품, 자동차 관련 제품 순

■ 참고자료 : 일본해사신문 전자판 MARINAVI <https://secure.marinavi.com>, 2018.6.15.

한성일 부연구위원

051-797-4781, han@kmi.re.kr

JD.COM, 물류 강점 내세워 알리바바 추격

- JD.COM이 자사의 강력한 내부 물류를 통해 시장 선두주자인 알리바바(Alibaba)와의 격차를 좁히고 있는 것으로 나타남
 - 최근 JD.COM이 실시한 프로모션 기간 동안 달성한 매출액이 작년 알리바바의 가장 바쁜 시즌 온라인 매출액과 비슷한 수준이었던 것으로 알려짐
- 구글(Google)은 향후 5억 5천만 달러를 JD.COM에 투자할 예정임
 - 이는 구글과 JD.COM의 전략적 제휴로서 알리바바와 아마존 같은 경쟁사에 대응하기 위함임
 - 이미 자국내에서 온라인 2위 업체로 자리매김을 하며 신속한 배송으로 평평이 나 있는 JD.COM은 이번 투자로 인해 자사의 물류 및 공급망 전문성을 한층 더 향상시킬 수 있게 되었음
- JD.COM은 창립기념일 행사로 매년 6월1일부터 20일까지 프로모션 기간을 가지는데 올해는 프로모션 종료 이틀 전에 이미 작년보다 20% 높은 매출액을 달성함
 - 올 6월1일부터 18일까지 프로모션 기간 동안 판매된 금액은 1,446억 위안(약 224억 달러)에 달함
- 중국에서 가장 잘 알려진 온라인 쇼핑 이벤트는 매년 11월 11일 경에 이루어지는 싱글데이(Single day, 광군제)이나 JD.COM의 창립기념일 프로모션이 점점 더 인기를 더하고 있는 추세임
 - 물론 두 기업의 프로모션은 기간 상의 차이가 존재하지만 올해 JD.COM의 창립기념일 프로모션 매출액(1,446억 위안)이 작년 알리바바의 광군제 매출액(1,271억 위안)을 훌쩍 뛰어넘은 것으로 나타남
 - 일부 소비자 계층은 JD.COM의 창립기념일 프로모션을 통해 더 다양한 제품을 구매하는 것으로 알려짐
- 최근 발표된 연구에 따르면 작년 알리바바의 온라인 시장 점유율은 53%로서 5년 전과 비교했을 때 거의 변하지 않았지만 JD.COM의 경우 같은 기간 동안 22%에서 33%로 눈에 띄는 성장률을 기록함
- JD.COM은 제품 조달에서 물류에 이르기까지 모든 분야를 자사 그룹 내에서 처리하는 반면 알리바바는 고객센터 서비스 및 물류 운영을 아웃소싱하고 있음
 - JD.COM은 약 500개의 물류창고 네트워크를 통해 24시간 내에 95%의 제품을 고객에게 배송하고 있으며, 그중 57%는 6시간 내에 배송을 하고 있음
 - 이런 JD.COM의 적시성은 24시간 내에서만 배송을 완성하고 있는 알리바바에 비해 매우 높은 평판을 받고 있음
 - 또한 알리바바는 24시간 배송을 컨셉으로 내세우고 있지만 제품이 매우 늦게 도착하는 경우가 빈번하게 일어나고 있는 것으로 나타남

■ 참고자료 : <https://asia.nikkei.com>, 2018.6.19

이기열 전문연구원

051-797-4679, kylee@kmi.re.kr



아마존(Amazon), 미국 농산물 수출업계에 '매치백(Matchbacks)' 제안

- 아마존 물류부문 임원이 공급망사슬의 최적화를 위해서는 매치백을 시행해야 한다고 언급하며, 농수산물 수출업계의 매치백 참여를 제안함
 - 농업수송협회(Agriculture Transportation Coalition) 연례회의에서 공급망사슬의 최적화를 위해 매치백을 시행해야하며, 당사자들 간 상호협력이 필요하다고 언급함
 - 매치백이란 한 지역으로 수송된 적컨테이너의 수입품을 적출한 후, 해당 지역에서 생산된 물품을 적입하여 수출하는 것을 의미함
- 아마존은 매치백을 실현할 수 있을 정도의 충분한 수요를 끌어 모을 수 있을 것으로 기대하고 있음
 - 현재 매치백 시행은 매우 제한적이며, 수출입 당사자들이 아닌 제3자에 의해 실현되는 경우가 대부분임
 - 반면 아마존은 전자상거래 시장의 거대 수입업자로서 다양한 지역에 충분한 수입 물량을 확보하고 있어 매치백 실현이 가능할 것으로 전망하고 있음
- 매치백을 통해 수입업자, 수출업자, 선사는 운송비용과 장비재배치 비용을 절감할 수 있음
 - 일반적으로 수입업자는 수입품을 적출한 후 공컨테이너를 터미널에 반납해야하며, 수출업자는 트럭을 보내 공컨테이너를 가져온 후 수출품을 적입하여 터미널에 보내야 함
 - 이러한 일련의 작업은 소모적인 일로서 비용을 발생시키고 공기를 오염시킬 뿐만 아니라 시간이 오래 걸림
- 다만 매치백 시행을 위한 과정은 복잡하며, 당사자 간의 많은 논의와 합의가 필요함
 - 실시간 추적이 가능한 장비가 필수적이며, 수출업자와 수입업자는 상호 수출입에 필요한 컨테이너 규모가 일치해야 함
 - 재정적인 부분에 대해서도 당사자 간의 합의가 필요하며, 계절성에 따른 장비수요와 가용여부 등도 고려해야 함
 - 또한 네트워크가 유동적이기 때문에 시시각각 변하는 부분에 대해서는 협력을 통해 풀어나가야 함

■ 참고자료 : www.joc.com, 2018.6.15.

신정훈 연구원

051-797-4695, jh.gary.shin@kmi.re.kr



페낭항(Penang Port) 크루즈터미널 확장 개발사업 탄력

- 최근 말레이시아 Penang Port Sdn Bhd(PPSB)에서 추진 중인 페낭항(Penang Port) 크루즈 터미널 확장 사업에 대한 주정부 개발승인이 이루어져 본격적인 개발이 이루어질 것으로 예상됨
- 페낭항에 위치한 크루즈터미널인 Swettenham Pier Cruise Terminal(SPCT) 확장개발 사업은 2013년 부터 꾸준히 계획 되었으나 페낭 주정부와의 토지분쟁 등으로 사업이 지연되어 왔으며 최근 해결이 되어 2018년 5월 주정부의 개발승인이 이루어 졌음
- 크루즈를 통한 페낭항 여객수는 2012년 약 40만명에서 2017년 백만명을 넘어 폭발적으로 증가하고 있으나, 기존 페리여객선과 크루즈 부두를 혼용하고 있어 추가적인 부두확장이 시급한 상황임
- PPSB는 현재 길이 400m로 메가크루즈 선박(약 7만톤급 이상) 1척 접안이 가능한 기존 부두시설을 메가크루즈 선박 2척이 동시 접안 가능한 700m까지 확장하고 배후 주차장 부지확보를 위해 민간투자방식의 사업 추진을 계획 중
- 크루즈터미널 시설확장에는 약 24개월, 총 380억 원의 사업비가 투입될 것으로 예상되며 공사가 완료 되면 기존 8,000명에서 12,000명까지 여객수용이 가능해 질 것으로 예상됨

페낭항(Penang Port) 크루즈터미널 전경



출처: <http://penangport.com.my/Services/Swettenham-Pier-Cruise-Terminal>

■ 참고자료 : <http://www.thesundaily.my/news/>, 2018.6.18.

이주원 연구원

051-797-4667, peterlee@kmi.re.kr