



아마존 마켓플레이스 소개 제 4 장

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

4. <u>아마존 유럽 마켓플레이스 소개</u>	3
4.1 <u>영국 마켓플레이스 소개</u>	4
4.2 <u>프랑스 마켓플레이스 소개</u>	8
4.3 <u>독일 마켓플레이스 소개</u>	12
4.4 <u>이탈리아 마켓플레이스 소개</u>	18
4.5 <u>스페인 마켓플레이스 소개</u>	22
4.6 <u>네덜란드 마켓플레이스 소개</u>	24
4.7 <u>스웨덴 마켓플레이스 소개</u>	26
4.8 <u>폴란드 마켓플레이스 소개</u>	28

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

4. 아마존 유럽 마켓플레이스 소개

유럽은 세계에서 경제가 가장 발전한 지역 중 하나이며 아마존은 현재 유럽에 6개 마켓플레이스와 28개의 주문 처리 센터를 보유하고 있습니다. 유럽 마켓플레이스 계정을 등록하면 하나의 계정으로 6개 유럽 국가에서 동시에 판매를 시작할 수 있기 때문에 매우 편리합니다.

- 4.1 영국 마켓플레이스 소개
- 4.2 프랑스 마켓플레이스 소개
- 4.3 독일 마켓플레이스 소개
- 4.4 이탈리아 마켓플레이스 소개
- 4.5 스페인 마켓플레이스 소개
- 4.6 네덜란드 마켓플레이스 소개
- 4.7 스웨덴 마켓플레이스 소개
- 4.8 폴란드 마켓플레이스 소개

4.1 영국 마켓플레이스 소개

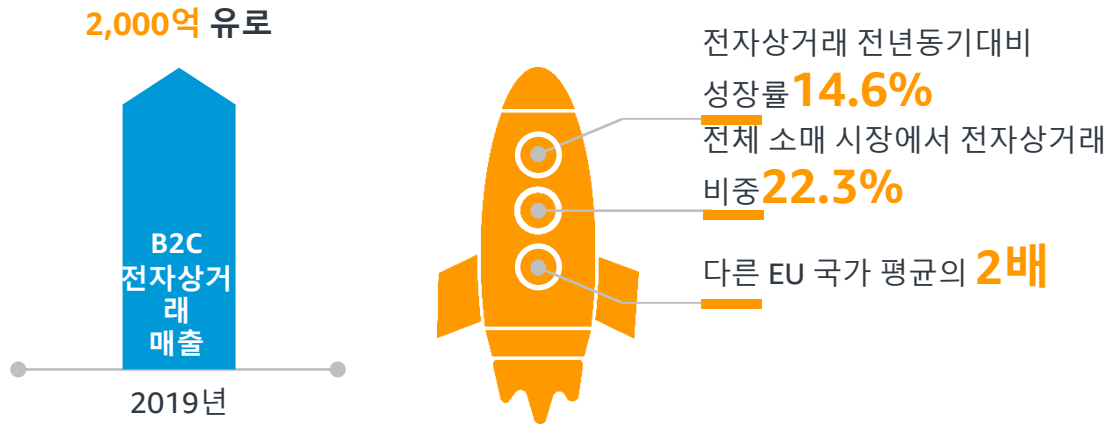
영국 소매업 및 전자상거래 발전 상황

영국은 무역 대국이자 세계 금융의 중심이며, 서유럽 5조 달러 규모 경제체의 핵심입니다.

영국은 고도로 발달한 전자상거래 인프라를 기반으로 전자상거래 매출액이 지속적으로 빠르게 성장하고 있습니다. 2019년 말 영국의 B2C 전자상거래 매출액은 2,000억 유로를 넘었으며, 이것은 전년 대비 14.6% 증가한 것으로 최근 몇 년간 가장 높은 증가폭을 기록했습니다.¹

2019년 영국 전체 소매 시장에서 전자상거래가 차지하는 비중은 22.3%이며, 이것은 다른 EU 국가 평균보다 2배 높은 수치입니다². 현재 영국의 전자상거래 침투율과 전자상거래에서 소셜커머스가 차지하는 비중은 전 세계에서 가장 높으며, 전자상거래 대국인 미국과 중국보다도 높습니다.

영국 B2C 전자상거래 규모 확대 및 빠른 성장(2019년 기준)



2021년에 영국의 전자상거래 매출액은 처음으로 소매 총액의 4분의 1을 초과할 것이며, 2023년에는 전체 소매 시장에서 차지하는 비중이 27.9%에 달할 것으로 예상됩니다³.

아마존은 영국 전자상거래 업계에서 선두에 있으며, 2018년 영국 전자상거래 시장 점유율 28.8%에서 2019년 30.1%로 증가했습니다⁴.

출처 (외국어만 해당)

1. [Ecommerce Foundation UK E-Commerce Report 2019, Sohu.com](#)

2/3. [eMarketer, May 2019, Sohu.com](#)

4. [Edge by Ascential, Edge insights Report, Latovo.com](#)

영국의 소비자

영국은 세계에서 매우 높은 인터넷 보급률(95%)과 전자상거래 보급률(87%)을 자랑합니다. 영국의 인구는 6,600여만 명으로 미국보다 훨씬 적지만 전자상거래 이용자의 연간 소비액은 미국과 기타 EU 국가를 크게 앞섭니다. 2015년 영국 전자상거래 이용자의 연평균 인터넷 쇼핑 구매액은 2,515 유로였으며, 2018년에 3,254 유로로 증가하고, 2019년에는 3,620 유로를 기록했습니다.¹

영국의 전자상거래 사이트에서 판매율이 가장 높은 품목은 의류와 스포츠 용품이 70% 이상으로 1위, 가구용품, 완구 등이 2위, 여행 및 휴가 상품이 3위로 나타났습니다.²

2018년 영국 전자상거래 매출액 상위 품목



의류 및 스포츠 용품



가구용품 및 완구



여행 및 휴가 상품



공연 행사 티켓



여행 관련(렌트카 등)



영화 및 음악

출처 (외국어만 해당)

1. *Ecommerce Foundation UK E-Commerce Report 2019, Ennews.com*

2. *Office for National Statistics, 2018 UK Internet Access Report, 100ec.cn*

영국 소비자의 특성:



홈 라이프에 대한 요구가 높음

영국 국가통계국 데이터에 따르면 가정용품이 전자상거래 판매량 2위를 차지했습니다. 영국인들은 집 수리 및 인테리어 빈도가 높기 때문에 각종 가정용품의 구매 빈도도 높습니다.



인터넷 쇼핑 빈도가 높음

영국 소비자의 월 평균 인터넷 쇼핑 횟수는 6회이고, 인터넷 쇼핑 남녀 비율은 비슷하며, 남성 소비자 27%와 여성 소비자 25%가 매주 1회 이상 인터넷 쇼핑을 하는 것으로 나타났습니다. 연령별로는 25~34세가 인터넷 쇼핑의 주요 소비층으로 월 평균 8회 인터넷 쇼핑을 하며, 지역별로는 런던 지역 소비자가 가장 활발하게 인터넷 쇼핑을 이용하고 월 평균 7일을 인터넷 쇼핑에 "몰두"하는 것으로 나타났습니다.¹



소비 능력이 높음

영국 소비자의 해외 인터넷 쇼핑물 1인당 평균 소비 금액은 매우 높으며 온라인 쇼핑에 대한 신뢰가 높습니다.

그 밖에도 영국 소비자 중 특히 소셜 네트워크에 능통한 소비자들은 신기하고 새로운 상품에 대한 관심과 구매 의사가 높습니다. 따라서 셀러들은 소비자의 주의를 끌 수 있는 독특한 디자인을 고려하고, 독점 생산 상품 정보를 가지며, 제품 상세 페이지 제작에 심혈을 기울여 전자상거래가 성숙한 국가의 타겟 고객을 유입해야 합니다.



인터넷 쇼핑 경험에 대한 요구가 높음

영국 소비자의 특징은 가성비보다는 물론 품질에 대한 요구도 높아 제품의 외관에서 품질에 이르기까지 매우 높은 수준을 요구하며, 배송 등의 서비스 경험에 대해서도 마찬가지입니다.

해외 온라인 쇼핑을 하는 응답자 중 65%가 구매 결정에 가장 큰 영향을 미치는 요소로 배송과 반품 교환 문제를 꼽았습니다. 소비자의 3분의 2가 결제 전에 배송과 반품 교환 등에 대한 명확한 정보를 볼 수 있다면 구매가 훨씬 편리할 것이라고 답했습니다. 70%의 소비자는 배송 경험이 만족스러웠던 셀러의 제품을 재구매한다고 답했습니다.²

영국의 온라인 쇼핑은 주로 런던과 잉글랜드 동남부에 집중되어 있지만 영국에서 비즈니스에 성공하려면 영국 전체 지역에 물류 서비스를 제공해야 하며, 구매 과정에 물류 및 반품 교환 정보를 명확히 표시하여 소비자들에게 잊지 못할 쇼핑 경험을 제공해야 합니다.

출처 (외국어만 해당)

1. [EmpathyBroker Survey for UK Consumers, Cifnews.com](#)

2. [IMRG Survey Report, ZAKER NEWS](#)

아마존 영국의 제품 정책

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



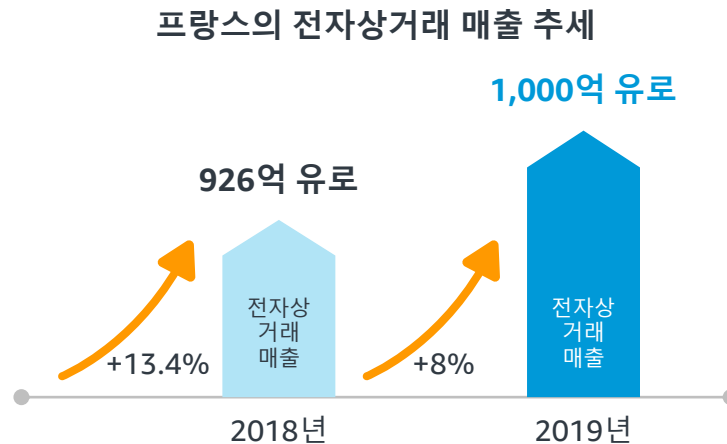
영국 요약

1. 전자상거래 매출 규모 세계 3위, 1인당 평균 소비 금액 미국과 기타 EU 국가를 훨씬 능가함
2. 새로운 것을 추구하고 가성비를 중시하는 동시에 품질에 대한 요구도 높음
3. 옷차림을 중시하고 홈 라이프에 대한 요구가 높음
4. 인터넷 쇼핑 경험에 대한 요구가 높으며, 특히 배송을 중시함

4.2 프랑스 마켓플레이스 소개

프랑스 소매업 및 전자상거래 발전 상황

프랑스는 유럽 서부에 위치하며 국토 면적 552,000km², 2020년 1월 1일 기준 총 인구 6,700만 명¹의 경제가 발전한 EU의 핵심 국가 중 하나입니다. 프랑스는 유럽의 주요 소비국 중 하나이며 전자상거래 업계에서 중요한 국가입니다. 2018년 프랑스 전자상거래 소매업은 매우 양호한 실적을 거두어 매출액이 전년 동기 대비 13.4% 증가한 926억 유로를 기록했으며, 2019년에는 처음으로 1,000억 유로(약 1,235억 달러)를 넘었습니다. 모바일 매출도 전년 동기 대비 22% 증가했습니다².



프랑스의 전자상거래 보급률은 2018년 말 75%로, 영국을 비롯한 다른 EU 선진국(예: 독일)에 비해 인터넷 보급률과 전자상거래 보급률이 상대적으로 낮은 편이었으나³, 프랑스 정부의 인터넷에 대한 지속적인 투자로 인터넷 보급률(특히 농촌 지역)이 증가함에 따라 전자상거래도 큰 성장을 거두었습니다.

2016년 프랑스 인터넷 보급률은 1.54% 증가했으며, 2017년에는 0.4%, 2018년에는 약 1.51% 증가했습니다⁴. 아마존은 2000년 8월에 프랑스에 진출하여 현재 프랑스 최대의 전자상거래 마켓플레이스가 되었습니다⁵.

출처 (외국어만 해당)

1. [French Statistics Institute \(Insee\), European Times](#)
2. [French Ecommerce Association \(FEVAD\) Report 2018, qq.com](#)
3. [eCommerce Foundation, Ebrun.com](#)
4. [French Ecommerce Association \(FEVAD\), Sohu.com](#)
5. [French Ecommerce Association \(FEVAD\) Report 2018, Sohu.com](#)

프랑스의 소비자

2018년 프랑스의 1인당 연평균 인터넷 쇼핑 소비 금액은 약 2,126 유로였으며, 2019년에 2,346 유로로 증가했습니다¹. 패션, 미식, 예술로 세계적인 명성을 얻고 있는 프랑스인들은 민족적 자존심과 자긍심이 매우 강하며, 자유와 개성을 중시하고 사치품에 연연하지 않으며, 제품의 디자인, 미적 감각, 트렌드 및 용도를 더욱 중시합니다.



1인당 연평균 인터넷
쇼핑 소비 금액

2,346 유로

프랑스의 전자상거래 소비는 연간 20% 이상이 휴가 기간에 발생합니다². 프랑스 소비자의 구매는 계절성이 강하여 중요한 시즌의 영향을 많이 받으며, 주요 구매 물품은 패션, 전자 & 미디어, 식품 & 개인 케어, 홈 & 전기, 완구 및 DIY 용품 등입니다. 갈수록 성숙해지는 영어권 국가에 비해 프랑스의 해외 인터넷 쇼핑 환경은 여전히 빠르게 발전하는 단계에 있으며, 이에 따라 소비자들은 한국 셀러의 전통적인 품목인 3C 전자제품, 패션 등에 대한 수요가 매우 높으며 건강 미용, 자동차 부품 등의 신형 인기 제품도 활기를 띠고 있습니다.



휴가철 소비 비중

20%

출처 (외국어만 해당)

1. [eCommerce Foundation, Ebrun.com](#)
2. [French Ecommerce Association \(FEVAD\), Zgchdh.cn](#)

패션 산업은 각국에서 경쟁이 치열하지만 패션은 프랑스 문화와 국제적 이미지의 뿌리 깊은 상징이자 프랑스의 중요한 제품 카테고리입니다.

프랑스 경제가 어려웠던 시기에도 패션 산업은 꾸준히 성장했습니다.

프랑스 패션협회의 최근 보고서에 따르면 패션 업종이 항공, 자동차 생산 등 몇몇 주요 고부가가치 업종을 앞선 것으로 나타났습니다.

시기적으로는 프랑스의 연말 성수기에 판촉 효과가 가장 뚜렷하게 나타납니다.

프랑스 전자상거래 협회 FEVAD에 따르면 프랑스의 온라인 쇼핑객들은 블랙 프라이데이, 사이버 먼데이 및 크리스마스 전에 쇼핑에 많은 지출을 하며, 2017년에는 11월과 12월의 판촉 결과 매출액이 17.5% 증가했으며, 그 중에서도 "블랙 프라이데이" 효과가 가장 뚜렷하여 69%의 높은 증가율을 보였습니다¹.

2018년 4분기의 소비는 200억 유로(약 221억 달러)를 넘었으며, 블랙 프라이데이 매출액은 17억 유로를 기록했습니다².



2018년 블랙
프라이데이 소비

17억 유로

출처 (외국어만 해당)

1. [French Ecommerce Association \(FEVAD\), Cifnews.com](#)
2. [French Ecommerce Association \(FEVAD\), Cifnews.com](#)

아마존 프랑스의 제품 정책

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



프랑스 요약

1. 프랑스의 전자상거래는 미국, 영국 등 국가에 비해 여전히 빠르게 발전하고 있는 단계에 있음
2. 패션, 완구 및 게임 업종의 규모가 방대함
3. 소비의 계절성이 뚜렷함, 4분기(특히 블랙 프라이데이)가 가장 중요함

4.3 독일 마켓플레이스 소개

독일 소매업 및 전자상거래 발전 상황

독일은 유럽의 중서부에 위치하며, 2018년 상주 인구는 영국보다 약 1,700만 명이 많은 8,300만여 명으로¹ EU에서 인구가 가장 많은 국가입니다.

독일의 이민자는 총 1,200만 명에 달하며, 이것은 전 세계 2억 4400만 이민자의 약 5%로 세계에서 두 번째로 많은 이민자가 살고 있습니다².

독일은 경제가 고도로 발전한 세계 3위의 수출국이며 유럽 최대의 경제체입니다. 언어는 독일어이고, 인터넷 커버율은 83%에 달하며, 1인당 평균 GDP는 46,300 달러³입니다. 온라인 소비자 수는 5,200만 명에 달하며⁴ 유럽에서 인터넷 이용자 수가 가장 많은 국가입니다.

독일은 인구가 많고 인프라가 잘 구축되어 있으며 생활 수준이 높아 이미 유럽 지역의 전자상거래 강국이 되었습니다.



EU에서 가장 많은
8,300만 인구



인터넷 보급률
83%



1인당 평균 GDP
4.63만 달러



온라인 소비자 수
5,200만

출처 (외국어만 해당)

1. [2018 Data from Federal Statistical Office of Germany, Xinhuanet.com](#)

2. [International Migration Report, 2015 Revision, Jianshu.com](#)

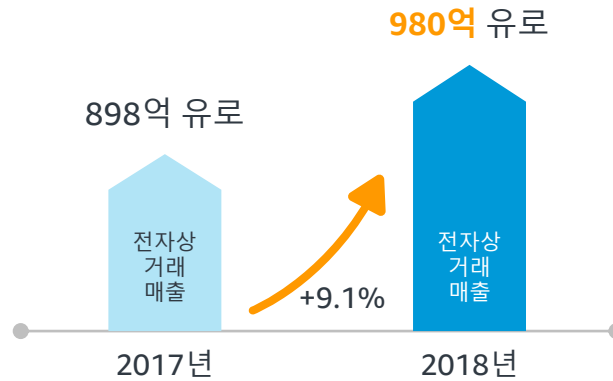
3. [2019 Data from Federal Statistical Office of Germany, Finance.sina.com.cn](#)

4. [Ecommerce Foundation, Germany E-commerce Market Report 2017](#)

많은 국가와 마찬가지로 독일의 전자상거래 매출의 성장 속도는 오프라인보다 훨씬 빠릅니다. 유명한 시장조사회사 GfK에서 2019년 2월에 발표한 독일 소매업 보고서에 따르면 2019년 독일의 오프라인 소매 총 매출액은 4,231억 유로(4,993억 달러)로 전년 대비 34억 유로(40억 달러) 증가하여 0.8%의 증가율을 보였습니다¹.

이에 비해 2018년 독일 전자상거래 소매 매출액은 9.1% 증가한 980억 유로(약 1,160억 달러)로 유럽에서 프랑스를 제치고 영국에 이어 두 번째로 높은 매출액을 기록했습니다².

2018년 독일의 전자상거래 매출액 유럽에서 영국에 이어 2위



독일 전자상거래가 성장한 요인은 두 가지가 있습니다. 하나는 전자상거래 이용자 1인당 평균 지출의 증가로, 2018년 전자상거래 이용자의 평균 소비 금액이 전년 대비 7% 증가한 것이고, 또 다른 요인은 전자상거래 신규 이용자의 증가로, 60세 이상 온라인 구매자 수가 급증한 것입니다(11%)³.

독일의 전자상거래 업계에서도 아마존은 선두에 있으며, 전체 전자상거래에서 판매 점유율 28.7%⁴로 1위를 지키고 있습니다. 독일 전자상거래 시장에 진출하려면 아마존을 그 발판으로 삼아 아마존 FBA를 이용하면 더 많은 트래픽을 창출할 수 있습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. GfK, Germany Retail Industry Report Feb.2019, Kchuhai.com
2. HDE, Kchuhai.com
3. German Retailers Association Report 2018, Kchuhai.com
4. EY-Parthenon Digital Purchase Index 2018, Cifnews.com

독일의 소비자

2017년 독일 인터넷 쇼핑객의 전자상거래 사이트 평균 소비 금액은 1,515 유로였으며¹, 그들은 다음과 같은 특징을 지닙니다.

1. 소비 습관

데이터에 따르면 독일 인터넷 쇼핑객의 47%가 인터넷에서 도서, 영화, 음악 및 게임 구매를 즐기고, 43%는 의류, 41%는 전자제품을 구매하는 것으로 나타났습니다. 주목할 만한 것은 2017년 독일 소비자의 61%가 모바일 기기를 통해 책 한 권 이상을 구매했다고 답한 것입니다.²



47%

도서, 영화, 음악 및 게임 구매



43%

의류 구매



41%

전자제품 구매



구매 상품
카테고리



출처 (외국어만 해당)

1. [Ecommerce Foundation 2017](#)
2. [Ecommerce Foundation 2017, 199IT](#)



2. 제품 설명의 중요성¹

독일 소비자는 매우 엄격하고 제품의 품질에 대한 요구가 높으며 다른 유럽 국가들에 비해 반품률이 높은 편입니다.

이것은 독일인을 만족시키는 것이 어렵기 때문이 아니라, 소비자 권익 보호에 대한 규제 규정이 엄격하고 소비자 행동으로 인한 영향 때문으로, 많은 사람이 동일 제품을 여러 색상과 사이즈로 구매하여 사용해 본 후 원치 않는 것을 반품하기 때문입니다.

따라서 독일 전자상거래 시장에 진출할 계획이라면 반드시 명확하고 상세한 제품 페이지, 제품 가격 및 반품 정책을 마련해야 합니다. 현지 반품 주소가 있는 것이 매우 중요합니다. 이것은 잠재 고객의 증가뿐만 아니라 반품 비용도 통제할 수 있습니다.

70%

대량의 상품을 구매하기 전에 다른 사용자의 평가를 비롯해 인터넷에서 상품에 대한 조사를 한다

80%

구매하기 전에 판매 및 판매 후 서비스 규정을 자세히 읽어본다

26%

휴대폰으로 동일 제품에 대한 여러 스토어의 가격을 비교한다

제품 설명



출처 (외국어만 해당)

1. Ecommerce Foundation 2017, 199IT



3. 물류 서비스에 대한 요구가 높음¹

독일 소비자는 배송비, 배송 속도, 다양한 배송 방식에 대한 요구가 매우 높으며 배송 중에도 배송 주소나 시간을 변경할 수 있어야 합니다. 물류에 대한 소비자의 기대는 업계가 빠르게 발전함에 따라 더욱 높아지고 있습니다.

90%

집까지 배송 선호

83%

셀러의 물류 평가를 근거로
상품 구매 여부 결정

55%

표준 배송 기간(3~5일)은 무료
배송이라고 생각함¹



출처 (외국어만 해당)

1. [French Lengow Survey Report, Cifnews.com](#)

아마존 프랑스의 제품 정책

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



독일 요약

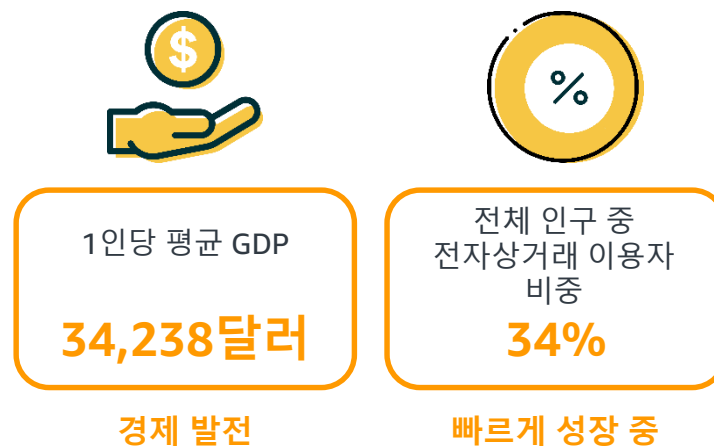
1. 유럽에서 경제 1위, 전자상거래는 영국에 이어 2위, 성장 잠재력이 큼
2. 디테일한 상품 설명 중시
3. 물류 및 기타 서비스에 대한 요구가 높음

4.4 이탈리아 마켓플레이스 소개

이탈리아 소매업 및 전자상거래 발전 상황

이탈리아는 유럽 4대 경제체 중 하나이며 2018년 GDP는 20,714억 달러로 미국, 중국, 일본, 독일, 영국, 프랑스에 이어 세계 7위입니다. 1인당 평균 GDP는 약 34,238달러이며 국내 지역별 경제 격차가 크고 특히 남북 간 격차가 뚜렷합니다. 중소기업이 전체 기업의 98% 이상을 차지하여 "중소기업 왕국"이라고 할 수 있습니다¹.

2019년 이탈리아의 총 인구 수는 6,039만 명이며(65세 이상 인구가 전체 인구의 22.8%)², 6,039만 명 중 34%에 해당하는 약 2,100만 명이 인터넷 쇼핑을 합니다. 이에 비해, 영국의 인구는 이탈리아와 비슷한 6,600여만 명이지만 인구의 87%에 해당하는 5,700만 명 이상이 인터넷 쇼핑을 합니다³.



출처 (외국어만 해당)

1. Italian National Bureau of Statistics, China's Ministry of Commerce
2. Italian National Bureau of Statistics, China's Ministry of Commerce
3. Ecommerce Foundation UK E-commerce Report 2019, Cifnews.com

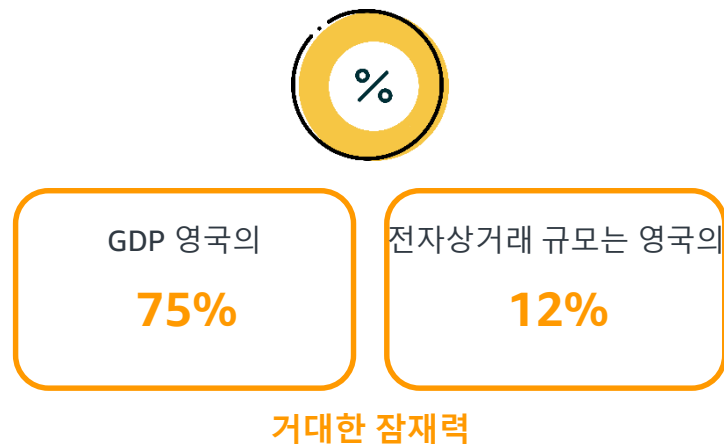
이러한 인터넷 쇼핑 이용자 수의 커다란 격차는 두 국가의 인터넷 보급률 차이에 기인합니다. 영국의 인터넷 보급률은 92.6%에 달하지만 이탈리아는 65%에 불과합니다¹. 그 밖에도 이탈리아의 인터넷 속도는 유럽에서 가장 느리며 모든 건물에서 인터넷이 가능한 것도 아닙니다. 이러한 상황은 산간 지역에서 더욱 심합니다. 다행히 이러한 상황은 빠르게 개선되고 있습니다.

인터넷 보급이 가속화됨에 따라 최근 몇 년간 이탈리아의 전자상거래는 비약적으로 발전했습니다.

2018년 이탈리아 전자상거래 증가폭은 사상 최고치를 기록하며 유럽에서 전자상거래가 활발하고 빠르게 성장하는 국가 중 하나가 되었습니다². 2017년 이탈리아의 전자상거래 가치는 217억 유로로 2016년 대비 17.33% 증가했으며, 2018년에는 231억 유로로 증가했습니다³.

GDP가 영국의 75%⁴에 달하는 이탈리아의 전자상거래 매출액은 영국보다 훨씬 낮아 거대한 잠재력을 지니고 있습니다.

아마존은 2010년에 이탈리아에 진출하여 2011년부터 이탈리아 고객들에게 Prime 회원 서비스를 제공하고 있으며 이탈리아에서 가장 유명한 전자상거래 사이트 중 하나가 되었습니다.



출처 (외국어만 해당)

1. Cifnews.com
2. [E-commerce Business Analysis Report of Amazon Italy, Chinanews.com](#)
3. [Ecommerce Foundation 2018, Crosspie.com](#)
4. [Italian National Bureau of Statistics, Office of Statistics, China's Ministry of Commerce](#)

이탈리아의 소비자

이탈리아는 유럽의 남부에 위치하며, 보편적으로 절약과 유행을 중요시하고 생활의 편안함도 매우 중시합니다.

Cuponation의 보고서에 따르면 2016년과 마찬가지로 2017년에도 블랙 프라이데이 매출액 비중이 가장 큰 상품 카테고리는 의류와 액세서리로 39%를 차지했으며 그 다음으로 전자제품이 17%를 차지했습니다. 미용 및 건강 용품은 6%, 도서, 음악, 게임 및 여행은 각 5%를 차지했습니다¹.

2016년 Netcomm(이탈리아 전자상거래 협회)도 이탈리아 전자상거래 업계 3대 매출 상품 카테고리로 패션, 가정용품, 그리고 컴퓨터, 스마트폰 등의 첨단 기술 제품을 꼽았습니다².

이탈리아 전자상거래 인기 상품 카테고리



의류 및 액세서리



전자제품



미용 및 건강



가정용품

유럽 전자상거래 기금회(Ecommerce Foundation)의 보고서에 따르면 이탈리아 소비자는 무료 배송과 배송 비용을 가장 중시하며, 독일이나 영국 소비자와 달리 비교적 저렴한 배송 비용을 위해 비교적 긴 배송 기간을 수용합니다.

그 밖에도 이탈리아 소비자들이 중시하는 것은 무료 반품(91%), 상세한 제품 설명(90%), 숨겨진 비용 없음(90%)입니다³.

이탈리아어로 설명된 상품 정보를 훨씬 선호하며, 온라인 스토어의 평판을 매우 중시하여 사이트에서 등급이 높은 스토어를 선택하는 경향이 있습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. [Cuponation, Cifnews.com](#)

2. [Netcomm, Cifnews.com](#)

3. [Ecommerce Foundation, E8t.com](#)

아마존 이탈리아의 제품 정책

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



이탈리아 요약

1. 경제는 발전했지만 전자상거래 침투율과 매출액은 낮은 편이어서 큰 잠재력을 지님
2. 의류, 가정용품, 전자제품, 미용 및 건강 제품의 인기가 높음
3. 배송 비용을 중시함

4.5 스페인 마켓플레이스 소개

스페인 소매업 및 전자상거래 발전 상황

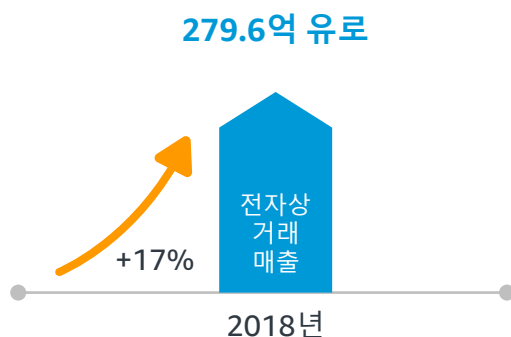
스페인은 유럽 서남부 이베리아 반도에 위치하는 남유럽의 핵심 국가 중 하나로, 2018년 GDP는 약 14300억 달러이고 인구는 약 4,672만 명이며, 1인당 평균 GDP는 약 30,502 달러입니다¹.

인터넷 보급률은 약 85%이고 전자상거래 보급률은 약 63%로, 영국 등 선두 국가보다 여전히 낮은 편입니다².

2018년 스페인의 전자상거래 매출 규모는 279.6억 유로로 2017년 대비 17% 증가했습니다.

아마존은 스페인 전자상거래 업계에서 중요한 위치에 있으며 월 방문자 수가 경쟁사를 크게 앞섭니다³.

스페인 2018년 전자상거래 매출액



1인당 평균 GDP

30,502달러



전자상거래 침투율

63%

스페인의 소비자

2019년에 스페인의 전자상거래 이용자는 인터넷 쇼핑에 평균 1,304 유로를 소비했으며, 이것은 2018년보다 200 유로를 더 소비한 수치입니다⁴. 스페인 소비자들이 온라인 쇼핑에 열광하는 주요 이유는 집까지 배송해주는 서비스라는 점이며, 다른 이유는 언제든지 쇼핑할 수 있고 인터넷 쇼핑의 상품 가격이 훨씬 저렴하기 때문인 것으로 나타났습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. [Spanish Statistical Office, Sohu.com](#)
2. [Ecommerce Foundation, Cifnews.com](#)
3. [Ecommerce Foundation, Cifnews.com](#)
4. [SEMrush Spain, Dsb.cn](#)

아마존 스페인의 제품 정책

카테고리, 상품 및 리스팅 제한 사항: [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



스페인 요약

1. 전자상거래 침투율이 낮은 편으로 성장 가능성이 큼
2. 가성비가 높은 상품을 선호하며 3C, 의류, 아웃도어 용품에 대한 수요가 큰 편임
3. 전 세계 4억 3700만 명이 스페인어를 모국어로 사용하며 스페인의 전자상거래는 이러한 사람들에게도 영향을 미침

4.6 네덜란드 마켓플레이스 소개

네덜란드 전자상거래 및 소비자 개요

네덜란드는 EU에서 가장 "디지털화"된 국가 중 하나입니다¹. 2018년 네덜란드 인구는 약 1,700만 명이고 온라인 매출액은 237억 유로입니다. 네덜란드의 1인당 연평균 온라인 지출은 1,400 유로로 이탈리아보다 273%, 스페인보다 138% 높습니다².

그 밖에도 네덜란드 소비자들은 무료 배송 상품을 선호합니다. 네덜란드의 대부분 온라인 스토어는 네덜란드 고객에게 무료 배송 서비스를 제공합니다. 셀러는 네덜란드 고객에게 무료 배송 상품을 제공하여 상품의 매력을 높일 수 있습니다.



아마존 네덜란드 마켓플레이스 소개

아마존은 2020년 1월 15일에 네덜란드 마켓플레이스를 정식으로 런칭한다고 발표했습니다. 아마존 네덜란드에서 제공하는 상품 카테고리는 디지털 전자, 컴퓨터, 스포츠 아웃도어, 공구, 완구, 주방 가정, 뷰티 케어, 패션 등을 포함합니다.

아마존 네덜란드는 주문 금액이 20 유로를 초과하는 소비자에게 FBA 상품의 무료 익일 배송 서비스를 제공합니다.

네덜란드의 Prime 회원에게는 최저 소비 제한 없이 수백만 개의 상품에 대한 익일 배송 서비스를 제공합니다. 아마존 네덜란드는 2017년에 Prime 회원 프로그램을 런칭하고 Prime 회원에게 수백만 개의 상품에 대한 빠른 무료 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

출처

1. <https://www.statista.com/topics/4909/e-commerce-in-the-netherlands/>
2. <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2018/01/DIGITAL-IN-2018-021-AVERAGE-ECOMMERCE-REVENUES-PER-USER-V1.00.png>

아마존 네덜란드의 제품 정책

제한된 상품 : [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



네덜란드 요약

1. 전자상거래 1인당 연평균 지출 1,400 유로
2. 아마존 FBA 서비스 역량이 강함
3. 2020년에 한국 셀러에 오픈하여 성장 기회가 많음

4.7 스웨덴 마켓플레이스 소개

아마존 스웨덴 마켓플레이스 소개

스웨덴은 북유럽 스칸디나비아 반도에 위치하며, 북유럽 국가 중 면적이 가장 큰 국가입니다. 2019년 1인당 평균 GDP는 55,000 달러로 EU 1인당 평균 GDP보다 20% 높습니다¹.

스웨덴은 EU에서 전자상거래가 가장 빠르게 발전하고 있는 국가 중 하나입니다. 스웨덴의 인구는 약 1000만 명입니다. 인터넷 보급률은 96%에 달하고 그중 전자상거래 보급률은 2020년에 76%였으며 2024년에는 81%에 달할 것으로 전망됩니다².

아마존은 2020년 8월 27일에 스웨덴 마켓플레이스를 정식 오픈한다고 발표했습니다.



스웨덴 소비자

▲스웨덴 소비자들은 가격, 편리성 및 상품을 가장 중시합니다. Nordic E-commerce 보고서에 따르면 2019년 스웨덴 소비자의 해외 전자상거래 구매 제품 분포 조사에서 중국이 3위를 차지했으며 1위와 2위는 영국과 독일이었습니다.

▲연구에 따르면 스웨덴 고객의 61%가 퍼스널 케어 및 건강 제품에 대한 온라인 구매를 선호했으며 그 다음은 패션 관련 제품이었습니다. 그리고 스웨덴 고객의 59%가 신발 및 의류 제품을 온라인 구매하는 것으로 나타났습니다. 건축 재료, 가구 및 완구류도 스웨덴 전자상거래에서 빠르게 성장하고 있는 카테고리입니다².

출처

- https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?locations=EU&most_recent_value_desc=true
- Nordic E-commerce 2019

아마존 스웨덴의 제품 정책

제한된 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



스웨덴 요약

1. 북유럽 최대 경제체 중 하나이며 1인당 평균 GDP 55,000 유로
2. 아마존 FBA 서비스 역량이 강함

4.8 폴란드 마켓플레이스 소개

폴란드 전자상거래

폴란드는 유럽 중부에 위치하며 총 인구 수는 약 3,840만 명으로¹ 유럽에서 다섯 번째로 인구가 많습니다. 2019년 GDP는 5,958.6억 달러²였으며, 유럽에서 경제 발전 속도가 세 번째로 빠른 국가입니다.

폴란드의 인터넷 보급률은 84.9%에 달하며³, 두 자리 수의 연간 성장률로 유럽에서 전자상거래 성장 속도가 가장 빠른 시장 중 하나입니다⁴. 2021년의 조사에 따르면 폴란드 인구 중 55.6%가 인터넷 쇼핑 습관이 있으며 2021년 온라인 소비 총액은 135.5억 달러에 달할 것으로 예상됩니다⁴.



아마존 폴란드 마켓플레이스 소개

아마존은 2014년에 폴란드에 진출했으며 현재 폴란드에는 9개의 현대화된 주문 처리 센터가 설립되어 있습니다.

아마존은 2021년 1월 27일에 폴란드 마켓플레이스를 정식 오픈한다고 발표했습니다.

출처

1. <https://www.jpmorgan.com/europe/merchant-services/insights/reports/poland>
2. <https://data.worldbank.org.cn/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=PL>
3. <https://data.worldbank.org.cn/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2019&start=1990&view=chart>
4. Statista

아마존 폴란드의 제품 정책

제한된 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)

추가 승인이 필요한 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



폴란드 요약

1. 3840만 인구, 경제 발전 속도 빠름
2. 9개의 FBA 주문 처리 센터, 서비스 시스템 발달

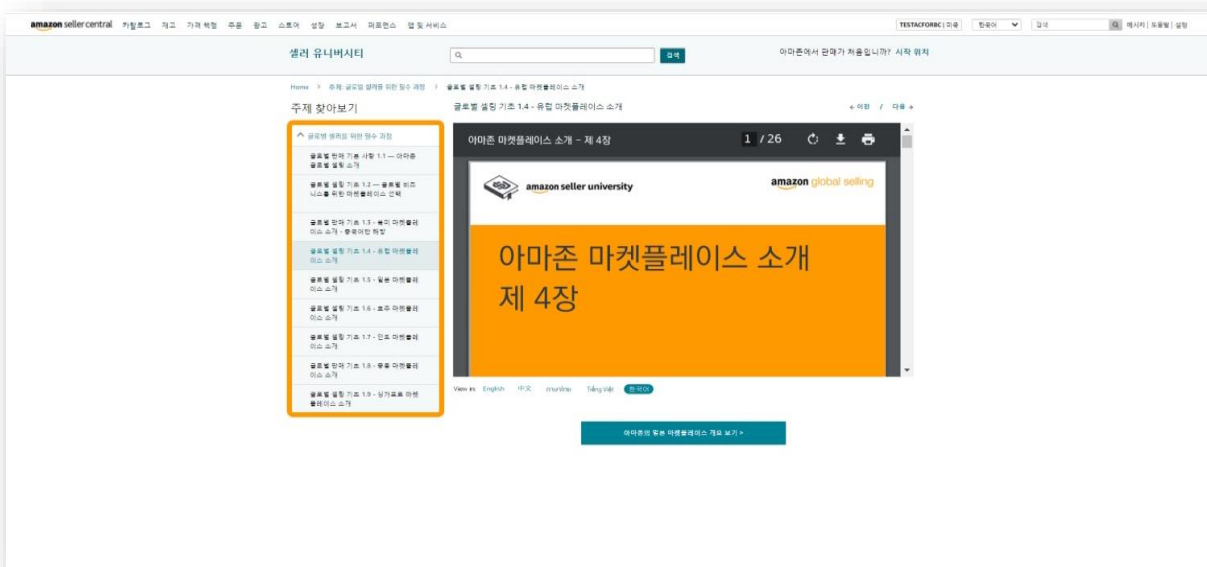
관련 내용 보기

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](#)

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



관련 교육과정 더 학습하기 :

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