

제1회 충남 사회적경제 포럼

— 중국 타오바오 빌리지의 사업모델과 성과 —

 일 시 : 2018. 8. 22.(수) 15:00

 장 소 : 충남연구원 4층 대회의실

제1회 충남 사회적경제 포럼

- 중국 타오바오 빌리지의 사업모델과 성과 -

□ 행사 개요

- (일 시) 2018. 8. 22.(수) 15:00 ~ 18:00 (3시간)
- (장 소) 충남연구원 4층 대회의실
- (발 표) 왕천 교수(저장대학교)
- (주 최) 충남연구원

□ 세부 일정

| 진행 흐름 | | |
|-------------|-----|--|
| 15:00~15:02 | 02' | 개 회 사 |
| 15:02~15:05 | 03' | 인 사 말 씀 |
| 15:05~16:35 | 90' | 주 제 발 표 <input type="checkbox"/> 타오바오촌은 중국농촌개발을 향한 포용적 혁신모델인가? • 왕 천 교수(저장대학교) |
| 16:35~16:50 | 15' | 휴 식 |
| 16:50~17:50 | 60' | 지정 및 종합토론 • 박태신 이사장(충남따숨상사협동조합) • 최영준 대표((주)나눔커뮤니케이션) • 박한기 사무관(산업통상자원부) • 손정원 교수(런던대학교) |
| 17:50~18:00 | 10' | 마무리 및 폐회(사진촬영) |

발표자료

[제1회 충남 사회적경제 포럼]

『The rise of Taobao villages: A successful model of inclusive innovation for rural China?』

Cassandra C. Wang

ZHEJIANG UNIVERSITY



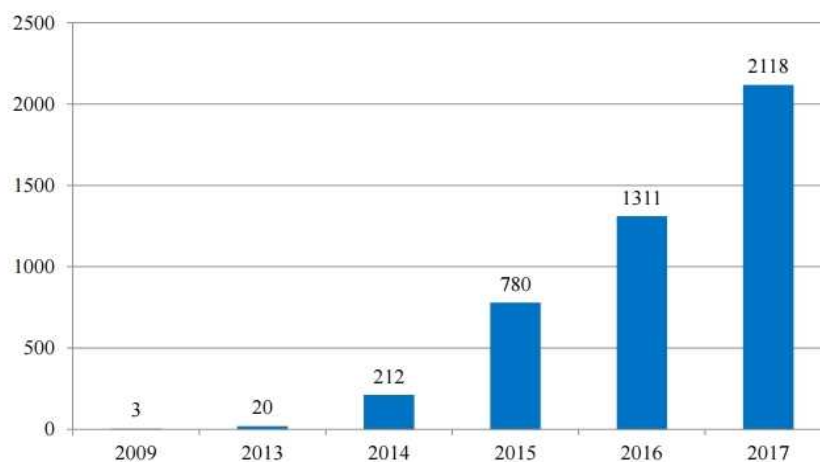
The rise of Taobao villages: A successful model of inclusive innovation for rural China?

Cassandra C. Wang
August 22nd 2018



Introduction

A rapid growth of China's Taobao Village



Source: Ali Research Institute



Introduction



"If you want to have a good life, go to do Taobao business immediately!"

A slogan in one of the Taobao villages of Shantou, Guangdong province: Running around outside, is inferior to doing Taobao business at home!



Introduction



In Chengdu's Taobao village, Workers worked extremely hard to produce clothes for Double Eleven.

At the eve of Double Eleven, Taobao store owners in one of the Taobao villages of Shandong province attend the oath-taking rally to expect a harvest at Double Eleven.



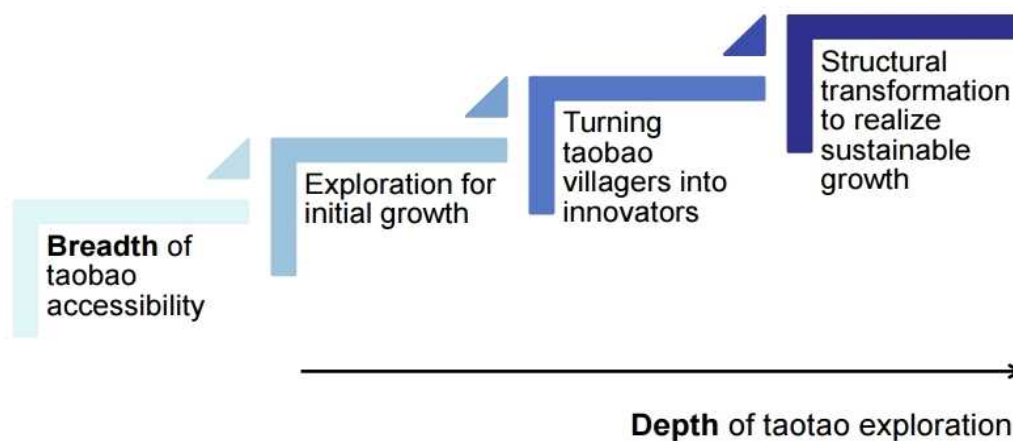


Taobao and inclusive innovation

- **Inclusive innovation:** aims to create and enhance opportunities to improve the wellbeing of those at the “bottom of pyramid” (George et al. 2012; OECD, 2013).
- Questions arise: Can Taobao village be regarded as a strategy of inclusive innovation? Has Taobao led to a sustainable and inclusive growth of rural places in China?
- This study attempts to investigate the impacts of Taobao on rural development with a case study of Zhejiang province where Ali baba is located.



Analytical Framework



A progressive framework for taobao and inclusive innovation

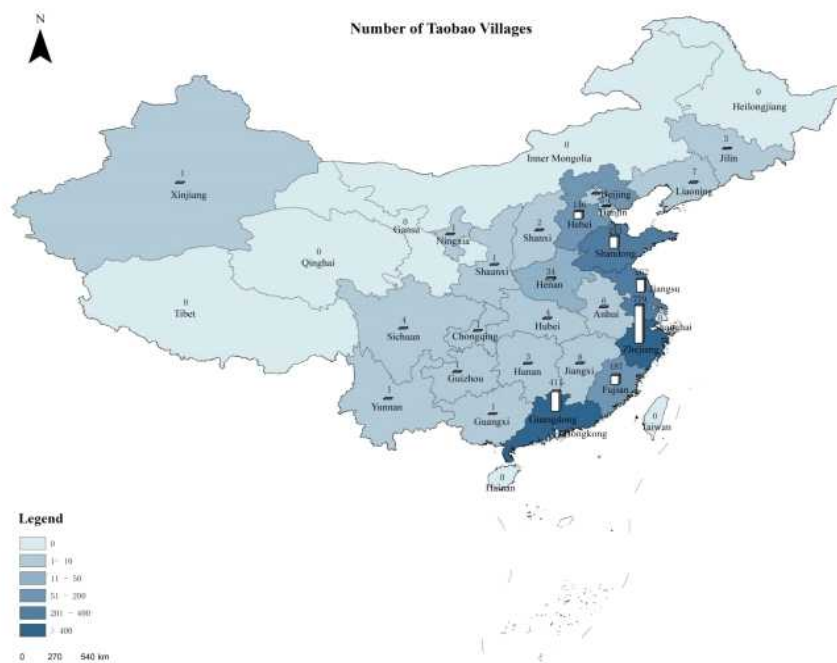


Research Design

- **Taobao village:** (1) Annual turnover of e-commerce larger than 10 million RMB (1.46 million USD) ; And (2) At least more than 100 Taobao stores in the village, or at least 10% of rural households engaging in Taobao.
- **Initial growth:** (1) Increase of villagers' income; (2) Increase of sales revenue.
- **Innovation:** (1) Product innovation, namely, the improvement of products (services)' quality; (2) Process innovation: use of new equipment to improve labor productivity etc.
- **Structural transformation:** (1) Diversification of local industries; (2) Increase of high-educated people, for instance, attracting college graduates to return home to start a business.



Taobao villages in China



- Taobao villages are located at the eastern coastal regions;
- Zhejiang hosted 779 Taobao villages in 2017, ranking number one;
- Zhejiang is followed by Guangdong province which holds 411 Taobao villages;
- Jiangsu ranked number 3 with 262 Taobao villages.



Taobao villages in China

Grassroots Entrepreneurship

At the end of 2017, there were 470,000 Taobao stores in these villages, which are the engine of Taobao villages.

Taobao-platform Empowerment

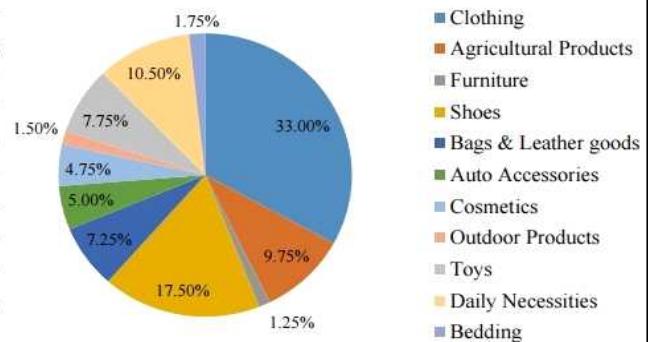
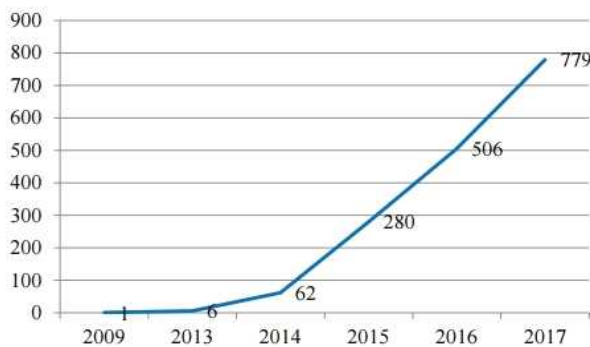
Taobao not only provides e-platform for trading, but also financial and logistic support and big data analysis.

Effective Government

Support on infrastructure and public services, for instance, Zhejiang invested 10 millions yuan on e-commerce villages, governments of Jiangsu and other places build up the e-commerce training base.



Taobao villages in Zhejiang

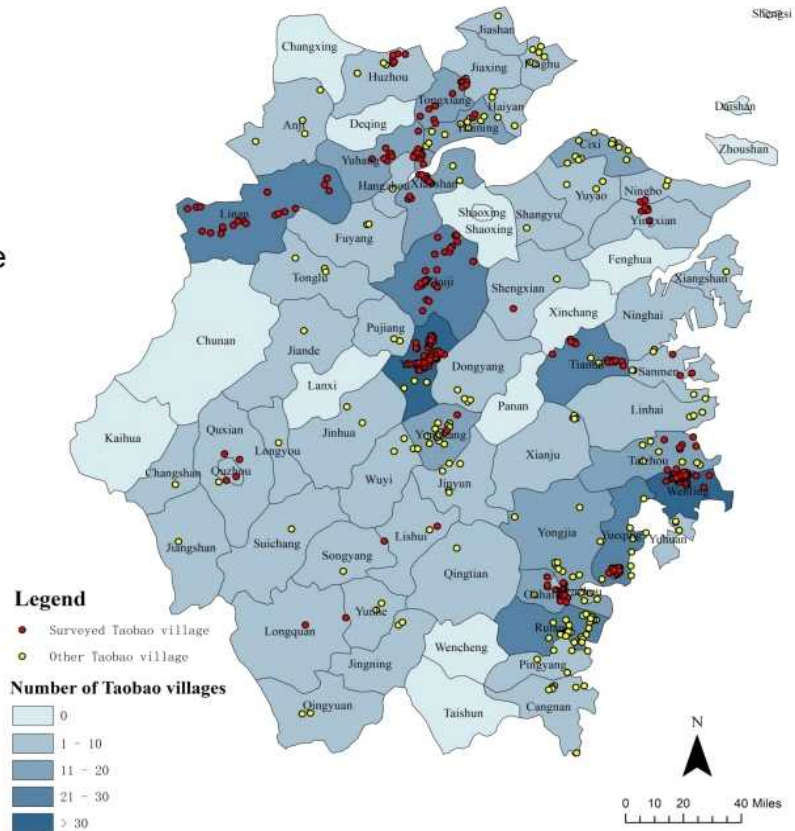


Rapid growth after the year of 2013;

Diversified products but mainly focus on clothing, shoes, daily necessities and agricultural products.



Spatially spread to most of the county-level regions;
Some regions host more Taobao villages than others.
Selected 300 Taobao villages to do questionnaire survey and interviews on village cadres (mostly village head) and Taobao store owners in 2017.



Employment of Taobao villages

Table 1: Employment profile of local largest Taobao store

| | Minimum | Maximum | Mean |
|-------------------------------|---------|---------|------|
| Number of employees | 2 | 7030 | 101 |
| Number of local employees | 0 | 120 | 8 |
| Number of non-local employees | 0 | 6910 | 90 |

How do local largest Taobao store recruit their employees?

| | | | |
|------------------------------|--------------------------------|---|--|
| Employees are mainly friends | Employees are mainly relatives | Employees are introduced by friends and relatives | Employees are recruited through labor market |
| 18% | 27% | 12% | 64% |



Sales channel of Taobao villages

Table 2: Main sales channels of Taobao villages

What are the sales channels of your village?

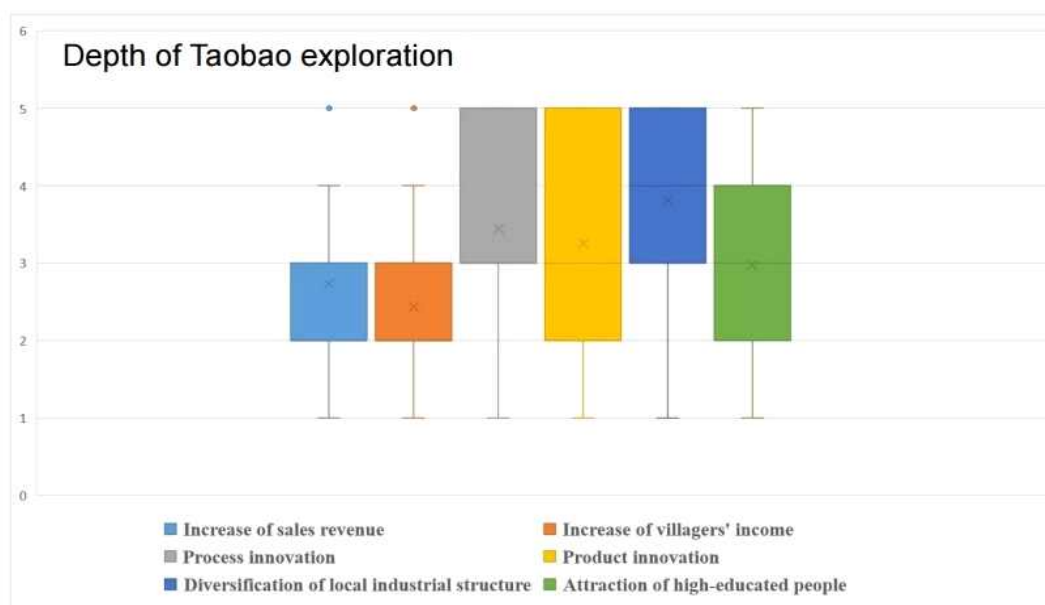
| Selling local products by traditional channels | Selling local products through e-platform | Selling nonlocal products through e-platform |
|--|---|--|
| 35% | 27% | 41% |

- Taobao enables villagers to be independent of local resources (products) to make a fortune.
- For those selling local products, traditional sales channels are still important to Taobao villages.



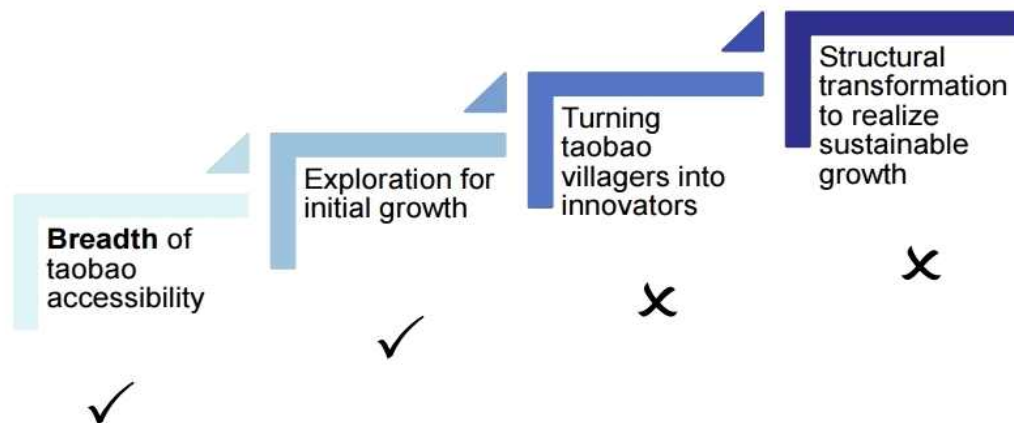
Taobao: A successful strategy for Inclusive innovation?

Breadth of Taobao accessibility: 99% of Zhejiang villages can access to broadband





Taobao: A successful strategy for Inclusive innovation?



Stage 1: Initial growth

"In the past, I can only sold my products locally. Taobao provides me a new channel to expose my products to national and even international consumers, and the use of e-platform increases the sales revenue greatly" (Taobao store owner).

"The largest Taobao owner in our village is a young lady who has been doing Taobao for more than ten years. Her annual income is around 600,000-800,000 RMB" (village head).

"As a disabled person, I could not earn my living before I do business on Taobao. Local Chinese walnut is nationally well-known. I purchased them from local factory and sold them in my Taobao store after a simple packaging. Right now I am not only able to live on my own but also can support my family! " (Taobao store owner).



Stage 2: Turning into innovators

“You may think that increasing demands for our products may force us to enhance the labor productivity and even improve the quality of our products. But this does not happen to us. At present we are quite happy about what we have been and do not want any change” (local entrepreneur who is engaged with Taobao).

“To our village, innovation is difficult because we are lack of high-educated people. A majority of our villagers drop out from high school. They used to be farmers without receiving a higher education” (village cadre).

“I do not think the adoption of e-platform will induce localized innovation. Many of Taobao store owners sell products from other places. How come this behavior is helpful for local innovation? No, I don't think so” (village cadre).



Stage 3: Structural transformation

“Before the popularity of Taobao business, there were over one hundred processing factories in our village. The number of these factories does not change” (village head).

“We are one of the earliest Taobao villages awarded by Alibaba and have been doing very well since then. Many other villages come to learn our experience. But talking about the extension to upstream and downstream industries, emerging tourism industry, increase of restaurants and hotels, I do not see this coming” (director of e-commerce association).

“Yes, there are some graduates who come back to do Taobao business. But this number is still very small. Most of them are reluctant to return. There are more opportunities and a brighter future in big cities” (village head).



Dark side of Taobao village

- About one-six of surveyed villages informed that Taobao business also brings about a few of problems, such as environmental pollution (packaging waste), low price competition and less people engaging in primary industry etc.

“Taobao business is dependent upon logistics or express delivery which will inevitably produce packaging waste. Currently people do not realize that it will be a big issue, but in the future we have to seriously deal with this problem.” (village head).

“Taobao indeed expands our sales channels, but at the same time it also makes the price quite transparent. To achieve a better sales performance, many Taobao owners resort to low price competition rather than quality improvement” (Taobao store owner).



Summary

- A rapid growth and an uneven spatial distribution of China's Taobao village after 2014. Grassroots entrepreneurship, Taobao empowerment and effective governments are important driving forces.
- As the birth place of Alibaba, Zhejiang province hosts the largest number of Taobao villages in China.
- There is a wide accessibility of Taobao in Zhejiang, and Taobao store owners range from individuals and large enterprises.
- Although Taobao enables villagers to be independent upon local resources, traditional sales channels and local specialized products are still very important especially for those selling local products.



Summary

- Taobao engagement increases villagers' income and local sales revenue but has not yet stimulated innovation and realized structural transformation.
- Taobao village is not yet a successful model of inclusive innovation for rural China. It should adopt an evolutionary and progressive perspective to understand inclusive innovation and inclusive growth.
- For local government, it is not advisable to over-estimate or under-estimate the role of Taobao in the process of rural development. While local government should provide “smart” supports to Taobao business, it also needs to avoid the negative influences caused by Taobao economy.



THANK YOU !

발표자료

[제1회 충남 사회적경제 포럼]

『타오바오촌은 중국농촌개발을 향한 포용적 혁신모델인가?』

왕 천

저장대학교 교수



타오바오 촌은 중국 농촌개발을 향한 포용적 혁신 모델인가?

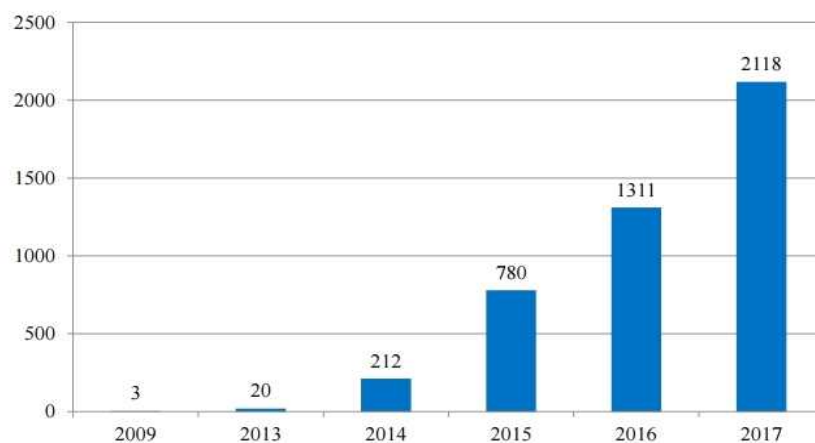
Cassandra C. Wang

2018년 8월 22일



서론

타오바오 촌의 고속성장



자료: Ali Research Institute



서론



“행복한 인생을 원한다면
타오바오 사업을 즉시 시작하라!”

광둥성 산토군내의 한 타오바오 촌에
적힌 구호:

“타오바오 사업이 이리저리 뛰어다니는
것보다 훨씬 낫다!”



서론



청두소재 타오바오 촌에서 솔로의
날을 앞두고 생산에 전념하고 있는
모습

11월 11일(光棍节 솔로의 날) 전날,
타오바오 사업가들이 11월 11일의 큰
성공을 위한 결의대회에 참석하고
있다.



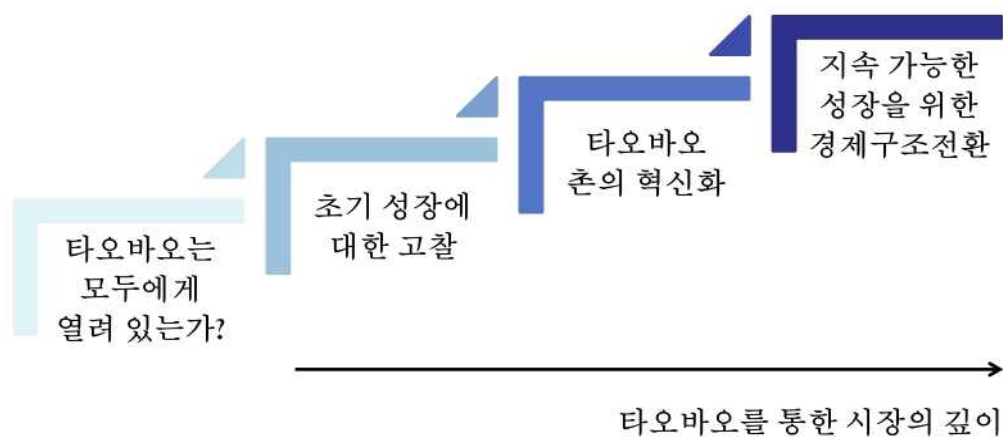


타오바오와 포용적 혁신

- 포용적 혁신: “사회의 바닥”에 있는 사람들에게도 삶을 향상시킬 수 있는 기회를 제공하는 혁신.
(George et al. 2012; OECD, 2013)
- 그렇다면 타오바오 촌은 포용적 혁신인가? 타오바오 촌은 중국 농촌지역의 지속가능하고 포용적인 성장에 기여하고 있는가?
- 본 연구에서는 알리바아의 본사가 위치한 쩐장주의 사례를 중심으로 타오바오 촌이 농촌개발에 미친 영향을 살펴본다.



분석 틀



진보적인 타오바오 촌과 포용적 혁신을 위한 틀



연구설계

- 타오바오 촌

- (1) 연간 매출액 천만위안 (미화 146만 달러 USD) 이상
- (2) 1개 촌 안에 타오바오 숭 100개소 이상. 이는 10%이상의 농촌인구가 타오바오 숭을 운영한다는 의미

- 내적성장

- (1) 촌 주민들의 소득 증대 증가
- (2) 매출액

- 혁신

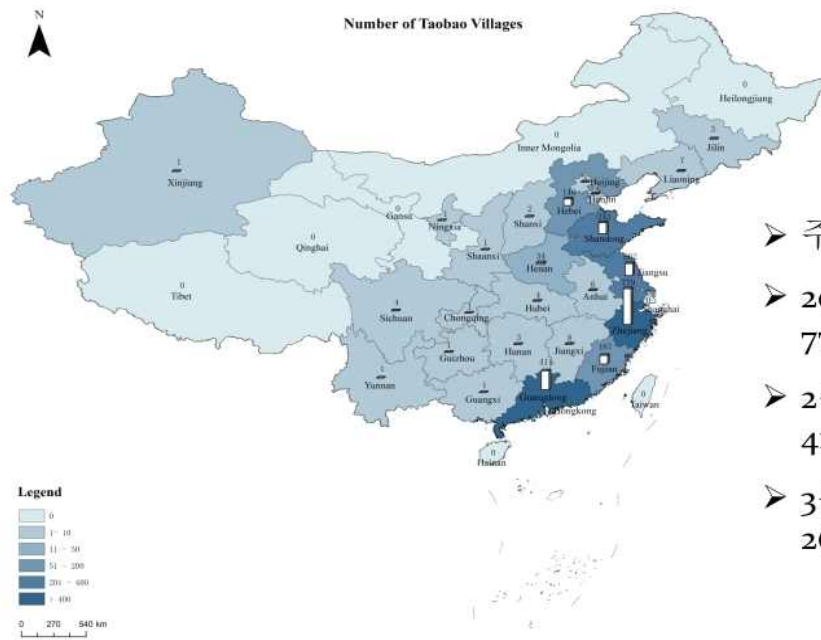
- (1) 제품혁신- 제품이나 서비스의 질 향상
- (2) 공정혁신- 생산성 향상을 위한 새로운 생산설비 활용

- 경제구조적 전환

- (1) 지역 산업의 다양화
- (2) 평균 교육수준 증대 (예: 대출자들의 귀향, 창업)



타오바오 촌 개요



- 주로 동해안 쪽에 분포
- 2017년 기준, 찜장성에 779 개소로 최다
- 2위는 광둥성으로 411개소
- 3위는 장수성으로 262개소



타오바오 촌 개요

Grassroot 기업가정신

2017년 말 기준, 470,000개의 타오바오 촌이 농촌지역에 존재.
이들이 타오바오 촌의 엔진

타오바오 플랫폼의 장점

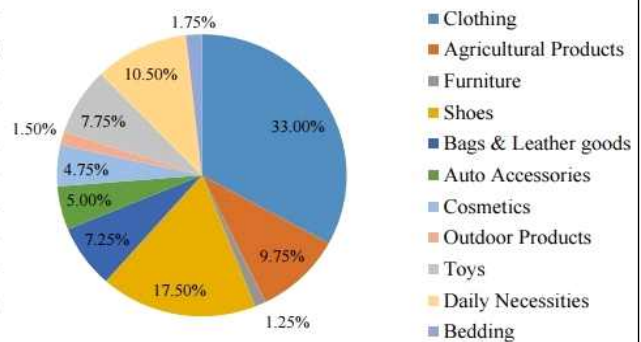
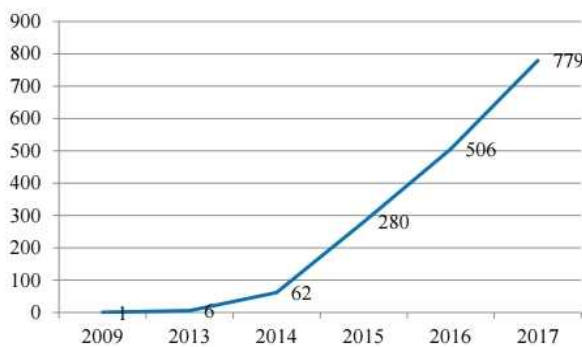
타오바오가 전자상거래를 위한 플랫폼을 제공할 뿐 아니라, 금융, 물류, 빅데이터 분석까지 제공

지방정부의 역할

인프라와 공공서비스 제공. 저장성의 경우 미화 146만 달러를 전자상거래촌에 투자했으며, 장수성 등은 전자상거래 훈련소를 운영



저장성의 타오바오 촌

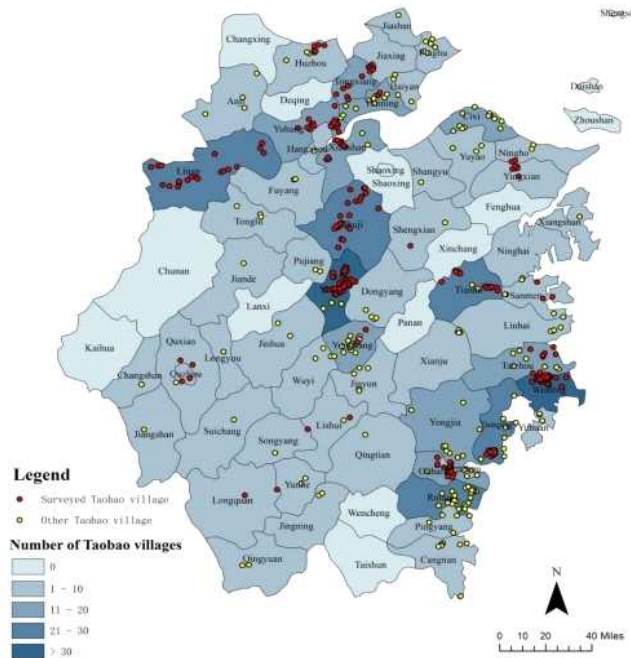


2013년 이후 빠른 성장

상품은 다양하지만 의류, 신발, 등 일상용품과 농업생산물이 주



- 현 급 지역에 주로 분포
- 그러나 특정 현에 집중된 양상
- 본 연구에서는 300개소를 뽑아 설문을 진행.
- 현장 등 지방정부주요 인물, 타오바오 숭 소유주들을 인터뷰 (2017년)



타오바오 촌의 고용 현황

표 1: Employment profile of local largest Taobao store

| | 최소값 | 최대값 | 평균 |
|----------|-----|------|-----|
| 고용인 수 | 2 | 7030 | 101 |
| 지역민 고용 | 0 | 120 | 8 |
| 비 지역민 고용 | 0 | 6910 | 90 |

대규모 타오바오 숭은 노동자를 어떻게 고용하나?

| 업주가 친구를 고용 | 업주의 친척들을 고용 | 친구나 친척의 소개 | 노동시장을 통해 고용 |
|------------|-------------|------------|-------------|
| 18% | 27% | 12% | 64% |



판매 통로

표 2: 주요 판로

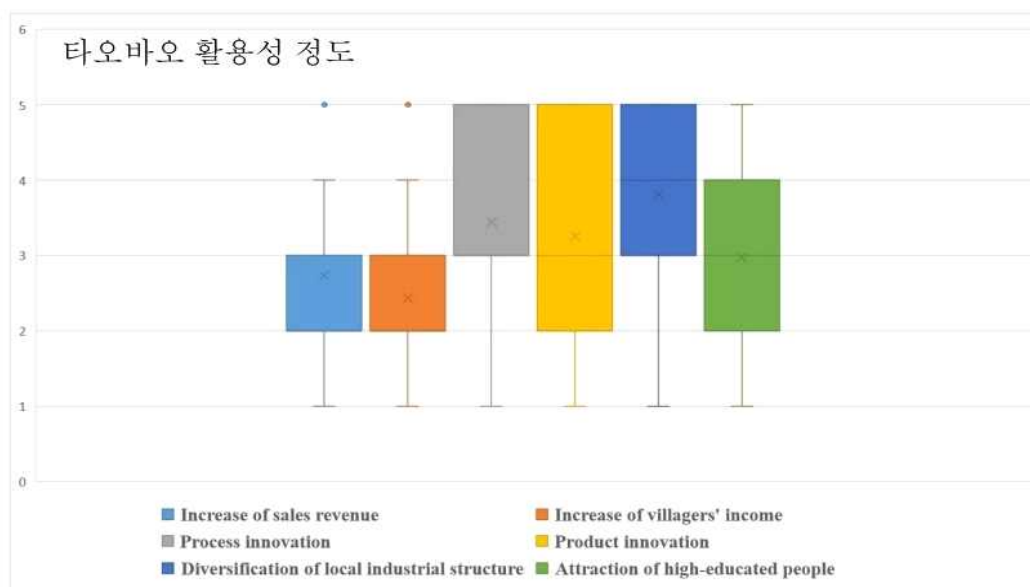
| 귀 촌의 주요 판로는 어디입니까? | | |
|-------------------------|-----------------------|------------------------|
| 지역의 생산물을 기존 판로를 이용하여 판매 | 지역의 생산물을 전자상거래를 통해 판매 | 타지역의 생산품을 전자상거래를 통해 판매 |
| 35% | 27% | 41% |

- 타오바오 덕에 지역의 자원과 관계없이 부를 축적하는 것이 가능해짐
- 지역 생산물의 경우에는 전통적인 판매 통로가 여전히 중요



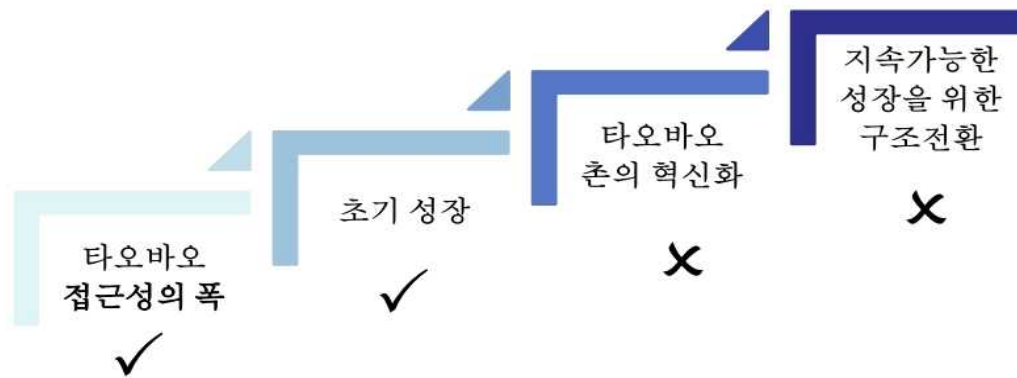
타오바오 촌은 포용적 혁신모델인가?

타오바오 접근성: 저장성의 촌 중 99% 에서 고속 인터넷 사용가능





타오바오는 포용적 혁신인가?



1단계: 초기 성장

“과거에는 이 지역내에서만 물건을 팔았습니다. 타오바오 덕분에 다른 지역, 심지어 다른 나라 소비자들에게까지 제 물건을 알릴 수 있게 되었어요. 전자상거래 플랫폼 덕분에 이윤이 크게 늘었습니다.”
(타오바오 숭 소유주).

“우리 촌에서 제일 큰 타오바오 숭 주인은 젊은 여자분입니다. 10년간 사업을 운영해온 분인데, 소득이 연 600,000-800,000 위안 수준입니다.”
(촌장).

“저는 장애인이기 때문에 타오바오 사업을 하기 전에는 제 생활비를 스스로 벌 수 없었습니다. 우리 지역 호두는 전국적으로 유명해서, 지역 공장에서 호두를 구매하여 간단한 포장을 한 후, 타오바오 숭을 통해서 판매하고 있습니다. 이제 제 생활비 뿐 아니라 가족의 생계비도 벌고 있습니다. (타오바오 숭 소유주).



2단계: 혁신성

“수요가 증가하면 노동생산성을 높이고 제품의 품질을 높이기 위해 노력할 것이라고 생각하실 것 같은데, 그렇지 않은 실정입니다. 지금 우리는 우리 방식으로 사업을 잘 하고 있고, 뭘 바꾸고 싶지 않습니다.”
(타오바오를 통한 온라인 상거래에 관계하고 있는 지역 기업가).

“저희 촌에서는 교육받은 사람이 많지 않기 때문에 혁신을 이루기가 쉽지 않습니다. 대부분 고등학교 중퇴자들인데 다들 농부 출신입니다.”(촌장).

“전자상거래를 한다고 해서 지역에서 혁신이 일어날 것이라고 생각하지 않습니다. 타오바오 숭 소유주들 중에 다른 지역에서 숭을 운영하고 있는 사람들이 많습니다. 그게 어떻게 지역의 혁신에 도움이 되겠습니까? 될 리가 없다고 생각합니다.”(촌장).



3단계: 구조 변화

“타오바오 사업이 인기를 얻기 전에 이미 저희 촌에는 백 개도 넘는 임가공 공장이 있었습니다. 타오바오 사업이 유행이지만 공장 숫자는 달라지지 않았습니니다.”(촌장).

“저희는 알리바바가 지정하기 시작한 초기에 타오바오 촌 지정을 받았습니다. 사업은 지금까지 잘 되어 왔고요. 다른 타오바오 촌에서 저희 촌에 배우러 옵니다. 하지만 상류나 하류부문의 산업으로 확장한다거나, 관광과 결합시키거나, 호텔, 음식점 증가로 이어진다거나 하는 일은 일어나지 않았습니니다. 앞으로도 그런 변화는 없을 것 같습니다”(전자상거래 협회 사무총장).

“대학 졸업하고 귀향하여 타오바오 사업을 하는 청년들이 있긴 있습니다. 하지만 숫자가 아주 작습니니다. 대부분의 청년들은 돌아오지 않아요. 대도시에 기회가 많고 미래도 밝으니깐요.”(촌장).



타오바오 촌의 문제점

- 피설문자의 1/6 정도가 문제점을 지적. 포장재 폐기물때문에 발생하는 환경오염, 제 살 깎아먹기 식의 저가 경쟁, 기존 산업 외면 등의 문제가 지적됨.

“타오바오 사업은 택배 등 물류사업에 의존하기 때문에, 포장재 폐기물이 발생할 수밖에 없습니다. 아직 사람들이 잘 실감하고 있지 못하지만, 가까운 장래에 심각한 문제로 대두될 것입니다.” (현장)

“타오바오 덕분에 판로가 넓어진 것은 사실입니다. 하지만 동시에 소비자들이 가격을 너무 잘 알게 되어 버렸어요. 판매량을 늘이기 위해서는 품질개선보다는 가격을 점점 낮게 책정하는데 집중할 수밖에 없습니다.” (타오바오 숭 소유주)



요 약

- 타오바오 촌이 2014년 이후 급격히 증가. 공간적으로는 편중된 분포. 그래스루트 기업가정신, 타오바오의 지원, 지방정부의 지원이 타오바오 촌 성공의 요인
- 알리바바의 창업지인 저장성은 다른 어떤 성보다도 많은 타오바오 촌을 보유하고 있음.
- 저장성에는 어디서나 타오바오 플랫폼에 접근이 가능하며, 타오바오 숭 소유주는 개인도 있고 대기업도 있음
- 타오바오 촌 덕에 지역 자원과 상관없이 사업을 벌일 수도 있게 되었지만, 아직 전통적인 판매 통로와 지역 생산물은 경제에서 중요한 위치를 차지하고 있다.



연구결과 요약

- 타오바오 사업이 확산됨에 따라 농촌지역 소득과 이윤이 증가함. 그러나 어떤 혁신이 나타나거나 경제구조가 변화했다는 증거는 찾지 못함.
- 타오바오 촌 아직 농촌개발을 위한 포용적 혁신모델이라고 보기에는 어려움.
- 지방정부는 전자상거래의 가능성을 과대평가하지도 과소평가하지도 말아야 한다. 지방정부는 “smart”한 지원을 제공해야겠지만, 동시에 타오바오 촌의 부정적인 부산물들에 대해서도 주의를 기울여야 한다.



THANK YOU!

토론자료

[제1회 충남 사회적경제 포럼]

『농촌지역 사회적유통을 위한 충남따숨상사협동조합의 역할』

박 태 신

충남 따숨상사협동조합 이사장

농촌지역 사회적유통을 위한 충남따숨상사협동조합의 역할

충남따숨상사협동조합 이사장 박태신

1. 충남(전국) 농촌·도농복합 도시의 현황

- 지방 도시의 인구절벽은 모든 지자체의 존립 가능성을 흔들고 있으며-한국의 지방 소멸2018 보고서/한국고용정보원-보고에서 따르면, 전국 시군구 40%가 소멸 위험 상황
- 특히, 지역(로컬)의 경우, 청년인구(실질노동인구)의 절대 부족이 생산성 저하로 이어지는 상황에서 근본적인 고찰의 부족
- 또한, 위의 사회적 미션의 인식과 해결 방법론의 부재로 인하여, 일회성 지원 사업의 형태로 중앙 및 지방정부의 공적자금 투입 중
- 그리고, 중간유통업의 경우, 거대 자본의 카르텔화를 통하여 극한 이익이 관철되는 왜곡된 농·식품 유통구조 구축으로 불합리한 소비시장형성
- 단 기간 내 경제 발전 모델로 자본과 이익의 서울(중앙)집중 현상이 현재까지 이어지고 있으며, 로컬입장에서 보면 자원의 외부 유출과 적절한 분배가 이루어지지 못하여 지역 경제가 파탄
- 이에 따른, 지방경제의 자기완결성을 기약할 수 없는 가운데 사회적 유통, 사회적경제 기업의 역할은 기존의 경제모델을 뛰어넘는 대안 경제로써의 로컬형 패러다임 필요

2. 농촌의 IT운영 사례와 비판

- 농촌 정보화마을, 농산물쇼핑몰(농가, 생산자조직, 지자체)에 마을지원사업의 일환으로 중앙 및 지방정부의 예산 투입
- 설치 기기와 연결망 수준은 최고이나, 온라인 쇼핑몰 운영자 육성에 실패했고, 운영자의 비즈니스 마인드 형성을 위한 후속 프로그램으로 나아가지 못하였고, 가장 큰 원인으로 소비시장에 대한 분석이 미약했으며, 이를 실행할만한 인력 풀 구축에 실패
- 대부분의 쇼핑몰은 운영비조차 건지지 못하고 결국 개점휴업이고, 지자체의 쇼핑몰은 공급자 중심의 구축과 운영으로 소비자들로부터 외면당하고 있음
- 결국, ‘사람’에 대한 투자가 실패했기에, 농촌경제에 젊은 그룹 유인, 지역경제의 선순환 시스템 구축에 기여하지 못한 것으로 여겨짐

3. 타오바오가 주는 시사점

- 농촌문제를 IT를 통해 해결하기 위해 비즈니스 마인드를 갖춘 청년층을 형성했기에 안착할 수 있었다고 봄
- 타오바오촌의 중국 내 소비인구 계층으로 평가받는 농촌지역의 발전모델링하는 알리바바 그룹의 프로젝트의 일환으로 이루어진 것으로 알고 있으며, [제품혁신], [기업화], [시스템화], [다원화] 라는 구조적 발전에 힘썼으며, 사회적 가치를 추구하는 방법으로 [창업육성], [구직기회], [부의 창출-빈곤해결모델] 등 제시-알리연구원/중국 타오바오촌 연구보고 2016
- 충남의 경우 광역 및 시군 사회적경제조직과 북부권(천안, 아산)에 집중된 대학의 예비 인력을 활용한 인재 풀 구성하여 단기 프로젝트 형태로 로컬 내에서 동시다발적으로 추진해야 한다고 봄
- 특히, 농식품의 경우 프랑스 등의 ‘푸드어셈블리’ 모델과 비교해볼 필요가 있는데 2015년 미국 자본(실리콘밸리)의 900백만달러 투자 유치에 성공하여, 현재까지 운영되어 지고 있으며, [타오바오와 푸드어셈블리]의 공통점은 빅 머니(엔젤투자형태)가 사회적 가치 추구 방향으로 진행되었다는 부분을 제대로 분석하여 추진방안을 모색했으면 함.

4. 충남 따숨상사협동조합의 역할

- 1) 전문성과 협업에 기초한 사회적경제 판로·마케팅
 - 사회적경제기업의 유통·마케팅 전문성 부족이라는 현실적 문제를 해결키 위해
 - 사회적유통 전문마케터 고용, 사회적경제유통지원센터 운용
 - 공공시장·일반시장 온라인 플랫폼 운용
- 2) 광역형 공공구매 전용 포털 구축
 - B2G_ *예, 서울시의 ‘세나비’
 - 충남 광역권 사회적경제기업에게 공공구매 정보 제공
 - 공공기관에게 사회적경제기업에게 생산정보 제공
 - 사회적경제기업의 신규 공공시장 창출
- 3) 사회적경제 온라인 쇼핑몰 ‘따숨몰’
 - 고도화 계획: 2018~2019
 - B2C, B2B, C2C 지향
 - 오프라인 매장, 오프라인 마케터와 연계
 - 사회적경제 우호소비자군 형성

4) 사회적 유통의 지역 결합

- 현재의 유통이라 함은, 단순히 제품과 용역(서비스)을 소비자가 원하는 형태로 제공하는 1차원적 작업으로 인식되어 오고 있으나, 2018년을 기준으로 신세계(이마트-정용진 대표)그룹의 경우를 보더라도, 문화와 예술을 접목시켜(가수 오디션 프로젝트 및 일렉트로닉맨 런칭)소비에 대한 패러다임을 변경하기 위해 막대한 자본을 투자하고 있는 상황에서, 지역의 유통은 ‘먹거리를 통한 지역문제 해결’이라는 화두에, 지역과 중앙의 연결고리 역할을 할 수 있는 [도시재생], [인력양성] 등을 더하여, 모듈화를 통한 효과의 극대화가 필요한 상황

위와 같은 형태의 푸드 플랜이 사회적경제와 마을 만들기가 결합해야 전진할 수 있다고 봄.

- 충남따숨상사협동조합은 도내 사회적경제조직의 판로확보라는 과제와 더불어, 지역의 사회적경제 조직, 또는 개인과 함께 생산-소비간 거리를 좁히는 다양한 시도를 하고자 함.
- ‘차오바오촌’ ‘푸드어셈블리’ 등은 IT활용과 네트워크 형성, 비즈니스 모델 구현, 사회적가치 실현을 전제로 한 청년 주체 형성이란 관점에서 재해석해, 충남 농촌에 적용시켜야 나가야 한다고 봄.

토론자료

[제1회 충남 사회적경제 포럼]

『타오바오빌리지 개념을 통해 바라본 충남 사회적경제 공동쇼핑몰 따숨몰 현황과 과제』

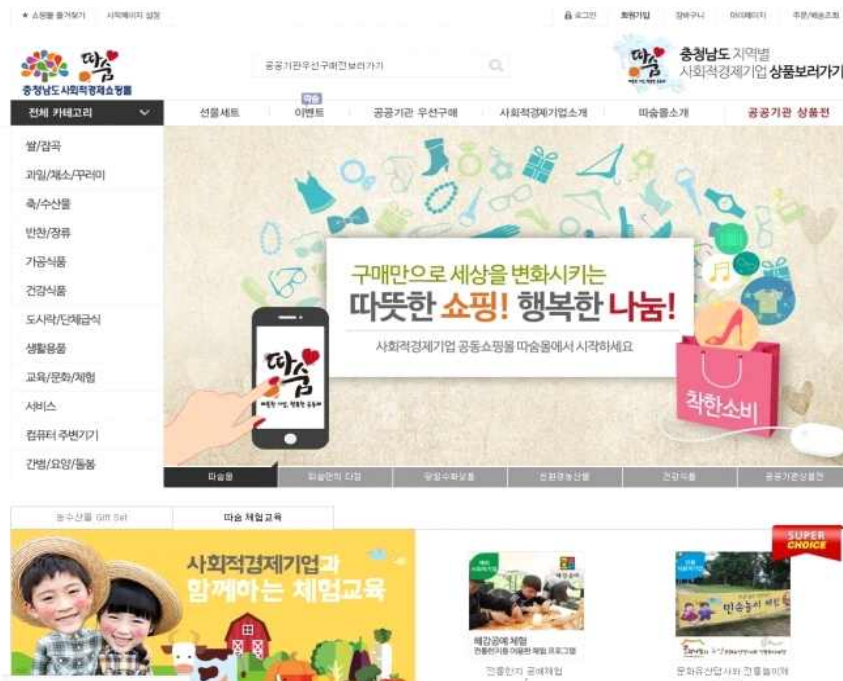
최 영 준

(주) 나눔커뮤니케이션 대표

타오바오빌리지 개념을 통해 바라본 충남 사회적경제 공동쇼핑몰 따숨몰 현황과 과제

천안시 인증사회적기업
(주)나눔커뮤니케이션 대표 최영준

충남사회적경제 전자상거래 플랫폼 따숨몰



따숨몰 지나온 길

■ 2014년

- 충남 광역특화사업(판로지원센터)으로 12월 제작

■ 2015년

- 01월 ~ 04월 시범 운영
- 05월 정식 오픈
- 따숨서포터즈 운영 및 콘텐츠(상세페이지) 추가 개발
- 따숨몰 홍보 SNS 구축(블로그, 페이스북, 카카오톡스토리)

■ 2016년

- 공공상품 콘텐츠(상세페이지) 개발
- 따숨몰 홍보 SNS 고도화(블로그, 페이스북)

■ 2017년 이후

- 유통판매 전문 사회적기업 설립 모색중

따숨몰 운영을 위한 지역적 합의

■ 중간지원조직 실무자회의 “따숨상회” 개최

- 주요내용 : 2016 판로지원 사업추진 방향을 공유하고 공공구매 시장 판로확대와 따숨몰 운영, 나눔축제 참여방안 등 공동사업을 논의 진행.

- 참여단체 : 충남사회적기업협의회, 충남광역자활센터,
충남사회경제네트워크(사회적기업지원센터, 협동조합
지원센터, 마을기업지원센터),
충남사회적경제활성화네트워크, 충남마을기업협의회

■ 따숨몰 운영 목적

- 사회적경제 조직 홍보 및 판로지원, 기업 정보 및 상품 DB 역할

따숨몰 관련 구축 현황

■ 2014~2019년 충남 사회적경제 광역특화사업 예산

■ 연도별 주요 추진 사업 내용 및 예산

- 2014년 하반기 : 따숨몰 구축
- 2015년 : 참여기업별 콘텐츠 개발, 따숨몰 온라인홍보(SNS),
따숨몰 홍보를 위한 콘텐츠 개발(37개사, 71개)
- 2016년 : 공공구매 가능한 상품 발굴 및 콘텐츠 개발(31개사 63개),
따숨몰 SNS 홍보 고도화,
따숨몰 공공구매 실적입력시스템 구축

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 2015년 따숨몰 매출 현황

| 월 | 매출액 | 비고 |
|-----|------------|----------|
| 2월 | 12,409,000 | 설맞이 판매전 |
| 3월 | 1,100,000 | |
| 4월 | 259,000 | |
| 5월 | 958,300 | 가족의달기획전 |
| 6월 | 245,000 | |
| 7월 | 1,026,000 | 건강식품기획전 |
| 8월 | 667,800 | |
| 9월 | 8,736,100 | 추석판매전 |
| 10월 | 1,826,100 | |
| 11월 | 3,929,000 | 절임배추 판매전 |
| 12월 | 6,019,200 | |
| 합 계 | 37,175,500 | |

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 2015년 따숨몰 입점 현황

| 구분 | 입점기업수 | | 입점상품수 | |
|----|---------|------------|---------|------------|
| | 현재 입점기업 | 추가입점 대기 기업 | 현재 입점상품 | 추가입점 대기 상품 |
| 갯수 | 53 | 5 | 306 | 32 |
| 합계 | 58 | | 338 | |

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 2016년 따숨몰 매출 현황

| 월 | 매출액 | 매출건수 | 비고 |
|-----|------------|-------|-------|
| 1월 | 4,466,500 | 214 | |
| 2월 | 3,011,000 | 125 | 설판매전 |
| 3월 | 449,000 | 25 | |
| 4월 | 582,000 | 23 | |
| 5월 | 343,000 | 19 | |
| 6월 | 273,000 | 32 | |
| 7월 | 970,200 | 52 | |
| 8월 | 6,077,000 | 315 | |
| 9월 | 13,389,700 | 1,790 | 추석판매전 |
| 10월 | 1,230,000 | 33 | |
| 11월 | 3,044,600 | 42 | |
| 12월 | 1,864,700 | 57 | |
| 합계 | 35,700,700 | 2,727 | |

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 2017년 따숨몰 매출 현황

| 월 | 매출액 | 비고 |
|-----|------------|---------|
| 1월 | 11,873,500 | 설맞이 판매전 |
| 2월 | 702,000 | |
| 3월 | 495,100 | |
| 4월 | 2,907,630 | 가족의달기획전 |
| 5월 | 936,500 | |
| 6월 | 3,169,600 | 건강식품기획전 |
| 7월 | 514,000 | |
| 8월 | 786,600 | |
| 9월 | 13,562,100 | 추석판매전 |
| 10월 | 982,000 | |
| 11월 | 3,307,500 | |
| 12월 | 1,212,500 | |
| 합 계 | 40,449,030 | |

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 2017년 따숨몰 입점 현황

| 구분 | 입점기업수 | | 입점상품수 | |
|----|---------|------------|---------|------------|
| | 현재 입점기업 | 추가입점 대기 기업 | 현재 입점상품 | 추가입점 대기 상품 |
| 갯수 | 76 | 5 | 436 | 20 |
| 합계 | 81 | | 456 | |

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 2018년 따숨몰 현재 판매중 기업현황(상품 품질, 인증기간 만료기업 제외)

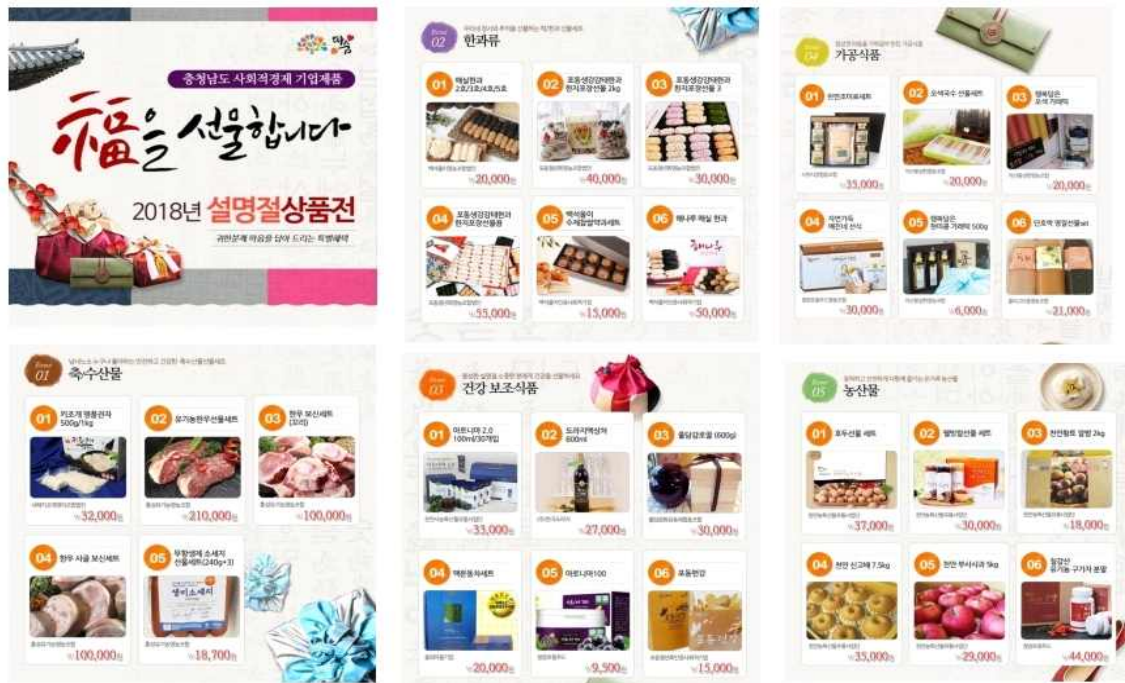
| 따숨몰 현재 상품판매중인 입점기업 현황[2018년 8월] | | | |
|---------------------------------|------|-------|----|
| 상품품목 | 상품개수 | 입점기업수 | 비고 |
| 쌀/잡곡 | 3 | 3 | |
| 과일/채소/꾸러미 | 9 | 5 | |
| 축/수산물 | 7 | 3 | |
| 반찬/장류 | 7 | 5 | |
| 가공식품 | 55 | 15 | |
| 건강식품 | 18 | 7 | |
| 도시락/단체급식 | 5 | 4 | |
| 생활용품 | 44 | 11 | |
| 교육/문화/체험 | 8 | 8 | |
| 서비스 | 23 | 8 | |
| 컴퓨터 주변기기 | 8 | 1 | |
| 돌봄서비스 | 7 | 1 | |
| 총합 | 194 | 55 | |

따숨몰 운영 및 판매 현황

■ 따숨몰 이벤트

| 글쓰기 | | | | | 이름 | 제목 | 내용 | |
|-----|---|------------------------------|--|--|------|------|------------|------|
| No. | Content | | | | Name | Date | Hits | |
| 19 |  | 다이어트에 딱 좋은 현미콩가래떡 가격할인 | | | | 따숨지기 | 2018/04/27 | 27 |
| 18 |  | 눈에 좋은 아로니아즙 20% 가격할인 | | | | 따숨지기 | 2018/04/27 | 32 |
| 17 |  | 한국도라지제품 가격할인 합니다 | | | | 따숨지기 | 2018/04/27 | 30 |
| 19 |  | 2018 따숨몰 설명회 상품전 | | | | 따숨몰 | 2018/01/30 | 385 |
| 18 |  | 2017 따숨몰 추석 이벤트 | | | | 따숨지기 | 2017/08/31 | 1085 |
| 17 |  | 퀴즈풀로 매실먹자 이벤트 당첨자 발표 (4) | | | | 따숨지기 | 2017/08/16 | 166 |
| 16 |  | 퀴즈풀고 매실먹자 이벤트 (59) | | | | 따숨지기 | 2017/08/01 | 861 |
| 15 |  | 2017 따숨몰 5월 가정의 달 특별할인 이벤트 | | | | 따숨몰 | 2017/04/19 | 3811 |
| 14 |  | 2017 따숨몰 설맞이 명절상품전 | | | | 따숨몰 | 2017/01/06 | 5098 |
| 13 |  | 이벤트당첨자 발표 (3) | | | | 따숨지기 | 2016/12/27 | 291 |
| 12 |  | 2016 따숨몰 크리스마스 이벤트 (15) | | | | 따숨몰 | 2016/12/16 | 2645 |
| 11 |  | 2016 따숨몰 서포터즈 2기 당첨자 발표 (25) | | | | 따숨몰 | 2016/10/07 | 660 |
| 10 |  | 2016 따숨몰 서포터즈 2기 모집 (61) | | | | 따숨몰 | 2016/09/23 | 3801 |

■ 설 또는 추석 명절 상품전(충남사회적기업협의회, 충남사회경제네트워크 홍보)



다숨몰 운영 및 판매 현황

■ 홍보 페이스북 운영(<https://www.facebook.com/pg/ddasummall>)



다숨몰 운영 및 판매 현황

■ 홍보 블로그 운영(<https://blog.naver.com/ddasummall00>)



다숨몰 운영 및 판매 현황

■ 천안아산지역카페내 홍보(소비자 커뮤니티)

따숨몰 운영의 어려움

■ 사업 운영의 어려운 점

- 2016년 충남사회적경제 판로지원사업(3년) 종료후 예산 지원 없음
- 충남사회적경제지원센터 통해 지역특화사업 통해 간접 지원 노력
- 판로지원센터 종료후 운영주체 부재로 추진력 부족

■ 쇼핑몰 운영관련 어려움

- 매출 상품의 수수료를 초기 무상으로 진행함으로 인하여,
입점기업별 현재도 매출에 따른 판매 수수료 확정 어려움
- 기업들의 다양한 상품과 요구로 인해 입점, 퇴점 등 기준 마련 어려움
- 참여 기업들의 재고관리, 주문관리 소통, 배송관리, 주문 취소,
세금계산서 발행 등 초기 역량 부족
- : 따숨몰 소비자 신뢰도 하락 가능성

충남내 타오바오빌리지 개념의 적용과 과제

■ 타오바오빌리지 개념의 적용

- 지난 전자상거래 지원정책은 홍보 및 판로지원 관점에서만 추진
- 충남만의 전자상거래 플랫폼 따숨몰을 브랜드와 하여 지원 거점 육성
: 타오바오빌리지 개념처럼 충남사회적경제 전자상거래 브랜딩 정책 추진
- 거점별 전자상거래 지원 인프라 구성 및 기업 육성(인적 및 물적 자원)
: 천안, 아산, 예산홍성, 공주부여, 논산금산, 보령서천, 당진, 서산 등
: 전자상거래 역량 교육의 지속 및 체계화를 통한 인적자원 육성

■ 과제

- 전자상거래 활용 우수사례 발굴 및 공유(백석올미마을)
- 참여 기업 또는 마을의 상품기획 및 전자상거래 역량 강화
- 참여 기업 확대 및 전자상거래 공동브랜드 상품 기획 및 판매
- 우체국쇼핑, 오픈마켓(지마켓, 옥션, 11번가) 등 유통 채널 확대
- 전자상거래 플랫폼을 통한 지역내 균형적 성장(수익 공유 방안 연구)
- 저가격 경쟁 극복을 위한 대안 마련과 온오프라인 연계 정책 추진

토론자료

[제1회 충남 사회적경제 포럼]

『타오바오 빌리지 관련 산업부 토론 자료』

박 한 기
산업통상자원부 사무관

타오바오 빌리지 관련 산업부 토론 자료

1. 타오바오 빌리지 유사 사업 : 정보화마을(행안부)

- (사업목적) 도시와 농어촌간 정보격차 해소, IT를 활용한 상거래 지원을 통한 주민소득 증대 및 지역경제 활성화
- (추진경과) '01년 정보화마을 사업 시작, 현재 325개의 마을 조성('18.년)
 - * 마을조성 : 398개, 마을 지정 해제 : 73개 / '16년이후 신규지정 마을 없음
- (성과) UN 공공행정상 1위 수상 등 다양한 성과를 보였으나, 주민 소득 창출을 위한 마을특산물 판매 측면에서는 정체
 - * 마을기업 매출 현황(억원): '15년(388) → '16년(377) → '17년(360)

2. 지역의 지속가능한 성장을 위한 아이디어

- (문제인식) 우리나라 지역은 앵커 제조업 중심 발전, 최근 제조업 경기 악화 및 산업구조 변화에 따라 일자리 창출 능력 약화
 - * '11~'16년간 제조업 일자리는 27만개(비수도권 18만개) 증가, 동기간 서비스업 일자리는 243만개(수도권 133만개 > 비수도권 110만개) 증가
 - 지역에 신규 제조업체 유치·육성도 쉽지 않은 상황
 - * 산단 미분양 면적(천m²) : '10년(11,299) → '18년(26,077)
- (아이디어) 앵커 기업 중심 제조업 육성 ⇒ ① 지역 주민 중심 ②제조업 외 산업 육성 등에 대해 검토
 - ① 주민 자생적 사업조직(사회적경제 기업)을 위한 지역별 거점 조성, 디자인·성능 등 제품 질 개선, 공동 판로, 신재생발전 등 지원 추진
 - * 커뮤니티비즈니스 사업('18년~), 사회적경제 혁신타운('19년~), 사회적경제 디자인지원('19년~) 등
 - ② 지역별 서비스특화, 수요 창출 등 지역서비스 산업 발전 방안 검토

⇒ 공공주도사업에 대한 장점과 한계가 상존, 정부는 마중물로 민간의 역량을 키울 수 있도록 추진할 계획

토론자료

[제1회 충남 사회적경제 포럼]

『타오바오 빌리지 관련 토론』

손 정 원

런던대학교(University College London) 교수

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]