

Contents



통계로 보는 국제물류

- 중국 택배시장 고성장 지속 전망



이슈페이퍼

- 중국과 아세안국가 간 전자상거래 확대에 주목해야



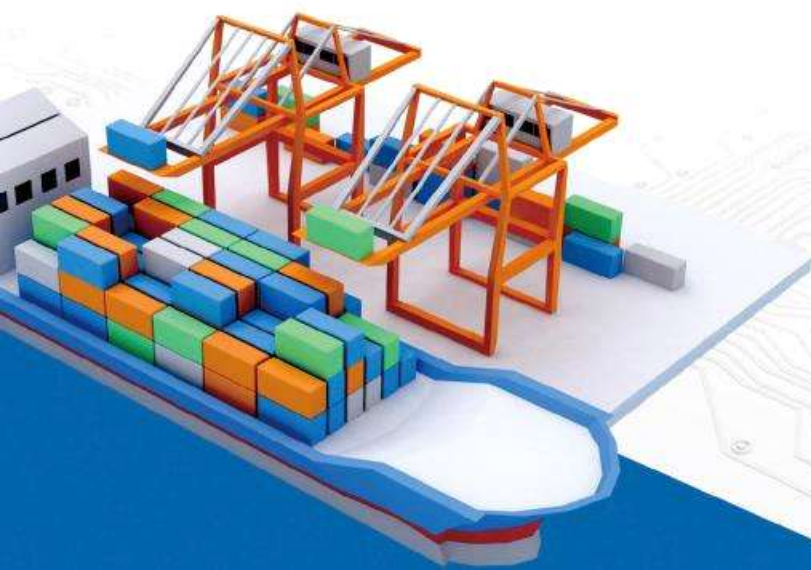
물류정책·산업동향

1. 세대별 전자상거래 선호도 및 기대치 상이
2. 볼보 그룹, 차세대 자율운송시스템 개발
3. 아프리카, 대륙 통합을 위한 고속철도 인프라 개발 모색

명사 스피치

“컨테이너의 역사를 뒤돌아보면 1956년부터 60여년밖에 안됐다. 짧은 시간 동안 GDP 성장률을 세 배 이상 웃돌며 크게 성장했으며, 2008년 이후부터 완속기에 접어들었다. 모든 산업은 도입기, 성장기, 성숙기까지 3단계를 거치는데 해운산업도 그런 궤적에 따라 성장해온 셈이다. 우리는 그 동안 양적인 변화에 너무 집중해왔다. 양적인 변화가 중국엔 질적인 변화를 유발한다고 볼 수도 있지만 지금은 전 세계 컨테이너 운송시장이 질적인 변화로 접어들었다고 생각한다. 우리도 이제 해운서비스의 질을 생각해야 하는 때가 됐다.”

조봉기 한국선주협회 상무
(2018. 9. 13. / 코리아슈핑가제트 인터뷰 기사)

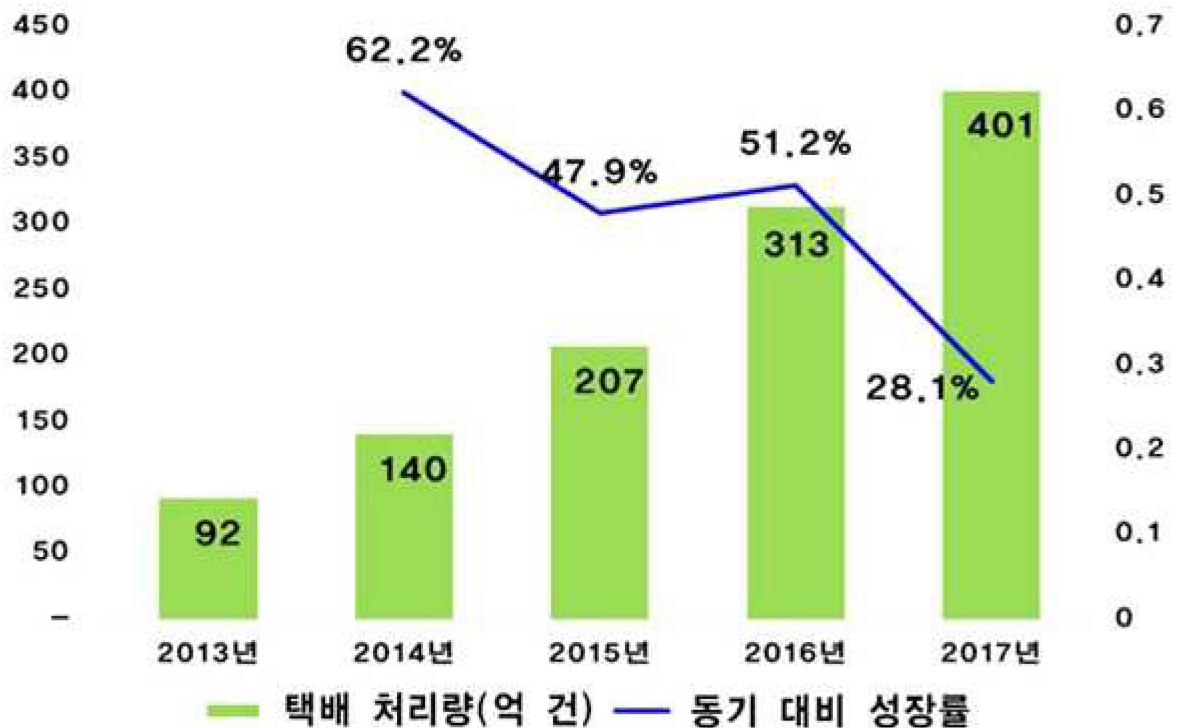




통계로 보는 국제물류

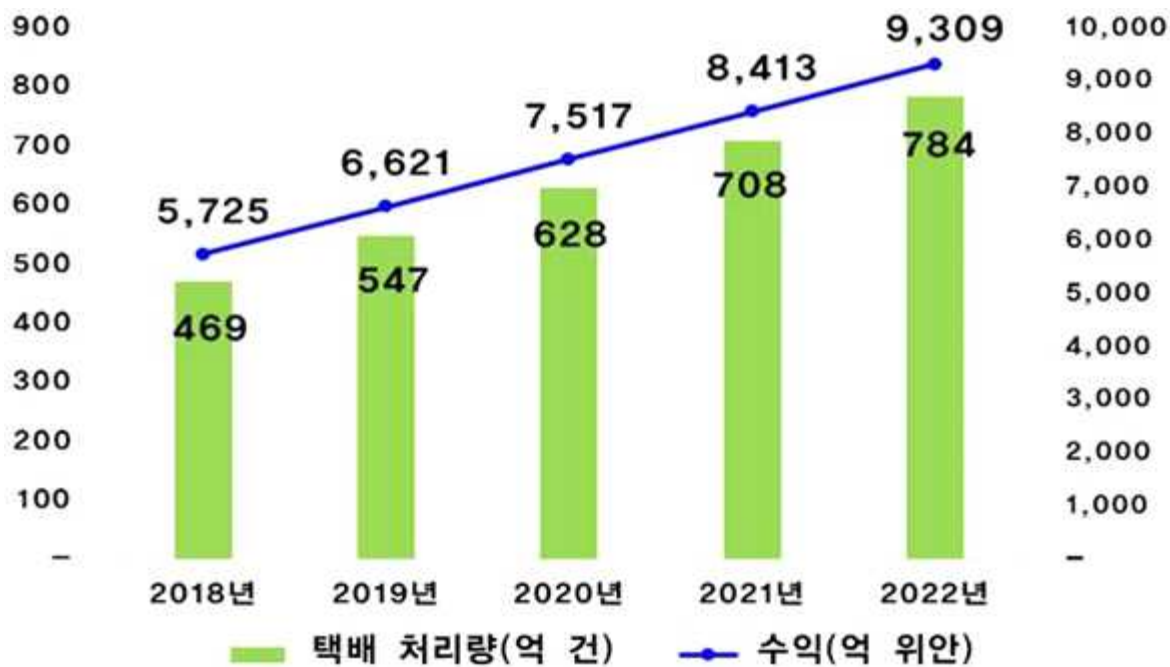
중국 택배시장 고성장 지속 전망

2013-2017년 중국 택배 통계 현황

자료 : www.chinapaper.net/news/show-29453.html(검색일 2018.09.17.)

- 중국은 2017년 '중국 택배업 발전 13.5 계획'을 통해 택배업의 청사진을 제시하고 2020년까지 택배업 매출이 8천 억 위안 수준까지 증가할 것으로 전망함
- 온라인 쇼핑이 중국 도시인들에게 가장 인기있는 쇼핑 방법으로 활성화되면서 택배업은 전자상거래 시장과 함께 빠르게 성장하고 있음
 - 2017년 중국 택배 처리량은 전년 대비 약 28% 증가한 401억 건으로, 5년 전인 2013년 92억 건 대비 4배 이상 높은 수준임
 - 중국 국가우정국은 중국의 택배 사업의 성장이 지속되고 있으며, 중국의 택배 산업은 전자상거래 발전과 함께 당분간 지속될 것으로 전망함
- 중국 택배시장의 고성장은 당분간 계속 유지될 전망이며, 관련 산업의 발전에도 영향을 미칠 것으로 기대됨
 - 각종 공개 자료를 정리해보면 택배 처리량은 2022년까지 784억 건에 달할 것으로 전망되며, 수익은 9309억 위안에 이를 것으로 추산됨

2018-2022년 중국 택배시장 규모 예측



자료 : www.chinapaper.net/news/show-29453.html(검색일 2018.09.17.)

참고자료 : www.chinapaper.net/news/show-29453.html/, 2018.9.11.(2018년 9월 17일 검색)

공영덕 연구원

051-797-4778, ydkong6053@kmi.re.kr



이슈페이퍼

중국과 아세안국가 간 전자상거래 확대에 주목해야

- 최근 중국과 아세안국가 간 교역량이 꾸준히 증가하면서 2017년에 사상 최고치를 기록했음
 - 2018년 1월부터 5월까지 5개월 동안 중국과 베트남, 태국, 인도네시아 등 주요 아세안국가 간 무역은 약 2,300억 달러로 전년 동기 대비 약 19% 증가했음
 - 뿐만 아니라 2017년에는 양자 간 무역실적이 사상 최고치인 5,148억 달러를 기록하는 등 중국과 아세안국가 간 교역량이 눈에 띄게 증가하고 있음
 - 아세안국가들은 지난 해 긍정적인 무역 실적을 토대로 중국 시장 진출을 위한 다양한 기회가 마련될 것으로 기대하고 있음
- 특히 중국-아세안국가 간 전자상거래에 주목할 필요가 있다는 의견이 지배적임
 - 중국 내 여러 전문가들의 의견에 따르면 중국-아세안 국가 간 전자상거래를 통한 무역 규모는 지난 해 대비 50% 이상 증가할 것으로 예상됨
 - 중국 국제무역 아카데미 자오 핑 국장은 중국과 아세안 국가 간 전자상거래 무역의 잠재력을 언급하며 향후 양자 간 무역활성화를 위해 전자상거래 도입을 강조했다
 - 또한 중국과 아세안 국가의 제품은 상호 보완성이 강한 것이 특징이며, 중국의 고부가가치 산업을 통해 생산되는 제품에 대한 아세안 국가들의 수요가 점차 증가할 것으로 전망했음
 - 중국은 아세안 국가로 컴퓨터, 통신 및 가전제품 등을 주로 수출하며, 아세안 국가들로부터 식품, 스낵, 쌀, 음료 등 농산물이나 가공식품을 주로 수입함

아세안 주요 국가들의 전자상거래 시장 규모



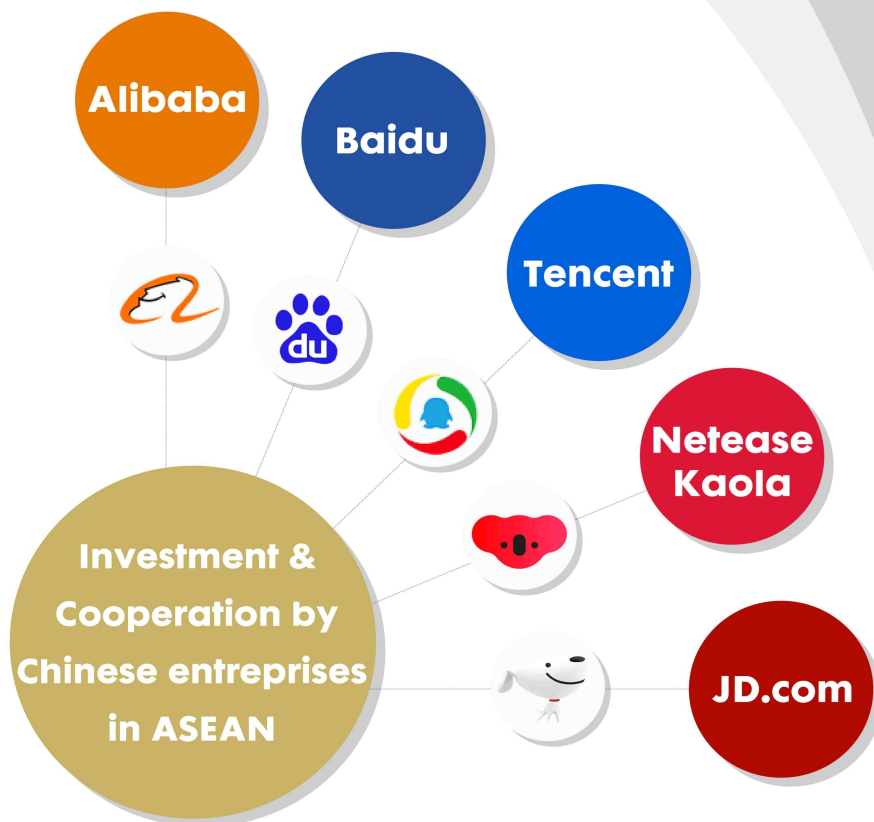
자료 : www.epaypilipinas.com



- 양자 간 교역량 증대, 전자상거래의 활용 증가 등으로 중국과 아세안국가 간 전자상거래에 대한 투자 및 인수합병 등이 활발히 진행되고 있음
 - 중국의 전자상거래 기업인 알리바바는 아세안 내 가장 큰 규모를 자랑하는 Lazada Group을 인수해 아세안 시장에 대한 점유율을 확대해 나가고 있음
 - 또한 중국에서 두 번째로 규모가 큰 기업인 JD는 태국의 Central Group과 합작해 JD Central의 신규법인을 설립하여 전자상거래 및 핀테크 서비스를 제공하고 있음
 - 위와 같이 중국의 주요 전자상거래 기업들이 대규모 투자를 통해 아세안 시장을 적극 공략하고 있는 추세임
- 중국과 아세안국가 간 전자상거래 확대를 위해서는 전자상거래 교역 가능 국가를 더욱 늘려나갈 필요가 있음
 - 중국의 CCPIT Academy의 보고서에 따르면 현재 중국은 주로 태국, 베트남, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아 등을 대상으로 전자상거래를 활용하고 있어 타 아세안 국가들에 대한 전자상거래 확대가 적극 요구되고 있는 실정임

아세안 시장을 공략중인 중국 전자상거래 주요 기업

Major Investment & Cooperation by Chinese enterprises in ASEAN



자료 : news.cgtn.com



- 동남아시아 주요 기업들 또한 전자상거래를 중국과 아세안국가 간 교역확대의 새로운 성장 동력으로 인식하고 있음
 - 중국 기업이 보유한 기술과 다양한 채널이 동남아시아의 산업 발전을 더욱 촉진시킬 것으로 기대됨
- 향후 중국과 아세안국가 간 전자상거래 확대를 위해서는 금융 인프라 확대, 관련 규제 완화, 물류비 절감 등 다양한 문제들이 해결되어야 함
 - 대부분의 아세안국가들은 금융 기반이 취약해 전자결제 등에 어려움이 있어 전자상거래 확대의 가장 큰 문제점으로 지적되고 있음
 - 또한 물류비 절감을 위해 국경 간 물류허브 구축 등 체계적인 운송망이 요구됨

■ 참고자료 : news.cgtn.com, 2018.9.17./ usa.chinadaily.com, 2018.9.17.

business.inquirer.net, 2018.9.17.

김동환 연구원

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



세대별 전자상거래 선호도 및 기대치 상이

- 3PL 공급자인 Dotcom Distribution사가 매년 실시하는 전자상거래 조사에 따르면 소비자는 온라인 구매 시 편의성, 경험 및 품질을 우선시 함
- 2년전만 해도 고객은 품질 좋은 포장과 신속한 배송을 원했지만 현재는 고객의 평생가치를 실현, 유지, 확장할 수 있는 브랜드의 기회를 고객이 원하는 방식으로 원하는 시기에 원하는 것을 제공하는 데 있음
 - Dotcom Distribution사의 CEO인 Maria Haggerty씨는 “오늘날 전자상거래가 삶의 중요한 부분을 차지하게 됨으로써 우리는 고객들이 돈을 쓰기로 결정하는데 어떤 요소들이 영향을 미치는지 알아내기 위해 노력했다”고 말함
- 3년 연속 가장 많이 온라인으로 구매 한 품목은 의류(77%), 가전제품(52%) 및 미용제품(41%)이었음
 - 소비자가 온라인으로 구매하는 품목은 변동하지 않았지만, 응답자가 온라인으로 구매하는 것을 선호하는 품목 중 의류(58%)가 1위를 차지한 반면, 가전제품과 미용제품은 각각 8위와 6위로 떨어졌음
- 최근 전자상거래 구매자들은 신속한 배송을 능가하는 무료 배송을 선호함
 - 온라인 구매 시 향후 구매에 영향을 미치는 요소는 무료 반품(90%), 무료 배송(91%)이라고 응답함
 - 증정품도 또한 소비자의 미래 구매에 긍정적인 영향을 미치는데, 이러한 요인들은 배달 시간 단축을 능가하는 선호 요소임
 - 응답자의 62%는 무료 반품 및 교환을 제공하는 브랜드에서 다시 구매할 것이고, 67%는 무료 배송을 받기 위해 장바구니에 품목을 추가한다고 응답함
- 전자상거래 이용자들의 배송 기대치는 상승했지만 고객이 부담해야 하는 추가 지불 의지는 없음
 - 응답자의 44%가 아마존에서 온라인 쇼핑을 대부분 하고 있기 때문에 당일 배송의 인기는 놀랄 일이 아니며, 소비자는 무료 배송 및 정시 배달에 더 많은 관심을 가지고 있음
 - 2018년 응답자 중 25%만이 빠른 배송을 위해 추가 비용을 지불할 의지가 있다고 답해, 2016년 더 빠른 배송을 위해 47%가 추가로 최대 9달러를 지불하겠다고 답한 것과 대조적임
 - 응답자의 93%는 배송비가 구매 결정에 크게 또는 다소 영향을 주고 있고, 응답자의 77%는 주문 접수 지점이 향후 온라인 구매 결정에 영향을 미친다고 응답함
- 전자상거래 소비자들은 구매 물품에 포함된 증정품에 대한 관심이 높음
 - 2015, 2016년에는 멋진 리본과 향기 나는 박스 등 포장지가 전자상거래의 주요한 요소였지만, 지금은 같이 포장된 부가가치 무료 상품에 관심이 많음
 - 무료 증정품은 응답자가 브랜드를 추천하도록 동기를 부여하는 목록에서 3위를 차지했고, 응답자의 23%는 무료 선물을 포함하는 브랜드에서 다시 구매할 가능성이 높다고 답함
 - 쇼핑객에게 브랜드를 추천하는 주요 요소는 제품 품질(75%), 회사 인센티브(37%), 예상치 못한 선물(23%)로 나타남



- 전자상거래 구매자들은 온라인과 오프라인이 연계되는 옴니채널을 원함
 - 소비자는 그 어느 때보다 온라인 구매를 많이 하고 있지만 구매 고객은 온라인과 오프라인 채널 둘 사이의 더 강력한 연계를 원해서 소매업 사업 모델에서는 물리적인 매장도 여전히 중요함
 - 응답자의 32%는 매장 대비 온라인 구매를 선호하지만 74%는 매장에서 반품 및 교환 가능한다면 향후 재구매 가능성이 높다고 답함
 - 브랜드가 어떻게 향후 구매를 장려할 수 있는지 묻는 질문에 31%는 '온라인 구매, 매장 반품 기능'이 전체 10가지 선택항목 중 4위를 차지함
 - 응답자의 12% 이상은 우편(29%) 보다 매장에서 반품(41%)하는 것을 선호함
- 2018년 데이터에 따르면 전자상거래의 기대치와 선호도는 연령에 따라 달라짐
 - 젊은 구매자는 매장에서 반납하는 유연성, 빠른 배송 등 편의성을 우선시하는 반면에 나이든 소비자는 저비용 또는 무료 배송, 무료 반품 등과 같은 서비스 제공을 선호함
 - Z세대의 36%는 당일 배송이 향후 구매 결정에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 87%는 매장에서 반품이 가능하면 온라인 구매를 할 가능성이 높다고 답했고, 그들의 75%는 온라인 주문에서 공짜 증정품이 주어지면 재구매할 가능성이 높다고 응답함
 - 온라인 구매 선호도가 가장 높은 밀레니엄 세대의 76%는 무료배송을 받기 위해 온라인 카트에 품목을 추가하고, 배송이 지연되면 79%는 해당 소매업자로부터 다시 구매할 가능성이 적고, 온라인 주문에 무료 증정품이 제공되는 경우 그들 중 60%가 해당 소매업체에게 재구매할 의사가 높다고 응답함
 - 베이비 붐 세대의 1%만이 일일 배송을 기대하고, 구매결정의 95%는 배송비에 의해 다소 또는 크게 영향을 받음

■ 참고자료 : mhlnews.com, 2018.9.13.

이연경 부연구위원

051-797-4682, eklee@kmi.re.kr

볼보 그룹, 차세대 자율운송시스템 개발

- 볼보 그룹은 차세대 운송 솔루션을 개발하기 위해 그동안 많은 노력을 해왔으며, 금년 9월 12일 베를린에서 열린 볼보 그룹 혁신정상회의에서 이러한 노력의 결과를 최초로 발표함
 - 운송통제센터에 연결된 새로운 개념의 무선 자율전기차량을 기반으로 한 본 솔루션은 각 차량의 위치, 부하, 배터리 충전 등과 같은 상황을 모니터링할 수 있도록 개발되어 있음
 - 볼보는 본 솔루션을 물류허브에서 대형화물의 단거리 배송 시 활용하기 위해 개발했다고 함
- 최고기술책임자(CTO)인 Lars Stenqvist씨는 본 솔루션이 볼보 그룹이 그동안 자동화, e-모빌리티, 연결성 분야에서 연구해서 얻은 흥미롭고 혁신적인 솔루션 중의 하나라고 소개함
 - 또한 볼보 그룹의 방대한 전문지식과 탄탄한 기술적 노하우를 보여주는 하나의 사례로, 볼보 그룹이 차세대 운송 솔루션 개발 경쟁에서 높은 위치에 있음을 보여주는 것이라고 함
 - 볼보 그룹은 본 솔루션이 고객들과의 긴밀한 협력을 통해 더욱 발전될 것이라고도 말함

볼보의 차세대 자율운송시스템



자료 : YouTube - Volvo Group, <https://youtu.be/a97H4hwxS6o>, 2018.9.12.

■ 참고자료 : Porttechnology.org, Volvo Develops Autonomous Vehicle System for Logistics, 2018.9.19.
YouTube - Volvo Group, <https://youtu.be/a97H4hwxS6o>, 2018.9.12.

강무홍 전문연구원

051-797-4684, mkang@kmi.re.kr

아프리카, 대륙 통합을 위한 고속철도 인프라 개발 모색

- 아프리카는 최근 글로벌 교역 촉진 및 경제 개발, 지역 통합을 위한 인프라 개선방안을 모색 중이며, 그 중 고속철도 네트워크 통합 방안을 제시함
 - 아프리카의 철도는 대부분 과거 식민지 시절 자원 약탈을 위해 건설되었으며 이로 인해 상당부분 노후화 되고 비효율을 야기하고 있는 실정임
 - 최근 아프리카 내 항만 생산성 향상, 국경 통관 절차 간소화 등을 추진하면서 항만에서 내륙까지 운송시간 단축을 위해 다양한 방안을 추진하고 있어 향후 고속철도 네트워크의 건설을 통한 운송의 효율화가 더욱 기대되고 있음
- 지난 20년간 고속철도 보수 및 활성화를 위한 다양한 시도가 있었으며 이로 인해 아프리카의 서부와 동부지역에서 민영화 움직임이 더욱 확대되는 계기가 됨
 - 아프리카 개발은행의 자료에 따르면 고속철도 인프라 개발을 위해서는 자금조달, 규제완화 등이 절실히 요구되는 가운데 민영화가 여러 문제를 어느 정도 해소할 것이라고 전망함
 - 특히 전기를 이용한 철도 운송의 경우 도로나 항공을 이용한 운송 대비 친환경 수단으로 인식되나 전력 시스템이나 게이지 등 기술적인 지원이 요구되는 등 관련 인프라가 뒷받침 되어야 함
- AU의 주요 의제 중의 하나인 아프리카 고속철도 네트워크 건설 프로젝트는 기존 아프리카 대륙의 철도망을 기반으로 약 12,000km에 이르는 구간을 재건하는 것을 목표로 추진될 예정임
 - 본 프로젝트는 지난 3월 아프리카 44개국 이 서명한 아프리카 대륙 간 자유무역협정의 핵심으로 나이지리아를 제외한 대부분의 국가가 참여 의사를 밝힌 바 있음
 - 이를 통해 아프리카 간 무역량이 약 20% 증가할 것으로 예상되며, 지역 간 통합을 가속화 시킬 수 있을 것으로 전망됨
 - 올해 1월을 기점으로 4개의 남북노선과 6개의 동서노선의 건설이 계획되어 있으며, 아프리카 서부의 아비잔(Abidjan)과 나이지리아의 라고스(Lagos)를 잇는 고속철도 건설을 시작으로 본격적인 철도 인프라 통합 프로젝트가 시행될 것으로 예상됨

■ 참고자료 : www.businesslive.co.za, 2018.9.18.

김보경 연구원

051-797-4674, kimb@kmi.re.kr