

# [COVID-19] 중국 유통 산업의 코로나19 대응 방안

## Beyond COVID-19: Retail recovery lessons from China



▲ 표지 클릭시, 원문 다운로드 가능

중국 내 코로나19 확산이 진정세에 접어들면서 중국에서는 일상 복귀와 함께 소비가 회복되는 모습이 나타나고 있습니다. 중국 정부는 2020년 3월 코로나19가 정점을 지났다고 선언했으며, 3월 말 후베이성, 4월 초 우한 봉쇄를 해제하며 공식적으로 소비 진작에 나섰습니다.

이에 중국 유통 업계는 코로나19에 따른 급격한 손실을 만회하기 위한 대응책 마련에 분주합니다. 코로나19로부터 중국 유통 산업이 점차 회복해 나가는 모습을 다른 국가에서 사례로 삼을 수 있습니다. 중국의 코로나19 경험을 통해 타 국의 유통 기업들이 참고할 수 있는 시사점은 다음과 같습니다.

- 유통 기업은 안전에 최우선 가치를 둔 기업 문화를 내재화해야 합니다. 오프라인 매장 직원 및 고객 모두의 신뢰를 얻기 위해서는, 안전과 건강을 최대 가치로 삼는 기업의 비전이 임직원 및 소비자에게 공유되어야 합니다.
- 위기 상황에 대한 전방위적 대응을 위해 다양한 이해관계자와 협업해야 합니다.
- 기존 공급자 중심의 구조에서, 최근 소비자가 직접 참여하는 C2B(Consumer-to-Business) 채널이 빠른 성장세를 보이고 있습니다. 이에 따라, 유통 기업은 소비자가 원하는 제품을 적시에 제공할 수 있는 대응 체계를 구축해야 합니다.
- 재고의 적정 수준을 선제적으로 파악하고 관리해야 합니다. 과잉 재고에 대해서는 사전에 계획된 연간 대규모 할인행사(Clearance Sale) 등을 통해 정리하는 등 주기적인 재고 관리 노력이 필수적입니다.
- 오프라인 매장에서의 체험을, 온라인 경험 방식으로 전환할 때, 창의성을 발현하여 새로운 전략으로 수립해야 합니다.

### 삼성KPMG 경제연구원

#### 이효정

이사

Tel: +82 2 2112 6744

hyojunglee@kr.kpmg.com

#### 김주희

책임연구원

Tel: +82 2 2112 7976

jkim206@kr.kpmg.com

#### 김수경

책임연구원

Tel: +82 2 2112 3973

sookyungkim@kr.kpmg.com

### Keywords ▶

#COVID-19 #코로나19 #중국 #유통 #무인매장 #디지털경험