



아마존 마켓플레이스 소개 제 3장

아마존은 현재 한국 셀러를 위해 17개의 마켓 플레이스를 오픈했으며, 본 장에서는 아마존 글로벌 셀링, 대상 마켓 플레이스 선택 방법, 소매와 전자상거래 발전 상황, 소비 습관 등을 포함해 한국 셀러에게 오픈된 마켓 플레이스의 특징을 소개합니다. 이러한 정보를 바탕으로 셀러는 자체 크로스보더 전자상거래 사업을 시작할 마켓 플레이스를 판단할 수 있습니다.

카탈로그

3. <u>아마존 북미 마켓플레이스 소개</u>	3
3.1 <u>미국 마켓플레이스 소개</u>	4
3.2 <u>캐나다 마켓플레이스 소개</u>	8
3.3 <u>멕시코 마켓플레이스 소개</u>	12

본 교육과정에는 총 9개의 장이 있습니다. 다른 장을 학습하려면 관련 내용 보기 페이지의 교육 가이드를 참고하고, 학습하려는 교육과정을 찾으십시오.

3. 아마존 북미 마켓플레이스 소개

미국, 캐나다, 멕시코의 3개 마켓플레이스가 포함된 아마존 북미 마켓플레이스는 트래픽이 많고 Prime회원이 많으며, FBA서비스가 강력하고 마케팅 리소스가 다양하다는 특징을 가지고 있으므로, 기회만 잘 잡는다면 히트 상품을 만들기에 좋은 곳입니다.

3.1 미국 마켓플레이스 소개

3.2 캐나다 마켓플레이스 소개

3.3 멕시코 마켓플레이스 소개

3.1 미국 마켓플레이스 소개

미국 소매업 및 전자상거래 발전 상황

역동적인 경제 대국 미국은 2018년 소매 규모가 전년도 동기 대비 5%¹ 성장한 60,364.2억 달러에 달하여 선진국 중 1위를 차지했습니다. 비록 5% 성장률이 높지 않은 것으로 보이지만, 미국 소매 규모를 고려하면 매년 성장량은 매우 놀라운 수준입니다.

미국은 전자상거래 규모 역시 매우 커서 2019년 전년도 동기 대비 14% 성장한 5,869.2억 달러이고, 과거 5년 간 연평균 성장률도 13.1%로² 동기간 미국 소매업의 연평균 성장률 3.7%를 훨씬 초과하여³ 소매 점유율이 9.46%에 달함에 따라⁴, 전자상거래 규모와 소매 비율에서 볼 때 주요 경제 대국 중에서 중국에 이어 2위를 차지하였습니다.



소매 규모

60,364.2억 달러



소매 전체 성장률

5%



전자상거래 매출

5,869.2억 달러



소매에 근접하는 전자상거래
성장률

4배

출처 (외국어만 해당)

1. US Department of Commerce, qq.com
2. eMarketer Global E-Commerce Report 2019, Sohu.com
3. Thepaper.cn
4. News.startup-partner.com

미국 소비자

세계에서 세 번째로 면적이 큰 미국은 열대기후와 한대기후를 모두 가지고 있으며 사계절이 분명합니다.

선진국 중에서 미국은 2018년 3.28억 명으로 인구가 가장 많으며¹, 선진국 중에서 출산율이 가장 높고 인구 증가율이 가장 빠르며 문화가 가장 다양한 국가입니다.

미국 기업인 아마존은 월 평균 트래픽 약 17.8억, 트래픽 점유율 54.1%로 미국에서 가장 인기있는 Top 10 웹사이트 중에서 1위를 차지하였습니다². 전자상거래 분야에서 지속적으로 증가하고 있는 아마존의 점유율은 2017년 미국 전자상거래 총 판매액의 28%를 차지하였습니다³.

2017년 6월 30일까지 Prime회원은 아마존 미국 사용자의 50% 이상이고, 중산층의 75%가 Prime회원입니다. Prime회원은 매년 아마존닷컴에서 일반 회원의 2배 이상인 1,400달러를 소비하며 엄청난 구매 잠재력을 지니고 있습니다⁴.



선진국 중 가장 많은 인구

3.28억



아마존 전자상거래 판매
점유율

28%



Top10 인기
웹사이트 트래픽 점유율

54.1%



중산층
Prime회원

75%

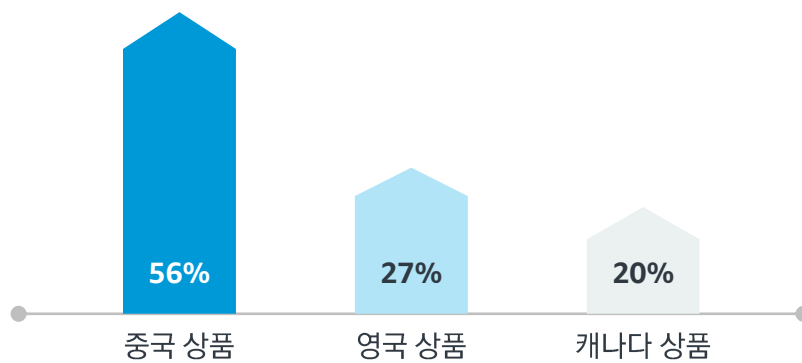
출처 (외국어만 해당)

1. [U.S. Census Bureau](#)
2. [Similar Web-2018 Q1 The Most Popular US Consumer Electronics E-Commerce Sites](#)
3. [2018 Internet Queen report, Amazon.cn](#)
4. [Consumer Intelligence Research Partners \(CIRP\), qq.com](#)



많은 고소득층, 다양한 문화, 사계절이 분명한 기후 환경, 여전히 빠르게 성장하고 있는 전자상거래 매출, 마지막으로 풍부한 마케팅 서비스로 기회만 정확하게 잡는다면 미국은 히트 상품을 만들기에 좋은 곳입니다.

미국의 수입 상품 중 각 나라의 상품 비율



출처 (외국어만 해당)

1. [Marketing-Whitepaper on Cross-border Export E-commerce Internet Marketing 2017-2018, Amazon.cn](#)

아마존 미국의 제품 정책

판매 허용 품목 : [여기를 클릭해서 보기](#)

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)



미국 요약

1. 거대한 경제 규모, 역동적, 안정적인 성장
2. 전자상거래가 매우 발전해 있으며, 아마존은 전자상거래 브랜드 중 선도적 지위를 차지하고 있습니다.
3. 많은 인구, 다양한 문화, 분명한 사계절, 다양한 수요

출처 (외국어만 해당)

1. [Marketing-Whitepaper on Cross-border Export E-commerce Internet Marketing 2017-2018, Amazon.cn](#)

3.2 캐나다 마켓플레이스 소개

캐나다 소매업 및 전자상거래 발전 상황

3,700만 인구를 보유하고 있는 캐나다는¹ 2018년 전자상거래 사용자가 2,680만 명에 달하였고, 2022년에는 2,830만 명까지 늘어날 것으로 예상되고 있습니다². 2018년 캐나다의 전자상거래 판매액은 240억 달러로 1인당 연간 전자상거래 소비액이 897.75달러입니다³. 2020년 캐나다의 전자상거래 매출은 전체 소매에서 10%를 차지할 것으로 예상됩니다⁴.

미국 및 중국과 같이 전자상거래가 발전된 국가와 비교해, 경제 선진국인 캐나다는 온라인 쇼핑 인구 비율은 높지만, 전체 소매에서 전자상거래가 차지하는 비율이 여전히 낮은 편이고, 기타 선진국에 비해 1인당 전자상거래 소비액도 낮은 편이므로, 크로스보더 전자상거래는 매우 큰 성장 공간을 가지고 있습니다.



출처 (외국어만 해당)

1. [Statistics Canada, Sohu.com](#)

2. [Statista, Ebrun.com](#)

3/4. [Statista, Ebrun.com](#)

캐나다 소비자

문화, 지리적 위치, 경제와 사회 발전 수준이 미국과 비슷한 캐나다는 소비자의 제품 요구사항, 언어, 계절성 및 물류가 아마존 미국 마켓플레이스(Amazon.com)와 매우 비슷하기 때문에, 아마존 캐나다 마켓플레이스(Amazon.ca)에 입점하면 간단하고 빠르게 장벽 없이 발전 기회를 잡을 수 있습니다.

캐나다에서는 연령대가 높은 사용자 그룹인 45~54세 및 55세 이상의 소비자도 정기적으로 인터넷을 이용합니다. 또한 보통 실버족이라고 불리는 60세 이상이 캐나다에서 가장 빠르게 성장하는 소비자 그룹이라는 사실도 무시할 수 없습니다. 상대적으로 말하면 캐나다 인구의 평균 연령은 다른 나라보다 높은 40.7세입니다.¹

현재 아마존은 캐나다에서 규모가 가장 크고 가장 빠르게 발전하는 온라인 소매업체의 하나입니다. 캐나다에서 아마존의 순방문자 수는 매월 약 1,600만 명에 달하고², 총 체류 시간은 5.05억 분에 달하여³, 트래픽이 엄청날 뿐 아니라 계속 증가하고 있으며, 그 발전 속도는 아마존 미국 마켓플레이스(Amazon.com)의 두 배 이상입니다.



캐나다는 면적이 넓고 인구가 적기 때문에, 소비자가 물류 체험과 애프터 서비스를 더 중요시한다는 점이 약간 다르므로, 셀러는 아마존 FBA서비스를 사용해 이 두 방면에서 캐나다 소비자의 만족도를 동시에 높일 수 있습니다. 통계에 따르면, Prime FBA(FBA 입고) 제품 전환율이 미국보다 거의 80% 높습니다.

또한 캐나다의 일부 불어 사용자도 셀러는 걱정할 필요가 없습니다. 영어를 사용해 상품 정보를 생성할 수 있고, 아마존 번역 툴이 불어 페이지를 자동으로 생성합니다.

출처 (외국어만 해당)

1. Statista, Cifnews.com

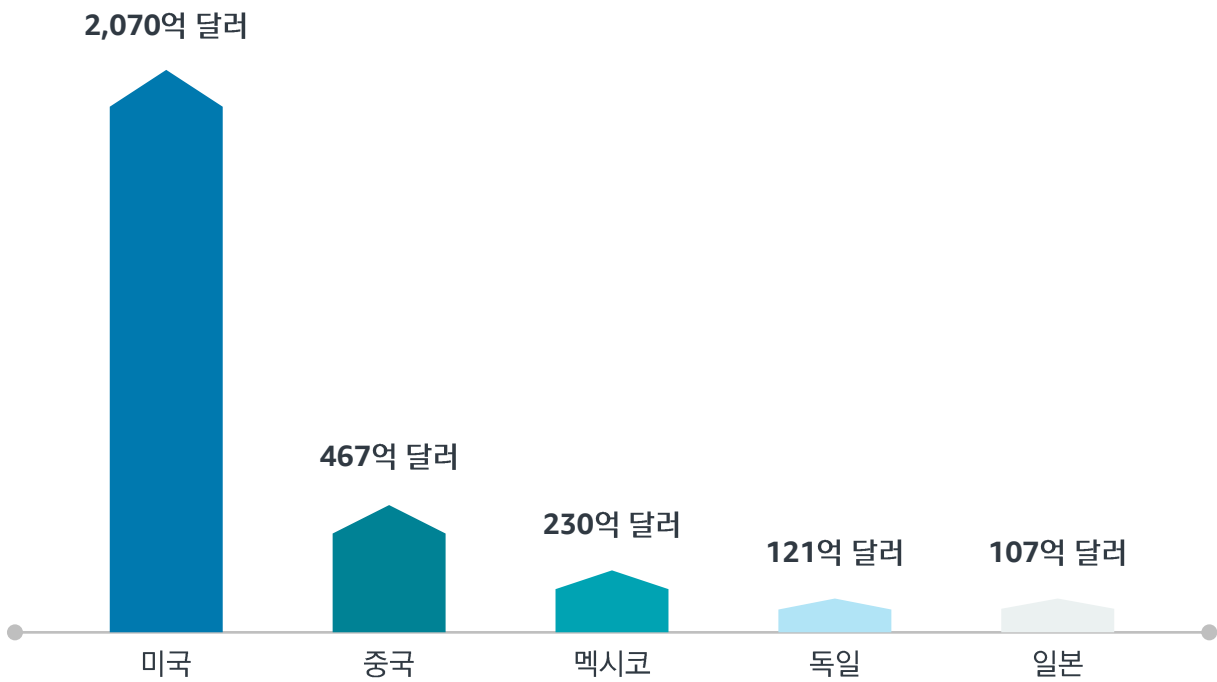
2. ComScoreMyMetrixFebruary2019, Multiplatform, Amazon.cn

3. Alexa.com site info, May 2018, Amazon.cn

캐나다에서는 Fashion이 가장 인기있는 온라인 쇼핑 카테고리 시장 매출액이 약 70.7억 달러에 달하며, Electronics & Media카테고리가 그 뒤를 이어 전체 판매액이 63.6억 달러에 달합니다. 캐나다의 시장 판매 순위는 2022년까지 그대로 유지되어 가장 인기있는 카테고리 Fashion의 시장 판매액은 101.4억 달러, 두 번째로 인기있는 카테고리 Electronics & Media의 시장 판매액은 76.1억 달러에 달할 것으로 예상됩니다. ¹

조사에 따르면, 캐나다 소비자의 83%는 국제 소매업체의 제품을 구매하고, 크로스보더 쇼핑에 대한 수용도가 매우 높은 것으로 나타났습니다. 2017년 캐나다 수입 데이터 순위에서 미국이 1위이고(총 수입액 2,070억 달러), 중국이 2위이며(총 수입액 467억 달러), 그 뒤를 멕시코와 독일, 일본이 차지하였습니다. ²

2017년 캐나다의 상품 수입 대상국 TOP 5



또한, 캐나다 소비자는 친환경을 매우 중시하고, 구매 및 소비 습관에서 이 특징의 영향을 크게 받는데, 예를 들면 일상 식료품을 매우 중요시하는 캐나다인은 천연, 유기농의 건강식품을 주저없이 구매합니다. ³

출처 (외국어만 해당)
1/2/3. [Statista](#), [Cifnews.com](#)

아마존 캐나다의 제품 정책

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)



캐나다 요약

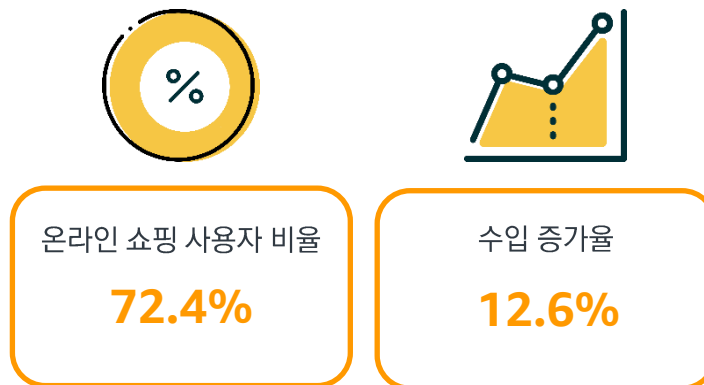
1. 경제가 발전해 있고, 다른 전자상거래가 발전된 국가에 비해 전자상거래의 발전 가능성이 큼니다.
2. 지리적 위치, 소비 습관이 미국과 비슷하므로 운영의 난이도가 줄어듭니다.
3. 면적이 넓고 인구가 적으므로 물류 등의 서비스에 대한 요구사항이 높습니다.

3.3 멕시코 마켓플레이스 소개

멕시코 소매업 및 전자상거래 발전 상황

중남미 지역은 세계에서 성장 잠재력이 가장 큰 지역이며, 북미 마켓플레이스의 멕시코 역시 중남미에서 최근 경제 발전이 가장 빠른 나라이고 중남미에서 두 번째로 큰 경제체제입니다¹.

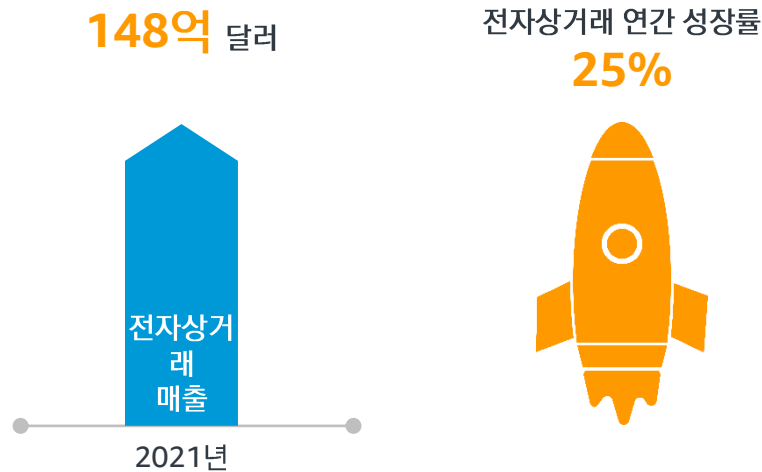
빠르게 성장하며 나날이 발전하고 있는 멕시코는 2018년 대외 무역액이 전년도 동기 대비 10.3% 증가한 9,152억 달러에 달하며 사상 최고치를 기록했습니다. 그중 총 수입액은 10.4% 증가한 4,642.8억 달러입니다. 무역 대상국을 보면, 멕시코의 주요 수입 대상국은 미국이고, 그 다음이 중국입니다. 2018년 멕시코가 중국에서 수입한 무역 총액은 12.6% 증가한 835억 달러로 약 18.0%를 차지하였습니다.²



출처 (외국어만 해당)

1. [Economic Commission for Latin America and the Caribbean of UN, Sohu.com](#)
2. [Mexico Economy Secreariat, Cifnews.com](#)

경공업이 발전되지 않고 상품 선택의 폭이 적은 중남미 지역은 많은 소비자가 온라인 쇼핑을 선호하기 때문에, 경제의 신속한 발전을 따라 멕시코의 전자상거래 규모 역시 동시에 빠르게 성장하고 있으며, 2017년부터 2021년까지 전자상거래 매출이 75% 증가하여 148억 달러에 달할 것으로 예상됩니다. 그럼에도 불구하고 현재 전자상거래 소매액은 멕시코 총 소매액의 3.1%에 불과하고, 향후 몇 년간 멕시코의 전자상거래 소매의 연간 성장률이 약 25% 정도로 유지될 것으로 예상되기 때문에, 발전 가능성이 매우 큼니다.¹



2015년 멕시코에 진출한 아마존은 불과 몇 년 만에 멕시코에서 규모가 가장 크고 발전이 가장 빠른 전자상거래 회사의 하나가 되었습니다. 현재 아마존은 멕시코에서 온라인 쇼핑을 위해 가장 선호하고 방문량이 가장 많은 전자상거래 웹사이트이며², 매월 1,150만 명의 순방문자가 아마존 웹사이트를 방문합니다³. 아마존이 진출한 다른 나라에 비해 아마존 멕시코는 아직 젊고 급성장하고 있습니다.

아마존 멕시코



아마존 멕시코는 경쟁이 치열하지 않기 때문에, 한국 셀러에게는 매우 큰 발전 기회가 될 수 있습니다. 미국 마켓플레이스에서 사용할 수 있는 모든 도구가 멕시코 마켓플레이스에도 적용될 수 있고, 히트 상품, 주문 처리와 물류 및 구매 트렌드는 Amazon.com과 매우 유사합니다. 많은 한국 셀러, 특히 브랜드 소유자는 그 독특한 제품 선택 기능으로 인해 빠르게 성장하였습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. <http://asociaciondeinternet.org.mx>

2. ComScore MyMetrix Feb., 2019, Multiplatform

3. ComScore MyMetrix Feb., 2019, Multiplatform

멕시코 소비자

총 인구 1.3억 명으로 세계 11위를 차지하고 있는 멕시코는 인구가 가장 많은 스페인어권 국가이자 중남미에서 두 번째의 인구 대국으로 호주와 스페인, 이탈리아를 합친 것보다 많습니다. 비록 인구 증가율은 감소하고 있지만 총 인구 수는 여전히 지속적으로 증가하고 있으며, 평균 연령이 30세에 불과해 매우 젊은 나라입니다.

멕시코 인구



멕시코의 인터넷 사용자는 전체인구의 61.7%인 7,900만 명으로 같은 북미 마켓플레이스에 속하는 미국 및 캐나다의 인터넷 보급률보다 훨씬 낮습니다. 그중 인터넷 사용자의 50% 이상이 온라인 쇼핑을 하고, 휴대폰 사용자의 구매율은 PC쇼핑의 3배 이상입니다¹. 소비자 그룹을 분석해 보면, 온라인 쇼핑을 즐기는 소비자 대부분은 18-34세의 젊은층입니다². 경제 발전을 따라 멕시코의 인터넷 사용자는 더욱 증가하여 전자상거래 사용자에게 끊임없이 활력소를 제공할 것입니다.

지리적으로 근접하기 때문에, 멕시코의 계절성 제품 수요는 미국과 비슷합니다. 북미의 미국 영향으로 인해 멕시코의 유형 제품에 대한 수요도 미국 소비자와 매우 유사합니다. 하지만 소비자는 스페인어 제품 설명을 더 선호합니다.

멕시코는 저가 소비품이 비교적 싸기 때문에 저가 제품 역시 수익성이 좋을 수 있으므로, 멕시코 현지의 수요를 정확하게 파악하는 것은 매우 중요합니다.

경제가 발전하지 않았기 때문에 좋은 품질에 저렴한 가격 역시 멕시코 소비자가 보다 중요시하는 조건의 하나입니다. 또한 멕시코는 과소비/할부 결제 개념이 매우 강하기 때문에, 쇼핑몰에서 약간 고가의 물건을 구매할 때는 할부로 결제하는 경향이 있습니다.

출처 (외국어만 해당)

1/2. [Research on Internet users' habits in Mexico](#)

아마존 멕시코의 제품 정책

판매 가능 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)



멕시코 요약

1. 경제 규모가 미국이나 캐나다처럼 크지는 않지만, 경제 발전 속도가 빠르고, 전자상거래 잠재력이 매우 큼니다.
2. 계절성 제품 및 유행성 제품이 미국과 비슷합니다.
3. 인구가 많고 젊으며, 새로운 것에 대한 시도를 좋아하고, 가성비를 추구합니다.

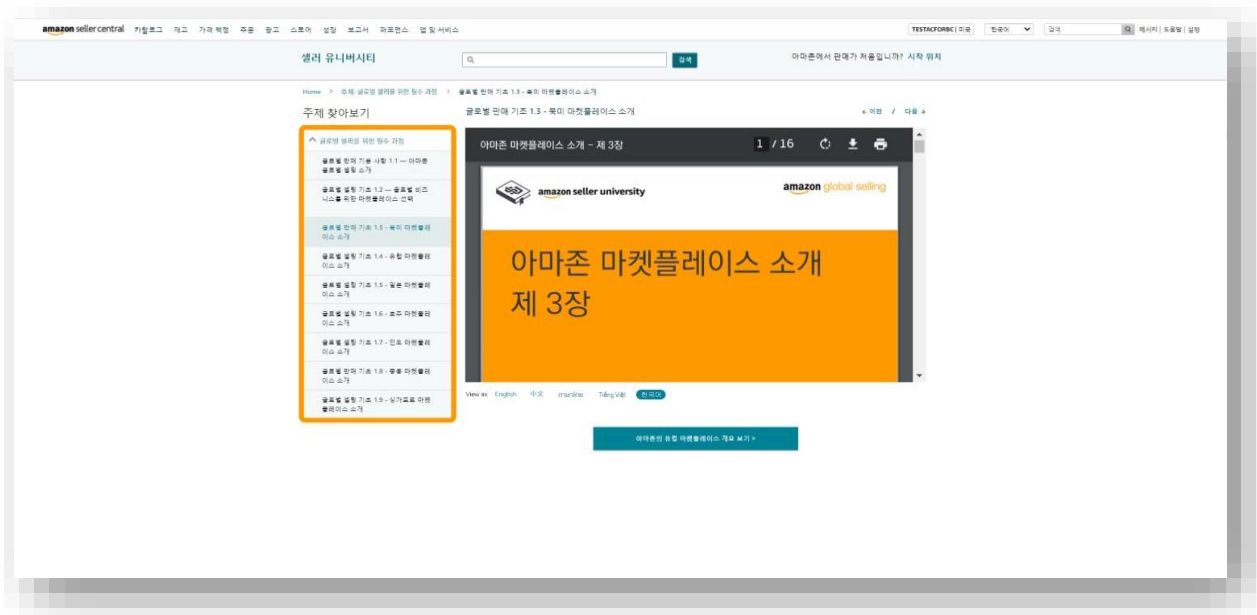
관련 내용 보기

아마존 마켓플레이스 소개

- 아마존 글로벌 셀링 소개
- 글로벌 비즈니스를 위한 마켓플레이스 선택
- 북미 마켓플레이스 소개 (미국/캐나다/멕시코)
- 유럽 마켓플레이스 소개 (영국/프랑스/독일/이탈리아/스페인/네덜란드/스웨덴/폴란드)
- 일본 마켓플레이스 소개
- 호주 마켓플레이스 소개
- 인도 마켓플레이스 소개
- 중동 마켓플레이스 소개
- 싱가포르 마켓플레이스 소개

교육 경로 찾기 : 아마존 셀러 플랫폼 > 퍼포먼스 > 셀러 유니버시티 > 교육과정 명칭 검색

바른 링크 : 아마존 셀러 유니버시티 북미 마켓플레이스, 유럽 마켓플레이스, 일본 마켓플레이스



관련 교육과정 더 학습하기 :

- 초보자 셀러들은 "글로벌 셀링"을 검색하여 마켓플레이스 선택 방법을 알아보십시오.