

중국 전자상거래기업의 글로벌시장 진출방식에 관한 연구 — 해외창고(海外倉) 방식을 중심으로

김경환*

【목 차】

1. 서론
2. 글로벌시장 진출 현황과 요인
3. 신 국제물류방식과 해외창고방식의 개념과 유형
4. 전통 국제물류 대비 해외창고방식의 장점과 혁신
5. 결론

【초록】

본 연구의 목적은 중국 전자상거래기업의 해외진출이 활발한 원인을 진출방식을 통해 확인하는 것이다. 중국의 전자상거래기업은 중국 국내시장의 폭발적 성장에 힘입어 세계적인 기업으로 성장하였고 이를 바탕으로 글로벌시장에 진출하고 있다. 전자상거래의 핵심은 신속한 배송이다. 그러나 전통 국제물류는 배송시간이 길고 물류원가가 비싸며 반품 등 서비스가 낙후되어 전자상거래에 적합하지 못하다. 이러한 단점을 보완하기 위한 새로운 물류시스템이 등장하였는데 대표적인 것이 해외창고방식이다. 해외창고방식은 4차 산업혁명 기술을 이용하여 현지 소비자의 수요를 미리 예측하여 제품을 현지에 설립된 창고에 배송함으로써 판매기회를 확보할 수 있다. 또한 비수기에 제품을 미리 해외창고로 배송함으로써 배송 성수기를 피하고 저렴한 비용에 해외창고로 보낼 수 있다. 특히 반품이나 교환, 제품 추적에도 4차 산업혁명

* 경성대학교 중국학과 조교수 (platong8@ks.ac.kr)

기술이 융합되어 전통 국제물류가 가진 단점을 보완하였다. 비록 판매예측이 빗나갔을 경우 리스크가 발생하지만 해외창고방식은 이러한 장점을 바탕으로 중국 전자상거래기업이 글로벌시장에 영향력을 확대하는 데 큰 역할을 하고 있다. 중국 전자상거래기업은 해외창고방식을 바탕으로 중국 국내시장이 아닌 세계의 시장으로 그 영역을 확대하고 있는 것이다.

【키워드】 국제전자상거래, 국제물류, 해외창고, 4차 산업혁명, 글로벌시장

1. 서론

2020년 전 세계를 강타한 코로나19가 4월 말 현재까지 수그러들지 않고 있다. 한국 중앙방역대책본부의 자료에 의하면, 코로나19는 전 세계 200여 개 국에 발생하였고 확진자 수는 320만 명을 초과하였다. 코로나19로 인한 경제적 타격도 심각하다. 미국, 한국, 영국 등 주요 국가의 주식시장은 폭락하였고 경제침체를 우려해 유가도 큰 폭으로 떨어졌다. 5월 인도 기준 배럴당 50달러 수준이었던 서부 텍사스산 원유는 21달러 수준까지 떨어졌다.¹⁾ 제조업, 서비스업 등 대부분의 산업이 위축되고 경쟁력이 약화되고 있다. 반면 코로나19 이후 오히려 성장의 계기를 맞는 산업도 있다. IT산업과 물류산업이 그러하다. 전자상거래, 화상회의, 클라우드 컴퓨팅 산업 등 IT 산업은 재택근무의 특수성을 누리고 있으며 택배 등 물류는 쏟아지는 물량을 소화하지 못할 지경이다.²⁾

중국의 산업구조도 변하고 있다. 외출을 자제하고 온라인으로 물건을 구매하려는 사람이 증가하면서 알리바바, 징둥 등 전자상거래기업의 매출이 증가하고 있다. 특히 알리바바의 허마센싱, 징둥의 징둥다오자 같은 신선식품 주문 플랫폼의 약진이 두드러진다. 중국의 구정인 춘절(春節) 기간 동안 허마센싱의 채소 판매량은 전년 동기 대비 50%이상 증가하였고 징둥다오자는 470% 증가하였다.³⁾ 2012-2017년 간 연평균 57.2%씩 성장하던 중국 국내 전자상거래시장 규모가 코로나19를 계기로 발전 속도를 더 높일 것이라는 전망이다.⁴⁾

중국 국내 전자상거래 성장과 함께 국제 전자상거래시장도 주목받고 있다. 국제

1) 광민서, 「코로나19에 유가 급락까지, 외국인 주식매도 이어질 듯」, 『연합뉴스』, 2020.3.30.

2) 박종원, 「코로나19가 바꾼 세계, 제조업 명틀고 IT 급부상」, 『파이낸셜뉴스』, 2020.3.24.

3) 차이나랩, 「서비스, 관광업계 직격탄, 전자상거래 업종엔 호재」, 『코로나 산업보고서』, 2020.2.12.

4) KOTRA, 「중국의 전자상거래 시장 현황과 진출방안」, 『KOTRA자료』, 19-071, 2019, p.7.

전자상거래를 중국에서는 跨境电商이란 용어를 사용하며, 영어로는 Cross-Border e-Commerce로 표현된다. 즉, 서로 다른 국적을 가진 개인 혹은 기업이 특정한 플랫폼을 통해 상품구매와 결제를 거친 후 국제물류를 통해 운송, 수취하는 것을 말한다. 중국경제에서 국제 전자상거래가 차지하는 비중도 급속히 증가하고 있다. 2008년 0.8조 위안이었던 중국의 국제 전자상거래 거래액은 2018년 9.1조 위안으로 증가하였고 성장률도 20%대를 유지하고 있다. 전체 무역액에서 국제 전자상거래가 차지하는 비중도 2010년 6.4%에서 2017년 27.3%로 증가하였다. 화물무역 증가율이 연평균 10%에도 미치지 못하는 데 비해 국제전자상거래는 30% 이상 성장하고 있다.⁵⁾

국제 전자상거래의 핵심은 국제물류이다. 전통적인 국제물류는 배송시간이 길고, 비용이 비싸며 반품이 번거로운 문제점을 가지고 있다. 그러나 중국의 전자상거래기업은 빅데이터에 기반한 새로운 방식으로 이러한 문제를 해결하고 있다. 특히 코로나19 이후 대면접촉의 제한으로 중국 전자상거래기업의 글로벌시장 진출은 더욱 증가할 예정이다.

이러한 중요성에도 불구하고 중국 전자상거래기업의 글로벌시장 진출 관련 연구는 질적, 양적으로 부족하다. 국내 연구의 경우, 중국 전자상거래기업의 진출 전략에 초점을 맞추고 있고, 특히 국제물류와 신기술에 기반한 국제물류에 대한 연구는 거의 존재하지 않는다. 중국 연구의 경우, 국제 전자상거래시장의 진출과정에 발생된 문제점에 집중되어 있다. 신 국제물류시스템에 대한 연구도 전통 국제물류와의 단순 비교를 통한 장점만을 소개하고 있다.

이러한 배경 하에 본 연구는 국제전자상거래의 수출 물류방식에 초점을 맞추었다. 중국의 국제전자상거래 수출입에서 수출이 77.1%를 차지하고 있으며(2017년 기준), 중국정부가 화물수출의 증가율이 감소하자 국제전자상거래를 정책적으로 지원하고 있기 때문이다.⁶⁾ 구체적인 연구목적은 첫째, 신 국제물류시스템과 전통물류와의 차이점은 무엇인가? 둘째, 신 국제물류시스템이 전통물류의 문제점을 효과적으로 해소할 수 있는가? 셋째, 신 국제물류시스템이 왜 전자상거래에 유리한가를 분석하려 한다. 이를 통해 한국 전자상거래기업이 글로벌시장에 진출하는데 일정한 정보를 주려는 것이 연구의 최종 목적이다. 다만 본 연구는 신 국제물류에 대한 통계가 부족한 상황을 감안하여 문헌자료를 중심으로 연구할 것이다. 문헌자료를 바탕으로 중국의 신 국제물류에 대한 혁신과 발전요인을 파악하여 한국의 국제전자상거래 발전에 기초자료로 활용하는 것이 연구의 의의이다.

5) Cifnews, 「解决跨境电商痛点的关键 - 海外仓」, 『Cifnews』, 2017.4.16.

6) KOTRA, 앞의 글, p.10.

2. 글로벌시장 진출 현황과 요인

1) 중국 전자상거래기업의 글로벌시장 진출 현황

국제전자상거래란 거래 주체 간에 인터넷을 통해 제품전시와 주문이 성립되고, 제품이 국가의 국경을 통과하여 배송, 통관 등이 이루어지는 일종의 무역 활동을 말한다. 그러나 일반적인 의미는 인터넷의 전자상거래플랫폼을 통해 제품 주문이 이루어지고 배송, 통관, 결제 등이 이루어져 소비자에게 직접 제품이 배송되는 것을 말한다.⁷⁾ 일반적으로 국제전자상거래란 후자를 의미한다. 전통적인 무역행위와 국제전자상거래는 다양한 부분에서 차이가 있다. 첫째, 국제전자상거래의 지역 범위가 전통무역보다 더 넓다. 국제전자상거래는 국경이나 지역 등 지역적인 제한을 받지 않는다. 누구나 인터넷을 통해 자국의 직구플랫폼 혹은 현지의 해외판매플랫폼을 통하면 전 세계 다양한 국가에서 제품을 주문할 수 있다. 반면 전통무역은 지역적 제한이 따른다. 둘째, 국제전자상거래의 거래행위는 편리하다. 국제전자상거래는 까다롭고 복잡한 과정 없이 자국의 전자상거래를 이용하는 것과 별 차이 없이 거래를 진행할 수 있다. 최근 국제전자상거래플랫폼들은 현지 언어로도 주문할 수 있다. 다시 말하면 해당 국가의 언어 혹은 영어를 모르더라도 자국의 언어로 거래를 할 수 있다. 반면 전통무역은 영어 혹은 특정한 언어를 가지고 거래가 성립된다. 셋째, 국제전자상거래는 주문 후 즉시 거래가 시작된다. 국제전자상거래는 주문과 동시에 제품 포장, 배송, 통관, 현지 통관, 현지 배송이 이루어진다. 최근에는 4차 산업 혁명 기술과 결합된 물류배송방식이 출현하여 소비자는 더욱 빠른 시간에 제품을 수령할 수 있다. 반면 전통무역은 거래성사부터 제품 수령까지 장시간이 소요된다. 따라서 국제전자상거래는 전통무역보다 부피와 중량이 작고 저렴한 일상용품이 주요 대상이다.⁸⁾

2018년 기준, 중국의 전자상거래 소매총액은 약 1조 5,000억 달러로 미국(5천억 달러)을 제치고 세계 1위이다. 2012-2017년 전 세계 전자상거래 소매판매 증가율이 18.2%인데 비해 중국은 57.2% 성장하였다.⁹⁾ 그리고 전 세계 10대 전자상거래 플랫폼에 중국기업이 4곳이나 포함되어 있다.¹⁰⁾

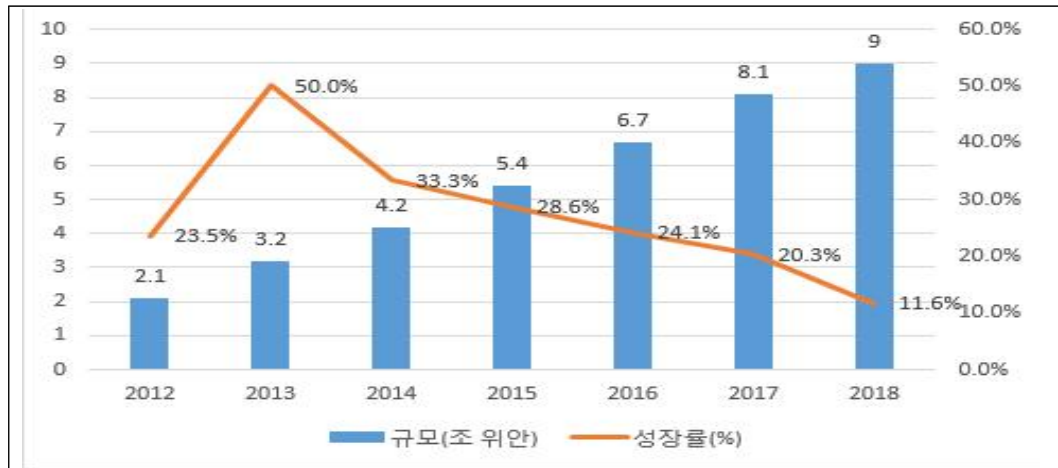
7) 중국에서 말하는 跨境电商은 국제전자상거래의 개념과 차이가 있다. 따라서 한국에서도 이를 번역할 때 국경 간 전자상거래란 용어를 쓰기도 한다. 왜냐하면 중국은 특별행정구인 홍콩과 마카오도 跨境电商란 용어를 사용하기 때문이다. 본 연구의 해외참고는 홍콩과 마카오가 포함되지 않기 때문에 국제전자상거래란 용어를 사용하였다.

8) 王韶洁, 「浅谈跨境电商对传统国际贸易的影响」, 『贸易经济』, 2019.05.032, 2019, p.59.

9) KOTRA, 앞의 글, p.13.

<그림1> 중국 국제전자상거래 규모와 성장률

(단위: 조 위안)



*자료: 한국해양수산개발원 중국연구센터(2018.11.21: 2); 网经社 电子商务研究中心(2019.6.5).

<그림1>을 보면, 2017년 중국의 국제전자상거래시장은 이미 8조 위안을 넘었으며 2018년에는 전년 동기대비 11.6% 증가한 9조 위안을 기록하고 있다. 수출입 구성을 보면, 수출비중은 2013년 85.7%에서 2017년 77.1%로 하락한 반면, 수입은 14.3%에서 22.9%로 증가하였다. 여전히 국제전자상거래는 수출 위주이나 직구 등 수입이 큰 폭으로 상승하고 있다.¹¹⁾ 2018년 말 기준, 중국과 전자상거래 협력 MOU를 체결한 국가도 17개국에 달한다.¹²⁾ 중국 국제전자상거래 최대 시장인 미국과 유럽이 미중무역 갈등으로 주춤한 사이 아세안, 아프리카, 남미 등으로 영역을 확대하고 있다. 중국정부는 브라질과 전자상거래를 통해 물류, 여행서비스의 수준을 제고하기로 하였으며, 러시아, 아르헨티나 등과는 전자상거래를 통해 각국의 특산품 무역을 확대하기로 하였다. 알리바바, 징둥, 쑤닝 등 전자상거래기업의 글로벌시장 진출도 활발하다. 특히 아세안시장의 진출이 두드러진다. 이들 기업은 투자, 인수합병 등의 방식으로 태국, 말레이시아, 인도네시아 등의 국가에 투자를 집중하고 있다.¹³⁾ 특히 알리바바는 2017년 3월, 말레이시아 쿠알라룸푸르에 eWTP(Electronic World Trade Platform, 전자세계무역플랫폼) 시범구를 설립하였다. eWTP는 전 세계 중소기업을 대상으로 국제전자상거래를 하는 하나의 세계적인 시장이다. 이곳에 입주한 중소기업은 물류, 보

10) 알리바바 1위, 징둥 4위, 쑤닝 7위, 샤오미 8위이다(2016.8, Internet Retailer).

11) 한국해양수산개발원 중국연구센터, 「온라인 실크로드와 중국의 국제전자상거래 동향」, 『KMI CHINA REPORT』, Vol.18 No.21, 2018.11.21., p.2.

12) 袁勇, 「国跨境电子商务发展报告2019发布」, 『经济日报』, 2019.6.18.

13) 何伟, 「中国与东盟跨境电商合作潜力巨大」, 『新华社』, 2018.9.14.

관, 통관, 금융 등 일체화된 서비스를 제공받으며 세계를 상대로 전자상거래를 확대할 수 있게 되었다. 특히 eWTP는 WTO, 세계경제포럼 등과 협력을 강화하고 있다.¹⁴⁾

2) 글로벌시장 진출의 정책적 요인

<표1> 중국 국제전자상거래 지원 정부 정책

일시	정부부서	제목 및 내용
2013	국무원	국제전자상거래 소매 수출 관련 정책의견에 관한 통지
	국무원	전자상거래의 발전을 통한 신성장동력 육성에 관한 의견
	국무원	국제전자상거래의 쾌속발전 촉진에 관한 지도의견
2015	국무원	국제전자상거래 발전 지도 의견
2016	국무원	13.5국가정보화 계획에 온라인실크로드 등장
	국가발전개혁위원회	전자상거래 발전 3년 행동계획
	재정부, 해관총서, 국가세무총국	국제전자상거래 소매수입 세수정책에 관한 통지
2017	국무원	이동인터넷의 건강하고 질서 있는 발전 촉진에 관한 의견
2018	재정부	국제전자상거래 종합시범구 온라인수출 세수정책에 관한 통지
	국무원	국제전자상거래 물류허브 건설 추진
2019	국무원	중국 전자상거래법

*자료: 한국해양수산개발원 중국연구센터(2018.11.21: 3-5): KOTRA(2019: 9-10)를 토대로 필자 재정리.

중국 국내의 전자상거래시장의 성장률이 감소하고 경쟁이 치열해지면서 중국의 전자상거래기업들은 글로벌시장 진출을 확대하고 있다. 그 가운데 중국정부의 지원도 전자상거래기업의 글로벌시장 진출을 촉진시키고 있다. 그 원인은 2008년 글로벌 금융위기 이후 수출이 정체되면서 이를 극복하기 위해 최근 급성장하고 있는 글로벌 전자상거래 소비시장을 공략하기 위해서이다. 중국정부는 매년 정책적 지원을 통해 전자상거래기업의 글로벌시장을 지원하고 있다. <표1>은 이를 정리한 것이다.

2013년 중국정부는 전자상거래를 통한 화물 수출 시 통관, 세금신고 등 관련 서류가 완비되면 부가가치세(增值稅)와 소비세를 환급받을 수 있게 하였다. 세관에 등록하고 세관과 연결된 국제전자상거래 플랫폼에서 정상적인 거래가 이루어지면 24시간 내 통관이 완료되고 세금 환급이 이루어지게 하였다.¹⁵⁾ 같은 해 중국정부는 국제전자상거래를 발전시키기 위해 “중국국제전자상거래 종합시범구(中国跨境电子商务综合

14) 한국해양수산개발원 중국연구센터, 앞의 글, p.7.

15) 한국해양수산개발원 중국연구센터, 앞의 글, p.4.

试验区)”를 출범하였다. 중국국제전자상거래 종합시범구는 국제전자상거래에 필요한 국제결제, 거래, 물류, 통관, 세금환급 등의 기술표준, 업무 매뉴얼, 관리감독 등을 제도화하여 국제전자상거래를 활성화하는데 목적이 있다. 이를 통해 중국 전역에 경험과 보완점 등을 제공하는 것이 주요 임무이다(百度百科). 2019년 말 현재 59개 도시가 선정되어 있다.¹⁶⁾ 2015년 중국 국무원은 국제전자상거래 발전 지도의견에서 통관 절차 간소화, 수출입 세수정책 개선, 결제시스템의 개선 등을 시행하였다.¹⁷⁾ 국제전자상거래 발전을 위한 정책적 지원은 전자상거래기업의 발전하는데 유리하게 작용하였다.

국제전자상거래가 발전하자 중국정부는 이를 규범화하는 조치도 시행하였다. 2016년 중국재정부 해관총서, 국가세무통국은 국제전자상거래 시장의 제도화와 규범화를 촉진하기 위해 <국제전자상거래 소매수입 세수정책에 관한 통지>를 발표하였다. 이를 통해 해외직구에도 일반 수입품처럼 위생허가증을 요구하고 해외직구상품과 일반 무역품 간의 가격 차이를 조정하였다.¹⁸⁾ 2018년 10월 1일 <국제전자상거래 종합시범구 온라인수출 세수정책에 관한 통지>에 따라, 종합시범구로 지정된 59개 지역은 전자상거래 수출화물에 대한 부가치세와 소비세가 시범적으로 면제되고 있다. 국무원은 같은 해 11월, 국제전자상거래 소매수입에 대해서도 통관절차 간소화, 세수정책 개선 등을 추진하였고, 특히 국내외 물류허브 건설을 지원하였다.¹⁹⁾ 2019년 국제전자상거래의 규범화를 한층 강화한 <전자상거래법>이 시행되었다.

일대일로를 활용한 지원도 이루어지고 있다.²⁰⁾ 중국정부는 범세계적 프로젝트인 일대일로를 국제전자상거래 시장 확대의 기회로 삼고 있다. 2016년 12월, 국무원이 발표한 <13.5 국가정보화계획(十三·五国家信息化规划)>에서 “온라인실크로드(网上丝绸之路)”라는 용어가 처음 등장하였다. 여기서 중국정부는 일대일로 중국과 연선 국가 간의 온라인 연계를 강화하고 정보 공유를 위한 정보경제벨트 건설을 밝혔다. 이어 <전자상거래 발전 3년 행동계획(2016-2018년)>에서 일대일로 연선 국가의 주요 거점도시에 국제전자상거래 유통망을 건설하는 등 온라인실크로드를 국제전자상거래

16) 국제종합시범구가 설치된 성(省), 특별시, 자치구는 59개에 달한다. 다시 말하면 대부분의 성이 국제전자상거래를 중점육성산업으로 채택하고 있다. 그 가운데 광둥성은 6곳, 저장성, 장수성은 5곳, 산둥성은 4곳에 달한다(百度百科).

17) KOTRA, 앞의 글, p.10.

18) 한국해양수산개발원 중국연구센터, 앞의 글, p.4.

19) KOTRA, 앞의 글, p.10.

20) 일대일로정책이란 시안에서 출발하여 유럽으로 연결되는 육상실크로드와 중국 취안저우에서 출발하여 남아시아 아프리카 그리스로 이어지는 해상실크로드를 말한다. 고대 실크로드의 역할을 계승하여 중국에서 유럽으로 이어지는 소통과 교류의 통로이자 세계 최대의 인프라 투자 프로젝트 가운데 하나이다(역서심·박석재, 2018: 218).

진출의 핵심적인 루트로 삼았다. 이러한 배경 하에 2017년 한 해에만 베트남, 호주, 캄보디아, 브라질, 헝가리 등의 다수의 국가와 전자상거래 관련 양해각서를 체결하였다.²¹⁾ 최근 계속되는 정책의 출현은 중국 전자상거래기업이 글로벌시장 진출을 확대하는데 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

3) 글로벌시장 진출의 국내요인

중국 국내 전자상거래시장의 변화도 전자상거래기업의 글로벌시장 진출을 촉진하였다. 구체적인 요인은 다음과 같다. 첫째, 중국 국제전자상거래기업의 경쟁력 강화이다. 중국 국내 전자상거래시장이 급성장하면서 중국 전자상거래기업은 자본, 기술 등에서 경쟁력을 확보하였다. 더욱이 국내시장의 경쟁력이 치열해지자 국제전자상거래기업은 눈을 해외로 돌리게 되었다.

둘째, 국제 전자상거래시장의 폭발적인 수요증가이다. 2012년 중국의 무역총액은 미국을 능가하였다. 특히 화물무역의 성장이 한자리 수로 하락한 가운데 국제 전자상거래는 연평균 30%씩 성장하고 있다. 전통적인 소매기업, 국내외 전자상거래기업, 물류서비스기업, 전자상거래플랫폼 기업 등이 계속해서 국제전자상거래시장에 진출하면서 시장규모를 확대하고 있다.²²⁾ 2008년 0.8조 위안이었던 중국의 국제 전자상거래 거래액은 2018년 9.1조 위안으로 증가하였다.

셋째, 신 국제물류서비스의 등장이다. 전자상거래를 통한 국제물류서비스가 증가하면서 문제점도 증가하였다. 전통 국제물류는 배송시간이 길고 물류원가가 비싸며 반품, 추적 등이 어려운 문제에 직면하였다. 이러한 단점을 보완하기 위해 물류서비스에 빅데이터 등 신기술이 도입되기 시작하였다. 대표적인 방식이 해외창고, 국경창고 등이다. 이러한 방식은 전통 국제물류가 가진 단점을 보완하고 소비자의 만족도를 제고함으로써 국제전자상거래의 발전을 이끌고 있다. 중국 상무부는 해외창고, 국경창고방식은 중국 국제무역의 새로운 발전을 이끌고 있다고 정부업무보고에서 밝혔다.²³⁾

정부의 정책적 지원, 중국 전자상거래기업의 경쟁력 강화, 국제전자상거래시장의 폭발적인 성장, 새로운 물류시스템의 개발 등이 중국 국제전자상거래 확대의 중요한 요인임을 알 수 있다.

21) 한국해양수산개발원 중국연구센터, 앞의 글, pp.6-7.

22) 罗兰, 「海外仓 跨境电商新驿站」, 『人民日报』, 2016.4.12.

23) 罗兰, 위의 글.

3. 신 국제물류방식과 해외창고방식의 개념과 유형

1) 국제전자상거래의 개념

국제전자상거래란 다양한 거래주체(개인 혹은 기업)가 전자상거래플랫폼을 통해 상품 판매를 진행하고, 수출국이 아닌 다른 국가에 국제물류를 통해 배송하여 거래를 완성하는 국제 비즈니스 활동을 말한다. 넓은 의미에서 보면 국제전자상거래는 모든 형식의 국제전자상거래를 포함하며, 협의의 국제전자상거래는 국제 인터넷소매, 즉, B2C와 C2C 등 최종소비자와 대면하는 거래를 말한다.²⁴⁾ 최근 미국 등 주요 국가에서 관세 등의 방식으로 제한함으로써 화물무역의 성장이 하락하고 있으나 국제전자상거래는 지속적으로 성장하고 있다.

국제전자상거래는 수출과 수입으로 나누어지는데 중국은 수출이 전체 국제전자상거래 비중 가운데 77.1%(2017년)을 차지한다. 중국의 국제전자상거래 수출은 1998년부터 시작되었다. 당시 알리바바와 중국제조망(中国製造网)을 중심으로 B2B거래가 주를 이루었다. 2000년대 들어서면서 중국유학생을 중심으로 eBay에서 제품을 판매하기 시작하면서 중국에서 B2C 국제전자상거래가 시작되었다. 2005년 둔황망(敦煌网)이 중국에서 처음으로 국제전자상거래를 시작하였고, 2007년 란팅(兰亭)과 DX같은 국제전자상거래플랫폼이 급속히 증가하였다. 2010년 알리바바의 알리익스프레스(速卖通)가 출현하여 중국 국제전자상거래 B2C 대표기업으로 성장하였다. 2012년 아마존에 중국기업의 입점이 시작되었고, 2013년에는 Wish가 출범하였다.²⁵⁾

2) 신 국제물류방식의 개념과 유형

전통 국제물류는 다음과 같은 방식이 있다. 첫째, 우편배송방식(EMS)이다. 우편배송방식은 우체국의 국제물류시스템을 통해 배송되는 방식이다. 현재 국제전자상거래에 가장 보편적인 방식으로 전체 국제전자상거래 물류의 70%가 이 방식으로 배송된다. 둘째, 국제택배방식이다. 국제택배방식은 DHL, FEDEX 같은 전문 국제택배기업의 물류네트워크를 이용하는 방식이다. 이들 기업은 대부분 글로벌 네트워크와 관리

24) Asosheh A.M., S.N. Romer & K.H. Khodkari, A model of a localized cross-border e-commerce, *I-Business*, 2012, pp.136-145; 역서심·박석재, 「일대일로 배경 하에서 중국의 국경 간 전자상거래 발전방안에 관한 연구」, 『무역보험연구』제19권 제4호, 2018, p.220.

25) 跨境电商荟, 「2019年跨境电商新起点, 共同展望新机遇」, 『跨境电商荟』, 2018.12.29.

시스템에 강점을 가지고 있다. 셋째, 국내택배기업을 이용하는 것이다. 중국 국내 물류산업이 발전하면서 순펑(顺丰), 원통(圆通) 등 경쟁력 있는 물류기업이 출현하였다. 이들 기업은 국내 경쟁력을 바탕으로 국외 기업과 제휴하여 국제물류시장에 진입하고 있다. 넷째, 전용물류방식이다. 전용물류방식은 항공전세방식으로 국외로 배송되면 수입국 협력회사가 소비자에게 배송하는 방식이다.²⁶⁾ 전통적인 국제물류방식은 전자상거래 플랫폼을 통해 주문이 들어오면 배송을 시작하는 공통된 특징이 있다. 다시 말하면 주문과 함께 배송이 시작되는 것이다.

신 국제물류란 전통적인 물류에 비해 새로운 4차 산업혁명 기술이 융합된 국제물류방식을 말한다. 전통적인 물류방식은 전자상거래플랫폼을 통해 주문이 접수되면 배송이 시작된다. 즉, 공급자가 플랫폼으로부터 주문이 접수된 시그널이 확인되면 제품포장-국내배송-통관-현지 통관-현지배송-소비자에게 전달되는 과정을 거친다. 이로 인해 소비자는 제품을 수령하기까지 많은 시간이 소요된다. 전자상거래의 특성상 소비자는 빠른 배송을 희망하기 때문에 전통 국제물류방식은 이러한 희망을 만족시키기 어렵다. 특히 반품이나 교환이 필요하면 더욱 많은 시간이 걸린다. 따라서 소비자는 반품이나 교환을 포기하는 사례도 있다.²⁷⁾

신국제물류는 공유물류(共享经济)의 기반에 설립된 물류창고이다. 베이징이류네트웍(中国北京易流网络科技有限公司) 왕지샹(王继祥)은 공유물류란 공통된 물류자원을 이용해 물류자원의 최적화된 배치를 이루는 것이라고 정의 내렸다. 이를 통해 물류시스템의 효율을 증가시키고 물류비용을 절감할 수 있다고 그는 주장하였다. 전통 국제물류가 가지고 있는 긴 배송시간, 배송추적의 어려움, 긴 통관시간, 높은 물류비용 등을 공유물류를 통해 해결할 수 있다는 것이다.²⁸⁾ 공유물류의 핵심은 “先입고后거래모델”이다. 다시 말하면 공유물류란 예측시스템에 의해 제품의 판매시기와 수요를 파악하여 미리 공유창고에 배송하는 시스템을 말한다. 이것이 현재 중국 전자상거래기업이 시행하고 있는 신 국제물류방식의 핵심이다.

중국 전자상거래기업이 도입한 신 국제물류방식은 설립 위치로 보면, 국내와 국외로 나누어진다. 중국 국내에 설치된 국제물류창고는 변경창고(边境仓)라 하고 국외에 건설된 국제물류창고는 해외창고(海外仓)라 불린다. 변경창고는 중국 국내 국경지역에 설립된 물류창고이다. 변경창고는 러시아에 인접한 헤이룽장성(黑龙江省), 동남아에 인접한 윈난성(云南省), 광시장족자치구(广西壮族自治区) 등에 건설되어 있다. 변

26) 鲲圭云计算, 「跨境物流有哪些渠道? 解读国际物流五大模式」, 『中国大物流网』, 2019.9.20.

27) 王耀辉, 「我国跨境电商与跨境物流协同发展策略及建议」, 『经济管理』, 201905, 2019, p.16.

28) 张军玲, 「共享物流视角下我国海外仓的建设发展研究」, 『绍兴文理学院学报』, 第39卷 第6期, 2019, pp.80-81.

경창고는 아직 현지 국가에 통관이 되지 않은 상태이다. 주문이 이루어지면 국경창고에서 현지 통관을 거쳐 소비자에게 배송되는 형태이다.

해외창고는 현지 국가에 설립된 물류창고이다. 즉, 이미 현지 국가에 통관을 마치고 해외창고에 제품이 보관되어 있는 형태이다. 해외창고의 전형적인 방식은 2006년 시작되었다. 추커우이(出口易), 디스팡(递四方) 등 제3자 해외창고기업이 2006년 처음 등장하였고 2010년 국제전자상거래가 폭발적으로 성장하면서 대형 전자상거래플랫폼 기업이 자체적으로 해외창고를 설립하기 시작하였다. 특히 2017년 중국 국무원이 독려하면서 해외창고가 더욱 확대되었다. 중국은 매년 3-5만 제곱미터씩 해외창고 면적이 확대되고 있다. 유럽, 미국, 중동, 남미지역 등이 주요 해외창고 설립지역이다.²⁹⁾

3) 해외창고의 유형과 규모

상하이상학원(上海商学院) 陈韦辰의 4인의 자료에 따르면, 2017년 말 기준, 중국의 해외창고는 33개국에 158개 기업, 약 353개가 설립되어 있다. 지역별 분포를 보면, 50% 가량이 미국, 영국, 독일, 일본에 설립되어 있고 주로 유럽, 러시아 등 경제가 발달된 국가에 집중되어 있다. 그리고 중동, 남미, 아프리카 등지에도 일부 설립되어 있다.³⁰⁾

<표2> 해외창고방식과 FBA의 공통점과 차이점

구분		해외창고	FBA
공통점		<ul style="list-style-type: none"> - 미리 해외창고에 보관 - 셀러가 배송 및 창고관리에 신경쓸 필요가 없음 - 배송시간 단축으로 고객만족도 제고 - 물류 성수기를 피하며 저렴한 물류원가 - 반품서비스 제공 - 창고임대료 및 기타 비용 납부 	
차이점	제품규격	- 규격에 대한 제한이 느슨	- 중량, 부피 등 제품규격 제한 엄격
	수출국 서비스제공	- 수출국 집하부터 서비스 가능	- 수출국 집하 및 통관서비스 제공 없음

29) 联特海派, 「海外仓的现状与未来趋势」, 『联特海派』, 2019.2.25.

30) 陈韦辰·邹雪霏·王静菲·吕薇·张意敏, 「海外仓新模式探索」, 『物流工程与管理』, 第41卷 总第301期, 2019, p.18.

입고규정	- 라벨, 포장 등 규정 느슨 온라인 업로드 전 제품 입고 지원	- 제품 입고 전 라벨, 포장규 격 등 엄격
입고 후 제품 분산	- 동일한 해외창고에 보관	- 아마존 자체 제품 분산입고 가능
다른 플랫폼 사용 여부	- 다른 플랫폼 사용 가능	- 아마존 플랫폼만 가능
창고보관료	- 동일 창고 보관료 납부	- 분산 보관시 보관료 증가
클레임 처리	- 셀러가 직접 처리	- 아마존이 처리
반품지원	- 품질 불량인 아닌 반품은 해외창고가 라벨교환, 재포장	- 구매자 무조건 반품 가능 - 회수 제품 폐기, 반송 시 셀 러 비용 납부

*주: 해외창고는 제3자 해외창고기업의 예시

**자료: 夜半钟声(2018.4.3).

해외창고방식은 다음 3가지 유형이 있다. 첫째, 국제 전자상거래기업이 직접 설립한 해외창고이다. 제품을 주문받은 공급자가 전자상거래플랫폼 기업의 요구에 따라 국내 집하창고에 제품을 배송하면 전자상거래 플랫폼기업이 해외창고로 배송하는 방식이다. 중국의 알리익스프레스, 징둥닷컴 등도 여기에 속한다.³¹⁾ 중국의 해외창고방식과 유사한 방식으로 아마존의 FBA(Fulfillment by Amazon)가 있다. FBA는 최고의 물류관리시스템을 제공함으로써 셀러가 해외시장을 공략하는데 중요한 선택지가 되고 있다. 2017년 기준, 90% 이상의 셀러가 FBA를, 70%가 해외창고방식 통해 해외시장을 공략하고 있다.³²⁾ 두 방식은 공통점과 차이점을 가지고 있다. <표2>를 보면, FBA와 해외창고방식은 미리 제품을 창고에 보내는 공통점을 가지고 있다. 셀러가 제품을 국내 집하창고로 보내면 셀러가 소비자에게 전달되는 과정을 신경쓸 필요도 없고 반품 등도 해외창고기업이 제공함으로써 소비자만족도가 높다는 공통점도 가지고 있다. 반면 FBA는 제품규정과 입고규정이 해외창고방식보다 까다롭다. FBA는 중량, 부피 등을 제한하고 라벨, 포장규정 등이 엄격하다. 반면 해외창고방식은 제품규격도 느슨하고 현지 통관과 집하서비스도 제공한다. 집하부터 원스톱서비스를 제공하는 해외창고방식과 달리 FBA는 규정된 제품을 현지 창고보관부터 서비스를 제공하는 방식이다.

FBA는 아마존 플랫폼을 이용하여 최대 시장인 미국을 공략하는데 특화되어 있다.

31) 李园园, 「出口跨境电商海外仓的模式分析及相关建议」, 『公共管理』, 2018, p.89.

32) 夜半钟声, 「海外仓与亚马逊FBA仓的区别」, 『夜半钟声』, 2018.4.3.

그러나 FBA는 셀러가 지불해야 하는 비용이 해외창고보다 더 많다. 그리고 무조건 반품, 반품제품의 셀러 반송, 제품의 분산보관 등의 비용도 셀러가 지불해야 한다. 또한 입고제품의 규격이 엄격하여 이를 충족하는데 추가비용이 들 수 있다. 반면 해외창고방식은 반품 시 해외창고에서 재포장 후 판매를 하며, 제품이 수출국 집하창고에 도착하면 셀러가 추가비용이 적게 든다. 클레임 처리 방법에서는 FBA가 처리함으로서 셀러가 처리해야 하는 해외창고방식보다 유리하다.³³⁾ FBA와 해외창고방식은 각자 장단점을 보유하고 있다.

둘째, 기존의 수출기업 혹은 국제 전자상거래기업이 해외창고를 직접 설립하는 방식이다. 주로 수출기업이 해외시장을 개척하거나 현지에 전자상거래를 운영하려고 할 때 직접 현지에 해외창고를 설립하는 방식이다

셋째, 제3자 국제물류기업이 설립한 해외창고를 임대 혹은 위탁하는 방식이다. 국제전자상거래플랫폼을 통해 셀러가 제품을 판매하고 전문적인 국제물류기업이 설립한 해외창고로 보내면 제3자 물류기업이 소비자에게 배송하는 방식이다. 최근 제3자 국제물류기업의 성장이 빠르다. 제3자 물류기업은 제품의 입고, 출고, 하역, 배송, 관리 등의 업무를 수행하면서 제품이 소비자에게 전달될 때까지 관리해준다.³⁴⁾ 제3자 해외창고방식의 장점은 저렴한 비용과 통관 등 수속에 셀러가 신경쓸 필요가 없다는 점이다. 특히 해외창고를 스스로 설립하는 것보다 저렴한 가격에 해외창고방식을 이용할 수 있다.³⁵⁾

중국의 대표적인 해외창고방식은 알리바바의 해외거래 전자상거래플랫폼인 알리익스프레스(速卖通)이다.³⁶⁾ 알리익스프레스는 최근 해외시장을 적극적으로 공략하면서 해외창고 설립을 확대하고 있다. 특히 일대일로(一帶一路) 연선국가의 진출이 활발하다. 2019년 4월 28일 중국 광저우(广州)에서 거행된 “2019판매자서밋(2019商家峰会)”에서 향후 1년간 판매자의 브랜드 가치를 확대하고 18개국 94여 곳의 해외창고를 건설하여 판매자를 지원하기로 하였다. 이를 통해 15일 내 무조건 반품과 환불이 가능하도록 하겠다고 밝혔다. 알리익스프레스는 알리바바 산하 물류기업인 차이나오(菜鸟)와 연합하여 해외창고를 설립하고 있다. 94개의 해외창고 가운데 차이나오 자체적 설립한 해외창고 비중이 80% 이며(차이나오가 인정한 인증창고 포함)³⁷⁾ 나머지는

33) 夜半钟声, 앞의 글, 2018.4.3.

34) 麦哲伦科技, 「一分钟带你了解海外仓的发展史」, 『麦哲伦科技』, 2020.2.9.

35) 跨境物流, 「第三方海外仓介绍」, 『跨境物流』, 2020.3.20.

36) 알리익스프레스는 스페인, 프랑스, 러시아, 동유럽, 중동, 아프리카 등에 시장을 확대하고 있다. 알리익스프레스는 스페인, 폴란드, 러시아의 제1위 전자상거래 플랫폼이며 사우디아라비아, 아랍에미리트 등 중동시장에서도 급속히 성장하고 있다. 한국도 알리익스프레스의 주요 시장으로 2018년 한 해 거래액이 전년 대비 60% 증가하였다(人民日报, 「速卖通2019战略升级: 全球18国落地近百个海外仓 重点市场支付渠道全覆盖」, 『人民日报』, 2019.4.28).

차이나오와 계약한 제3자 해외창고이다.³⁸⁾

<표3> 차이나오 주요 해외인증창고 글로벌시장 분포

인증창고	해외창고	배송 가능 국가
易达	스페인창고	스페인, 프랑스, 이탈리아, 폴란드, 네덜란드, 독일, 영국, 포르투갈, 벨기에, 체코
	프랑스창고	프랑스
递四方	스페인창고	프랑스, 스페인, 폴란드, 포르투갈, 독일, 이탈리아, 룩셈부르크, 네덜란드, 벨기에, 영국, 체코, 덴마크, 헝가리, 슬로베니아, 슬로바키아
	벨기에창고	프랑스, 독일, 벨기에, 오스트리아, 크로아티아, 키프로스, 체코, 에스토니아, 핀란드, 영국, 그리스, 아일랜드, 라트비아, 리투아니아, 몰타, 스웨덴, 루마니아 등
	폴란드창고	폴란드, 독일, 체코, 크로아티아, 덴마크, 헝가리, 슬로바키아 등
	체코창고	독일, 체코, 벨기에, 룩셈부르크, 오스트리아, 영국, 모나코, 안도라, 아이슬란드, 노르웨이, 리히텐슈타인, 마케도니아, 우크라이나, 터키 등
	독일창고	독일, 벨기에, 룩셈부르크, 슬로베니아, 헝가리, 이탈리아, 그리스, 바티칸, 산마리노, 카자흐스탄, 터키 등
	영국창고	영국
	미국창고	미국
艾姆勒	러시아창고	러시아
谷仓	체코창고	독일, 체코, 벨기에, 모나코, 폴란드, 스웨덴, 포르투갈, 스페인, 덴마크, 영국, 스위스, 아이슬란드 등
	프랑스창고	프랑스
	미국창고	미국
万邑通	독일창고	독일, 스페인, 프랑스, 벨기에, 오스트리아, 영국, 헝가리, 그리스, 불가리아 등
	영국창고	영국
	미국창고	미국

*자료: 雨果网(2020.3.7).

<표3>을 보면, 차이나오는 미국, 유럽 전역에 해외창고를 설립하여 운영 중이다.

37) 차이나오 인증창고는 차이나오가 인정한 해외창고로 알라익스프레스 플랫폼을 통해 주문이 이루어지면 자동으로 해외인증창고로 주문이 접수되고 제품 발송이 이루어진다(雨果网, 「2020速卖通328海外仓商家白皮书」, 『雨果网』, 2020.3.7).

38) 人民日报, 앞의 글.

최근에는 유럽과 미국시장 뿐만 아니라 아세안, 중동, 아프리카에도 해외창고 설립을 증가시키고 있으며 한국 등 시장잠재력이 큰 신흥시장에도 해외창고 설립을 준비 중이다. 알리익스프레스는 해외창고서비스를 통해 유럽의 절반 이상 지역에 72시간 내 배송을 목표로 하고 있다.³⁹⁾

해외창고방식은 저렴한 가격, 소량 제품, 많은 횟수를 특징으로 하는 전자상거래의 특징에 적합하다. 대량의 화물을 운송하는 전통 국제물류와 달리 전자상거래를 통한 운송은 예측, 관리, 반품 등의 문제가 빈번하다, 따라서 국제 전자상거래의 성공은 예측과 관리에 달려 있다. 그런 점에서 해외창고방식은 국제전자상거래에 유리하다. 먼저 FBA, 알리바바 등 전자상거래플랫폼기업은 빅데이터, AI등 4차 산업혁명기술을 이용하여 판매예측에 대한 확률을 높이고 주문부터 배송까지 이러한 기술을 통해 관리한다. 최근 급성장하고 있는 제3자 국제물류기업의 해외창고도 이러한 기술적 요소를 흡수하면서 성장하고 있다. 결국 해외창고방식의 장점은 예측력 제고, 저렴한 비용, 관리능력 제고, 반품 등에 유리하다는 점이다.

4. 전통 국제물류 대비 해외창고방식의 장점과 혁신

국제전자상거래는 수출국 주문-결제-국제물류-수입국 통관-수입국 소비자의 과정으로 진행된다. 이러한 과정 중에 국제전자상거래를 저해하는 문제점이 출현하고 있다. 이는 전자상거래의 경쟁력에 영향을 미친다. 전자상거래의 특성상 소비자는 소액의 제품을 빠른 시간에 전달받기를 바란다. 그러나 전통 국제물류방식은 주문 후 제품을 준비하고 국내배송, 국제배송, 국외 운송 등 많은 부분을 거치면서 다양한 문제점을 발생되는 것이다.⁴⁰⁾ 또한 제품을 전달받은 후 발생하는 문제에 대해서도 소비자는 민감하다. 제품을 정확하게 전달되고 있는지, 제품을 전달받고 반품이나 교환이 용이한지 등이 소비자가 국제전자상거래를 통해 구매를 하는데 큰 영향을 미친다. 이를 종합하면 국제전자상거래는 배송시간, 배송비용, 배송 후 서비스의 용이함 등이 결정적인 영향을 미친다. 광저우시 세관 관장(广州海关关长)인 세송(谢松)은 해외창고방식이 이러한 전통물류의 문제점을 해소하고 있다고 밝혔다.⁴¹⁾ 한국해양수산개발원의 이성우 본부장의 자료에 따르면, 전자상거래 소비자는 저렴한 가격에 자신들이

39) 21세기经济报道, 「抢占境外买买市场 速卖通欲在18个国家扩建94个海外仓」, 『21세기经济报道』, 2019.4.28.

40) 김동하, 「중국 내수시장에 대한 네거티브 리스트 제도 연구」, 『중국학』, 제70집, 2020, p.408.

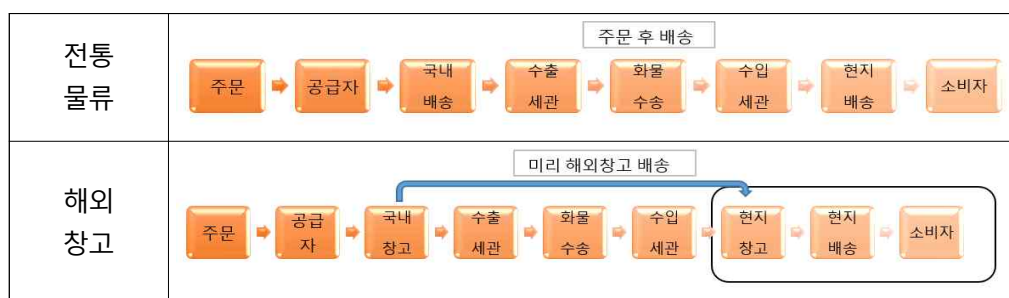
41) 付怡, 「跨境电商海外仓发展迅猛 代表建议: 完善跨境电商配套物流服务体系」, 『金羊网』, 2020.1.16.

원하는 시간에 제품을 받기를 원한다. 전통 국제물류방식에 근거하면 저렴한 가격은 느린 배송을, 빠른 배송은 고가의 물류비용을 지불해야 한다. 기존의 물류방식은 이러한 모순적인 상황을 야기하지만 소비자는 저렴한 배송비용과 신속성이라는 두 가지 상황을 모두 해결 받고자 원하고 있다.⁴²⁾ 전자상거래기업과 물류기업은 소비자의 모순된 두 가지 문제를 동시에 만족시키기 위해 빅데이터 등 4차 산업혁명 관련 기술과 해외창고방식을 융합하여 해결책을 모색하고 있다. 본 장에서는 전자상거래 시 전통 국제물류방식과 해외창고방식을 비교하여 이러한 문제점을 실제 해결하고 있는지, 어떤 방식으로 해결하고 있는지 확인할 것이다.

1) 배송시간 비교

전통무역과 달리 국제전자상거래는 저렴한 가격의 제품 위주이며 주문횟수가 빈번하다는 특징이 있다. 따라서 배송시간이 국제전자상거래에 큰 영향을 미친다. <그림 2>를 보면, 전통물류방식은 전자상거래 플랫폼에서 수입국 소비자가 주문을 하면 수출국 생산자는 물건을 준비하여 항공 혹은 해운을 이용하여 제품을 발송하게 된다. 주문 후 판매자가 제품을 발송하면 배송시간, 통관시간 등 장시간이 소요된다. 특히 전자상거래는 대량주문, 소액주문의 특성을 가지기 때문에 장시간 소요되는 전통국제물류에는 적합하지 않다. 반면 해외창고방식은 국내창고에 미리 제품을 집하하면 통관을 마친 후 현지창고에 집하를 하게 된다. 미리 해외창고에 제품을 보관함으로써 국제배송 시간을 단축할 수 있다. 소비자 입장에서는 전통물류방식에 비해 빠른 시간에 제품을 수령하기 때문에 만족도가 높다.

<그림2> 전통 국제물류와 해외창고방식의 물류과정 비교



중국 전자상거래 플랫폼 연구기관인 네트워크경제서비스플랫폼(网络经济服务平台,

42) 이성우, 「전자상거래 성장과 물류수단 변화」, <https://www.ksg.co.kr>(코리아슈핑가제트), 2019.8.5.

网经社)의 조사에 따르면, EMS를 통해 중국에서 미국으로 제품을 발송하면 10-20일이 걸리고, 우체국 소형택배를 비용하면 20-50일이 걸린다. FEDEX등 국제특급택배를 이용하면 3-7일이 걸리며 국제전용라인을 이용하면 15-20일이 소요된다.⁴³⁾ 국제 전자상거래 업계 자료에 따르면, 중국이나 홍콩에서 소형제품을 EMS로 러시아나 브라질로 보내면 통상 40-90일이 걸린다. FEDEX 등 전용물류기업을 이용하면 16-35일이 소요된다. 유럽이나 미국으로 보내면 7-12일이 걸린다.⁴⁴⁾

전통 국제물류의 배송시간이 장기간 소요되는 것 외에 통관에도 시간이 지체된다. 국제물류는 두 곳의 세관을 통과해야 한다. 하나는 수출국 세관이며 다른 하나는 수입국 세관이다. 국제 전자상거래 물류의 관건은 통관이다. 수출국과 수입국의 세관은 통관정책과 절차가 상이하다. 따라서 통관에 많은 시간이 소요된다. 통관에는 제품의 가격, 지적재산권 침해, 기술무역 등 다양한 정책과 절차가 필요하다. 전자상거래 플랫폼을 통해 비교적 소량 혹은 부피가 작은 제품을 구입하면 검역이나 통관은 용이하나 주문 후 배송을 시작하면 역시 장기간이 필요하다. 특히 중국의 상하이, 광저우 등 동부 해안지역에서 제품을 발송하면 나은 편이나 중서부 내륙에서 국제물류를 시작한다면 더욱 시간이 많이 걸린다. 그나마 항공을 통한 물류는 배송시간이 짧지만 비용이 비싼 단점이 있고, 해운을 통한 물류는 비용은 저렴하나 배송시간이 긴 단점이 있다. 이러한 단점을 해결한 것이 해외창고방식이다.

해외창고방식은 미리 제품을 수입국의 해외창고에 배송하여 보관한다. 해외창고방식의 핵심은 신기술과의 융합이다. 이를 통해 판매예측을 하고 미리 제품을 저렴한 해운을 통해 해외창고로 보내는 것이다. 대표적인 신기술이 빅데이터이다. 빅데이터란 방대한 데이터를 빠른 속도로 필요한 데이터로 생성된 정보자산을 의미한다. 최근에는 빅데이터에서 경제적 가치를 추출 및 분석하는 기술이 증가하면서 전 세계에 빅데이터산업에 주목하고 있다. 빅데이터는 전통방식으로 처리 가능한 정형화된 데이터뿐만 아니라 다양한 유형의 비정형화된 데이터(사진, 오디오, SNS데이터, 로그 파일 등)도 분석이 가능하다.⁴⁵⁾ 전자상거래에 빅데이터는 제품 수요를 파악하고 발생할 가능성이 있는 리스크를 줄이는데 사용될 수 있다. 해외창고방식과 빅데이터 기술을 융합되면서 해외창고방식의 발전이 가능해진 것이다.

2) 물류원가 비교

43) 网经社, 「分析:跨境电商必知—海外仓利弊」, 『网经社』, 2019.9.3.

44) Cifnews, 앞의 글, 2017.4.16.

45) 이진면·박가영·김화섭·이준엽·이연, 「중국의 빅데이터산업 육성과 정부의 역할」, 『산업연구원 정책자료』2018-322, 2018, pp.20-23.

전통 국제물류는 국내배송, 통관, 운송, 현지배송까지 거치면서 물류비용이 많게는 전체 원가의 30-40%를 차지한다. EMS나 국제물류 전용라인을 이용하면 중량, 부피, 제품가격 등의 영향으로 물류원가는 더욱 증가한다. 또한 통관이 늦어지거나 국제운송 기간이 자연재해 등으로 오래 걸리면 원가는 더욱 증가한다, 반면 해외창고방식은 대량의 화물을 집화(集貨)방식으로 미리 해외창고에 보관함으로써 발생할 수 있는 원가상승의 리스크를 줄일 수 있다. 다시 말하면 해외창고방식은 현지 창고에 미리 보관함으로써 부피, 중량 등의 제한을 덜 받게 된다. 이는 소비자 입장에서 가격을 하락시키고 배송시간을 절약하는 요인이 된다.⁴⁶⁾

또한 해외창고방식은 물류 급증시기를 피해 미리 배송함으로써 배송비용과 창고부족을 해결할 수 있다. 일부 제품은 제품 성수기가 존재한다. 예컨대 여름 바캉스용품은 여름이 되기 전 계절이 국제물류 배송 성수기이다. 이때 바캉스용품의 배송가격은 상승하고 이를 취급하는 현지 창고도 제품이 몰리게 된다. 이는 가격상승의 한 요인이다. 반면 해외창고방식은 비성수기에 제품을 미리 해외창고로 보내고 성수기에 판매할 수 있다

반면 해외창고방식은 일정 기간을 지나 판매가 되지 않으면 창고비용이 크게 증가한다. 따라서 적절한 재고관리가 되지 않으면 오히려 비용이 상승할 요인을 가지고 있다.⁴⁷⁾ 제3자 국제물류기업으로부터 임대하여 해외창고를 이용할 경우, 제3자 기업은 해외창고에 제품이 도착하면 현지에 맞는 라벨과 포장으로 교체를 한다. 일부 제3자 기업은 해외 도착 후 라벨 및 포장뿐만 아니라 제품의 보관, 이동 등을 자체적으로 시행하기도 한다. 또한 제품이 반품되면 재포장을 실시하고 제품교환 업무도 자체적으로 처리한다. 따라서 해외창고방식을 이용하면 셀러는 추가적인 물류비용을 줄일 수 있다.

3) 관리서비스 비교

해외창고방식은 빅데이터, AI 등 4차 산업혁명 기술을 이용함으로써 관리서비스를 제고하였다. 구체적인 부분은 다음과 같다. 첫째, 반품과 교환의 용이함이다. 전통 국제물류로 반품이 진행된다면 현지배송-현지세관-수출국세관-배송의 과정을 다시 거쳐야 한다. 게다가 제품의 반품 사항을 확인하고 교환 혹은 환불을 결정하는데 많은 과정을 거치고 시간이 소요된다. 반면 해외창고방식은 현지 해외창고에서 반품

46) 雨果网, 「海外仓对于跨境电商物流的意义是什么?」, 『雨果网』, 2019.12.24.

47) 雨果网, 「海外仓对于跨境电商物流的意义是什么?」, 『雨果网』, 2019.12.24.

혹은 환불이 결정된다. 즉, 전통 국제물류에 비해 시간과 비용이 대폭 감소한다.⁴⁸⁾

둘째, 배송추적의 용이함이다. 전통 국제물류를 통한 배송은 다양한 원인으로 추적이 불가능할 때가 있다. 유럽이나 미국 등 물류가 발달한 국가나 지역은 배송추적이 용이하나 그 외 지역은 언어, 배송시스템이 낙후되어 추적이 어려울 때가 있다. 때로는 분실의 위험도 존재한다.⁴⁹⁾ 전통 국제물류는 수출국과 현지 세관을 통관함으로써 시간이 많이 소요된다. 그 과정 중에 종종 제품이 분실되거나 파손된다. 만약 소비자가 제품을 수령 한 후 이를 알게 되고 조치를 요구하면 비용증가뿐만 아니라 반품교환 등에 더욱 많은 시간이 소요된다. 이러한 점이 전통국제물류의 단점 가운데 하나이다.⁵⁰⁾

전자상거래 소비자는 자신의 제품이 배송되는 과정을 추적하고 싶어 한다. 특히 국내보다 시간이 오래 걸리는 국제전자상거래의 배송현황에 대해서는 더욱 관심이 크다. 국제 전자상거래기업은 해외창고방식에 스마트통제시스템을 결합하여 배송추적을 실시간 고객에게 전달한다.

반면 관리서비스 방면에서 해외창고방식의 단점도 존재한다. 첫째, 판매자가 생산지에서 제품을 집하장소로 배송하고 나면 제품에 대한 직접적인 관리가 불가능하다. 판매자가 제품을 발송하면 관리서비스 주체가 해외창고를 운영하는 제3자 혹은 전자상거래 플랫폼기업으로 전환되기 때문이다. 해외창고방식은 해외창고로 제품이 배송되면 현지 물류와 재고관리를 스스로 통제한다. 따라서 전적으로 해외창고 운영기업에 관리서비스를 의존할 수밖에 없다. 또한 재고관리도 판매자가 통제할 수 없기 때문에 이에 대한 판매서비스, 재고서비스 등에도 불리하다. 제품의 판매예측이 빗나갔을 경우 추가되는 창고비용과 반품도 셀러가 책임져야 한다. 해외창고기업의 요청에 따라 제품을 현지창고에 보관하면 대개 일정기간 창고비용이 저렴하다. 그러나 일정기간을 초과하면 창고비용이 상승한다. 이러한 비용을 셀러가 책임지게 된다. 제품이 판매되지 않으면 다시 본국으로 배송되는 비용도 셀러가 책임지는 경우가 많다. 즉, 판매예측은 전자상거래플랫폼기업 혹은 해외창고기업이 담당하지만 판매예측 실패에 대한 부분은 셀러가 책임지는 모순이 있다.

48) 亚马逊, 「有关海外仓的优缺点须知」, 『亚马逊』, 2019.8.1.

49) Cifnews, 앞의 글, 2017.4.16.

50) 网经社, 앞의 글, 2019.9.3.

5. 결론

본 연구의 목적은 중국 전자상거래기업의 해외진출이 활발한 원인을 진출방식을 통해 확인하는 것이다. 중국의 전자상거래기업은 중국 국내시장의 폭발적 성장에 힘입어 세계적인 기업으로 성장하였고 이를 바탕으로 글로벌시장에 진출하고 있다. 그러나 전통 국제물류는 배송시간이 길고 물류 원가가 비싸며 반품 등 서비스가 낙후되어 전자상거래에 적합하지 못하다. 이러한 단점을 보완하기 위한 새로운 물류시스템이 등장하였는데 대표적인 것이 해외창고방식이다. 구체적인 연구목적은 전통국제물류와 해외창고방식은 어떤 차이가 있으며 해외창고방식이 효과적으로 전통 국제물류의 단점을 보완하고 있는지를 확인하는 것이다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 전통국제물류는 주문 후 배송이 이루어지기 때문에 배송시간이 길고 물류비용이 비싼 단점이 있다. 반면 해외창고방식은 빅데이터 등 4차 산업혁명 기술을 이용하여 수요를 예측하여 미리 현지 해외창고에 집하함으로써 배송시간을 단축하고 저렴한 가격에 물류비용을 실현할 수 있다. 특히 반품이나 교환이 발생했을 경우 현지 해외창고에서 처리함으로써 시간과 비용을 절약할 수 있다.

둘째, 전통국제물류는 주문부터 배송 통관까지 전 과정을 셀러가 관리해야 하지만 해외창고방식은 셀러가 제품을 수출국 집하창고로 보내면 이후 과정은 해외창고기업이 책임진다. 따라서 관리효율이 높고 물류과정에서 발생하는 리스크도 줄일 수 있다. 다시 말하면 해외창고방식을 이용하면 셀러는 물류원가를 낮출 수 있다. 이는 가격경쟁력뿐만 아니라 소비만족도를 높이는 데 유리하다.

셋째, 해외창고방식은 반품이나 교환이 발생했을 경우 현지 해외창고에서 처리함으로써 신속하게 서비스를 제공할 수 있다. 전통 국제물류는 반품이나 교환이 발생하면 주문보다 더 많은 시간과 비용이 발생한다. 반면 해외창고방식은 반품이나 교환이 발생하면 현지 해외창고에서 반품을 수거하여 재포장으로 재판매할 수 있으며, 같은 제품을 보관하고 있으면 교환도 신속하게 진행할 수 있다. 전자상거래의 속성을 빠르게 국제전자상거래에도 접목할 수 있는 것이다.

해외창고방식은 판매예측이 빗나가면 추가로 창고보관료가 발생한다. 그러나 그보다 더 큰 판매기회를 제공하고 있다. 특히 4차 산업혁명 기술과의 융합은 해외창고를 더욱 확대시킬 것이다. 코로나19 이후 한국 전자상거래기업의 해외 수출도 부정적인 영향을 받고 있다. 이러한 상황에서 한국기업은 중국 전자상거래기업의 글로벌시장 진출을 참고하여 새로운 글로벌시장 접근방식을 수립해야 한다. 먼저 한국의

주요 시장인 중국을 공략하기 위해 해외창고방식을 적극적으로 수용해야 한다. 국내 기업 혹은 국내 전자상거래플랫폼기업이 공동으로 중국내 해외창고를 설립하는 것이 필요하다. 중국 소비자는 이미 전자상거래의 빠른 배송과 신속한 관리서비스에 적응되어 있다, 이에 대한 대비를 중국 국제물류시스템에서 습득해야 한다. 다음으로 한국 전자상거래기업은 글로벌시장 공략을 위해 중국의 해외창고기업과 협력해야 한다. 새로운 해외창고를 설립하는 것은 비용과 시간 면에서 불리하다. 따라서 중국 기업과의 협력으로 이를 만회할 수 있다. 이미 중국 전자상거래기업은 중국 국내가 아닌 글로벌시장을 목표로 하고 있다. 한국기업은 이를 위기로 인식하고 대비하는 것이 필요한 시점이다.

【참고문헌】

- 곽민서, 「코로나19에 유가 급락까지, 외국인 주식매도 이어질 듯」, 『연합뉴스』, 2020.3.30.
- 김동하, 「중국 내수시장에 대한 네거티브 리스트 제도 연구」, 『중국학』, 제70집, 2020.
- 박종원, 「코로나19가 바꾼 세계, 제조업 명들고 IT 급부상」, 『파이낸셜뉴스』, 2020.3.24.
- 역서심·박석재, 「일대일로 배경 하에서 중국의 국경 간 전자상거래 발전방안에 관한 연구」, 『무역보험연구』제19권 제4호, 2018.
- 윤가옥, 『중국의 국제 전자상거래를 위한 해외물류 창고의 발전 방안에 관한 연구』, 창원대 석사학위 논문, 2019.
- 이성우, 「전자상거래 성장과 물류수단 변화」, <https://www.ksg.co.kr>(코리아쉬핑가제트), 2019. 8.5.
- 이진면·박가영·김화섭·이준엽·이연, 「중국의 빅데이터산업 육성과 정부의 역할」, 『산업연구원 정책자료』2018-322, 2018.
- 이투마스, 「중국 국경 간 물류의 주요 방식」, 『이투마스』, 2019.12.24.
- 차이나랩, 「서비스, 관광업계 직격탄, 전자상거래 업종엔 호재」, 『코로나 산업보고서』, 2020.2. 12.
- 한국해양수산개발원 중국연구센터, 「온라인 실크로드와 중국의 국제전자상거래 동향」, 『KMI CHINA REPORT』Vol.18 No.21, 2018.11.21.
- KOTRA, 「중국의 전자상거래 시장 현황과 진출방안」, 『KOTRA자료』19-071, 2019.
- Asosheh A.M., S.N. Romer & K.H. Khodkari, A model of a localized cross-border e-commerce, *I-Business*, 2012.
- 艾媒咨询, 「2019全球跨境电商市场发展现状与趋势分析」, 『艾媒咨询』, 2019.5.30.
- 陈韦辰·邹雪霏·王静菲·吕薇·张意敏, 「海外仓新模式探索」, 『物流工程与管理』第41卷 总第301期, 2019.

- 付怡,「跨境电商海外仓发展迅猛 代表建议:完善跨境电商配套物流服务体系」,『金羊网』,2020.1.16.
- 何伟,「中国与东盟跨境电商合作潜力巨大」,『新华社』,2018.9.14.
- 跨境物流,「第三方海外仓介绍」,『跨境物流』,2020.3.20.
- 跨境电商荟,「2019年跨境电商新起点,共同展望新机遇」,『跨境电商荟』,2018.12.29.
- 鲲圭云计算,「跨境物流有哪些渠道?解读国际物流五大模式」,『中国大物流网』,2019.9.20.
- 李园园,「出口跨境电商海外仓的模式分析及相关建议」,『公共管理』,2018.
- 联特海派,「海外仓的现状与未来趋势」,『联特海派』,2019.2.25.
- 罗兰,「海外仓 跨境电商新驿站」,『人民日报』,2016.4.12.
- 麦哲伦科技,「一分钟带你了解海外仓的发展史」,『麦哲伦科技』,2020.2.9.
- 人民日报,「速卖通2019战略升级:全球18国落地近百个海外仓 重点市场支付渠道全覆盖」,『人民日报』,2019.4.28.
- 王耀辉,「我国跨境电商与跨境物流协同发展策略及建议」,『经济管理』201905, 2019.
- 王韶洁,「浅谈跨境电商对传统国际贸易的影响」,『贸易经济』2019.05.032, 2019.
- 网经社 电子商务研究中心,「2018年度中国跨境电商市场数据监测报告」. www.100ec.cn, 2019.6.5.
- 网经社,「分析:跨境电商必知一海外仓利弊」,『网经社』,2019.9.3.
- 亚马逊,「有关海外仓的优缺点须知」,『亚马逊』,2019.8.1.
- 夜半钟声,「海外仓与亚马逊FBA仓的区别」,『夜半钟声』,2018.4.3.
- 雨果网,「2020速卖通328海外仓商家白皮书」,『雨果网』,2020.3.7.
- _____,「海外仓对于跨境电商物流的意义是什么?」,『雨果网』,2019.12.24.
- 袁勇,「国跨境电子商务发展报告2019发布」,『经济日报』,2019.6.18.
- 张军玲,「共享物流视角下我国海外仓的建设发展研究」,『绍兴文理学院学报』第39卷第6期, 2019.
- 21世纪经济报道,「抢占境外买买买市场 速卖通欲在18个国家扩建94个海外仓」,『21世纪经济报道』, 2019.4.28.
- Cifnews,「海外仓在跨境电商中扮演着什么角色?」,『Cifnews』,2019.12.26.
- _____,「解决跨境电商痛点的关键 - 海外仓」,『Cifnews』,2017.4.16.

【논문초록】

키워드 Key Words	중문	跨境电商, 国际物流, 海外仓, 第四次产业革命, 全球市场				
	영문	Cross-border e-Commerce, International Logistics, Oversea Location, Fourth Industrial Revolution, Global-Market				
<div><div><div><div><div><div>A Study on the Chinese Cross-Border e-Commerce Company's Mode of Entering the Global-Market</div><div>: Focused on Oversea Location (海外仓)</div></div></div><div><div>Kim, Kyung-Hwan</div><div></div></div></div></div><div><p>The purpose of this study is to identify the active cause of the overseas expansion of Chinese e-commerce enterprises through the way of entry. China's e-commerce company has grown into a global company thanks to the explosive growth of China's domestic market, and is making inroads into the global market based on this. The key to e-commerce is rapid delivery. Traditional international logistics, however, are not suitable for e-commerce because of their long delivery times and high logistics costs. It is the Oversea Location method that has emerged to compensate for these shortcomings. The Oversea Location method can secure sales opportunities by predicting the demand of local consumers in advance using the fourth industrial revolution technology and delivering products to local Location established there. In addition, products can be shipped to Oversea Location in advance during off-season, avoiding the peak delivery season and sending them to Oversea Location at low cost. In particular, the fourth industrial revolution technology was integrated into returns, exchanges, and product tracking to compensate for the shortcomings of traditional international logistics. Although risks arise if sales forecasts are missed, the Oversea Location method plays a major role in expanding Chinese e-commerce companies' influence in the global market based on these advantages. The Chinese e-commerce company is expanding its scope to the world market, not China's domestic market, based on the Oversea Location method.</p></div></div>						
저 자 인적사항	성 명	김경환 / 金敬桓 / Kim, Kyung-Hwan				
	소 속	경성대학교 중국학과				
	Em@il	platong8@ks.ac.kr				
논문작성일	투 고 일	2020.05.20	심 사 일	2020.05.25	게재확정일	2020.06.11