

2024-1학기 중국학전공



IN TO THE CHINA

<뉴미디어 기업 라이브 커머스: 알리바바, 도우인, 핀뉘뉘의 마케팅 전략 분석>

TRAVELER.

WHERE. BEIJING & SHANGHAI

WHEN. 2024.07.22 - 07.31 (9박10일)

01

여행 개요

KE1234 10:00

From

KOR



To

CHN

예약번호

KUS-1234

비행기

수도국제공항

푸동국제공항

좌석번호

K-03

탑승 게이트

17

DAY1~4

숙소명 悦阁里酒店(北京大兴旺兴湖公园店)

위치 BEIJING

DAY5~10

숙소명 上海虹桥誉舍全套房酒店式公寓

위치 SHANGHAI

KE1234 10:00

in to the china



BOARDING PASS



02

추억 한눈 정리



豫园에서 단체샷



커플바지 입고 采访



家常菜 먹방



세번이나 먹은 羊肉串



대한민국 임시정부유적지

03 인터뷰 ✈️
결과 정리



Q1. 온라인으로 물건을 사봤나요? (없다면 Q7 질문)

	예	아니오
10대 (8명)	8명	0명
20대-30대 (8명)	8명	0명
40대-50대 (8명)	8명	0명
60대 이상 (8명)	8명	0명

Q2. 있다면 어느 플랫폼에서 사봤나요? (중복선택 가능)

	타오바오	도우인	핀뒤풀	그 외
10대 (8명)	5명	2명	4명	0명
20대-30대 (8명)	8명	2명	3명	징동京东 (1명)
40대-50대 (8명)	7명	1명	2명	징동京东 (3명)
60대 이상 (8명)	7명	3명	1명	징동京东 (4명)

Q3-1. 알리바바, 도우인, 핀뒹뒹 중 어느 플랫폼을 통해 라이브 커머스를 경험했나요?

	타오바오	도우인	핀뒹뒹	그 외
10대 (8명)	4명	1명	3명	0명
20대-30대 (8명)	6명	2명	0명	징동京东 (0명)
40대-50대 (8명)	3명	1명	0명	징동京东 (4명)
60대 이상 (8명)	4명	1명	2명	경험 없음 (1명)

Q3-2. 각 플랫폼을 선택한 이유는 무엇이었나요? (마케팅전략 = 환불 정책, 배송기간 및 서비스 품질, 가격 경쟁력 및 할인 혜택, 이벤트 및 프로모션, 라이브 방송 퀄리티와 콘텐츠 등) (중복선택 가능)

	환불 정책	배송기간 및 서비스 품질	가격 경쟁력 및 할인혜택	라이브 방송 퀄리티와 콘텐츠	품목의 다양성	자주사용해서 익숙해짐
타오바오	0명	4명	4명	0명	7명	7명
도우인	0명	1명	1명	2명	0명	1명
핀뒹뒹	1명	1명	3명	0명	0명	2명
그 외	0명	0명	0명	0명	0명	징동京东 (1명)

Q4. 가장 인기있다고 생각하는 플랫폼은 무엇인가요?

	타오바오	도우인	핀뒤풀	그 외
10대 (8명)	3명	3명	2명	0명
20대-30대 (8명)	3명	3명	2명	0명
40대-50대 (8명)	3명	1명	3명	징동京东 (1명)
60대 이상 (8명)	4명	2명	0명	징동京东 (2명)

Q5. 3가지 기업 중 1순위와 3순위 선택

<1순위>

	타오바오	도우인	핀뒤풀	그 외
10대 (8명)	2명	3명	2명	무응답 (1명)
20대-30대 (8명)	4명	0명	2명	무응답 (1명)
40대-50대 (8명)	3명	1명	1명	징동京东 (2명)
60대 이상 (8명)	3명	1명	2명	무응답 (1명)

<3순위>

	타오바오	도우인	핀뒤풀	그 외
10대 (8명)	1명	3명	3명	무응답 (1명)
20대-30대 (8명)	1명	3명	2명	무응답 (2명)
40대-50대 (8명)	0명	4명	1명	무응답 (3명)
60대 이상 (8명)	2명	1명	2명	무응답 (3명)

Q6-1. 왕흥을 보고 구매해본 경험 있으신가요? (물건 vs 왕흥)

	예	<u>아니오</u>
10대 (8명)	4명	4명
<u>20대-30대</u> (8명)	4명	4명
<u>40대-50대</u> (8명)	2명	6명
60대 이상 (8명)	2명	6명

Q6-2. 물건의 품질 VS 왕흥의 인지도 무엇이 더 중요한가요?

	물건	<u>왕흥</u>
10대 (8명)	8명	0명
<u>20대-30대</u> (8명)	7명	1명
<u>40대-50대</u> (8명)	8명	0명
60대 이상 (8명)	8명	0명



10대

구매하는 플랫폼이 고르게 퍼져있어서 그런지 가장 인기있다고 생각하는 플랫폼 및 라이브커머스를 경험한 플랫폼 모두 한쪽으로 쏠려있지 않고 다양하다.



20~30대

구매하는 플랫폼이 다소 타오바오(알리바바) 쪽에 쏠려있다. 그래서인지 순위를 고르는 질문에서 1위로 가장 많이 선정된 것이 타오바오였다. 하지만 가장 인기있다고 생각하는 플랫폼은 다양하게 퍼져 있었다.



40~50대

구매하는 플랫폼이 다소 타오바오(알리바바) 쪽에 쏠려있다. 하지만 가장 인기있다고 생각하는 플랫폼과 순위를 정하는 질문에서는 특별히 한쪽으로 쏠리는 현상이 나오지 않았다.



60대 이상

구매하는 플랫폼이 다소 타오바오(알리바바) 쪽에 쏠려있다. 하지만 가장 인기있다고 생각하는 플랫폼과 순위를 정하는 질문에서는 특별히 한쪽으로 쏠리는 현상이 나오지 않았다. 특이한 점은 3순위 플랫폼에 대해 물었을 때 무응답을 한 사람들의 비율이 높다는 것이다.

05

결론



공통점

인터넷으로 구매를 경험하지 않은 연령대는 없었다.

모든 연령층이 대부분 라이브커머스를 경험했으며 사용한 플랫폼은 타오바오(알리바바)가 압도적이다.

인터뷰대상자의 40%정도가 왕홍을 보고 물건을 구매해 보았지만 물건의 품질보다 왕홍의 인지도가 중요하다고 대답한 사람은 단 한명이었다.



차이점

왕홍을 보고 구매한 경험 유무에 관한 질문 대답은 10대, 20-30대는 '예'의 비율이 높았고 40대-50대, 60대 이상은

'아니오'의 비율이 높았다.

이용 플랫폼에 관한 질문 대답으로 40-50대, 60대 이상은 세 플랫폼이 아닌 그 외 플랫폼 이용자가 많다는 차이를 보였다.



감사합니다

TRAVELER.