



차이나

CHINA Market Watch

마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672

이메일 : beijingk@kita.net

1 중국 주요 자동차 회사 상반기 판매량 발표

- 올해 상반기 중국 주요 완성차 업체의 연간 판매 목표 달성률은 대부분 30~42% 수준에 그침. 이에 따라 하반기 판매 확대를 위한 경쟁이 한층 치열해질 전망
- 상하이자동차그룹(SAIC)의 판매량은 205만 대로 유일하게 200만 대를 넘었으나 목표 달성률은 40.9%에 불과. 이 중 신에너지차 판매량은 23.1% 증가한 80만 대, 해외 판매량은 48.7% 증가한 74만 대를 기록
- 지리자동차그룹(Geely)의 판매량은 142만 대로 목표 달성률은 41.2%이며, 그러나 신에너지차 고급 브랜드 지커(极氪)의 판매량은 18만 대로 연간 목표의 50%를 상회
- 치루이그룹(Chery)의 판매량은 7.7% 증가한 136만 대, 이 중 수출은 94만 대로 중국 자동차 회사 최초로 상반기 수출이 90만 대를 돌파
- 이 외 비야디(BYD)의 판매량은 181만 대이며, 이 중 승용차 및 픽업트럭의 해외 판매량은 79만 대로 전체의 43.6%를 차지
 - 비야디는 연간 판매 목표는 공개하지 않았으나 해외 판매 목표를 160만 대로 제시했으며, 상반기 해외 판매량은 연간 목표의 절반에 가까운 실적을 달성

〈중국 주요 자동차 회사 2026년 판매 목표〉

No.	회사명	로고	1~6월 판매량 (만 대)	전년 동기대비 증감률(%)	연간 목표 판매량(만 대)	목표 달성률 (%)
1	상하이자동차그룹		205	△0.4	500	40.9
2	지리자동차그룹		142	1.0	345	41.2
3	창안자동차그룹		112	△17.4	330	33.9
4	치루이그룹		136	7.7	320	42.4
5	창청자동차그룹		58	2.5	180	32.4
6	링파오자동차		36	60.8	100	35.6
7	리상자동차		19	△5.1	55	35.2
8	니오자동차		19	67.4	46~49	41.9~39.1
9	샤오미자동차		18	15.0	55	32.7
10	베이치란구		10	47.3	42	23.5

*출처 : 차이렌서자동차, 기업별 발표자료 근거

자료원 : 차이렌서

2 국내외 유명 브랜드, 상반기 베이징시에 483개 첫 매장 오픈

- 올해 상반기 국내외 유명 브랜드가 베이징시에 483개의 첫 매장을 오픈했고 신제품 발표회·패션 쇼·전시회·공연 등 행사를 520여건 개최
- 첫 매장 오픈 증가의 주요 원인은 △베이징시의 국제소비중심도시 건설 추진에 따른 데뷔경제 육성 강화, △핵심 상권과 상업시설의 고도화를 통한 입점 여건 개선, △국내외 브랜드들이 브랜드 인지도 제고를 위해 베이징시를 신제품·신매장·신서비스의 첫 공개 거점으로 활용, △소비자들의 감성적 가치 추구에 따른 체험형 소비 수요 확대 등임
- *데뷔경제(首发经济, Debut economy) : 기업이 신제품을 출시하거나 새로운 업종·비즈니스 모델·서비스·기술을 선보이고 플래그십 스토어 및 첫 매장(首店)을 개설하는 등 새로운 시장을 창출하는 경제활동을 총칭
- 상반기 인터컨티넨탈호텔그룹 산하 가너(Garner) 호텔의 중국 1호점, 중신서점(CITIC Books)의 플래그십 스토어, 인민 미래상상 SF관의 베이징 1호점이 오픈하는 등 피트니스·레저, 호텔·숙박, 문화·스포츠·엔터테인먼트 등 분야의 고품질 서비스 공급이 증가
- 요식업 분야는 샵사브·패스트푸드·퓨전요리·커피·차음료 등 다양한 업종에서 해외 프리미엄 외식 브랜드와 중국 로컬 특색 식당의 신규 출점이 이어짐. 미국 치킨 브랜드 Popeyes를 비롯해 스미다가와(隅田川) 커피, INOVANCE INO Café, 란송차사(蘭誦茶事) 등이 잇따라 매장을 오픈
- 리테일 분야는 패션·의류·프리미엄 뷰티·아웃도어·주얼리·아트토이·문화상품 위주의 체험형 소비 공간이 확대됨. 한국 패션 브랜드 안더슨벨(Andersson Bell)의 중국 1호점, 미국 홈퍼니싱 브랜드 Harbor House의 신개념 매장, 한국 접이식 자전거 브랜드 VIOLI의 플래그십 매장, 한국 퍼fum 브랜드 탬버린즈(Tamburins)의 베이징 1호점 등이 오픈
- 중국 라이브커머스 업체인 동팡전쉬엔(东方甄选)은 중관춘에 첫 오프라인 매장을 개장하고 '리테일+외식+즉시배송'을 결합한 신유통 서비스를 선보였으며, 창청(长城) 실버용품스토어는 고령층을 대상으로 한 체험형 서비스, 문화창의 브랜드 INVOKII(印物奇创)의 매장은 생성형 AI를 활용한 문화상품 맞춤형 제작 서비스를 제공



자료원 : 베이징시 상무국

3 상하이시, 2026년 세계인공지능대회(7/17~20) 개최

- 2026 세계인공지능대회(WAIC 2026)가 7월 17일부터 20일까지 상하이시에서 개최될 예정. 전시 면적은 사상 처음으로 10만 m²이며, 참가기업은 1,100개 사(AI 컴퓨팅 및 임베디드 AI 기업이 각각 200개 사 이상), 전시품은 3,000여 종에 달하고 300여 종의 신제품이 세계 최초로 공개될 예정
- 특히 화웨이의 아틀라스 950(Atlas 950) 초대형 AI 슈퍼노드 실물, 미니맥스의 차세대 최신 AI 모델 M3, 스텝펀(StepFun) AI 에이전트 운영체제(OS), 3D 근접메모리 연산칩, 세계 최초 AI 에이전트 스마트폰, 각종 휴머노이드 로봇 및 AI 로봇손 등을 선보일 계획
- 중국의 AI 산업 규모는 지난해 1조 위안(한화 약 222조 원)을 넘어섰고 올해도 30% 이상 성장할 전망
- 국가발전개혁위원회는 관련 부처 및 지방정부와 30여 개의 국가 AI 기술실증 테스트베드를 공동 조성하고 중앙·국유 기업을 중심으로 1,000여 개의 AI 활용 시나리오를 개방했으며, 현재 주요 산업분야의 AI 적용률은 80%를 상회함

자료원 : 상하이증권보

4 1~5월 지식집약형 비즈니스 서비스 수출 12.2% 증가

- 상무부에 따르면 1~5월 지식집약형 비즈니스 서비스 수출은 전년 동기대비 12.2% 증가한 6,678억 위안(한화 약 149조 원)에 달했으며, 이 중 지식재산권 사용료와 개인·문화·오락 서비스 수출은 각각 64.9%, 50.1%의 높은 성장세를 보였음
- *지식집약형 비즈니스 서비스 : 기업의 생산·혁신 과정에서 지식(전문성·R&D·디자인·IT·컨설팅 등)을 중간재로 공급하는 서비스 업종
- 관광서비스 수출은 31.3% 증가한 1,885억 위안(약 42조 원)을 달성
- 최근 정부의 기술혁신에 대한 지속적인 투자로 첨단기술 기업의 특허, 소프트웨어 저작권, 기술 라이선스 수출이 증가하였고, 빅데이터·인공지능 등 첨단기술 응용으로 원격진료, 국경간 디지털 화 솔루션 등 산업종이 보급되면서 글로벌 고객 대상 전문 서비스 제공이 확대됨
- 또한 중국산 영화·게임·애니메이션·쇼트클립 IP가 신흥시장에서 인기를 얻고 웹소설·온라인 드라마·게임 위주의 문화콘텐츠 수출이 증가하면서 문화 영향력이 서비스 수출 확대를 견인

자료원 : 중국경제망

5 중국 증시, 7월 6일부터 新거래제도 시행

- 중국 A주 시장의 새로운 거래제도가 7월 6일부터 시행되었으며 가장 큰 변화는 거래시간 연장임
 - 신규 규정에 따르면 과학기술혁신판과 창업판을 제외한 모든 A주 종목과 상하이·선전 증시에 상장된 ETF는 정규장 종료 후 25분간(15:05~15:30) 고정가격 거래(당일 종가로 매매)가 가능
 - 또한 메인보드의 ST와 *ST 종목의 일일 가격제한폭이 기존 5%에서 10%로 확대되어 일반 메인보드 종목과 동일한 기준이 적용됨에 따라 투자자의 신중한 투자 판단이 요구됨
- *ST(Special Treatment) 종목 : 위험 경고 종목, *ST 종목 : 상장폐지 위험경고 종목

자료원 : 후난일보

6 은(銀) 가격 변동 심화...AI 산업의 수요 꾸준한 증가 예상

- 상반기 중국의 은(銀) 시장은 상고하저(上高下低)의 흐름을 보였음
- 원자재 정보업체 상하이강렌(钢联)에 따르면 상하이시 현물 시장의 은괴 가격은 1월 29일 기준 kg당 3만 750위안(한화 약 682만 원)으로 연중 최고치를 기록한 후 하락세로 전환되어 7월 6일 기준 kg당 1만 5,220위안(약 338만 원)까지 떨어지며 연중 고점 대비 약 50% 하락함
- 전문가들은 은 가격 하락의 주요 원인을 단기 투기자금 이탈과 거시경제 정책에 대한 시장 기대 변화 등으로 분석
- 은 가격 변동성이 확대되자 태양광 산업은 신규 설비 및 공정 도입을 통해 은 사용량을 줄였으나 인공지능 등 신산업 분야의 은 수요는 여전히 증가세를 유지함
- 업계는 AI 산업 성장세에 힘입어 은이 AI 연산 시대의 핵심 금속으로 부상했으며, 고속 광모듈·AI 서버·첨단 전자 패키징·AI 기지국 등 하드웨어는 은의 뛰어난 전기전도성에 의존하므로 중장기적인 글로벌 산업용 은 수요는 꾸준히 증가할 것으로 전망함

〈2026년 상하이시 현물 시장의 은괴 가격 변동 추이〉



*자료 : 상하이강렌

자료원 : 상하이증권보