



한국무역협회 베이징지부
 전화 : 86-10-6505-2671/3
 이메일 : beijingk@kita.net

1 中 통계국, 경제 하방압력 가중...질적 성장 기조 유지

- 중국 국가통계국은 1~4월 통계 데이터를 발표함과 동시에 올해 글로벌 시장 및 중국내 코로나19의 영향으로 경제하방 압력이 가중되었다고 밝힘
- 공업 부가가치의 전년 동기대비 증가율은 4.0%이며, 채굴업은 10.4%, 제조업은 3.2%, 전력·열력·천연가스·물 생산·공급업은 5.0% 증가함. 첨단제조업 부가가치는 11.5% 증가세를 보였음. 제품별로는 석탄, 비철금속(10종) 등의 생산량은 각각 10.5%, 0.7% 증가하였고, 신에너지차, 태양전지, 이동통신 기지국 설비 등의 생산량은 각각 112.7%, 27.5%, 25.9% 급증함
- 서비스업 생산지수는 0.3% 상승하였으며, 이 중 정보전송·소프트웨어·IT서비스업, 금융업 생산지수가 각각 13.9%, 4.8% 상승함
- 소비재 소매판매액은 0.2% 감소한 13조 8,142억 위안(약 2,606조원)이며, 이 중 상품 판매액은 0.4% 증가하고 요식업 매출은 5.1% 감소함. 온라인 상품 소매판매액은 5.2% 증가하여 소비재 소매판매액의 23.8%를 차지함(*생활용품 소매판매액이 비교적 빠른 증가세로 음료, 식량·식용유·식품, 의약품 소매판매액이 각각 10.4%, 9.5%, 8.8% 증가함)
- 고정자산 투자는 6.8% 증가한 15조 3,544억 위안(약 2,897조원)이며, 이 중 인프라 시설 투자는 6.5% 증가, 제조업 투자는 12.2% 증가, 부동산 개발투자는 2.7% 감소하였음

자료원 : 중국경제망

http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202205/16/t20220516_37584545.shtml

2 中, 1~4월 외자사용액 20.5% 증가...한국·미국·독일의 대중 투자 급증

- 중국 상부무에 따르면 올해 1~4월 중국의 누적 외자사용액은 전년 동기대비 20.5% 증가한 4,786억 위안(약 91조원)으로 집계됨(*은행·증권·보험 분야 데이터 미포함)
- 업종별로는 서비스업의 외자사용액이 3,519억 위안(약 67조원)으로 전년 동기대비 12.5% 증가했고, 첨단기술 산업은 45.6% 증가했으며, 이 중 첨단기술 제조업은 36.7%, 첨단기술 서비스업은 48.3% 증가함
- 투자국을 보면 한국, 미국, 독일의 대중 투자가 각각 76.3%, 53.2%, 80.4% 급증함(*자유무역항에 대한 투자 포함)
- 지역별로는 동부, 중부, 서부 지역의 외자사용액이 각각 18.7%, 43.7%, 26.9% 증가함

자료원 : CCTV 뉴스

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732603633841770549&wfr=spider&for=pc>

3 中, 1~4월 신에너지차 생산·판매량 전년 동기 대비 각각 40% 이상 증가

- 중국자동차공업협회에 따르면 4월부터 코로나19의 영향으로 전반 자동차 산업이 부진한 가운데 신에너지차 생산량과 판매량은 여전히 상승세를 보였음
- 4월 신에너지차 생산량과 판매량은 각각 31.2만 대, 29.9만 대로 전년 동기대비 각각 43.9%, 44.6% 증가함
- 1~4월 신에너지차 누적 생산량과 판매량은 각각 160.5만 대, 155.6만 대로 전년 동기대비 각각 1.1배 증가함. 이 중 순수 전기차의 생산량과 판매량은 각각 127.8만 대, 123.9만 대로 1.1배 증가했고, 하이브리드차 생산량과 판매량은 각각 32.6만 대, 31.6만 대로 전년 동기대비 각각 1.9배, 1.7배 증가함. 연료전지차의 생산량과 판매량은 각각 1,034대, 832대로 전년 동기대비 각각 6.4배, 3.4배 증가함
- 자동차공업협회 관계자는 자동차 기업들은 4월부터 코로나19 영향을 받았으나 조업을 재개한 후 대량의 신형 모델을 출시하여 시장을 활성화시켰으며, 비록 4월 자동차 생산량과 판매량이 대폭 감소했지만 점차 호전되는 추세로 기업들은 5월과 6월 생산량과 판매량을 기대하고 있다고 밝힘

자료원 : 인민일보 해외판

http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2022-05/13/content_25917701.htm

4 中, 전기차 충전시설 산업 고속 성장...올해 1분기 49만 개소 설치

- 올해 1분기 중국의 신에너지차 보급량이 1,000만 대를 돌파했으며 신에너지차 보급량 증가는 충전시설 산업의 빠른 발전을 견인함
- 중국충전연맹(中国充电联盟)에 따르면 1~3월 충전시설 증가량은 49만 개소이며, 이 중 공공 충전시설 증가량은 96.5%, 전기차 충전시설 증가량은 538.6%를 기록함. 올해 3월 말까지 중국내 충전시설은 총 311만 개소로 전년 동기대비 73.9% 증가하였음
- 선전시 모 충전시설 생산업체 엔지니어는 시장규모의 확대와 더불어 올해 주문량이 배로 증가했고, 현재 신기술을 활용하면 배터리가 안전할 경우 600킬로와트의 전기로 5~10분이면 차량 한 대를 충전할 수 있다고 밝혔음
- 최근 선전시전력공급국과 남방전력망전기차서비스유한회사는 공동으로 중국내 최초 5G 스마트 충전시설을 선전시 룡강(龙岗)에 설치하였으며, 실시간 정보 수집과 분석 뿐만 아니라 내장 5G 통신 모듈은 데이터 전송속도를 4G의 50배로 제고시킬 수 있음

자료원 : CCTV재경

http://www.ce.cn/cysec/ny/gdxw/202205/11/t20220511_37569807.shtml

5 중국가통계국 인구집계...1선 도시 증가세 둔화, 2선 도시로 유입

- 중국 국가통계국에 따르면 2021년 말 기준 중국 인구는 전년도 대비 48만 명 증가한 14억 1,260만 명으로 집계됨
- 지린성을 제외한 30개 성·시에서 2021년 인구통계를 발표했으며, 이 중 광둥성과 산둥성 인구가 1억 명을 웃돌면서 1, 2위를 기록, 3~5위는 허난성(9,883만 명), 장쑤성(8,505만 명), 쓰촨성(8,372만 명)으로 나타남
- 상주인구가 감소한 지역은 허난, 헤이룽장, 허베이, 간쑤, 네이멍구, 베이징, 구이저우, 산시(陝西), 산시(山西), 장시 등 15개 성·시이며, 이 중 가장 많이 감소한 지역은 허난성(58만 명), 헤이룽장성(48만 명), 윈난성(32만 명)임

- 상주인구 증가량을 보면 1~5위는 저장, 광둥, 후베이, 장쑤, 푸젠임. 후베이성은 2021년 경제 회복에 따라 인구가 다시 유입되었고, 그 외는 전부 연해지역으로 인구가 총 186만 명 증가했으며, 이 중 저장성은 72만 명, 광둥성은 60만 명, 장쑤성은 28만 명, 푸젠성은 26만 명 증가함
- 과거와 비교하면 선전, 광저우 등 1선 도시 인구 증가세가 둔화되고 2선 도시, 특히 우한(120만 명), 청두(25만 명), 항저우(24만 명), 시안(20만 명), 난창(18만 명), 창사(18만 명) 등 성소재지 인구가 증가하는 추세를 보였음

자료 : 중국경제망

http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202205/09/t20220509_37564603.shtml

6 中, 1분기 부동산 개발 대출 전분기 대비 증가세

- 중국 인민은행에 따르면 2022년 1분기 말 기준, 부동산개발 대출 잔액은 53조 2,200억 위안(약 1경 45조 원)으로 전년 동기대비 6% 증가하였고 1분기에 7,790억 위안(약 147조원) 증가했음
- 1분기 말 부동산개발 대출 잔액은 12조 5,600억 위안(약 2,370조 원)으로 1분기에 2,900억 위안(약 55조 원) 증가함. 개인 주택담보대출 잔액은 전년 동기대비 8.9% 증가한 38조 8,400억 위안(약 7,328조 원)이며, 3월 신규 주택담보대출 금리는 5.42%로 연초 대비 인하되었음
- 이취(易居)연구원은 1분기 부동산 대출잔액 통계를 보면 정부는 공급과 수요, 즉 부동산 개발업체와 주택 구입자 양 측을 모두 지원하는 정책을 취하고 있다고 분석함

자료원 : 양광망(央广网)

<http://news.jstv.com/a/20220509/1652021462126.shtml>

7 中, 1~4월 철강 수출 29.2% 감소...철강업체 내수시장 집중

- 올해 중국의 철강 수출입은 감소세를 보이면서 철강업체들의 수익성도 지속적으로 하락하고 있음
- 업계에서는 철광, 코크스, 폐철 등 원료 공급 개선에 따라 철강업종의 원가 부담이 점차 완화될 것으로 예상했으며, 철강업체는 해외 철강 수요보다 내수시장에 의존할 것으로 분석함. 한편 코로나19 상황 호전과 더불어 인프라 건설 및 부동산, 자동차 분야의 철강 수요가 다시 회복될 것으로 전망함

- 해관총서에 따르면 올해 4월 중국의 철강 수출량은 전년 동기대비 37.6% 감소한 498만 톤, 1~4월 누적 수출량은 29.2% 감소한 1,816만 톤으로 집계됨
- 란저(兰格) 철강연구센터 관계자는 4월 철강 수출가는 경쟁력이 있었지만 글로벌 경제성장 둔화 및 높은 가격대로 수요가 부진하여 수출이 여전히 감소했다고 밝혔음
- 4월 중국의 철강 수입량은 전년 동기대비 18.3% 감소한 96만 톤, 1~4월 누적 수입량은 14.7% 감소한 417만 톤으로 나타남

자료원 : 중국증권보

http://www.ce.cn/cysec/ny/gdxw/202205/13/t20220513_37577751.shtml

8 中, 비철금속 가격 하락세...알루미늄 톤당 2만 위안 이하로 하락

- 최근 비철금속 가격이 집중 하락세로 업계 애널리스트는 5월 중하순 수요가 비수기에 접어들면 비철금속 가격이 반등하기 어려울 것으로 예상함
- 글로벌 에너지 공급난으로 비철금속 가격이 일제히 상승세를 보이면서 역대 최고치를 기록했으나, 해외 공급이 점차 회복되고 중국내 코로나19 방역으로 수요가 줄어들면서 알루미늄 대표의 비철금속 가격이 다시 하락세를 보임
- 상하이선물거래소의 알루미늄 현물 가격은 5월 8일 기준 2만 10위안(약 379만원)에서 5월 9일 기준 1만 9,775위안(약 374만원)으로 하락함. 5월 9일 기준 구리 가격은 4월 하순의 최고치인 톤당 7만 5,150위안(약 1,423만원)에서 약 5% 하락했고 아연은 10%, 니켈과 주석은 3월 하순의 최고치에서 각각 23%, 12% 하락했음
- 업계 관계자는 4월 코로나19의 영향으로 운송이 어려워 알루미늄, 구리, 아연 등의 비철금속 공장 내 재고가 증가하고, 5월 이후에는 비철금속 시장이 전통적인 비수기에 접어들고 향후 수요가 감소가 예상되어 가격 하락폭이 더 커졌다고 분석함

자료원 : 증권시보

<http://www.zqrb.cn/money/qihuo/2022-05-10/A1652121408215.html>

9 中, 헬스산업(健康产业) 시장규모 10조 위안대로 성장 전망

- 이카이(易凯)캐피탈에서 발표한 2022년 이카이캐피탈 중국헬스산업(健康产业) 백서에 따르면 2021년 중국의 헬스산업 규모는 10조 위안(약 1,895조 원)대로 성장했으며, 이 중 의약품, 의료기기, 의료서비스·디지털의료는 각각 2.5조 위안, 1조 위안, 5.5~6.5조 위안으로 추산됨
- 2021년을 기점으로 혁신 의약품, 혁신 의료기술·의료기기, 의료용 인공지능 등 분야의 기업들이 급성장하고, 뇌·컴퓨터 인터페이스(BCI: brain-computer interface) 기술, 디지털 치료법, 합성생물학, 유전자 편집 등 첨단기술이 규모화 응용을 실현할 전망이다
- 의료기기 수출도 성장 잠재력을 보유하고 있으며, 체외 진단시제와 코로나19 검사 관련제품 수출이 증가세를 보였고 수출용 로봇 분야는 2021년 총 26건, 78억 위안(약 1.5조 원) 규모의 투자를 받았음
- 의료 분야는 2021년 3,755억 위안(약 71조원) 규모의 투자를 받아 전년보다 30% 증가함. 또한 중국산 의료기기로 수입산 대체, 개인 건강데이터 보안 등 추세에 비추어 향후 위안화 투자기관들의 헬스산업에 대한 투자가 증가할 것으로 전망됨

자료원 : 금융계

<http://finance.jrj.com.cn/2022/05/09105136603871.shtml>

10 中, 온라인 쇼핑 남성소비자 6억 명 육박

- 중국 시장조사업체 퀘스트모바일에서 발표한 '2022년 남성소비 동향보고서'에 따르면 2022년 3월 기준 중국의 온라인 쇼핑 남성소비자는 6억 명에 육박함
- 젊은층 남성소비자는 스포츠용품, 모바일게임을 선호하고 31~50세 사이는 가전, 자동차 소비의 주력군으로 자동차에 대한 수요가 비교적 높았고, 뷰티제품은 글로벌 유명 브랜드 위주로 구입하는 것으로 분석됨
- 남성소비자는 3C(컴퓨터·통신·소비자가전) 제품, 주류, 가전 등 단가가 비교적 높은 제품을 즐겨 찾고 31~50세 남성은 주류 소비수요가 높았으며, 51세 이상은 가전제품을 주목하는 것으로 나타남
- 스마트 설비 이용자 규모도 확대되는 추세로 주력 소비층은 31~50세이고, 스마트 설비의 간편성으로 51세 이상의 남성소비자 수요도 빠르게 증가하는 추세를 보였음

자료원 : 환구망

<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2022-05-10/doc-imcwipii9097001.shtml>

11 中, 머리염색 시장규모 200억 위안 돌파...DIY염색 인기

- 최근 중국 소비자 가운데서 DIY염색이 인기를 끌고 있으며, 중상(中商)산업연구원에 따르면 2021년 중국의 머리염색 시장규모는 200억 위안(약 3.8조 원)을 넘어섰음
- 온라인 쇼핑몰에서 여러 브랜드의 머리염색제 월간 판매량이 10만 건에 달했으며 인기 상품은 판매량이 무려 1,300만 건을 기록함. SNS플랫폼에는 DIY염색 게시글이 200만 건, 100만 명의 네티즌이 DIY염색 컬러 선택, 성분 테스트 등 경험을 공유한 것으로 집계됨
- DIY염색은 헤어샵보다 염색비용 절감으로 젊은이들이 선호하며, 브랜드별로 새로운 컬러 출시로 소비자의 이목을 끌고 있음. 한 소비자는 72위안(약 1만4천원)/60ml 가격대의 머리염색제를 구입하면 두명이 염색이 가능하다고 밝혔음
- 제1재경산업데이터센터의 '2021년 헤어용품 추세보고서'에 따르면 2018~2020년 티몰에서 95허우(95后)의 머리염색제 소비규모와 증가율이 가장 높았음

자료원 : 양쯔석간신문(扬子晚报)

<https://m.gmw.cn/baijia/2022-05/10/1302938859.html>

12 中, 캠핑족 증가로 캠핑시장 규모 급성장

- 중국의 5.1절 연휴 기간에 캠핑경제가 주목을 받았으며, 5.1절 기간 캠핑 관련 검색량이 전년 동기대비 746% 급증하였고 캠핑족도 점차 증가세를 보임
- 2014~2020년 중국의 캠핑시장 규모는 77억 위안(약 1.4조원)에서 168억 위안(약 3.2조원)으로 연평균 13.9%씩 성장했으며, 2022년 시장규모는 18.6% 성장한 355억 위안(약 6.7조원)으로 전망됨
- 캠핑족들은 캠핑 정보를 주로 예능프로그램, 가족과 친지, 동영상 플랫폼 등을 통해 접하는 것으로 분석됨
- 캠핑 빈도를 보면 28.8%의 소비자는 1~2개월, 35.4%는 3~6개월, 19%는 1년에 한번으로 집계되었고, 주로 구입하는 캠핑 공구는 텐트, 방습패드, 침낭, 캠핑랜턴 등으로 나타남

자료원 : iiMedia Research

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732157428811735492&wfr=spider&for=pc>

13 中, 베란다 채소 재배로 관련제품 인기 상승

- 최근 중국에서 베란다 채소 재배가 새로운 생활방식으로 떠오르면서 온라인 쇼핑몰에서 채소와 과일 종자, 화분, 영양토, 비료, 원예도구 등이 인기를 끌고 있음
- 타오바오·티몰이 발표한 '2022 베란다 채소 재배 보고서'에 따르면 상하이, 둥관, 베이징, 쑤저우 광저우 등 도시의 85허우와 95허우가 주로 베란다에서 채소를 재배했고, 올해 1분기 티몰에서 각종 채소 종자 판매량이 급증하고 구매자수 증가율이 연속 3년간 100% 이상에 달했음
- 쇼트클립 플랫폼 콰이서우(快手)가 발표한 '베란다 채소 재배 분석표'에 따르면 가장 즐겨 재배하는 채소는 각종 나물, 오이, 부추이고 과일로는 딸기, 수박, 감이며, 기후 차이로 남방 지역은 호박, 북방 지역은 감을 즐겨 재배하는 것으로 나타남
- 한편 지난 4월 타오바오·티몰 플랫폼에서 종자, 화분, 영양토, 비료, 스마트 재배기기, 원예공구 등의 판매액이 전년 동기대비 3배 이상 증가했음. 채소 종자 판매업체 관계자는 2020년 하반기에 티몰에 입점한 후 업무량이 빠르게 증가하여 올해 1월 매출은 10만 위안(약 1,893만원), 2월 매출은 15만 위안(약 2,839만원)에 달했고, 4월에는 30만 위안(약 5,678원)의 매출을 올렸다고 밝혔음

자료원 : 중국경제망

http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202205/11/t20220511_37569674.shtml

14 中, 가정용 프린터기 시장규모 꾸준한 성장세

- 아이메이 컨설팅에서 발표한 '2022년 중국 가정용 학습 프린터기 혁신 연구보고서'에 따르면 2021~2025년 중국의 프린터기 시장규모는 352억 위안(약 6.7조 원)에서 408억 위안(약 7.7조 원), 이 중 가정용 프린터기 시장규모는 33.8억 위안(약 6,410억 원)에서 62억 위안(약 1.2조 원)으로 성장할 전망이다
- 가정용 프린터기 시장에서 HP, 캐논 등의 전통 브랜드가 여전히 대부분의 시장을 점하고 마오마오지(喵喵机, 오답프린터) 등의 신규 브랜드가 점차 부상하고 있음

- 조사 대상자 중 39%는 1,000~1,500위안(약 19~28.5만원), 33.6%는 500~1,000위안(약 9.5~19만원) 가격대의 중고가 제품을 선호했으며, 500위안(약 9.5만원) 이하 가격대를 선택한 소비자는 5.7%에 불과했음
- 코로나19로 가정에서 프린트하는 습관이 점차 형성되고 쌍감정책(사교육 금지, 숙제 부담 완화)으로 가정교육 프린터 수요도 증가하며, 미국, 일본 등 선진국의 가정용 프린터기 보급률이 50%에 달하는 반면 중국은 현재 8.9% 수준으로 가정용 프린터 시장은 꾸준히 성장할 것으로 예상됨

자료원 : 아이메이컨설팅

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1731948689761421918&wfr=spider&for=pc>

15 中 스포츠브랜드 리닝, 커피시장 진출

- 중국 스포츠 브랜드 리닝(李宁)은 5월 6일 커피 브랜드 'NING COFFEE'를 등록하고 향후 스포츠용품 매장에서 커피를 판매할 계획을 밝혔음
- 올해 4월 기준 중국내 프랜차이즈 커피숍 중 매장수 1~3위는 루이싱(瑞幸, 6,671개), 스타벅스(5,654개), 맥도날스 산하 맥커피(1,675개)로 집계되었으며, 1분기 기준 리닝의 매장수는 5,872개로 커피 판매를 개시하면 매장수가 스타벅스를 추월할 것으로 예상되어 업계 주목을 받고 있음
- 중국 커피시장 성장에 따라 2018년부터 중국우정(中国邮政), 페트로차이나(中石油), 텐진거우부리(天津狗不理), 화주(华住), 퉁런탕(同仁堂), 라이인편(来伊份) 등 기업들이 커피시장에 진출하여 오프라인 매장 매출신장을 도모하고 있음

자료원 : 금융계

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732449356624198717&wfr=spider&for=pc>

16 中, 스마트 도어락 판매량 꾸준한 증가세

- 중국 스마트홈 산업연구원에 따르면 중국인의 생활수준 제고 및 기술력 향상에 따라 스마트 제품에 대한 의존도가 높아지고 있으며, 스마트 도어락이 점차 가정 필수품으로 부상함

- 중국내 스마트 도어락의 시장침투율은 일본(80%)과 한국(60%) 대비 상대적으로 낮으며 최근 스마트홈 시장의 성장에 힘입어 스마트 도어락 시장도 빠른 발전세를 보이고 있음
- 2020년부터 중국은 세계 최대 규모의 스마트 도어락 생산·판매국으로 성장했으며 생산업체는 1,600개사, 브랜드 수는 3,500여 종에 달하고 있음
- 2021년 스마트 도어락 온라인 판매량은 31.4% 증가한 458만 세트, 판매액은 35.5% 증가한 71억 위안(약 1.3조원)임. 온라인 판매 비중을 25%로 계산 시 2021년 스마트 도어락 판매량은 총 1,900만 세트로 2022년 판매량은 2,200만 세트로 예상됨
- 스마트 도어락은 주로 부동산 프로젝트, 오프라인 매장, 온라인 쇼핑몰 등에서 판매되며, 이 중 부동산 프로젝트를 통한 판매량이 40% 이상을 차지하고 있음
- 2022년 신규 건설주택의 스마트 도어락에 대한 수요를 추산해 보면 고급인테리어 주택 34%(268만 세트), 마오피팡(毛坯房, 인테리어가 되지 않은 주택) 34%(265만 세트), 보장성 임대주택 26%(200만 세트), 장기임대 오피스텔 6%(50만 세트)로 예상됨

자료원 : 스마트도어락연구원

<https://xw.qq.com/amhtml/20220515A01DCZ00>

17 中, 4월 냉장고 판매액 전년 동기대비 40.8% 증가

- AVC컨설팅에 따르면, 올해 4월 가전제품의 오프라인 판매가 부진한 가운데 냉장고의 판매액이 전년 동기대비 40.8%의 급증세를 보였음
- 백색가전 분야에서는 컬러TV 오프라인 판매액은 25.5% 감소하였고, 이 중 75인치 이상 컬러TV 판매액이 10.8% 증가하여 전체의 25.0%를 차지함. 냉장고, 세탁기, 의류건조기, 에어컨의 판매액은 각각 13.4%, 28.1%, 4.6%, 24.6% 감소하였고, 냉동고 판매액이 40.8% 증가함
- 주방가전 분야에서는 환풍기, 스토브, 전기온수기, 가스온수기의 오프라인 판매액은 각각 30.4%, 15.4%, 28.5%, 34.9% 감소하였고, 식기세척기의 판매액이 7.1% 증가세를 보임
- 소형가전 분야에서는 오프라인 누적 판매액이 28.9% 감소하였고, 이 중 IH전기밥솥 판매액이 3.3% 증가하였음
- 청결가전 분야에서는 공기청정기, 정수기의 오프라인 판매액은 각각 46.8%, 30.3% 감소하였고, 청소용 로봇 판매액이 5.9% 증가하였음

자료원 : AVC컨설팅

<https://m.jiemian.com/article/7466314.html>

18 中 징둥그룹, 온·오프 상생 '징둥 신백화점' 오픈 예정

- 징둥그룹(京东集团)은 5월 9일 의류, 홈데코, 뷰티, 스포츠용품, 브랜드시계 등 사업부문을 '징둥 신백화점(京东新百货)'으로 업그레이드하여 징둥상청(京东商城) 앱에서도 '징둥 신백화점' 채널을 오픈하였고, 향후 주요 도시에도 서로 다른 테마의 오프라인 매장을 오픈할 계획이라고 발표함
- 징둥그룹 관계자는 브랜드 공급망과 유통망의 협력을 통해 온·오프라인 시장을 통합해야 하며, 징둥은 업계 선도브랜드와 글로벌 유명 브랜드를 엄선하여 새로운 시장 개척을 목표로 이번 '징둥 신백화점'을 출시하였다고 밝혔음. '징둥 신백화점'은 '티몰 수입직영(天猫进口直营)'과 비슷하지만 티몰은 수입상품 공급에 강화되어있는 한편, 징둥 신백화점은 생활방식 면에서 소비자의 관심을 끌 예정임
- 시장(希疆) 항저우 신소매연구원 원장은 현재 중국은 소비 양극화 추세로 고급상품 소비가 왕성한 반면 대중소비는 부진한데, '징둥 신백화점'은 엄선한 상품으로 구성되어 소비추세에 부합할 것으로 전망함
- 이관(易观) 컨설팅회사 애널리스트는 최근 온·오프라인 협동 발전이 메가트렌드로 징둥의 오프라인 매장은 소비자들에게 더 우수한 상품과 쇼핑 서비스를 제공할 것으로 예상함
- 최근 중국내 온라인 쇼핑물 간 경쟁, 소비 부진, 라이브 커머스 플랫폼의 성장 등 요인으로 2021년 광군제 티몰과 징둥의 누적 거래액 증가율은 15.6%로 2020년의 28.4% 대비 현저한 둔화세를 보였으며, 이로 인해 오프라인 시장 개척 필요성이 대두되고 있는 상황임

자료원 : 증권일보

http://www.ce.cn/cysec/newmain/yc/jsxw/202205/11/t20220511_37570144.shtml

19 中, 타오바오·티몰 618 판촉전 관련 25가지 상가 지원조치 발표

- 올해 618 판촉전을 앞두고 티몰은 금융, 물류, 트래픽, 코로나19 특별조치, 기술 업그레이드 등 5개 방면에서 25가지 상가 지원조치를 발표하였음

- 타오바오와 티몰의 상가 지원조치는 지난해 광군제(11.11)의 2배로 중국 상무부연구원 전자상거래연구소 장리(张莉) 소장은 티몰의 상가 지원조치가 코로나19 기간 온라인 소비에 활력을 부여할 것으로 기대했음
- 상품 재고 면에서 마이뱅크(MyBank, 网商银行)는 상가들을 위하여 신용대출을 제공하고, 예매 기간에는 소비자가 예약금을 지불하면 상가에 일부 거래액을 결제해주며, 상품판매 기간에는 상가를 위하여 1,000억 위안(약 18.8조 원) 규모의 자금을 지원할 계획임
- 한편 소비자들이 서로 다른 라이브 커머스 채널을 통해 상품을 구입하더라도 구입총액이 일정 금액 이상에 도달하면 할인 혜택을 부여할 예정

자료원 : 신민석간신문

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732702582406074746&wfr=spider&for=pc>