



아마존 마켓플레이스 소개

제 7 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

7. 인도 마켓플레이스 소개	3
-----------------------	---

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



7. 인도 마켓플레이스 소개

인도의 소비 시장은 지속적으로 성장하고 있으며 전자상거래 분야에서도 큰 잠재력을 지닙니다. 본 장에서는 인도의 비즈니스 환경을 이해하는 데 도움이 될 수 있도록 인도의 소매 및 전자상거래 상황, 소비 특징, 인기 상품 카테고리, 빅세일 특징을 소개합니다.

인도 소매업 및 전자상거래 발전 상황

인도는 세계에서 가장 빠르게 발전하고 있는 국가 중 하나로, 괄목할 만한 경제 성장 속도를 보여주고 있는 가장 매력적인 국가 중 하나입니다.

2018년 인도 GDP는 2조 6110억 달러¹로 영국, 프랑스와 큰 차이가 없는 세계 6위의 경제 대국입니다.

인도는 인구 대국이기도 하여 2018년 인구 수가 13억 5000만 명을 기록했으며 2024년에는 중국을 제치고 전 세계 인구 순위 1위가 될 것으로 예상됩니다.



인구 대국

13억 5000만 명



2018년 GDP

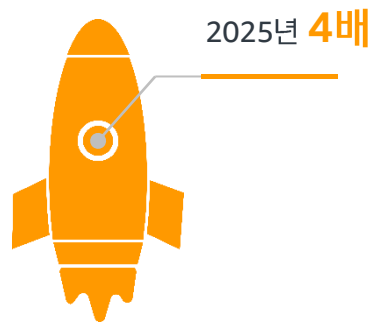
26,110억 달러

출처

1. [Statista](#)

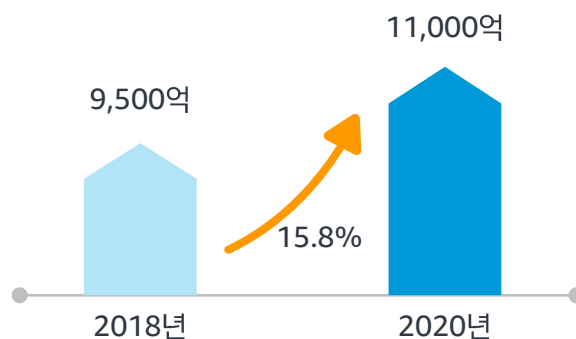
맥킨지 글로벌 연구소는 인도 국민의 부의 증가가 소비를 견인하는 최대 동력이라고 보고 있습니다. 1억 2900만 명 인도 도시민의 지속적인 소비 증가로 2025년에는 개인 소비가 4배 증가할 것으로 예상됩니다¹.

인도 개인 소비 급증



경제 성장으로 인도는 이미 세계에서 소매업이 가장 빠르게 성장하고 있는 국가 중 하나가 되었습니다. 2018년 인도 소매업은 9,500억 달러를 기록했으며, IBEF는 2018~2020년의 연평균 복합성장률을 13% 안팎으로 예상합니다. 이에 따라 2020년 인도 소매업은 1조 1000억 달러에 달할 것으로 전망됩니다. 인도의 소매업 규모는 세계 5위입니다².

인도 소매업의 지속적인 성장



출처 (외국어만 해당)

1. [Goldman Sachs Group, McKinsey Global Institute, Sohu. com.](#)

2. [India Brand Equity Foundation \(IBEF\) "India Retail Industry Report", 36kr.com](#)

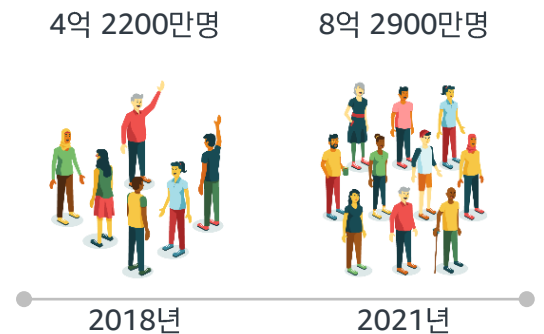
인도의 경제 발전과 스마트폰의 빠른 보급에 힘입어 인도의 전자상거래는 2014년부터 고속 성장을 시작했습니다. 2016년 인도 전자상거래는 80.9%의 성장률을 기록하며 세계 20대 전자상거래 국가 중 1위를 차지했습니다. 전자상거래 규모는 2026년에 2,000억 달러로 2018년의 4배로 성장할 것이고 2034년에는 미국을 제치고 세계 2위의 전자상거래 대국이 될 것입니다.¹

2018년 인도의 인터넷 사용 인구는 4억 2200만 명이었으며 매년 1억 명씩 증가하여 2021년에는 8억 2900만 명이 될 것으로 예상되며 2, 3선 도시에서의 증가 속도는 더욱 빠를 것입니다.

인도 전자상거래 규모의 놀라운 성장 속도



인터넷 사용자 급증



2018년에 인도 정부는 소매업 등에 외자 진입을 확대하고 "디지털 인도"와 같은 프로젝트를 내놓아 전자상거래 발전을 더욱 촉진시켰습니다.

인도는 전 세계에서 보기 드문 "고성장, 대규모" 특징을 지닌 국가이며 국제 자본의 지속적인 지원과 촉진으로 전자상거래가 급부상하고 있습니다. 2018년 인도의 소매업에서 전자상거래가 차지하는 비중은 2.9%에 불과했지만 2020년에는 약 5%로 성장할 것이며², 신흥 국가 중에서는 중간 수준에 있고 선진국과는 여전히 격차가 있어 발전 잠재력이 매우 높습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. E-commerce Industry Report of India Brand Equity Foundation in September 2018

2. [WTO, Cifnews.com](http://WTO.Cifnews.com)

인도의 소비자

인도는 젊은 층의 인구가 많아 거대한 장점을 지닙니다. 전체 인구 중 25세 이하 비중은 50%이고, 15~34세 인구는 8억 5000만 명으로 세계 선두의 위치를 차지하며 인도 전체 인구의 64%를 차지합니다. 인구 구성에 있어 인도는 젊은 국가로 매우 역동적입니다.¹

인구 구조가 매우 젊은 인도



15~34세 인구
8억 5000만명

인도는 전형적인 종교 국가로 6대 종교가 공존하며 종교적인 색채가 강한 나라입니다. 인도 인구의 83%가 힌두교를 신봉하며, 12%가 이슬람교, 2.3%가 기독교, 1.9%가 시크교, 0.8%가 불교, 0.4%가 자이나교를 신봉합니다². 인도 소비자는 종교에 따라 다른 소비 습관을 가집니다.

6대 종교 신봉 비율



힌두교
83%



이슬람교
12%



기독교
2.3%



시크교
1.9%



불교
0.8%



자이나교
0.4%

출처 (외국어만 해당)

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

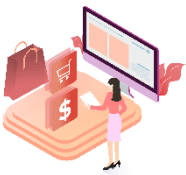
2. Census of India 2001

인도 소비자의 특성:



고품질, 고가성비 상품 선호, 소비 업그레이드 추세

개발도상국인 인도의 소비자들은 알뜰 쇼핑을 하며 고품질 고가성비의 제품을 선호합니다. 하지만 최근 몇 년간 인도 소비자들의 브랜드 의식이 높아지면서 자신만의 차별성과 이미지를 위해 명품 구매에 더 많은 돈을 소비하며 유명 브랜드의 의류, 시계, 선글라스 등 패션 액세서리를 구매하고 있습니다.



가계 재정 관리 및 예산을 짜는 습관

인도 소비자들은 가계 재정을 관리하는 데 능숙하고 매월 지출에 대한 세밀한 예산을 세우기 때문에 즉흥적이거나 의외의 지출을 하는 경우가 드뭅니다. 예산을 초과하지 않기 위해 인도 소비자들은 구매 전에 상품에 대한 조사를 하며 브랜드별 가격과 가치를 비교하고 제품 평판을 참고합니다. 따라서, 인도에서 소매상을 운영하고 국제적인 브랜드를 판매하려는 셀러들은 인도 소비자의 유입을 유도할 수 있도록 리스팅을 세심하게 준비해야 하며, 이를 통해 브랜드 이미지를 구축하고 홍보 효과도 높일 수 있습니다.



가족 중심

대부분의 인도 소비자는 가족을 중시합니다. 이러한 가족 중심 사상은 인도 사회에 깊게 뿌리박혀 있어 소비 패턴도 가족의 필요를 충족시키는 것에 초점이 맞춰져 있습니다. 그 밖에도 가족의 의견이 구매 결정에 큰 영향을 미칩니다. 따라서, 인도의 마케팅 전략과 홍보 광고에 패밀리룩 상품 할인 판매와 같이 가족 요소를 강조하면 소비자의 관심을 끌 수 있습니다.



소셜미디어의 광범위한 사용

인도 인터넷 사용자들은 Facebook, Whatsapp, Twitter 등과 같은 소셜미디어 사용에 익숙합니다. 인플루언서 KOL(Key Opinion Leader)의 구매 영향력도 이미 뚜렷하게 나타나고 있습니다.



중산층을 대표하는 상품에 대한 수요 왕성

인도인들은 내구소비재 중 한 품목이라도 살 수 있는 사람을 사회적 지위가 있는 중산층으로 생각합니다. 이러한 내구소비재로는 TV, 컴퓨터, 비디오 플레이어, 냉장고, 에어컨, 자동차, 오토바이 등이 포함됩니다.



젊은 소비자의 중요성

인도 인구의 65%를 차지하는 젊은 층은 미래 인도 소비의 중심층이 됩니다. 젊은 층은 통신 제품, 교통 수단 구매를 특히 선호하고 대중에게 주목 받기를 원하며, 외래 문화를 적극 수용하고 새로운 제품, 특히 혁신적인 제품을 좋아합니다.

따라서, 셀러들은 젊은 층의 소비 수요에 관심을 가지고 그들이 선호하는 상품을 리스팅하여 젊은 층 소비자의 주의를 끌어야 합니다.



선호하는 옷차림

인도 소비자들은 브랜드 의류나 패션 액세서리를 선택할 때 스타일이나 디자인보다는 브랜드 자체를 더 중시합니다. 따라서 의류에 눈에 띄는 브랜드 로고가 있는 것이 디자인보다 프로모션에 더 도움이 될 수 있습니다.

그 밖에도 인도의 여성과 남성 소비자 모두 인도 전통 방식으로 옷을 입는 습관이 있습니다.

- **여성:** 사리를 선호하며 가격대는 100루피에서 수천 루피까지 다양합니다. 시대가 발전하면서 사람들은 상황에 따라 다른 사리를 선택하게 되었습니다. 결혼식에서는 질감이 있는 빨간색 사리를 선택하고, 파티나 여행을 갈 때는 가볍고 하늘 거리는 사리를 선택합니다.
- **남성:** 열병식, 관광지, 시장 등 장소를 불문하고 터번 쓰는 것을 좋아합니다. 사실 인도에서 터번은 햇빛과 바람, 모래를 막아주는 기능이 있을 뿐만 아니라 기사 정신, 명예, 지위를 상징합니다. 터번이 크고 무늬가 정교하며 재질이 좋을수록 신분이 높음을 나타냅니다. 시크교도들은 빨간색과 주황색의 터번을 선호합니다. 터번은 보통 차이나 칼라의 품이 넉넉한 긴 셔츠와 흰색 바지와 함께 착용합니다.



금 선호 사상

인도인들은 금을 소유하는 것을 자랑스럽게 생각하고, 금을 축복과 기도의 용도로 사용하며 금에 대한 애착이 강합니다..

인도에서는 명절에서 결혼식에 이르기까지 금이 빠지는 곳이 없습니다. 그중에서도 인도인들이 금을 구매하는 가장 큰 용도는 결혼식입니다. 매년 금 장신구, 금괴 및 금화의 절반 이상이 800만~1,000만 건의 결혼식에 사용됩니다. 인도인들은 금을 착용하여 패션과 부를 과시하는 것을 좋아합니다.



가정용품에 대한 수요 왕성

인프라 및 부동산의 성장은 인도의 가구와 가정용품의 수요를 촉진시켰습니다. 인도는 인구가 많고 거주 면적이 상대적으로 좁아 수납용품의 잠재력이 큼니다.

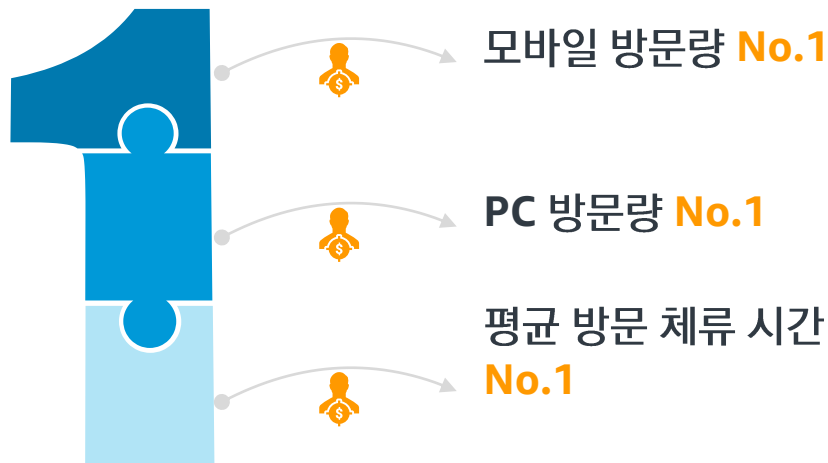
아마존 인도의 발전 상황

아마존은 2013년 인도에 진출한 이래 70억 달러의 거금을 투자했습니다¹. 대규모 투자 효과로 아마존은 이미 인도에서 컴퓨터 및 모바일 방문량이 가장 많은 쇼핑 사이트이자 모바일 다운로드량이 가장 많은 쇼핑 앱이 되었습니다².

현재 아마존은 인도에서 2억 명의 가입자를 보유하고 있으며, 월간 액티브 이용자는 1억 2000만 명에 달하여 차세대 블루오션으로 불리고 있습니다.

이러한 인도 사용자들의 1회 평균 방문 시간은 9분으로 업계에서 가장 긴 시간을 체류하며, 절반에 가까운 인도 마켓플레이스 이용자가 2개 이상의 카테고리를 방문하는 것으로 나타났습니다³.

아마존 인도의 빠른 성장



출처 (외국어만 해당)

1. [CNBC, Sina.com](#)

2. ComScore and Similarweb Data, App Annie Data

3. ComScore MyMetrix Report, Alexa, Mary Meeker's Internet trends, ComScore MyMetrix Report

이러한 이용자 중 75%의 소비자가 휴대폰을 통해 아마존 마켓플레이스에 접속합니다. 25세 이상 소비자는 60%로 비교적 강한 구매력을 지닙니다. 2, 3선 도시의 고객도 60%를 차지하며, 신규 이용자의 80%가 2, 3선 도시에서 발생했습니다¹.

아마존 인도 마켓플레이스는 다년간의 대규모 투자를 통해 50개가 넘는 물류 센터와 2천만 ft^3 (약 56만 m^3)가 넘는 저장 공간 등 강력한 물류 처리 능력을 갖추어 인도 전자상거래 업계에서 우위를 점하고 있습니다.

아마존은 이러한 물류 처리 능력을 바탕으로 인프라가 상대적으로 낙후된 인도에서 빠르고 안정적인 주문 처리를 가능하게 만들었습니다. 주문의 65%가 2, 3선 도시로 배송되고 있으며, 2018년 인도의 디왈리 축제 기간에도 Prime 회원의 50%가 48시간 내에 상품을 수령할 수 있었습니다².

아마존 인도의 강력한 주문 처리 능력



출처 (외국어만 해당)

1. ComScore MyMetrix Report, Alexa, Mary Meeker's Internet trends, ComScore MyMetrix Report

2. Information officially released by Amazon India

인도 마켓플레이스의 풍부한 트래픽 유입 지원

현재 한국 셀러의 일부 브랜드는 해당 카테고리에서 최고의 인기 상품이 되었으며, 한국 제품은 우수한 디자인과 높은 가성비 등으로 인해 인도 소비자들에게 많은 사랑을 받고 있습니다.

아마존은 한국 셀러를 위한 일련의 할인 정책을 제공합니다:



월 이용료 면제



입점 후 3개월 내
FBA 수수료 면제



저렴한 FBA 주문 처리 수수료



저렴한 마케팅 비용



예시:

- 500g의 표준 상품의 경우, 미국 FBA 주문 처리 수수료는 \$4.71이지만 인도는 \$1입니다.
- 작년 Prime 라이트닝 딜의 경우, 미국은 750 달러였지만 인도는 99 루피 였습니다. 셀러들은 골드 박스 딜, 딜 오브 더 데이, 라이트닝 딜, 쿠폰 등 다양한 마케팅 톨을 사용하여 트래픽을 유입할 수 있습니다.

인도 전자상거래 소비 카테고리

인도 브랜드 가치 기금회의 2018년 9월 전자상거래업 보고서에 따르면 인도 전자상거래에서 판매하는 상품 카테고리의 구성은 다음과 같습니다:

1. 전자제품: 48%로 독보적
2. 의류: 29%로 추격
3. 각 카테고리의 잠재력이 높음: 2025년에는 비전자제품 카테고리가 80%에 이를 것으로 예상

2018년 인도 전자상거래 판매 카테고리 구성



전자 전기
48%



의류
29%



가정용품
9%



유아/뷰티 케어
8%



서적
3%



기타
3%

출처 (외국어만 해당)

1. E-commerce Industry Report of India Brand Equity Foundation in September 2018

주요 카테고리 개요:



1. 전자제품

주요 고객층은 25~34세의 고소득 남성이며¹, 현재 아마존 인도 마켓플레이스에서 가장 인기 있는 카테고리 중 하나입니다.

인도 소비자들은 유행하는 소형 전자제품이나 스마트폰 액세서리와 같이 화려하고 특색이 있으며 혁신적인 제품을 선호합니다.



2. 패션²

2019년 인도 패션 카테고리의 총매출액은 125억 달러로 33.1% 증가했으며 그중 여성 의류의 매출 비중이 가장 높았습니다.

패션 카테고리 고객 수도 비약적으로 증가하여 연간 250%의 성장률을 기록했으며 여성 이용자 비율도 꾸준히 상승하여 지난 12개월 동안 9% 증가했습니다. 주요 고객층은 18~35세의 젊은 층으로 77%를 차지합니다.

그 밖에도 인도는 점점 더 현대화되고 있지만 인도 소비자들의 전통 의상에 대한 애착과 보호는 오히려 증가하고 있습니다.



3. 가정용품

가정용품 카테고리는 위탁 판매 위주로 할 것을 권장하며, 인테리어, 수납 관련 품목의 잠재력이 높습니다. 매출 순위 상위 품목 세 가지:

- 홈 인테리어
- 침구
- 수납



4. 화장품

화장품류는 브랜드를 구축하는 것이 좋으며, 향수류는 남성 향수를 위주로 하는 것이 좋습니다. 그 밖에도 남성 면도 용품도 잠재력이 큼니다.

인도 중산층의 가처분 소득이 증가하고 갈수록 많은 사람들이 외모에 관심을 가지고 있기 때문에 화장품류의 판매량이 꾸준히 늘고 있습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. Statista Global Consumer Survey, July 2018

2. Statista, February 2019



5. 스포츠 아웃도어

소형 피트니스 용품(예: 마찰력이 좋은 장갑, 바벨 원판, 스트레칭 밴드 등)의 수요가 높으며, 스마트 웨어러블(예: 스포츠 팔찌 등) 증가 속도도 매우 빠릅니다.



6. 완구

아웃도어 스포츠 완구와 소형 자동차 완구의 판매량이 높은 편입니다.



7. 자동차 부품

자동차 오토바이 부품의 판매량이 전체 판매량의 30%를 차지하며, 제품 가격이 비교적 낮고, 보조 제품이나 장식 제품이 주를 이루며, 자동차 램프와 같은 제품의 성장 잠재력이 높습니다.

인도의 프로모션 시즌

인도는 축제가 많은 국가입니다. 법정 축제일 외에도 많은 종교 축제와 민족 축제가 있어 거의 매일이 축제라고 할 수 있습니다.

	축제 명칭	날짜
힌두교 전통 축제	홀리(Holi)	2~3월
	라마나바미(Ramanavami)	
	락샤/반단(Raksha Bandhan)	7~8월
	마하시바라트리(Maha Shivaratri)	7~8월
	두세라(Dussehra)	9~10월
	디왈리(Diwali)	10~11월
국가 축제	인도 공화국의 날(Republic Day)	1월 26일
	인도 독립 기념일(Independence)	8월 15일
기타 축제	발렌타인 데이(Valentine's Day)	매년 2월 14일
	악샤야 트리티야(Akshaya Tritiya)	매년 4~5월
	쿠르반/바이람(Kurban Bairam)	양력 4월
	르바란(Lebaran)	양력 4~5월
	성 금요일(Good Friday)	부활절 전 금요일
	크리스마스(Christmas)	12월 25일
아마존 쇼핑 축제	Amazon Great Indian Festival	1월 & 9월
	Amazon Prime Day	7월

중요한 프로모션 시즌:

발렌타인 데이

2월

스마트폰의 보급과 함께 갈수록 많은 인도인들이 모바일 기기를 통해 발렌타인 데이 선물을 구매하고 있습니다. 인도 전자상거래 업체는 발렌타인 데이를 이용한 발렌타인 위크(Valentine's week) 마케팅을 통해 2월 7일부터 2월 13일까지 매일 로즈 데이, 프로포즈 데이, 초콜릿 데이, 허그 데이 등 발렌타인 데이와 관련된 인터넷 쇼핑 축제를 진행합니다.

2019년 인도 발렌타인 데이 총 소비 금액은 2,200억 루피였으며 인터넷에서 선물을 구매한 비율은 32%로 전년 대비 20.5%나 증가했습니다. 가장 인기 있는 선물은 주얼리, 초콜릿, 완구, 기성복, 휴대폰, 전자기기, 손목 시계 등이었습니다.¹

3월

홀리

매년 2월에서 3월 사이에 열리는 홀리(Holi)는 인도의 3대 전통 축제 중 하나이며 전국적인 축제로 디왈리 축제에 버금갑니다.

홀리는 인도력의 새해로, 단조로운 색채의 겨울이 끝나고 다가오는 봄 수확 시즌의 풍요를 기원하는 날입니다. 홀리 축제 기간에는 티셔츠, 물총, 풍선, 선글라스, 디저트, 마스크, 각종 식물 염료가 인기가 높습니다.

악샤야 트리티야

4월

4월의 악샤야 트리티야(Akshaya Tritiya)는 부처(석가모니)의 탄생을 축하하는 날로 디왈리 축제에 이어 금을 가장 많이 구매하는 축제이며 인도 북부보다 남부에서 더욱 중시됩니다. 축제 기간에 사람들은 금과 각종 장신구를 구매하며 사랑하는 사람과 웃어른에게 작은 선물을 하며 행운을 빕니다.

7월

Prime Day

일반적으로 인도 고객들은 편의를 위해 돈을 더 지불하지 않는 경향이 강하지만, 아마존 Prime은 이러한 관행을 깨고 현재 수 백만 명의 유료 회원을 보유하고 있습니다. 2018년 Prime Day 일주일 전 회원 가입자 수량은 그 어느 한 주보다도 많았으며, 신규 회원의 35%가 2, 3선 도시에서 발생했습니다. 5만 개가 넘는 중소기업의 Prime Day 당일 평균 판매량은 6월 일평균 매출의 2.4배 증가했습니다². 아마존 인도 마켓플레이스의 Prime Day 인기 카테고리는 전자제품, 가정용품, 무선 액세서리 제품, 컴퓨터, 스포츠 용품, 의류, 손목 시계, 화장품 순이었습니다.

출처 (외국어만 해당)

1. [The Associated Chambers of Commerce of India\(ASSOCHAM\), Cifnews.com](#)

2. [Information officially released by Amazon India, Kuajingyan.com](#)

그레이트 인디안 페스티벌 (Great Indian Festival)

9월

Great Indian Festival은 아마존 디왈리 축제 전에 진행하는 전체 카테고리에 대한 프로모션 행사입니다.

이 행사 기간 동안 아마존은 인도 이용자를 위해 노트북 컴퓨터, 카메라, 스마트폰, 대형 가전, 주방 용품, 의류, 잡화 및 미용 소비품, 전자제품 등 각종 상품의 할인을 제공하며, 아마존 Prime 회원에게는 독점 할인도 제공합니다.

그 밖에도 아마존은 다양한 결제 옵션을 제공하여 이용자가 각자의 편의에 맞게 선택하여 상품을 구매할 수 있도록 지원합니다. 이러한 결제 옵션으로 직불 카드와 신용 카드, 신용 카드의 10% 즉시 은행 할인, 쿠폰 사용, 특별한 "축제 캐시백 할인" 등을 포함합니다.

10월

디왈리(Diwali)

디왈리 축제는 빛의 축제라고도 하는 인도인들이 가장 중시하는 힌두교 전통 축제로 인도의 3대 전통 축제 중 하나입니다. 라마신이 마왕 라바나를 물리치고 집으로 돌아온 것을 기념하는 이 날에는 "빛으로 어둠을 몰아내고 선량함으로 사악함을 물리친다"는 의미로 등불을 밝힙니다. 인도의 전국적인 큰 축제인 디왈리 축제는 매년 10월이나 11월에 5일 동안 열립니다:

크리스마스

12월

12월 25일 크리스마스는 인도의 공휴일로 서양과 같은 방식으로 축하합니다. 크리스마스 장식을 하고 크리스마스 선물을 주고 받으며, 크리스마스 장식은 빨간색과 녹색을 위주로 하고 크리스마스 장식품과 다양한 크리스마스 선물, 양말 등으로 장식합니다.



부를 기원하며 장신구와 홈 인테리어 제품 구매



집을 청소하고 장식하며 새 옷을 입음. 깨끗한 집에만 신이 들어온다고 믿음



신을 참배하고 촛불과 유등을 켜며 가족 모임과 불꽃놀이를 함



가족 친지, 친구와 선물을 주고 받음

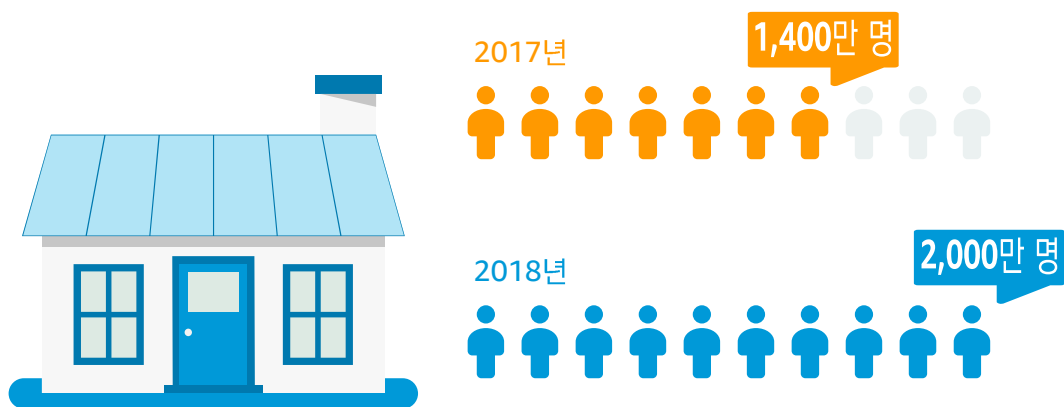


형제들이 자매들의 집을 방문하여 장수와 번영을 기원

디왈리 축제는 인도에서 전자상거래의 최대 쇼핑 성수기로 아마존 인도 마켓플레이스는 2018년 디왈리 축제 프로모션 기간 중 모든 카테고리에서 최대 매출을 기록했습니다.

- 4일 동안 인도 우편 배송 서비스 지역의 99% 지역에서 주문
- 80%가 넘는 신규 고객 소도시에서 발생
- 셀러 매출액 평소 대비 4.2배 증가¹

디왈리 축제 구매자 수 급증



출처 (외국어만 해당)

1. Open letter from Head of Amazon India

아마존 인도 마켓플레이스의 디왈리 축제 빅세일 기간은 15~16일이며, 9월말부터 10월 말까지 3회로 나누어 진행됩니다. 인도 마켓플레이스 Prime 회원은 미리 디왈리 축제를 즐길 수 있습니다.



아마존은 2013년부터 디왈리 축제 프로모션 행사를 진행했으며 2019년에 6년째를 맞이했습니다. 아마존은 매년 디왈리 축제의 쇼핑 열기를 더하기 위해 TV, 옥외 광고판, 신문 등 대량의 광고를 투입하여 대대적인 홍보를 하고 있습니다.



TV 광고



옥외 광고판

디왈리 축제의 특성상 인도 소비자가 이 기간에 구매하는 상품은 다음과 같은 뚜렷한 특징을 보입니다.



전통 축제 장식

디왈리 축제는 "빛의 축제"이기 때문에 LED등, 랜턴, 양초등, 촛대 등 조명기구가 인기가 높으며, 전통적인 축제 장식과 선물 포장도 인기가 많습니다.



현대적인 가정용품

인도인들은 깨끗한 집에만 신이 들어온다고 믿기 때문에 디왈리 축제 전에 집을 청소하고 새롭게 단장합니다. 현재 인도 가정에서는 전통적인 축제 장식 외에도 축제 전에 현대적인 요소의 창의적인 물품을 많이 구매합니다.



전자제품 및 액세서리

최근 몇 년간 인도의 스마트폰 보급률이 대폭 증가하면서 이어폰, 스포츠 팔찌 등 전자제품이 생활 필수품이 되었습니다. 그 밖에도 인도인들이 갈수록 생활의 질을 중시하면서 언제 어디서나 음악을 들을 수 있는 소형 무선 블루투스 스피커도 인기를 얻고 있습니다.



의류

디왈리 축제 기간에는 남녀 모두 전통 의상을 입고 축제를 즐깁니다. 인도 여성의 전통 의상은 사리/레헝가/쿠르타 3 종류가 있으며, 스타일은 다르지만 모두 선명하고 화려한 컬러의 실크나 면을 사용합니다. 인도 남성의 전통 의상은 쿠르타라고 하며 대부분 실크 소재를 사용하며 전통적인 조끼와 함께 입을 수 있습니다.



주얼리 및 손목 시계

인도 여성들은 축제 기간에 다양한 스타일의 화려하고 과장된 주얼리를 착용하며 자신을 아름답게 치장하는 것을 좋아합니다. 대부분의 남성들은 손목 시계와 선글라스로 멋을 냅니다.

아마존 인도의 제품 정책

FBA 상품 제한 사항: [여기를 클릭해서 보기](#)

판매 금지 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)

규제되는 상품: [여기를 클릭해서 보기](#)



인도 요약

1. 전 세계에서 보기 드문 "고성장, 대규모" 특징을 지닌 단일 국가
2. 젊은 층의 인구가 많은 국가로 거대한 장점을 지니며, 트래픽량이 많고 주문 속도가 빠름
3. 독특한 소비 문화를 지니며, 축제가 많고 프로모션 시즌이 많음
4. 인도 국민의 아마존에 대한 호감도가 높으며, 사이트 내 툴이 완비되어 있고 자원이 풍부하며 비용이 저렴함

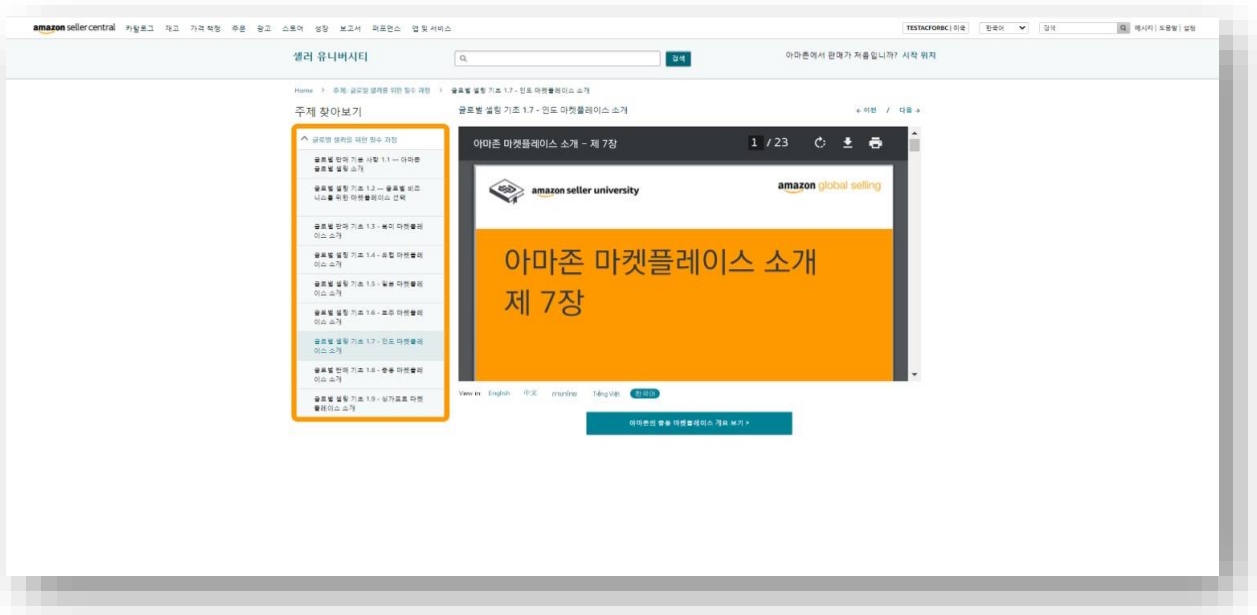
관련 내용 보기

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.