

# [전자상거래] 중국소비자협회, 광군제 기간 전자상거래 가격 관련 소비자권의 침해행위 적발

신지연<sup>1)</sup>

## 1 주요내용

- 전자상거래는 중국 소비자의 주요 구매방식으로 자리 잡음. 특히 중국판 블랙 프라이데이로 불리는 11월 11일 광군제(光棍节)의 영향력은 매년 커지고 있음
  - 광군제는 2009년 시작된 후로 매해 천문학적인 판매실적을 달성 중
  - 2017년 광군제 당일 알리바바의 매출만 1,682억 위안(한화 약 28조원) 에 이르는 것으로 알려짐\*
  - \* IT 조선 2017.01.05.
- 중국소비자협회는 2017년 10-11월 광군제 기간 동안의 전자상거래 가격에 대한 실태조사를 실시하여 일부 플랫폼 및 판매자의 가격 관련 소비자권의 침해행위를 적발
  - 중국소비자협회는 소비자권의 보호를 위한 건전한 전자상거래 환경 확립하고자 해당 실태 조사를 2015년부터 실시해 오고 있음
- 조사개요
  - (기간) 2017년 10월 21일~11월 21일, 약 1개월
  - (대상 및 방식) 16개 플랫폼에서 판매 중인 의류, 패션잡화, 디지털, 화장품, 영유아용품, 가전 및 기타 일용품 등의 제품 가격을 조사원이 모니터링하는 방식으로 진행
- 제품가격 관련 주요 소비자권의 침해행위
  - (할인율 오인 유발 가격표시) 11월 11일 이전부터 할인가에 선판매를 실시하는 상품의 경우 “할인전 가격” 을 기간에 따라 다르게 표시하여 소비자로 하여금 할인율을 오인하게 만들
    - 예컨대 텐마오에서는 특정 브랜드 셔츠의 할인전 가격이 11월 10, 12, 15일에는 508위안이었으나 11월 11일 당일에는 1,280위안으로 표시하여 당일 할인 폭이 큰 것처럼 보이게 함
  - (가격관련 요소의 상시변동) 선판매 실시 제품의 경우 소비자에게 매일 다른 가격정보를 제공하는가 하면, 특정 물품의 수량을 확보해 두는 의미로 사전 지불하는 계약금(定金) 역시 그 액수변동이 빈번하여 소비자의 혼란을 가중시키는 것으로 조사
  - (가격상승) 광군제 당일 할인만을 진행하는 제품의 경우 광군제 당일 가격을 평상시보다 상승시킨 후 그 가격에 쿠폰할인 등 각종 혜택 적용
    - ①특정 화장품은 광군제 이전 공동구매 가격이 188위안이었으나 광군제 당일 229위안으로 상승 ②특정 신발의 가격은 10월 29일 69위안, 11월 1일 89위안이었으나 광군제 당일에는 149위안으로 상승
- 중국소비자협회는 위와 같은 행위의 근절방안으로 ①전자상거래 가격 감독강화를 통한 가격 오도행위 처벌 ②플랫폼 사업자의 책임 강화 ③현명한 소비의식 고취 등을 제시

1) 한국소비자원 정책연구실 소비자지향성평가팀 선임연구원(sjy1122@kca.go.kr)

## 2 시사점

- 동 실태조사는 사업자의 가격표시 관련 소비자권의 침해행위를 유형별로 파악할 수 있게 하여 소비자에게 유익한 정보를 제공하였다고 볼 수 있음
- 우리나라에서도 알리익스프레스 등 중국 전자상거래 플랫폼을 통해 직접 물품을 구매하는 소비자가 증가하는 추세이므로 관련 정보를 잘 숙지하여 피해를 입지 않도록 주의가 필요함

자료인용 시 출처를 밝혀주시요.

[원문정보]

중국소비자협회(' 17.11.29.)

2017年“双11”网络购物商品价格跟踪调查体验报告

<http://www.cca.org.cn/zxsd/detail/27758.html>