



차이나

CHINA Market Watch

마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2671/3

이메일 : beijingk@kita.net

1 中, 지역별 소비쿠폰 발행 등 소비촉진 정책 실시

- 코로나19로 소비가 위축되자 각 지역별 정부는 소비쿠폰 발행, 요식업 지원, 자동차·가전 소비 촉진 등 관련 정책을 발표하였음
- 장시성은 5월부터 7월까지 '자동차 번호판 뽑기' 추첨 이벤트에 4,600만 위안(약 86억원)을 사용하고, 신차 구입시 최고 5만 위안(약 934만원)의 보조금을 지원한다고 밝힘
- 광저우시는 5월 16일부터 24일까지 소비쿠폰을 발행하여 판촉 행사를 개최하였으며 도시 전체 소비액이 전주 대비 17.4% 증가하였음
- 5월 29일 상하이시는 경제회복 발전을 위하여 8개 방면의 50가지 조치를 실시한다고 밝혔으며, 이 중에는 소비 회복 촉진 정책, 비영업성 버스 번호판 발급량 증가, 순수 전기차 구입 보조금 제공, 가전제품 교체시 보조금 제공 등의 내용이 포함됨
- 앞서 선전시는 자동차, 전자제품, 가전, 야외 문화관광 등 9개 방면의 30가지 조치를 발표했으며, 유관 부문은 450억 위안(약 8조원) 규모의 소비를 견인할 것으로 예상함
- 소비 확대 관련 정보소비, 지속가능한 소비 등이 잠재력이 있으며, 정보소비 도시 및 시범 프로젝트를 육성하고 5G, 산업인터넷과 에너지, 교육 등 분야의 융합 응용을 추진해야 할 것으로 보임
- 중국국무원발전연구센터 시장경제연구소 왕웨이(王微) 소장은 "시장주체와 기업이 안정되어야 국민들이 수입이 있고 수입이 있어야 소비가 가능하다"고 밝혔으며, 2022년 소비 회복이 경제 회복 및 공급 회복 속도보다 더디지만, 이 격차가 점차 축소될 것으로 예상하였음

자료원 : 경제참고보

http://www.jjckb.cn/2022-05/30/c_1310607877.htm

2 中, 원난·구이저우·허베이 등지 신인프라 건설 가속화

- 최근 중국내 신인프라 건설이 가속화되고 있으며, Wind 신인프라 건설지수가 5월 1일부터 27일 까지 누적 4.6% 상승하였음. 신인프라 건설은 인터넷 기반시설, 에너지·전력 기반시설 등의 4대 중점 분야가 포함됨
- 5월부터 여러 지역에서 신인프라 프로젝트를 포함한 다수의 대형 프로젝트 건설을 착수하였는데 윈난성은 5월 11일 투자규모가 3,043억 위안(약 57조 원)에 달하는 919건의 프로젝트를 착공했으며, 이 중 디지털경제 관련 프로젝트가 31건이었음. 구이저우성은 투자규모가 2,059억 위안(약 38조 원)에 달하는 360건의 프로젝트를 5월 20일 착공했으며, 이 중 과학기술 혁신 및 신인프라 건설 프로젝트가 다수 포함됨. 충칭시는 5월 24일 신인프라 프로젝트 건설을 가속화 한다고 밝혔고, 허베이성 랑팡시는 5월 26일 일련의 대형 프로젝트를 착공했는데, 이 중에는 투자규모가 27억 위안(약 5,037억 원)에 달하는 디지털 인프라 건설 및 응용 프로젝트 2건이 포함됨
- 우시(无锡)디지털경제연구원 관계자는 신인프라 건설은 디지털경제 신업종, 신기술 발전에 토대를 마련해주고, 전통산업의 디지털화, 스마트화 전환을 추진하며, 신인프라를 통해 수집한 데이터는 무제한 복제 및 새로운 가치 창출이 가능하여 투자 촉진에 유리하다고 밝혔음. 또한 안정적인 투자를 견인하는 신인프라 프로젝트 건설이 가속화 될 것으로 예상함

자료원 : 증권일보

<http://www.zqrb.cn/finance/hongguanjingji/2022-05-30/A1653842201181.html>

3 中, 1~4월 물류총액 3.6% 증가한 2조원 달성

- 중국물류구매연합회는 올해 1~4월 물류 실적을 발표하고 4월 코로나19 등의 영향으로 공급망과 물류가 비교적 큰 영향을 받았지만 농산품, 에너지 등 기반산업의 물류 수요는 증가했다고 분석함
- 1~4월 물류총액은 전년 동기대비 3.6% 증가한 106억 위안(약 2조원)을 달성하였음
- 4월 본토 코로나19 확산세로 공업제품 물류 총액은 전년 동기대비 2.9% 감소하여 2020년 3월 이후 처음 하락세를 보였음. 4월 석탄, 원유, 천연가스 등 에너지 물류량은 각각 10.7%, 4%, 4.7% 증가하였고, 철강, 비철금속 등의 물류 수요는 지속적인 증가세를 보였으며, 태양전지 등 신소재 물류량은 고속 성장세로 증가율이 20% 이상에 달했음. 컴퓨터, 통신 및 기타 전자설비 제조업 물류량은 4.9% 증가하였음

자료원 : CCTV

<https://m.gmw.cn/baijia/2022-05/25/1302963614.html>

4 中, 1~4월 소프트웨어 산업 매출 10.8% 성장

- 중국 공업정보화부에 따르면 1~4월 중국의 소프트웨어 및 IT 서비스 매출은 전년 동기대비 10.8% 증가한 2조 7,735억 위안(약 526조 원)으로 두 자릿수 증가세를 유지함. 이윤 총액은 전년 동기대비 1.4% 감소한 2,785억 위안(약 53조 원)이었음
- 소프트웨어 제품 매출은 10.5% 증가한 7,094억 위안(약 134조 원)이며, 이 중 산업용 소프트웨어 제품 매출은 12.2% 증가한 698억 위안(약 13조 원)으로 집계됨
- IT 서비스업 매출은 12.3% 증가한 1조 7,999억 위안(약 341조 원)이며, 이 중 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터 서비스 매출 총액이 9.0% 증가한 2,879억 위안(약 55조 원)임. 집적회로 매출은 16.3% 증가한 797억 위안(약 15조 원), 전자상거래 플랫폼 기술서비스 매출은 18.8% 증가한 2,512억 위안(약 48조 원)이며, 산업 인터넷 플랫폼 서비스 매출은 19.4% 증가하였음

자료원 : 인민일보 해외판

http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2022-05/25/content_25919662.htm

5 中, 자동차 소비 촉진 위해 승용차 취득세 11조 원 규모 감면 예정

- 최근 중국 국무원은 자동차 소비를 촉진하기 위하여 자동차 구매 제한을 완화하고 단계적으로 일부 승용차 취득세 600억 위안(약 11조원)을 감면할 예정이라고 밝혔음
- 자동차 소비는 전체 소비시장의 10% 좌우를 차지하며, 1~4월 소비재 소매판매액이 0.2% 감소한 가운데 자동차 소매판매액은 8.4%의 감소세를 보였음
- 중국승용차연합회는 조사대상 기업의 80%가 5월 판매량이 두 자릿수로 감소하여 5월 승용차 판매량은 전년 동기대비 19.0% 감소한 132만 대로 추산했음
- 4월 승용차 판매량은 전년 동기대비 35.4% 감소한 104만 대이고, 신에너지차 판매량은 28만 대임
- 4월 하순부터 광둥, 지린, 저장, 산둥 등지에서 자동차 소비촉진 정책을 시행하였지만, 베이징, 톈진, 쓰촨, 허난, 장시 등지에서 코로나19 확진자 지속 발생으로 인한 엄격한 방역조치에 자동차 생산과 소비가 모두 영향을 받고 있음

자료원 : 중국승용차연합회, 증권일보

<https://mp.weixin.qq.com/s/6QutRlzT2H6yPZVN2tJa6w>

<http://www.zqrb.cn/finance/hongguanjingji/2022-05-25/A1653406613489.html>

6 中, 1~4월 경공업에 대한 투자 두 자릿수 증가

- 중국경공업연합회에 따르면 1~4월 경공업 주요 업종에 대한 투자규모가 확대되어 두 자릿수 증가세를 유지함. 이 중 농·부산식품 가공, 식품 제조, 주류·음료, 피혁, 문화·스포츠 등 업종에 대한 투자 증가율이 20% 이상에 달했음
- 국가통계국에 따르면 1~4월 경공업 10종 상품 소매판매액이 전년 동기대비 2.8% 증가한 2조 1,448억 위안(약 406조원)으로 전체 소비재 소매판매액의 15.5%를 차지했고, 이 중 식품(곡류를 포함한 식량·식용유·가공식품), 음료류 제품의 소매판매액이 각각 9.5%, 10.4% 증가함
- 해관총서에 따르면 1~4월 경공업 8종 주요상품의 누적 수출이 전년 동기대비 8.1% 증가한 1,459억 달러로, 이 중 플라스틱 제품 수출이 300억 달러, 가전·가구 수출이 200억 달러를 기록함
- 중국경공업연합회 장충허(张崇和) 회장은 최근 코로나19로 인해 벌크상품과 원재료가 높은 가격대를 유지하여 4월 경공업 경제회복 속도가 둔화되고, 기업 경영 부담도 지속되고 있지만 경공업의 양호한 발전 추세는 변함이 없다고 밝혔음
- 올해 1분기 기준 규모이상(*연매출 2,000만 위안 이상) 경공업 기업은 12만 개로 집계되었고, 매출 총액은 9.9% 증가한 5조 4,100억 위안(약 1,025조원), 이윤 총액도 1.2% 증가한 3,010억 위안(약 57조원)으로 나타남. 또한 1~4월 식품공업 3대 업종(농·부산식품 가공, 식품 제조, 주류·음료·차음료 제조)의 부가가치 증가율이 제조업 및 전국 공업 증가율을 상회하였음

자료원 : 인민일보 해외판

http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2022-05/25/content_25919663.htm

7 中, 1~4월 맥주 생산량·수입량 모두 감소

- 중국 국가통계국에 따르면 올해 1~4월 누적 중국내 규모이상(*연매출 2,000만 위안 이상) 주류 업체의 맥주 생산량은 전년 동기대비 6.2% 감소한 1,075만 킬로리터임
- 1~4월 누적 맥주 수출량은 전년 동기대비 9.9% 증가한 15만 킬로리터, 수출액은 9.7% 증가한 6억 4,981만 위안(약 1,227억원)이고, 누적 수입량은 3.1% 감소한 14만 킬로리터, 수입액은 2.5% 증가한 13억 1,810만 위안(약 2,496억원)임
- 4월 당월 맥주 생산량은 전년 동기대비 18.3% 감소한 259만 킬로리터로 집계됨
- 4월 당월 맥주 수출량은 전년 동기대비 12.9% 증가한 3.8만 킬로리터, 수출액은 19.6% 증가한 1억 6,906만 위안(약 320억원)이고, 수입량은 6.9% 감소한 4.4만 킬로리터, 수입액은 1.0% 증가한 3억 9,290만 위안(약 744억원)임

자료원 : FoodBevDaily

<https://www.163.com/dy/article/H831VUDR0519C7MQ.html>

8 中, 2022년 스마트시티 시장 4,728조원 규모 예상

- 최근 중국국가공업정보안전발전연구센터, 중국산업인터넷발전연맹, 레노버 등 기관에서 공동 발표한 '2022 스마트시티 백서'에 따르면 2022년 중국의 스마트시티 시장규모가 25조 위안(약 4,728조원)에 달할 전망이다
- 중국국가공업정보안전발전연구센터 정보화연구소 마동옌(马冬妍) 소장은 2021년은 '14차 5개년 계획'이 시작되는 해이자 신인프라 건설을 본격 가동한 해로 2022년 스마트시티 건설이 새로운 트렌트로 부상했다고 밝힘
- 또한 5G, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅, 사물인터넷, 산업인터넷 등 차세대 정보기술의 광범위한 응용은 스마트시티 건설에 새로운 기회를 마련해 주었다고 언급했음

자료원 : 차리렌서(财联社)

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1733711105203590774&wfr=spider&for=pc>

9 中, 2030년 스마트의료 시장 207조원 규모 전망

- 산업전문 리서치기관 Frost &Sullivan에서 발표한 '스마트의료 산업 백서'에 따르면 공공위생 및 의료정보시스템 건설 완비로 중국의 의료산업은 '의료 정보화' 1.0단계에서 '의료 스마트화' 3.0단계로 발전하고 있으며, 2030년 스마트의료 산업 시장규모가 1.1조 위안(약 207조 원)에 달할 전망이다
- 중국내 스마트의료 시장에서 이두커지(医渡科技), 선저우의료(神州医疗), 성밍치덴(生命奇点) 등 회사가 주목받고 있음
- 업계 관계자는 '의료 스마트화' 3.0 단계에 진입하면 스마트의료는 빅데이터, 인공지능 등 기술로 분석한 빅데이터를 통하여 객관적으로 의료행위와 효과를 평가하여 의사결정 정확도를 높여주고 의료비용을 절감할 수 있을 것으로 예상함
- 현재 스마트의료 산업은 △정부기관의 의료보험, 공공위생 및 건강관리 스마트화 시장 △의료기관의 스마트화 시장 △의약품 기업의 연구개발 및 마케팅, RWS(Real World Study, 환자의 데이터로 의료제품의 사용가치 평가) 연구 및 임상 CXO(의약품 연구개발·임상시험·생산판매 전반과정을 외주) 스마트화 시장 △보험업체의 상업보험 스마트화 시장 △건강관리 서비스 스마트화 시장을 포괄하고 있음

자료원 : 증권일보

<http://www.zqrb.cn/finance/hangyedongtai/2022-05-25/A1653476799927.html>

10 中, 스마트폰·가전업체 실버 전용 제품 인기

- 중국의 60세 이상 노인인구는 2.6억 명에 달하고 60허우·70허우가 점차 퇴직하여 노년 생활을 즐기면서 노년층 소비자를 겨냥한 스마트 제품 및 서비스에 대한 수요가 꾸준히 성장할 전망
- 최근 스마트 제품이 보편화 추세를 보이고 있지만 많은 실버세대 이용자들이 조작 시 어려움을 겪고 있으며, 공업정보화부는 노인용 제품 기술표준을 제정하고 있음
- 2021년 2월 공업정보화부는 국무원에서 발표한 '고령자의 스마트 기술 사용 문제점 해결 실시방안'에 기반하여 '고령자의 스마트 제품 및 서비스 사용 편리 도모에 관한 통지'를 발표하였음
- 노인들은 평소 스마트폰과 스마트TV를 가장 많이 사용하므로, 지난해 6월에는 '모바일기기 고령친화적 기술표준', '모바일기기 고령친화적 테스트방법', '스마트TV 고령친화적 디자인 기술표준' 등 3개 표준을 발표하였고, 기타 표준도 제정 중임. 이에 비추어 화웨이, 스카이워스, 하이센스, OPPO, 샤오미 등 스마트폰 및 가전업체들은 노인용 제품 출시를 가속화하였음
- OPPO는 15종의 컬러 OS11 이상이 탑재된 노인용 스마트폰을 출시하고 53개 도시에서 349회의 설명회를 개최하였으며, vivo는 원격조종 스마트폰을 출시하여 자녀들이 원격조종으로 부모님 스마트폰에서 병원 예약, 콜택시 예약 등이 가능하도록 하였음. 하이센스는 노인용 TV의 리모컨 버튼을 28개에서 10개 좌우로 줄였고 음성서비스에 24종 방언을 추가하였음

자료원 : 중국전자신문

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732994953565679050&wfr=spider&for=pc>

11 中, '신소비' 분야 홈트레이닝기구·캠핑용품·스마트가전 등 인기

- 코로나19로 소비습관 및 소비방식이 변화하고 있으며, 베이징, 후난, 닝샤 등지 소비자에 대한 조사에 따르면 홈트레이닝기구, 캠핑용품, 스마트가전 관련 산업이 빠르게 성장하는 것으로 나타남
- 중국 상무부에 따르면 5.1절 연휴기간 주요 전자상거래 플랫폼의 친환경 스마트가전 판매량이 40% 이상, 홈트레이닝 헬스기구 판매량이 20% 이상, 근교관광 및 농촌관광으로 캠핑용품 판매량이 현저한 증가세를 보였음

- 4월부터 여행사이트 ‘취날(去哪儿)’ 플랫폼에서 캠핑 검색량이 2.5배 증가하여 2020년 동기 대비 4배에 달했음. 또한 캠핑 관련상품 주문량도 지난해의 3배로 증가했음
- 신형 가전제품도 소비자의 환영을 받고 있으며, 쑤닝이꺼우(苏宁易购)에 따르면 5.1절 연휴기간 바닥 세척기 판매량이 전년 동기대비 133.7% 증가했고, 에어프라이어 판매량이 전년 동기대비 740.8% 급증하였음
- 홈트레이닝이 인기를 끌면서 쑤닝이꺼우 플랫폼에서 줄넘기, 요가매트, 러닝머신 등 헬스기구의 판매량이 전년 동기대비 197.5% 증가했고, 드라이핏 티셔츠 등 스포츠의류 판매량도 142.1% 증가세를 보였음

자료원 : 경제참고보

http://www.jjckb.cn/2022-05/26/c_1310604534.htm

12 中, 핀둬둬 산하 공동구매 플랫폼 콰이툰툰 인기 상승세

- 상하이 인터넷 사이트 ShanghaiWOW에 따르면 코로나19 기간 핀둬둬(拼多多) 산하의 공동구매 플랫폼 콰이툰툰(快团团)을 공동구매 담당자들이 가장 많이 이용한 것으로 나타남
- 2020년 3월 설립된 콰이툰툰은 2021년 일간 이용자수가 1,000만 명을 초과했고, 연간 거래액 (GMV)이 600억 위안(약 11조 원)에 달했음
- 콰이툰툰은 위챗 및 각종 소매 시스템을 통하여 이용자수가 급격히 증가하였고, 상하이 코로나19 방역 기간 대규모로 단장(团长, 공동구매 담당자)을 모집한 후 각종 상품의 공동구매 정보를 위챗으로 확산하면서 이용자 증가와 더불어 사업모델이 점차 안정됨
- 콰이툰툰은 상품 공급상, 대단장(大团长), 판매단장(帮卖团长, 대단장 하위조직) 등을 통해 운영되며, 단장이 주문을 받으면 공급상이 상품을 발송하는 형식임. 대단장은 판매대리권을 확보하여 직접 소비자에게 상품 판매가 가능하고, 판매단장은 판매대리권은 없지만 사영역 트래픽(지역단지 이웃 혹은 팔로워)을 보유하고 있는 구조임

자료원 : 전자상거래신문

<https://finance.ifeng.com/c/8GKIBQDChn6>

13 中, 알리바바닷컴 지난 1년간 거래액 46% 증가

- 알리바바그룹은 5월 26일자로 2022년 회계연도(2022년 3월 31일까지) 재무제표를 발표하였으며, 발표에 따르면 전체 소비자는 13.1억 명이고, 글로벌 전략 가속화로 해외 소비자가 6,400만 명 증가하여 3억 명을 돌파하였음

- 올해 1월 알리바바는 해외 디지털비즈니스 사업부문을 신설하였으며, 관련 업무가 안정적으로 성장하여 국제 B2C 주문량이 전년 동기대비 34% 증가하였음. 기타 지역의 전자상거래 플랫폼도 운영 실적이 양호하며, Lazada(동남아 시장)의 연간 주문량은 60%, Trendyol(터키와 중동시장)의 연간 주문량은 68% 급증하였음
- 알리바바의 글로벌 B2B 사업 실적을 보면 지난 1년간 대외무역 중소기업이 알리바바닷컴(阿里巴巴国际站)을 통한 거래액이 46% 급증하였음. 알리바바는 디지털 서비스 및 해외 인프라서비스 수준 제고에 노력을 기울였으며, 글로벌 업무의 안정적 성장을 위한 발판을 마련하였음
- 국경간 및 국제물류 면에서는 알리익스프레스(速卖通), Lazada, Trendyol 등을 토대로 차이나오(菜鸟)의 국제물류 능력을 제고하여 연간 일일 국경간 및 국제 택배업무량이 450만 건을 달성하였음
- 2022년 3월 31일 기준, 알리클라우드(阿里云)는 글로벌 27개 지역에서 클라우드컴퓨팅 서비스를 제공하고, 인도네시아, 필리핀, 한국, 태국, 독일 등지에 데이터센터를 신설한 것으로 나타났음
- 알리바바그룹의 연매출은 19% 증가한 8,530억 위안(약 158조원)이지만 순이익은 67% 감소한 620억 위안(약 11.5조원)으로 나타남

자료원 : 증권일보, 금융계

<http://www.zqrb.cn/gscy/qiyexinxi/2022-05-26/A1653579418791.html>

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1733890412246685315&wfr=spider&for=pc>

13 中 ‘낭만경제’로 생화(生花) 소비 꾸준히 증가

- 5월 20일, 520(발렌타인데이)를 맞아 어러머(饿了么), 메이뽀(美团), 딩둥마이차이(叮咚买菜) 등 생활서비스 플랫폼에서 생화 배달서비스를 개시하였음
- 허마셴생(盒马鲜生) 관계자는 5월 들어 노동절, 청년절, 어버이날 등의 명절로 생화 판매가 2배 증가했다고 밝혔고, 징둥(JD) 플랫폼도 5월 20일이 다가오자 생화 속달서비스 거래량이 평소의 2배로 증가했다고 전함
- 아이메이 컨설팅에 따르면 2021년 생화 전자상거래 시장규모는 897억 위안(약 17조 원)이며, 2022년에는 1,000억 위안(약 19조 원), 2025년에는 1,500억 위안(약 28조 원)에 달할 전망이다
- 기업정보 플랫폼 텐엔차(天眼查)에 따르면 중국내 생화 전자상거래 종사기업은 6.6만 개사로 최근 5년 내 설립된 기업이 70%를 차지했고 최근 3년간 연평균 증가율이 21.1%로 나타났음
- 2021년 신규 설립된 생화 전자상거래 종사기업은 5,240개사이며, 올해 현재까지 신규 설립된 기업은 820개사로 집계됨

자료원 : 증권일보

<https://www.163.com/dy/article/H7Q9FGS10550C0ON.html>