

철강 플랫폼 상장(IPO)의 意味

- Zhaogang의 재도약

조문제 수석연구원, 철강연구센터 (munje.cho@posri.re.kr)

목차

1. 중국 철강 전자상거래 재조명
2. Zhaogang 상장(IPO)의 추진동력
3. 중국 B2C 플랫폼 상장 사례의 교훈
4. 시사점

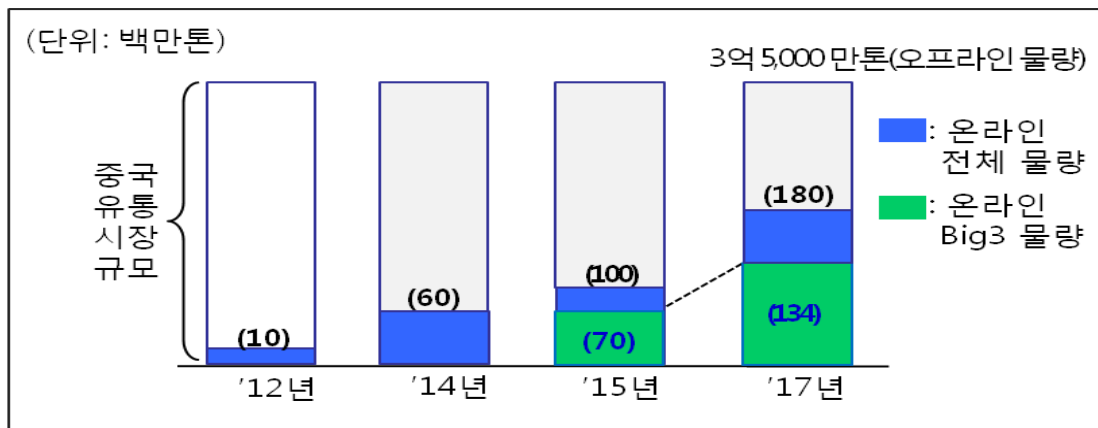
Executive Summary

- '12년 중국 철강 전자상거래가 1천만톤 규모로 시작되었을 때만 해도 철강재의 제품특성상 성장 가능성이 낮게 평가되었으나, 최근 Big 3의 거래물량만 1억 3천만톤을 상회하고 Zhaogang 상장(IPO) 소식까지 알려지면서 철강 플랫폼이 재조명
 - 중국의 철강 플랫폼 Big 3 업체(Zhaogang, Ouyee, Banksteel)의 '17년 거래 물량만 1억 3천여 만톤 기록
 - Zhaogang 플랫폼은 홍콩 증시에 상장(IPO) 신청('18.6) 후 승인 대기 중
- Zhaogang의 상장(IPO) 추진동력은 수수료가 창출되는 위탁거래 비중 확대와 다양한 파생사업의 수익 증대에 따른 흑자 전환에 기인
 - Zhaogang 플랫폼에는 3,800여 개 판매사와 94,000여 개 구매사가 등록
 - Zhaogang은 초기 고객유인 목적으로 수수료 없는 쌍방거래 위주였으나, 최근 수익창출 목적의 위탁/자영거래 비중 확대와 금융, 창고보관, 물류 등의 부대사업 운영으로 당기 순이익 RMB104.64백만 [약 170억원]('17년) 달성
- 철강 플랫폼의 상장(IPO)에 주목해야 하는 이유는 이미 상장한 B2C 플랫폼 사례에서 경험한 바와 같이, 재편/상장 이후 강력해진 브랜드 파워와 풍부한 자금력을 활용, 글로벌 시장 진출 가능성이 높아지기 때문
 - 중국 B2C 온라인 쇼핑몰인, 'Tmall'과 'JD'는 불과 5년 만에 양강체제로 재편/상장(IPO) 이후, 해외시장인 영국과 미국 시장에 진출
 - 특히, 차량공유 플랫폼인 'DIDI'는 2위 업체인 'Uber China' 인수('16년)하여 독점체제를 구축한 이후, 해외시장인 동남아, 미국, 인도 시장 진출
- 향후 Zhaogang의 상장 승인 시, 외부 자금 조달에 따른 플랫폼 투자 확대로 자국뿐만 아니라 주력 수출시장인 동남아 유통시장에 진출할 가능성 대두
 - 既 진출한 동남아 유통시장 중심으로 플랫폼 기반 서비스인 가공센터, 창고, 물류, 금융 등 부대서비스 관련시설 투자확대로 O2O 서비스 확대 가능성 고조
- Zhaogang의 상장(IPO) 승인 시 조달된 자본 절반을 '철강무역의 확장'에 투자할 계획, B2C 플랫폼 사례에서 본 바와 같이 해외시장에 대한 O2O(Online to Offline) 플랫폼 투자 여부를 지속 모니터링할 필요

1. 중국 철강 전자상거래 재조명

- 중국 전자상거래는 '12년 거래물량 1천만톤 규모로 시작한 이후, '17년 Big 3 플랫폼의 거래물량만 1억 3천여 만톤 규모로 성장하였고, 이러한 성장세에 힘입어 Zhaogang은 홍콩 증시에 상장(IPO) 추진
- Big 3 업체의 總 거래량은 '15년 7,000만톤에서 '17년 1억 3,400만톤 규모로 2배 성장하였고, 3자 구도의 재편과 동시에 Zhaogang은 상장(IPO) 신청('18. 6)후, 승인 대기 중

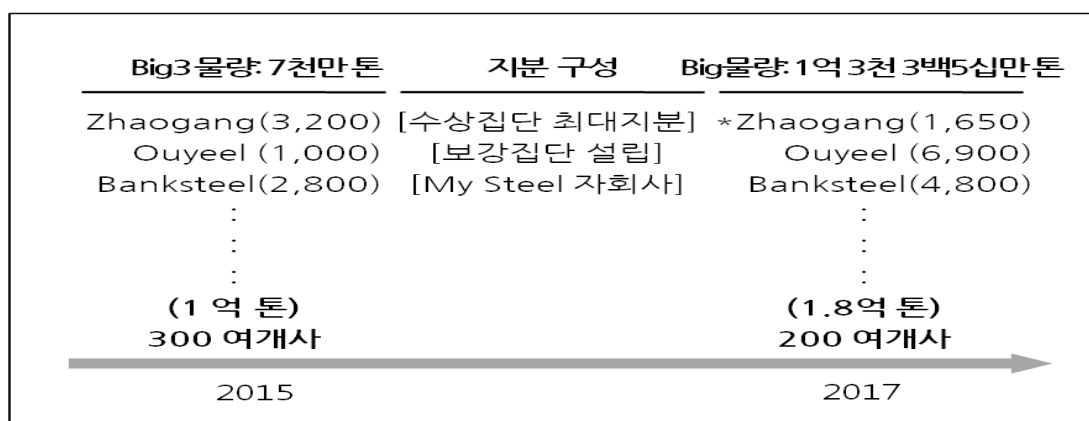
〈중국 철강 전자상거래 물량 증가 추이〉



자료: 중국 철강전자상거래 발전 보고서('16년), 중국 현지업체 인터뷰 결과('18년)

- Big 3 업체별 거래량은 Ouyeel 6,900만톤, Banksteel 4,800만톤, Zhaogang 1,650여 만톤으로 總 1억 3,350만톤 기록('17년)

〈Big 3업체의 전자상거래 물량 증가 추이〉



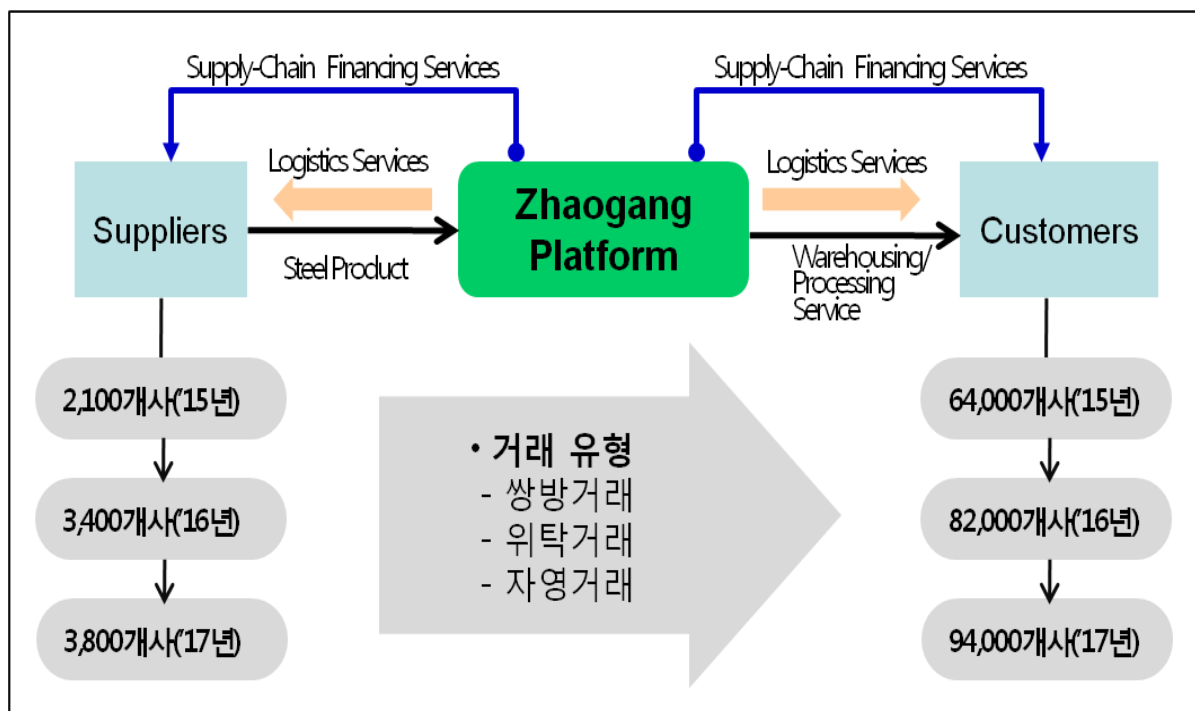
* Zhaogang의 거래물량은 위탁거래와 자영거래 기준, 쌍방거래는 '15년 2,250 만톤으로 집계되었으나, '16년 이후 M/S 경쟁완화 목적으로 거래물량은 발표하지 않고 있음

- 수강집단에서 최대지분 보유하고 있는 Zhaogang은 외부 자본 U\$500백만을 조달하기 위해 홍콩 증시에 기업 공개(IPO)를 신청
- 상장 이후, 조달된 U\$500백만은 철강무역 확장에 50%, 부대시설(창고, 가공, 금융, 빅데이터 분석 등)에 30%, 인수합병에 10% 등 투자할 계획

2. Zhaogang 상장(IPO)의 추진동력

□ Zhaogang은 1,500여 명 종업원이 29개 도시에서 근무, '17년 3,800여 개 판매사, 94,000여 개 구매사가 플랫폼에 등록하여 거래 참여 중

〈Zhaogang Platform 운영 현황〉



- 3,800여 개 판매사는 중국 전역의 27개 Province와 159개 City에서 참여하고 있으며, 100여 개 중대형 Mill과 장기적인 파트너십 관계 형성
 - 판매사로 등록된 주요 Mill은 수도강철, 안산강철, 중천강철, 강소영강 그룹 등이며, 이들의 판매량이 전체 물량의 50% 차지
- 94,000여 개 구매사는 중국 전역의 31개 Province와 292개 City에서 참여하고 있으며, 대부분 2, 3차 유통상과 중소형 실수요자로 구성
 - 구매사로 등록된 94,000여 개의 고객사 중, 반복구매 물량 비중은 매년 증가 추세 [65%('15년) → 73.4%('16년) → 79.9%('17년)]

- 또한 Zhaogang은 주력 수출시장인 한국, 베트남, 싱가포르, 필리핀, 태국, 아랍에미리트 6개국 해외시장에 진출
 - 현재 해외시장 플랫폼 운영은 초기 단계로서 규격이 단순한 일반 범용재(예: 열연, 철근 등)를 수입하여 현지 유통물량과 함께 온라인 판매 중
 - 한국시장에는 '15년에 진출하였으며, 중국산 철근과 선재 일부를 인천과 부산을 통해 수출 판매 중이며 세방과 임대계약으로 제품보관/운송 기능 수행

□ Zhaogang 상장(IPO)의 추진동력은 수익이 창출되는 위탁/자영거래 비중 확대와 파생된 부대사업 운영에 따른 흑자전환에 기인

- Zhaogang의 매출액은 RMB61억('15년)에서 RMB175억 ('17년)으로 연평균 70% 성장하였고, 당기 순이익은 RMB421.42백만('15년) 적자에서 RMB104.64백만('17년)으로 흑자 전환에 성공

〈Zhaogang의 매출액/당기순이익 추이〉

(단위: CNY, 매출액/총거래액 비중)

년도	총거래액 (GMV)	총매출액 (Gross Revenue)	당기 순이익 (Net Profit)
'15년	182 억	61 억(33%)	(4억 2,142 만)
'16년	363 억	90 억(25%)	(9,454 만)
'17년	639 억	175 억(27%)	1억 464 만
CAGR	87.4% 증가	69.4% 증가	

※일반적으로 온라인 플랫폼의 매출액은 수수료 금액에 해당하며, 총거래액의 10%~30%수준에서 형성

- '17년 기준, 플랫폼의 총거래액은 RMB639억, 이 중에서 매출액(수수료와 부대 수익)이 RMB175억, 세금을 제외한 순이익은 RMB104.64백만 흑자
- '17년 기준, Zhaogang 플랫폼의 거래 유형별 비중은 위탁거래 수수료가 전체의 0.8%, 자영거래에 따른 판매액이 98.7%, 부대사업에 따른 수수료가 0.5%로 구성
 - 위탁거래는 플랫폼이 판매사에서 물품을 위탁받아 수수료를 부과하고 고객사에 판매하는 거래 유형으로서 거래량은 1,140만톤이며, 톤당 수수료는 RMB12.3('17년)
 - 자영거래는 플랫폼이 판매사의 물품을 직접 구매하여 구매사에게 판매하는

유형으로 거래량은 510만톤('17년)이며, 불황 시에는 판매 리스크가 발생함

〈Zhaogang의 거래 유형별 매출액〉

(단위: 천 CNY, 만톤)

거래 유형	'15년	'16년	'17년
위탁거래(수수료)	17,880	101,327	139,973
물량	520	990	1,140
자영거래(거래액)	6,067,006	8,719,875	17,228,096
물량	300	360	510
부대 사업(수수료)	32,603	185,519	89,439
Gross Revenue	6,117,489	9,006,721	17,457,508

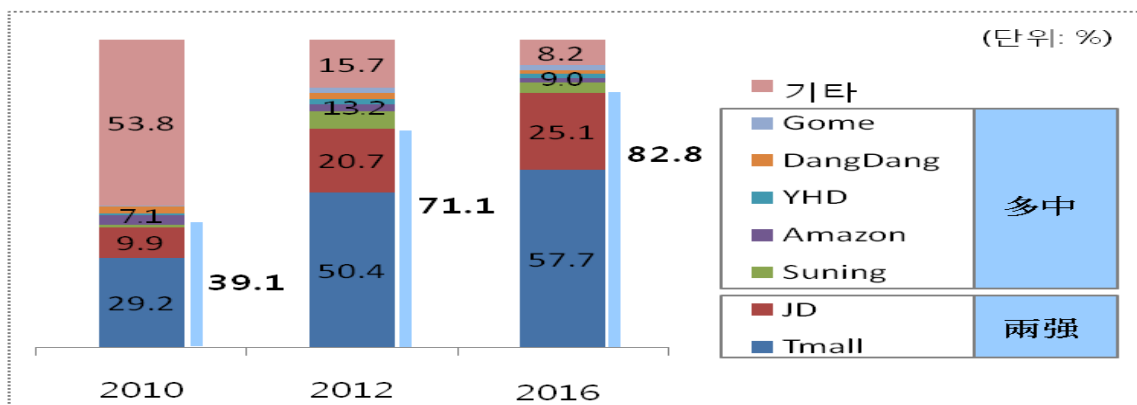
- 부대사업은 창고보관료, 물류비, 금융지원 등에서 발생하는 수수료/이자수익 등
- 쌍방거래는 플랫폼에 등록된 판매사와 구매사들이 직접 거래하는 물량으로 추후 위탁거래 유인목적으로 운영

3. 중국 B2C 플랫폼 상장 사례의 교훈

□ [재편] 전자상거래 플랫폼 사업에는 'Law of Jungle'이 작동, 초기 다중 경쟁구도에서 최종 양강구도로의 재편이 필연적 추세. 이는 대량 물량을 확보하여 최저가격으로 판매함으로써 잠재고객을 독식하기 위함

○ 중국 B2C 온라인 쇼핑몰의 경우, 'Tmall과 JD(징둥)' 양강구도로 재편 되기까지 불과 5년 소요

〈중국 B2C 온라인 쇼핑몰의 시장점유율 추이〉



자료: KITA Market Report, 국가통계국, ENFODESK

- B2C 플랫폼의 경쟁구도는 2010년 다중 경쟁체제에서 2016년 양강 경쟁구도로 재편
- Tmall과 JD 두 회사의 M/S는 '10년 39.1%에서 '16년 82.8%로 2배 급상승, 이는 'Law of Jungle' 작동하여 Major Platform에서 고객을 독식함을 의미

□ [상장] Tmall과 JD는 상장 이후, 강력해진 브랜드로 외부자금을 조달하여 해외시장 플랫폼 운영기반 투자 확대 및 글로벌 현지시장 제품 소싱 판매로 발전

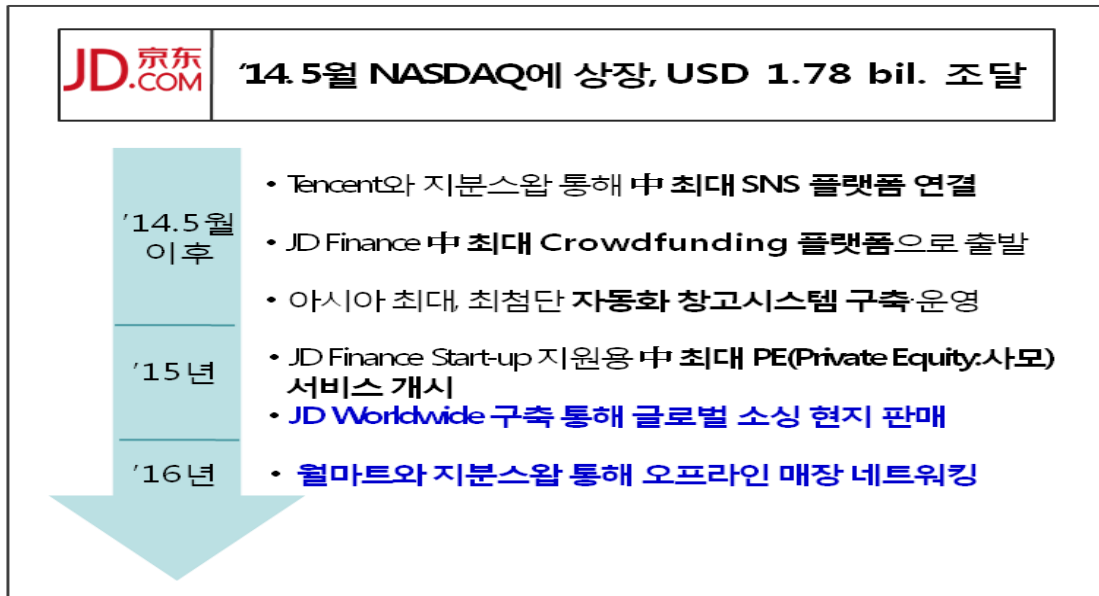
- Tmall은 '14년 상장(IPO) 이후, 자국 內 금융서비스, 미디어 사업, 물류업체 제휴 등에 이어 해외 플랫폼(영국)에 금융서비스 기능 탑재

〈Tmall 플랫폼의 상장 이후, 외형 확장 내용〉



- 중국 최대 전자상거래 그룹인 '알리바바' 그룹 산하의 B2C 기업인 Tmall은 등록 기업수 33만여 개, 당일 하루 매출액이 RMB1,207억에 달함
- JD(정둥)은 '14년 상장(IPO) 이후, 자국 內 Tencent와 지분스왑, 자동화 창고시스템 구축 등에 이어 JD Worldwide를 구축해 글로벌 소싱 현지 판매와 월마트 지분스왑으로 오프라인 매장과 네트워킹 구축

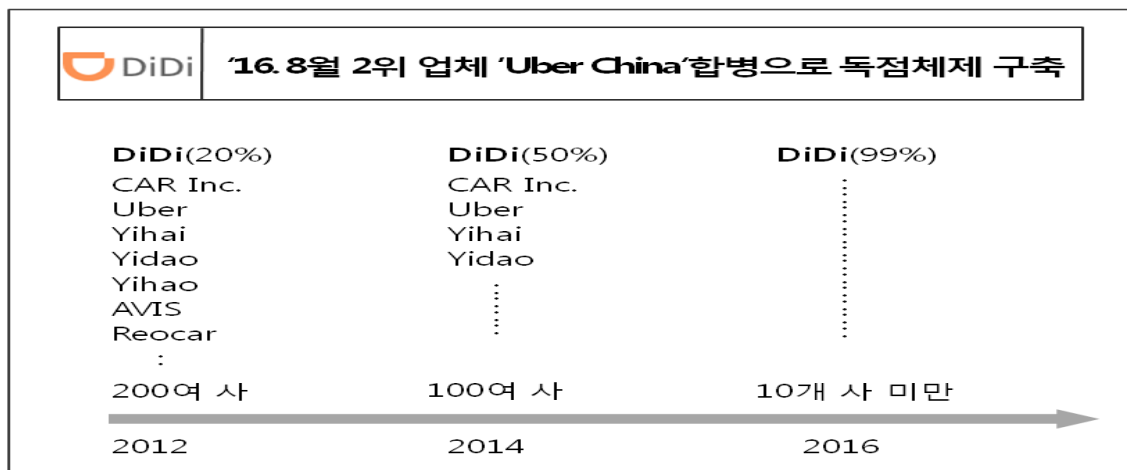
〈JD 플랫폼의 상장 이후, 외형 확장 내용〉



- 중국 2위 B2C 기업인 JD는 '14년 미국 나스닥에 상장했으며, '17년 창립기념 쇼핑데이인 6월 18일 하루 동안 거래액이 RMB1,199억에 달함

- [M&A] 중국 최대 차량공유 플랫폼인 'DIDI Kuaidi'는 2위 업체인 'Uber China'를 인수, 독점기업으로 급부상하여 모든 잠재고객을 독식
- DIDI는 독점체제를 구축한 후, 막강한 내수 고객 확보는 물론, **동남아, 미국, 인도시장의 잠재고객까지 잠식**

〈DIDI Kuaidi의 M/S 증가 추이〉



- Tencent와 알리바바가 최대주주인 'DIDI'는 '17년 동남아 Grab Taxi, 미국 Lyft, 인도 Ola와 공동 서비스를 선보였으며, 이들 지역에서는 DIDI Kuaidi 앱으로 중국 현지에서처럼 사용 가능

4. 시사점

- Zhaogang의 상장(IPO) 승인 시 조달된 자본 절반을 ‘철강무역의 확장’에 투자할 계획이므로, B2C 플랫폼 사례에서 본 바와 같이 해외시장에 대한 O2O(Online to Offline) 플랫폼 투자 여부를 지속적으로 모니터링할 필요
- 既 진출한 동남아 유통시장 중심으로 O2O 플랫폼 기반 부대사업인 가공센터, 보관창고, 물류, 금융서비스 관련 투자확대로 공격적 판매추진 여부
- 또한 주력 수출시장인 한국 시장에서 현재 단순 규격의 철근/선재를 일부 판매하고 있으나, 향후 판재류 시장 진입 가능성의 가시화 여부 주목

이 자료에 나타난 내용은 포스코경영연구원의 공식 견해와는 다를 수 있습니다.

[참고자료]

[보고서/논문]

KITA Market Report, “중국 온라인 쇼핑시장 현황 및 시사점”, 2017.11.22

연합인포맥스, “中 철강거래 플랫폼 자오강닷컴, 홍콩 IPO 신청”, 2018.6.27

[홈페이지]

Bloomberg, “Zhaogang.com: Company Profile”

Didi Chuxing (<http://www.didichuxing.com>)

Zhaogang (<http://www.zhaogang.com>)

China's Largest B2B Platform for Steel Trading Zhaogang.com Eyes USD500M HK IPO

(<https://kr-asia.com/chinas-largest-b2b-platform-for-steel-trading-zhaogang-com-eyes-usd500m-hk-ipo/>)

South China Morning Post, “Inside Didi Chuxing’s plan to become the world’s biggest transport platform”, 2018.4.25

(<https://www.scmp.com/tech/start-ups/article/2143148/inside-didi-chuxings-plan-become-worlds-biggest-transport-platform>)

Travis Kalanick, “Uber China Merges with Didi Chuxing”, 2016.8.1

(<https://www.uber.com/newsroom/uber-china-didi/>)