



차이나

CHINA Market Watch

마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672

이메일 : beijingk@kita.net

1 中, 1~10월 외국인직접투자(FDI) 9.4% 감소

- 중국 상무부에 따르면 올해 1~10월 대중국 외국인 직접투자(FDI)는 전년 동기대비 9.4% 감소한 9,870억 위안(한화 약 178조 원)이며, 신규 등록된 외국인 투자기업은 32.1% 증가한 4만 1,947개사로 집계됨
- 업종별로는 △제조업에 대한 투자는 1.9% 증가한 2,834억 위안(약 51조 원), 이 중 첨단 제조업에 대한 투자가 9.5% 증가. 의료기기, 전자통신장비 제조업에 대한 투자는 각각 34.6%, 14.8% 증가 △서비스업에 대한 투자는 15.9% 감소한 6,721억 위안(약 121조 원) △건축업, R&D 및 디자인업에 대한 투자는 각각 30.0%, 15.9% 증가
- 국가별로는 캐나다, 영국, 프랑스, 스위스, 네덜란드의 대중국 투자가 각각 110.3%, 94.6%, 90.0%, 66.1%, 33.0% 대폭 증가

자료원 : 인민일보 해외판

http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2023-11/18/content_26027427.htm

2 中, 전략적 신산업 분야 기업수 200만 개 돌파

- 중국 시장감독관리총국에 따르면 올해 9월까지 중국의 전략적 신산업에 종사하는 기업수가 200만 개를 돌파
- 9대 전략적 신산업 중 바이오산업, 전략적 신산업 관련 서비스업, 차세대 정보기술산업 분야 기업 비중이 각각 25%, 19%, 17%로 가장 많았고 바이오산업, 차세대 정보기술산업, 에너지절감·환경보호산업 분야 기업수가 2013년 이후 가장 많이 증가함
- *9대 전략적 신산업은 차세대 정보기술산업, 첨단장비 제조업, 신재료산업, 바이오산업, 신에너지 자동차산업, 신에너지산업, 에너지절감·환경보호산업, 디지털 창의산업, 전략적 신산업 관련 서비스업 등 포함
- 디지털 기술과 신유망 업종 발전에 힘입어 디지털 창의산업 분야 기업수가 폭발적인 증가세로 3년 연속 증가율이 50%를 상회했으며, 신소프트웨어 및 정보기술 서비스, 인터넷 및

클라우드 컴퓨팅, 빅데이터 서비스, 신소재 관련 서비스, 바이오매스 산업 및 신에너지 자동차 서비스 등 분야의 기업수가 빠른 증가세임

자료원 : 인민망

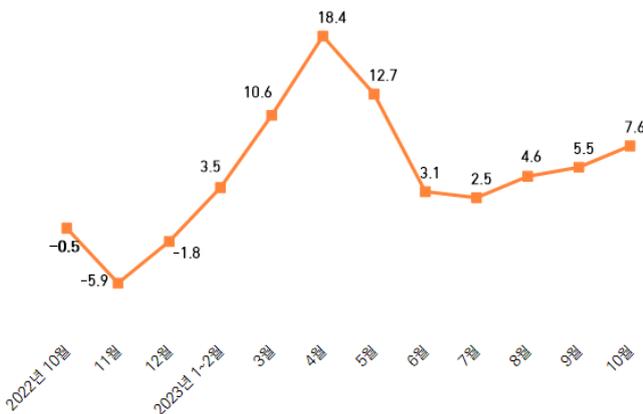
<http://finance.people.com.cn/n1/2023/1113/c1004-40116946.html>

3 中, 올해 1~10월 소매판매액 전년 동기대비 6.9% 증가

■ 중국 국가통계국에 따르면 1~10월 소매판매액은 전년 동기대비 6.9% 증가한 38조 5,440억 위안(한화 약 6,919조 원)이며, 이 중 자동차를 제외한 소매판매액은 7.0% 증가한 34조 6,472억 위안(약 6,222조 원)로 집계됨

- 상품 소매판매액은 5.6% 증가한 34조 3,535억 위안(약 6,171조 원), 요식업 매출은 18.5% 증가한 4조 1,905억 위안(약 753조 원)임. 규모 이상(*연매출 500만 위안 이상) 편의점, 전문점(Specialty Store), 전문매장(Exclusive Shop), 백화점의 소매판매액은 각각 7.3%, 4.7%, 3.6%, 7.2% 증가, 슈퍼 소매판매액은 0.6% 감소함
- 온라인 소매판매액은 11.2% 증가한 12조 2,915억 위안(약 2,208조 원)이며, 이 중 상품 소매판매액은 8.4% 증가한 10조 3,010억 위안(약 1,850조 원)으로 전체의 26.7%를 차지. 식품, 의류, 일용품 온라인 소매판매액은 각각 11.3%, 7.6%, 8.2% 증가함

<중국의 월별 소매판매액 증감률>



<중국 1~10월 소매판매액 통계>

품목	총액 (억 위안)	증감률 (%)
1. 요식업 수입	41,905	18.5
*규모이상 기업의 요식업 수입	10,941	18.8
2. 상품 소매판매액	343,535	5.6
*규모이상 기업의 상품 소매판매액	133,801	5.2
식량·식용유, 식품	15,496	5.2
음료	2,476	2.4
담배·주류	4,489	10.3
의류·신발·모자·방직품	11,126	10.2
화장품	3,291	6.2
금·은·주얼리	2,749	12.0
일용품	6,168	3.6
스포츠·레저용품	945	9.9
가전제품, 영상·음향기기	7,026	0.3
의약품	5,468	8.7
문화사무용품	3,284	-5.5
가구	1,222	2.9
통신기기	5,358	5.2
석유·석유제품	19,470	6.4
자동차	38,968	5.3
건축·장식재료	1,268	-7.5

*비고 : 규모이상 기업이란 연매출 2,000만 위안 이상의 도매기업, 500만 위안 이상의 소매기업, 200만 위안 이상의 숙박 및 요식기업

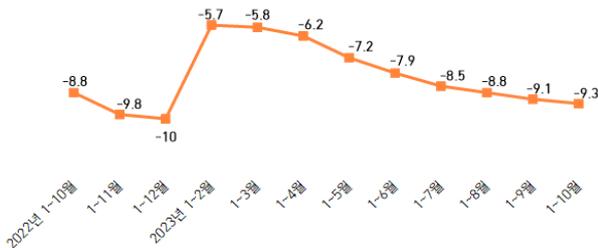
자료원 : 중국 국가통계국

http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202311/t20231115_1944530.html

4 中, 1~10월 부동산 개발투자 전년 동기대비 9.3% 감소

- 중국 국가통계국에 따르면 올해 1~10월 부동산 개발투자는 전년 동기대비 9.3% 감소한 9조 5,922억 위안(한화 약 1,732조 원), 이 중 주택 개발투자는 8.8% 감소한 7조 2,799억 위안(약 1315조 원)임
- 부동산 개발기업의 △부동산 시공면적은 7.3% 감소, 이 중 주택 시공면적은 7.7% 감소 △부동산 신규 착공면적은 23.2% 감소, 이 중 주택 신규 착공면적은 23.6% 감소 △부동산 준공면적은 19.0% 증가, 이 중 주택 준공면적은 19.3% 증가함
- 상품방(商品房, 분양 주택과 상업용 점포) 판매면적은 7.8% 감소했고, 이 중 주택 판매면적은 6.8% 감소했으며, 상품방 판매액은 4.9% 감소한 9조 7,161억 위안(약 1,748조 원), 이 중 주택 판매액은 3.7% 감소함

<부동산 개발투자 감소율>



<부동산개발 경기지수>



자료원 : 베이징상보망

<https://www.bbtnews.com.cn/2023/1115/495424.shtml>

5 中, 올해 3분기 태블릿PC 출하량 3.4% 감소

- 글로벌 시장조사업체 IDC에 따르면 올해 3분기 중국의 태블릿PC 출하량이 전년 동기대비 3.4% 감소한 705만 대이며 화웨이, 샤오미, 비보 등 브랜드의 출하량이 역성장을 보임
- 태블릿PC 1~5위 생산업체는 애플, 화웨이, 샤오미, 아너(HONOR), 레노버(Lenovo)이며 시장점유율은 각각 -3.6%, 2.2%, 4.9%, -1.6%, -1.7% 증감함
- 가격대별로는 2,000~4,000위안(한화 약 36~72만 원) 제품 비중이 감소하고 2,000위안(약 36만 원) 이하 제품 비중은 다소 증가했으며, 중국 전체 태블릿PC 제품의 평균단가는 전분기 대비 3.0% 하락함

자료원 : 중국 매일경제신문

<https://www.nbd.com.cn/articles/2023-11-15/3114237.html>

6 中 스마트폰, 인도네시아 시장점유율 늘리며 약진

- 중국 스마트폰 브랜드가 인도네시아 시장에서 큰 인기를 끌고 있음. 영국 시장조사업체인 카날리스(Canalys)에 따르면 2023년 2분기 인도네시아 시장에서 오포(OPPO)의 시장점유율이 20%로 1위, 삼성이 19%로 2위, 중국의 비보(vivo), 샤오미(小米), 트랜션(传音)이 18%, 16%, 13%로 각각 3위에서 5위를 차지함
- 오포 아태지역 총재는 여러 가격대별 오포의 시장점유율이 모두 30%를 넘어섰고 800달러 이상 가격대에서 우위를 점하고 있으며 폴더블폰으로 동남아 시장을 공략하고 있다고 밝힘. 2023년 2분기 동남아 지역 출하량 1~5위는 삼성(20%), OPPO(16%), 트랜션(16%), 샤오미(14%), realme(12%)로 중국 스마트폰 제조사의 시장점유율이 절반 이상인 58%에 달함
- 동남아 시장의 2023년 2분기 스마트폰 출하량은 15% 감소한 2,090만 대로 2014년 이래 최저치를 기록했지만 프리미엄 스마트폰이 스마트폰 제조사에 새로운 기회를 가져다주고 있으며, 시장조사기관 Counterpoint에 따르면 2022년 인도네시아 스마트폰 출하량은 12.2% 감소한 반면 600달러 이상의 프리미엄 스마트폰의 출하량은 21.2% 증가함

자료원 : 중국매일경제신문망

<https://www.nbd.com.cn/articles/2023-11-07/3103573.html>

7 알리익스프레스, G마켓 제치고 한국 내 전자상거래 플랫폼 3위로 부상

- 올해 광군절(11.11)에 중국의 국경 간 전자상거래 플랫폼인 알리익스프레스(AliExpress)가 한국 시장에서 새로운 기록을 세웠음
- 한국의 앱 분석 서비스업체인 Wiseapp Retail Goods에 따르면 알리익스프레스의 한국내 사용자수가 10월 기준 613만 명을 돌파했으며, 현지 G마켓을 제치고 한국의 3대 전자상거래 플랫폼으로 부상
- 이는 한국 전자상거래 플랫폼 상위 3위권에 해외플랫폼이 처음으로 이름을 올린 사례로 기록

자료원 : 36kr

<https://36kr.com/newsflashes/2519006626113029>

8 中, 국경 간 전자상거래 상품 브랜드 영향력 순위 발표

- 중국매일경제신문과 선전이세커지(易势科技)는 공동으로 '중국 국경간 전자상거래 상품 브랜드 영향력 순위(中国跨境电商商品品牌影响力榜)'를 발표했으며, 검색량, 자연 트래픽, 아마존 검색량 등 3개 방면의 데이터로 브랜드 영향력을 분석함
- 국경간 전자상거래 판매채널은 점점 다원화되고 있으며, 온라인 플랫폼은 Amazon, eBay, Walmart, Temu, SHEIN 등이 있고, 오프라인 판매채널은 체인 슈퍼마켓과 독립적인 대리상 등이 있으며, 마케팅 형식도 광고 투입, KOL(Key Opinion Leader) 협력, 소셜 미디어 운영 등으로 다양함
- 순위에 오른 브랜드는 주로 3C 디지털 제품과 의류 브랜드이며, 의류 분야 SHEIN이 1위를 차지했고 2위는 3C 브랜드 Anker로 나타남. 그 외 △가구 브랜드 FlexiSpot(乐歌股份), AOSOM, SONGMICS(致欧科技) △청소용 가전 브랜드 Roborock(石头科技), Dreame(追觅科技), ECOVACS(科沃斯), NARWAL(云鲸智能) △에너지 저장장치 브랜드 Ecoflow(正浩创新), BLUETTI(德兰明海), Jackery(华宝新能) △3D프린터 브랜드 Creality(创想三维), Anycubic(纵维立方), Bambu Lab(拓竹) △보안 브랜드 Reolink(睿联技术) 등과 애완용품, 차량용품, 뷰티·퍼스널케어 브랜드도 순위에 올랐음

자료원 : 중국매일경제신문

<https://www.nbd.com.cn/articles/2023-11-14/3112838.html>

9 쉐닝이꺼우, 광군제 판촉행사 기간 가전제품 인기 급상승

- 중국 전자상거래 플랫폼 쉐닝이꺼우(苏宁易购)에 따르면 광군제 판촉행사 기간(10/20~11/11) 가전제품 오프라인 매장 방문객이 전년 동기대비 60% 증가했음
- 새로운 소비 트렌드를 이끄는 가전인 일체형 세탁건조기, 식기세척기, 로봇청소기의 매출이 각각 117%, 125%, 132% 증가했으며, 한파의 영향으로 중앙 난방, 중앙 온수기의 매출이 각각 115%, 123% 증가하는 등 난방제품의 수요가 가파른 증가세를 보였음
- '온라인 쿠폰 구매, 오프라인 소비'의 트렌드에 발맞추기 위하여 쉐닝이꺼우는 11월 3일부터 10일까지 7명의 본부장이 라이브방송실에서 할인쿠폰을 발급하여 오프라인 매장 매출이 130% 성장했으며, 소비자를 위해 2.6억 위안(약 469억 원)의 비용을 절감시켜 주었음

자료원 : 중국경제망

http://www.ce.cn/cysec/zgjd/kx/202311/13/t20231113_38789194.shtml