

# 중국산업경제브리프

2015년 2월호

- ◆ 이슈 분석: 제7차 외상투자산업지도목록 수정안
- ◆ 산업분석: 한·중 FTA시대 농수산물 교역 활성화 방안
- ◆ 산업정책해설: 중국 클라우드컴퓨팅산업 발전 장려정책
- ◆ 산업 동향 분석
  - 12월 중국 공업 부가가치 전월대비 0.7% 포인트 상승
  - 1월 중국 관방 제조업 PMI 지수, 3년만에 임계치 하회
- ◆ 산업단신
  - 중국 지방정부, 2015년 경제성장 목표 하향 조정
  - 새로 개정된 ‘환경보호기술장비목록’, 대기·수질오염 처리에 중점
  - 2015년 중국 건설기계산업 경기 회복세 전망
  - 베이징시, 문화소비 장려정책 발표
- ◆ 특별기고: 중국 인터넷쇼핑 트렌드 분석 및 전망

## 산업연구원 북경지원(産業研究院北京代表處)

연락처: 北京 Tel 010-8237-8633, Fax 010-8237-8663

인터넷전화(한국) 070-8837-3212; E-mail: [kietcn@naver.com](mailto:kietcn@naver.com)

산업연구원 중국산업 홈페이지([www.china.go.kr](http://www.china.go.kr))

\* 지난 호는 산업연구원 중국산업 홈페이지에서 구독 가능



## 제7차 외상투자산업지도목록 수정안

- 중국정부는 외국인투자를 중국정부의 정책 의도대로 유도하기 위해 1995년부터 ‘외상투자산업지도목록(外商投資產業指導目錄)’ 을 제정하여 시행
  - 1995년 6월부터 2011년 4월까지 6차례 수정하였고, 2014년 11월 제7차 수정안을 공표하여 업계의 의견을 수렴하고 있는 중
  - 제7차 수정안은 2015년 상반기부터 시행할 예정

**표 1** 외상투자산업지도목록 변천 추이

구분	시행	업종 분류
1차	1995.6.20	장려-제한 甲-제한 乙-금지
2차	1998.1.1	장려-제한 甲-제한 乙-금지
3차	2002.4.1	장려-허가-제한-금지
4차	2005.1.1	장려-제한-금지
5차	2007.12.1	장려-제한-금지
6차	2011.4.1	장려-제한-금지
7차	2015(미정)	장려-제한-금지

- 외상투자산업지도목록은 중국정부의 산업구조 고도화정책, 산업기술정책, 신성장동력산업정책(7대신흥전략산업), 내수확대정책 등을 반영하여 제정
  - 초기에는 수입대체와 국산화가 주 목적이었으나, 최근에는 첨단기술 도입과 신성장동력산업 육성 기반이 주목적으로 대두
- 외상투자산업지도목록에서는 외국인투자업종을 장려업종, 제한업종, 금지업종으로 구분
  - 제7차 수정안의 장려업종은 제6차 수정안의 354개에서 349개로 5개가 감소

- 대신 제한업종은 79개에서 35개로 대폭 감소하여 외자기업에 대한 개방도가 대폭 향상
- 금지 품목은 40개에서 36개로 감소하였으나 여전히 많은 편

**표 2** 제6차 외상투자산업지도목록(2011년판)

항목	2011년		
	장려	제한	금지
1.농,림,목,어업	11	3	3
2.채광업	9	8	3
3.제조업	278	32	12
(1)농부산물가공업	3	2	-
(2)식품제조업	3	-	-
(3)음료제조업	1	1	1
(4)담배가공업	1	1	-
(5)방직업	6	-	-
(6)피혁,모피제품업	4	-	-
(7)목재가공 및 대나무,풀제품업	1	-	-
(8)제지및종이제품업	1	1	-
(9)석유가공 및 코크스업	1	1	-
(10)화학원료 및 화학제품제조업	19	10	-
(11)의약품제조업	12	5	2
(12)화학섬유제조업	5	2	-
(13)플라스틱제품업	3	-	-
(14)비금속광물제품업	23	-	-
(15)비철금속제련 및 압연가공업	2	3	1
(16)금속제품업	4	-	-
(17)일반기계제조업	22	2	-
(18)전용설비제조업	78	2	1
(19)교통운송설비제조업	24	1	-
(20)전기기계 및 기자재제조업	15	-	1
(21)통신설비,컴퓨터 및 기타 전자설비제조업	32	1	-
(22)측정기기 및 문화,사무용기계제조업	14	-	-
(23)기타제조업	4	-	6
4.전력,가스및수도	9	3	1
5.교통운송,창고및통신업	14	7	2
6.소매및도매무역업	3	6	1
7.임대와상업서비스	6	5	2
8.과학연구, 기술서비스와 지질탐사	15	3	2
9.수력,환경과공공시설관리	4	3	2
10.교육	2	3	1
11.위생,사회보장과 사회복지	1	1	-
12.문화,스포츠,유흥업	2	5	10
13.기타산업	-	-	1
합계	354	79	40

**표 3** 제7차 외상투자산업지도목록(2015년판)

항목	2014		
	장려	제한	금지
1.농,림,목,어업	10	1	3
2.채광업	5	4	3
3.제조업	271	7	7
(1)농부산물가공업	3	1	
(2)식품제조업	3		
(3)술,음료 와 정제차 제조업	1		
(4)방직업	3		
(5)의류방직,의류업	2		
(6)피혁,모피,깃털 및 그제품과 신발제조업	3		
(7)목재가공및대나무,풀제품업	1		
(8)문화교육,공예미술,스포츠와오락용품제조업	1		
(9)석유가공,코크스,핵연료가공업	1		1
(10)화학원료와 화학제품제조업	18	1	
(11)의약제조업	11		2
(12)화학섬유제조업	5		
(13)고무,플라스틱제조업	3		
(14)비금속광물제조업	23		
(15)비금속제련및압연가공업	2	2	
(16)금속제조업	4	-	
(17)일반설비제조업	25		
(18)특수설비제조업	79		1
(19)자동차제조업	4	1	
(20)철도,선박,항공우주 및 기타운송설비제조업	19	1	
(21)전기기계 및 기자재제조업	15		
(22)컴퓨터,통신 및 기타전자설비제조업	31	1	
(23)측정기기제조업	11		
(24)폐기자원종합이용	3		
(25)기타제조업			3
4.전력,열에너지,연료가스 및 물생산과공급업	14	2	1
5.교통운송,창고 및 통신업	14	5	2
6.소매및도매무역업	3	3	1
7.임대와상업서비스	6	2	2
8.과학연구,기술서비스	17	1	2
9.수력,환경과공공시설관리	4	-	2
10.교육	1	3	1
11.위생,사회보장과 사회복지	2	1	-
12.문화,스포츠,유흥업	2	2	9
13.기타산업	-	4	3
합계	349	35	36

○ 제7차 수정안의 업종별 분류체계는 2011년판과 비교해 약간의 변화가 발생

- 대분류 체계는 13개로 2011년판과 동일하나 8번이 과학연구, 기술서비스, 지질 탐사에서 지질탐사가 제외되고 과학연구, 기술서비스로 변경
- 제조업은 기존의 23개 중분류가 25개로 확대
  - ※ (3)항 음료제조업이 술, 음료와 정제차 제조업으로 변경
  - ※ 2011년 (4)항 담배제조업은 삭제
  - ※ 2011년 (5)항 방직업은 제7차 수정안에서는 (4)항 방직업, (5)항 의류방직, 의류업으로 세분화
  - ※ 제7차 수정안에서 (8)항 문화교육, 공예 미술, 스포츠와 오락용 제조업이 신설
  - ※ 2011년 (19)항 교통운송설비제조업이 제7차 수정안에서는 (19)항 자동차제조업과 (20)항 철도, 선박, 항공우주 및 기타 운송설비제조업으로 세분화
  - ※ 제7차 수정안에서 (24)항 폐기자원종합이용이 신설
- 제7차 수정안에는 서비스산업(지재권, 정보컨설팅, 직업교육 등)과 첨단제조업이 중시됨.
  - 민생복지차원에서 투자제한산업이었던 의료기기를 해제하였고, 고속디지털 인쇄기 등 수입의존도가 높은 품목들이 장려산업에 포함
  - 최근 공급과잉 현상을 보이고 있는 완성차 조립산업은 장려산업에서 제외
  - 시진핑 정부의 정풍운동에 영향을 받아 별장, 골프장 등이 제한산업으로 선정
- 한편, 외상투자산업지도목록은 ‘내지와 홍콩 간의 긴밀한 경제무역관계 수립에 대한 조치’ 및 보충협정, ‘내지와 마카오 간의 긴밀한 경제무역관계 수립에 대한 조치’ 및 보충협정, ‘중국과 대만경제협력기본협정’ 및 보충협정, 중국과 관련 국가가 체결한 자유무역구(FTA)협정 및 투자협정에서 별도로 규정한 경우에는 그 규정을 따르도록 함.
  - 또한 제6차 수정안에서 규정하였던 ‘국무원 또는 산업정책상 별도로 규

정한 경우에는 그 규정을 따르도록 한다’ 는 조치는 제7차 수정안에서 삭제함.

○ 중국정부는 외국인투자에 대해 기존의 포지티브 리스트(외상투자산업지도 목록)를 장기적으로는 네가티브 리스트로 전환할 방침에 있어 이번 제7차 수정안이 네가티브 리스트의 기본이 될 가능성이 크므로 주목할 필요성이 있음.

- 상해자유무역구에서 발표한 외국인투자 네가티브 리스트는 2011년판 외상투자산업지도목록을 참고하여 작성한 바 있음.

## □ 신규 추가 품목군

### ① 장려업종중 신규 추가 품목군

- 채광업

※ 국내에 공급이 부족한 광물 자원(예: 칼리암염, 크롬철광 등)에 대한 탐사, 채광, 선광(选矿)

- 농부식품가공업: 그린 무공해 사료 및 첨가제 개발

- 식품제조업: 천연 향신료 신기술 개발과 생산

- 음료제조업이 술, 음료, 정제차(精制茶) 제조업으로 확대

- 문화교육, 공예미술, 스포츠와 오락 용품 제조업: 고급 카펫, 자수, 드론 워크 제품 생산

- 석유가공, 코크스화 및 핵연료가공업: 페놀유 가공, 세유 가공, 콜타르 피치에 대한 첨단이용(개조된 콜타르 제외)

- 화학원료 및 화학제품 제조업

※ 합성재료의 부속원료: 5만톤/년 급 이상 부타디엔법 페닐하이드라진, 다이메틸하이드라진 생산

- ※ 공정플라스틱 및 플라스틱합금: 단독중합법 폴리포름알데히드
- ※ 고성능페인트 High Solid Coat, 무용제페인트, 수성 공업 페인트 및 부속 수성수지 생산
- 통용설비제조업
  - ※ 1000만 화소 이상 디지털 카메라 제조
  - ※ 사무용 기계제작: 다기능 일체화 사무용 설비(복사, 프린트, 팩스, 스캔), 컬러 프린트 설비, 정밀도 2400dpi 및 이상 고해상도 칼라 프린트기, OPC 드럼
  - ※ 영화장비 제조: 2K, 4K 디지털 영화 상영기, 디지털 영화 촬영장비, 디지털 영상 제작, 편집 설비
- 전용설비제조업
  - ※ 전자동 생화학 검측 설비, 5개 분류 혈액세포 분석 장비, 전자동 화학 발광 면역분석장비, 유전자서열분석장비
  - ※ 청결 석탄기술 상품의 개발이용 및 장비제조(煤炭气化, 液化, 水煤浆, 工业型煤)
  - ※ 대형 공공건축물, 고층건축, 석유화학시설, 삼림, 산악, 수역 및 지하 설비에 대한 소방 진화 구원기술개발과 장비제조
- 철도, 선박, 우주항공과 기타 운송설비 제조업
  - ※ 중국 오토바이 III급 오염물 배출표준을 만족하는 고배기량(배기량 250ml) 오토바이 엔진배출제어장치 제조
  - ※ 민용항공기 설계 및 제조와 수리: 간선, 지선 항공기; 6톤급 9인승 이상 통용항공기(중국측 절대적 지분통제 )
- 컴퓨터와 통신설비 및 기타 전자설비 제조업
  - ※ 집적회로 설계, 선폭 28나노미터 및 그 이하의 대규모 디지털집적회로 제조, 0.11 마이크로나노미터 및 그 이하의 아날로그 및 디지털 집적회로 제조, MEMS 및 화합물 반도체 집적회로 제조, BGA, PGA, CSP, MCM 등 선진 패키징 및 테스트
  - ※ 컴퓨터보조설계(3D-CAD), 디지털 설계 자동화(EDA), 컴퓨터이용검사(CAT), 컴퓨터응용제조(CAM), 컴퓨터이용공학(CAE)시스템 및 기타 컴퓨터 응용시스템 제조

- ※ 소리, 빛, 전기, 터치 등 컴퓨터 정보기술에 기반을 둔 중의학 디지털 보조 교학설비, 가상병리, 생리모형인 설비의 개발과 제조
- ※ 전력망의 건설과 경영(중국측 절대적 지분통제)
- ※ 오수처리공장 건설과 경영
- ※ 도시간 철도, 시내(교외)철도, 자원형 개발 철도와 지선철도 및 그 교량, 터널, 페리, 정거장 시설 건설과 경영
- 배송업무와 관련된 창고저장 통합시설 건설과 경영
- 과학연구와 기술 서비스업
  - ※ 사물인터넷기술 개발과 응용
  - ※ 공업 디자인, 건축 디자인, 패션 디자인 등 창의적 산업
- 위생과 사회관련 사업
  - ※ 양로기관

## ② 제한업종중 신규 추가 품목

- 채광업; 흑연 탐사와 채굴, 리튬광 채굴과 선광
- 교통운송, 창고보관과 체신업
  - ※ 공무비행, 공중유람, 촬영, 탐광, 공업 등 통용 항공회사(중국측 절대적 지분통제)
- 도매와 소매업
  - ※ 대형 농산품 도매시장 건설과 경영
- 교육
  - ※ 고등교육기구(합작에 한함, 중국측 주도)
  - ※ 육아교육(합작에 한함, 중국측 주도)
- 위생과 사회 프로젝트
  - ※ 의료기구(합작에 한함)



- 문화, 스포츠와 오락업
  - ※ 음향제품과 디지털 출판물 제작 업무(중국측 절대적 지분통제)

### ③ 금지 산업에 신규 추가된 품목

- 도소매업; 담뱃잎, 권연(卷烟) 및 기타 담뱃잎제품의 도매와 소매
- 문물(文物) 경매 기업, 문물 상점
- 복권업(도박성 경마장 포함)
- 애로산업

### □ 외국측 지분제한 및 합작형식을 강요하는 품목군

#### ① 장려업종 중 지분제한(중국측 50% 이상)

- 민용항공기 설계 및 제조와 수리: 간선, 지선 항공기, 6톤급 9인승 이상 통용항공기(중국측 절대적 지분통제 )
- 민용헬리콥터 설계와 제조( 3 톤급 및 그 이상, 중국 측 절대적 지분통제)
- 지면효과, 표면효과 항공기 제조 및 무인기, 경항공기 설계와 제조(중국측 절대적 지분통제)
- 해양공정장비(모듈 포함) 제조와 수리(중국측 절대적 지분통제)
- 선박 저·중속 디젤엔진 및 크랭크축 제조(중국측 절대적 지분통제)
- 민용위성 설계와 제조, 민용위성 효과적 탑재 제조(중국측 절대적 지분통제)
- 원자력발전소 건설과 경영(중국측 절대적 지분통제)

- 전력망의 건설과 경영(중국측 절대적 지분통제)
- 철도간선망 부설과 경영(중국측 절대적 지분통제)
- 민용공항 건설과 경영(중국측 상대적 지분통제)
- 항공운송회사(중국측 절대적 지분통제, 동시에 하나의 외자기업 및 그와 관련된 기업의 투자비율은 25%를 초과하지 못함)
- 종합 수력댐 건설과 경영(중국측 절대적 지분통제)

## ② 장려업종 중 합자, 합작에 국한

- 석유와 천연가스(오일 셰일, 오일 샌드, 셰일가스, 석탄층 메탄 등 비전통 오일 가스 포함)에 대한 탐사, 개발, 갱도가스 이용(합자와 합작에만 한함)
- 레일교통운송설비(합자와 합작에만 한함)
- 농업, 임업, 어업 통용항공회사(합자와 합작에만 한함)

## ③ 제한업종 중 지분제한(중국측 50% 이상)

- 농작물 신품종 선종과 종자 생산(중국측 절대적 지분통제)
- 특수석탄과 희소석탄류 탐사 및 채굴(중국측 절대적 지분통제)
- 콩기름, 유채유, 땅콩기름, 면실유, 차씨오일, 해바라기기름, 팜유 등 식용 유지 가공(중국측 절대적 지분통제)
- 바이오액체연료(에탄올연료, 바이오디젤유) 생산(중국측 절대적 지분통제)
- 완제품 자동차, 특수 자동차 및 오토바이 제조(중국측 지분율이 50% 보

다 높아야 함)

- 선박(파트 포함)의 수리, 설계와 제조(중국측 절대적 지분통제)
- 인구 50 만 이상 도시의 가스 및 열공급과 급배수 파이프라인 구축 및 건설 (중국측 절대적 지분통제)
- 철도여객운송회사(중국측 절대적 지분통제)
- 수상운송회사(중국측 절대적 지분통제)
- 공무비행, 공중유람, 촬영, 탐광, 공업 등 통용 항공회사(중국측 절대적 지분통제)
- 전신회사: 부가가치전신업무(외자비율이 50%를 초과할 수 없음, 전자상거래 제외), 기초전신업무(외자비율이 49%를 초과할 수 없음)
- 선박대리(중국측 절대적 지분통제)
- 주유소(동일한 외국투자자가 30 개 이상의 분점을 설립하고, 여러 공급업체의 상이한 종류와 브랜드 상품의 정제유를 판매하는 주유소체인점은, 중국측 절대적 지분통제) 건설과 경영
- 은행(단수 해외 금융기구(자회사 및 연관 기업 포함)의 주식 보유 비율은 20% 이내, 복수의 해외 금융기구(자회사 및 연관 기업 포함)의 주식 보유 비율은 25% 이내, 농촌사업은행에 투자하는 외국계 금융기구는 반드시 은행이어야할 것)
- 보험회사(생명보험회사 외자비율은 50%를 초과할 수 없음)
- 증권회사(인민폐 보통주, 외자주, 정부 채권, 회사채권의 위탁 판매에 국한, 외자 비율은 49% 미만), 증권투자기금관리공사(외자 비율은 49% 미만)

- 선물회사(중국측 절대적 지분통제)
- 측량제도회사(중국측 절대적 지분통제)
- 음향제품과 디지털 출판물 제작 업무(중국측 절대적 지분통제)

#### ④ 제한업종 중 합자, 합작에 국한

- 희토광 제련 및 분리(합자와 합작에만 한함)
- 외국기선 상품검수(합자와 합작에만 한함)
- 시장조사(합자와 합작에만 한함)

#### ⑤ 제한업종 중 합자에 국한

- 고등교육기구(합작에 한함, 중국측 주도)
- 보통고중교육기구(합작에 한함, 중국측 주도)
- 육아교육(합작에 한함, 중국측 주도)
- 의료기구(합작에 한함)
- 라디오 TV 방송 프로그램, 영화 제작(합작에 한함)



## 한·중 FTA시대 농수산물 교역 활성화 방안

한국농촌경제연구원 연구위원 정정길

### 1. 한중 FTA 협상 타결과 중국 소비시장

- 중국은 한국과 인접한 세계 최대 농식품 소비시장으로 빠른 성장이 예상
  - 중국은 세계 인구의 20%, 세계 GDP의 10%를 차지하는 경제대국
  - 중국 고소득계층의 소비인구가 한국 전체 인구의 두 배 이상
  - 한국 농수산물 대중 수출액 13억 달러(2013년 기준), 2000년 이후 연평균 수출액 증가율이 17.1%를 기록
- 한·중 FTA는 우리나라 농업에 위협 요인과 기회 요인을 동시에 수반
  - 향후 한·중간 농수산물 교역 확대가 예상되며 한중 FTA 시대를 맞아 농수산물 분야에서의 효율적 활용 방안을 모색함이 바람직
  - 한중 FTA 시대에 중국시장에서 소비수요가 클 것으로 예상되는 한국 농수산물 분야의 스타 수출품목을 발굴하여 한국의 농어업인과 농수산물기업에 새로운 기회를 제공
  - 한중 FTA의 실질적인 효과 획득을 위한 한중 양국 농수산물 부문에서의 협력 방안을 제시하여 향후 양국 정부당국의 정책 수립에 참고자료로 활용

## 2. 한국 농수산물식품의 대중 수출 현황

○ 한국 농림수산물식품 대중 수출액: 전년대비 3.1% 증가, 13억 달러(2013)

- 수출액 비중(2013): 신선 13.6%, 가공 58.3%, 수산 28.1%

- 신선농산물 19.8%, 가공식품 1.5% 증가, 수산식품 0.5% 감소

**표 1** 한국 농수산물식품의 중국 수출 동향(단위: 천톤, 백만불, %)

구분	2012년(A)		2013년(B)		증감률(B/A)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
농림수산물	857.8	1,278.50	901	1,317.90	5	3.1
- 신선농산물	66.1	149.7	67.4	179.4	2	19.8
- 가공식품	665.5	756.7	690.4	768.1	3.7	1.5
- 수산식품	126.2	372.1	143.2	370.4	13.4	-0.5

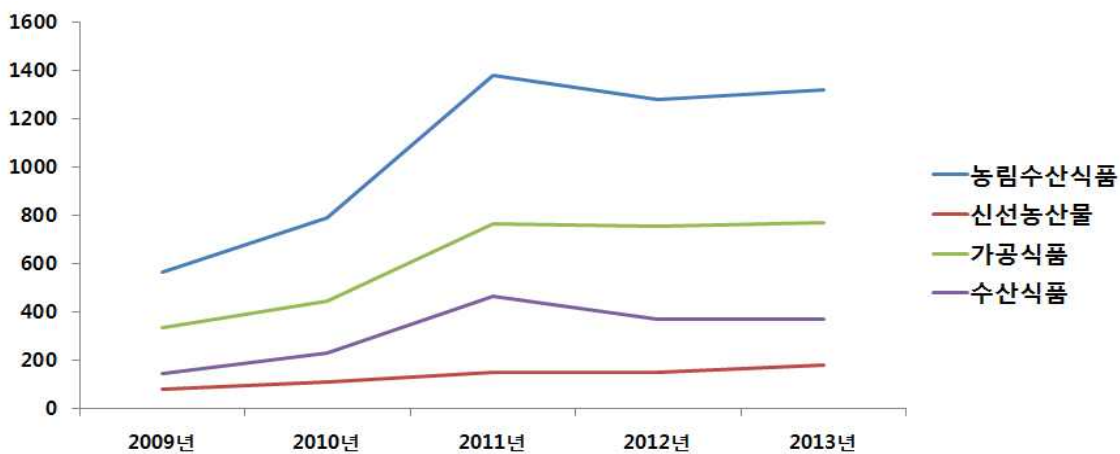
자료: 농림수산물식품 수출입동향 및 통계(2013)

○ 한국 농수산물식품 대중수출 추이(최근 5년 간)

- 최근 5년 간 한국 농수산물식품 대중수출 연평균 27.6% 증가

- 신선농산물 22.7%, 가공식품 25.9%, 수산식품 34.8% 증

**그림 1** 한국 농수산물식품 대중 수출 추이(백만 달러)



○ 신선농산물 대중수출 현황

- 전체 신선농산물 수출액은 1억 8천만 달러(2013)
- 신선농산물 주요 수출품목은 밤, 난초, 채소종자, 쇠고기 등

표 2 신선농산물 대중수출 현황(단위: 백만 달러)						
순위	2011년		2012년		2013년	
	품목	금액	품목	금액	품목	금액
	신선전체	152.5	신선전체	149.7	신선전체	179.4
1	밤	16.5	밤	25.6	밤	22.2
2	양란	12.9	난초	8.8	난초	10.9
3	소고기	6.2	채소종자	7.9	채소종자	8.1
4	채소종자	5.2	토마토	1.3	쇠고기	3.8
5	팽이버섯	4.7	마늘	0.9	토마토	2.2

자료: 농림수산물 수출입동향 및 통계(2013)

○ 고유식품 대중수출 현황

- 주요 고유식품 수출품목은 인삼, 유자차, 과실조제품 등
- ※ 고유식품: 국내산 농산물을 원료로 가공한 식품

표 3 고유식품 대중수출 현황(단위: 백만 달러)						
순위	2011년		2012년		2013년	
	품목	금액	품목	금액	품목	금액
1	인삼	45.6	인삼	32.2	인삼	39.1
2	유자차	16.8	유자차	17.8	유자차	22.1
3	과실조제품	15	과실조제품	17.3	과실조제품	19.7

자료: 농림수산물 수출입동향 및 통계(2013)

○ 가공식품 대중수출 현황

- 가공식품 전체 수출액은 7억 7천만 달러(2013)
- 가공식품 주요 수출품목은 설탕, 커피조제품, 조제분유 등

**표 4** 가공식품 대중수출 현황(단위: 백만 달러)

순위	2011년		2012년		2013년	
	품목	금액	품목	금액	품목	금액
	가공전체	762.9	가공전체	756.7	가공전체	768.1
1	설탕	142.8	설탕	146.8	설탕	128.7
2	커피조제품	50.7	커피조제품	54.2	조제분유	56.4
3	대두유	32.9	조제분유	39.1	커피조제품	52.1
4	라면	26.5	대두유	32.2	음료	37.9
5	조제분유	23.8	음료	31.4	비스킷	37.8

자료: 농림수산물 수출입동향 및 통계(2013)

○ 수산식품 대중수출 현황

- 수산식품 전체 수출액은 3억 7천만 달러(2013)
- 수산식품 주요 수출품목은 오징어, 어란, 김 등

**표 5** 수산식품 대중수출 현황(단위: 백만 달러)

순위	2011년		2012년		2013년	
	품목	금액	품목	금액	품목	금액
	수산 전체	464.6	수산 전체	372.1	수산 전체	370.4
1	오징어	100	어란	45.9	오징어	71.3
2	대구	46.6	오징어	39.5	어란	34.3
3	어란	40.4	명태	33.9	김	33
4	삼치	32.5	김	30.7	넙치	28.4
5	명태	30.6	대구	28.7	삼치	28.1

### 3. 중국의 농수산물 시장 동향

○ 중국 농식품 시장규모와 수입식품 비중

- 2013년 중국의 농식품 시장 규모는 1조 달러(1,100조원)  
 ※ 2000년 이후(2000~2013년) 연평균 13.6% 증가



- 중국 농식품 수입액은 1,189억 달러(2013), 연평균 19.8% 증가
- 한국 농식품의 중국 농식품 수입시장 점유율은 최근 10여년간 정체 또는 감소 추이를 나타내고 있으며 2013년 1.1%를 기록

**표 6** 중국 농식품 시장규모와 수입 추이(단위: 억 달러, %)

연도	2000	2005	2010	2011	2012	2013	연평균 증가율
농식품 시장규모	1,896	3,058	6,539	8,031	9,176	9,989	13.6
농식품 수입액(비중)	113 (5.9)	288 (9.4)	726 (11.1)	949 (11.8)	1,124 (12.3)	1,189 (11.9)	19.8
한국농식품 수입액(비중)	1.7 (1.5)	3.4 (1.2)	7.9 (1.1)	13.8 (1.1)	12.8 (1.1)	13.2 (1.1)	17.1

자료: 中國統計年鑑(각년도) 과 농림축산식품 주요통계(농림축산식품부) 데이터를 활용하여 작성

#### ○ 중국의 농식품 소비 특징

- 식품안전 및 웰빙에 대한 사회적 관심 고조
- 소득증가, 의식수준 향상 등으로 고급·안전·수입 식품 수요 빠르게 증가
- 온라인 소비 급증
- 유제품 수입 급증 추세
- 수입식품의 품목 갈수록 다양화

#### ○ 중국 농수산물시장 전망

- 소비 잠재력 확대, 유통망 개선, 정책 변화 등 긍정적 요인 증가
- 국민소득 급속 증가, 내수진작 정책 강화 등 식품소비 구매력 증대 요인 지속 확대

- 식품산업 발전 속도가 국내 소비수요 증대를 따라가지 못하고 있음.
- ※ 중국 국내 식품산업 발전 수준이 소비자의 욕구를 충족시키지 못하므로 인해 수입식품 수요가 빠르게 증가하는 추세

#### 4. 한국 농수산물식품에 대한 중국소비자 및 바이어 의향 분석

##### ○ 한국 농식품에 대한 인지도 소비자조사 결과

- 주요 5개 도시(베이징, 상하이, 칭다오, 선양, 충칭) 소비자 500명 대상 설문조사 실시
- 한국 농식품에 대한 인지도: 칭다오, 선양, 상하이, 베이징, 충칭 순

한국농식품에 대한 인지도	베이징		상하이		선양		칭다오		충칭	
	명	%	명	%	명	%	명	%	명	%
알고있다	99	71.7	37	72.5	82	81.2	47	85.5	33	55.9
모른다	39	28.3	14	27.5	19	18.8	8	14.5	26	44.1
합계	138	100	51	100	101	100	55	100	59	100

표 7 중국 소비자 소득수준별 유망품목

구분	품목	저소득자	중간소득자	고소득자
신선농산물	밥	○	-	-
	쇠고기	-	○	○
	채소종자	-	-	-
	생우유	-	○	○
	파프리카	-	-	-
고유식품	유자차	○	-	○
	인삼제품	-	○	○
	고추장	○	○	○
	막걸리	-	○	○
	간장	-	-	-
가공식품	조제분유	-	-	-
	제과 및 제빵	-	○	○
	비스킷	○	○	○
	커피조제품	○	○	-
	설탕	-	-	-

○ 바이어 조사 결과

- 조사대상지역으로 10개 도시군, 15개 도시를 선정
  - ※ 수도권 도시군: 베이징
  - ※ 산동연해도시군: 칭다오
  - ※ 화동도시군: 상하이, 난징, 항저우
  - ※ 해협양안도시군: 샤먼
  - ※ 화남도시군: 광저우
  - ※ 장강중류도시군: 우한, 창사
  - ※ 청위도시군: 청두, 충칭
  - ※ 관중도시군: 시안
  - ※ 중원도시군: 정저우
  - ※ 동북도시군: 다롄, 선양
  
- 그중 청두 지역 바이어조사 결과
  - ※ 청두의 농식품 유통업체 및 바이어 조사 결과, 신선농산물은 생우유, 채소종자, 밤 순으로, 고유식품은 김치, 된장, 고추장 순, 가공식품은 소주, 조제유음료, 조제분유 순, 수산식품은 참치(통조림), 김, 미역 순으로 유망한 것으로 분석됨.

신선농산물	1.생우유 2.채소종자 3.밤 4.표고버섯 5.쇠고기 6.새싹삼 7.새송이버섯 8.다육식물
고유식품	1.김치 2.된장 3.고추장 4.홍삼제품 5.인삼제품 6.전통차 7.부각 8.유자차 9.도라지가공품
가공식품	1.소주 2.조제유음료 3.조제분유 4.커피조제품 5.면류 6.제과 및 제빵 7.비스킷 8.즉석식품 9.소스류 10.즉석밥 11.설탕
수산식품	1.참치(통조림) 2.김 3.미역 4.건해산물 5.어육가공품 6.참치(냉동) 7.해삼 8.굴(신선냉장) 9.꽃게 10.전복 11.넙치(활어) 12.조기

## 5. 한중FTA 시대 농수산물 분야 스타수출품목

### ① 기초통계조사 분석에 의한 스타수출품목 후보군 선정 결과

- 신선농산물 10개, 고유식품 7개, 가공식품 8개, 수산식품 15개 등 총 40개 품목 선발

품목류	품 목
신선농산물(10)	밤, 쇠고기, 파프리카, 백합, 딸기, 토마토, 기타과실, 생우유, 채소종자, 기타감귤류
고유식품(7)	유자차, 인삼제품, 홍삼제품, 고추장, 막걸리, 과실발효주, 간장
가공식품(8)	조제분유, 제과 및 제빵, 비스킷, 와인, 조제유음료, 대두유, 커피조제품, 설탕
수산식품(15)	김, 다랑어, 굴, 해삼, 넙치(활어), 기타어류, 오징어, 전복, 명태, 삼치, 뱀장어, 붕장어, 꽃게, 고등어, 미역

## ② 국내 전문가 대상 FGI 조사에 의한 스타수출품목 후보군 선정

- 국내 전문가 FGI 조사 결과 신선농산물 13개, 고유식품 9개, 가공식품 11개, 수산식품 10 개 등 총 43개 품목이 스타수출품목 후보군으로 선정

품목류	품 목
신선농산물 (13)	채소종자, 다육식물, 새싹삼, 밤, 표고버섯, 새송이버섯, 쇠고기, 생우유, 쌀, 파프리카, 딸기, 토마토, 사과
고유식품 (9)	유자차, 전통차, 인삼제품, 홍삼제품, 고추장, 된장, 부각, 도라지가공품, 김치
가공식품 (11)	조제분유, 조제유음료, 커피조제품, 제과및제빵, 비스킷, 설탕, 면류, 소주, 즉석식품, 소스류, 즉석밥
수산식품 (10)	김, 굴, 해삼, 넙치(활어), 미역, 다랑어, 어류가공품, 전복, 꽃게, 조기

## ③ 국내전문가 대상 AHP 분석: 스타수출품목 후보군 우선순위 도출

- 국내전문가 상대적중요도(AHP) 분석 결과 신선농산물, 고유식품, 가공식품, 수산식품 각 5 개 총 20개 품목이 스타수출품목 후보군으로 선정

품목류	품 목
신선농산물(5)	생우유, 채소종자, 새송이버섯, 표고버섯, 밤
고유식품(5)	홍삼제품, 김치, 인삼제품, 유자차, 고추장
가공식품(5)	조제분유, 면류, 커피조제품, 소주, 즉석식품
수산식품(5)	김(조미,스낵), 해삼(건조조제), 어육가공품, 참치통조림, 전복

## ④ 중국 조사 결과

- 중국 소비자조사, 농수산물식품 유통업체 및 바이어 조사 결과 반영한 우선 순위

순위	신선농산물(8)	고유식품(9)	가공식품(11)	수산물(12)
1	생우유	김치	조제분유	김(조미, 스낵)
2	새싹삼	유자차	조제유음료	어육가공품
3	쇠고기	홍삼제품	제과 및 제빵	참치(통조림)
4	채소종자	인삼제품	커피조제품	미역(건조)
5	다육식물	고추장	면류	건해산물
6	표고버섯	된장	비스킷	참치(냉동)
7	밤	전통차	소주	해삼(건조조제)
8	새송이버섯	부각	즉석식품	전복
9		도라지가공품	소스류	꽃게
10			설탕	조기
11			즉석밥	굴(신선냉장)
12				넙치(활어)

### ⑤ 최종 스타수출품목 선정 결과(17개 품목)

구 분	품 목
신선농산물(8)	생우유, 채소종자, 버섯류(새송이, 표고), 다육식물, 새싹삼, 쇠고기, 딸기, 토마토
고유식품(4)	인삼제품(홍삼제품 포함), 고추장, 된장, 김치
가공식품(2)	조제분유, 즉석식품(즉석밥, 죽 등)
수산물(3)	김(조미, 스낵), 굴(신선, 냉장), 부각

## 6. 한중 FTA의 효율적 활용을 위한 한중 협력 과제

### □ 비관세장벽 철폐를 위한 협력 강화

- 한중 FTA 체결 이후 실질적인 효과를 거두려면 양국간 농식품 무역 관련 비관세장벽을 철폐하는 것이 가장 시급한 과제

- 교역확대 측면에서는 비관세장벽 해소가 관세인하보다 훨씬 효과적임.

○ 비관세장벽 철폐 문제는 양국 정부당국간의 긴밀한 협조체계가 구축되고 강력한 의지를 가지고 추진해야만 가능

- 각종 제도, 표준 및 규격 등을 국제기준에 부합하도록 개선

#### □ 식품안전성 확보를 위한 협력 강화

○ 한중 FTA로 인해 양국간 농수산물식품의 교역 증대가 이루어져 검역 등 교역과정에서 많은 식품안전 문제가 발생할 것으로 예상

- 식품안전 문제 발생시, 처리과정에서 국가간 무역마찰로 비화하는 경우도 발생 가능

○ 수출입 농식품 검사 검역에 있어 양국 공조체계를 구축하여 문제 발생 소지를 사전에 차단함이 바람직

- 공동검사검역제도, 상대국에 검사검역관파견제도 등 도입

#### □ 상호보완적 농식품산업 육성을 통한 윈-윈 전략 추진

○ 한중 양국은 공히 농식품 순수입국의 입장에 처해 있어 양국간 농식품 교역에서 상호보완적 요소를 발굴하여 상호주의 실현 노력

- 양국이 각각 수입해야 하는 품목에 대해 상대국이 수출여력이 있을 경우, 주문생산 등 방법으로 매년 안정적인 공급망을 구축하는 방안

#### □ 농식품 산업의 투자 협력 강화

○ 농식품가공 등 분야에서 양국 기업간 다양한 방식의 협력 활성화 추진

- 양국 농식품 기업이 협력하여 내수와 수출 등 경로를 통해 시장 확대 추진

○ 규제 개선, 정책지원 등 투자 협력 확대를 위한 환경 조성 강화



## 중국 클라우드컴퓨팅산업 발전 장려정책

### □ 중국정부, 클라우드컴퓨팅 발전과 정보산업 신업태 육성을 도모

- 최근 중국은 신형공업화, 정보화, 도시화, 농업의 현대화, 정부관리의 현대화 등 중요한 시대적 수요에 직면해 있으며, 경제구조조정과 산업 고도화의 필요성이 나날이 커지고 있음.
  - 이러한 배경 속에서 클라우드컴퓨팅 발전은 정보산업의 새로운 업태 육성, 정보자원의 효율적 이용, 창업 활성화 등에 기반을 제공해 지속가능한 발전의 새로운 원동력이 될 것으로 전망
- 1월 31일, 국무원 《클라우드컴퓨팅 혁신 발전과 정보산업 신업태 육성 촉진에 관한 의견(国务院关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见)》(이하, 의견) 발표
  - 클라우드컴퓨팅은 정보화 시대의 중요한 발전 트렌드로, 중국정부는 클라우드컴퓨팅산업 발전을 통해 정보지식과 혁신자원을 공유하고 창업비용을 절감하여 새로운 산업 발전과 소비 문화를 창출하고자함.
  - ‘의견’은 클라우드컴퓨팅 주력기업 육성 강화, 클라우드컴퓨팅 인프라 구축 및 시범사업에 대한 지원 및 재정적 지원 확대 등을 주요 내용으로 다루며, 정보안전 보장을 기초로 한 시장주도형, 수요견인형 발전을 기본 원칙으로 함.

- 구체적인 목표로는 2017년까지 ‘서비스혁신+기술혁신+관리혁신’의 발전구도를 수립하고 연관 산업에 대한 파급력을 강화하며 기본적인 인터넷 인프라를 구축
  - 2020년까지 클라우드컴퓨팅 응용 보급, 국제적 수준의 클라우드컴퓨팅 서비스 실현, 클라우드 핵심기술 확보, 글로벌 경쟁력을 지닌 주력기업 다수 육성을 실현하는 것임.
- ‘의견’에 따르면, 경쟁력 있는 클라우드컴퓨팅기업을 육성하기 위해 기업에 대한 지원을 강화할 방침
- 클라우드컴퓨팅 핵심 기술의 연구개발 및 산업화에 대한 사회자본의 투자 장려하고, 무상자금 지원 또는 평가를 통한 보조금 지급 등 방식을 통해 정부의 재정적 지원을 강화
  - 클라우드컴퓨팅기업을 소프트웨어기업, 국가 계획에 포함된 중점 소프트웨어기업, 하이테크기업, 기술 선진형 서비스기업 범위에 포함하여 관련 세금 우대 혜택을 제공하고, 해외 M&A 등 방식을 통한 시장개척 지원
  - 자금조달 지원 측면에서 클라우드컴퓨팅 창업투자기금을 설립하고, 재정 출자, 사회자금 투입 등을 통해 다차원적 담보체계를 마련하며, 일정 조건을 충족하는 클라우드컴퓨팅기업에 대해 자본시장을 통한 직접유자를 지원함.

## □ 클라우드 컴퓨팅의 혁신 발전을 위한 6대 핵심 전략

- 클라우드 서비스 공급능력 강화: 퍼블릭 클라우드(Public Cloud) 서비스를 발전시키고, 정보기술기업의 클라우드 상품과 서비스 공급을 지원함.
- 국제경쟁력을 지닌 주력기업 양성에 주력하고, 기업경영관리, R&D/ 디자인 등 다양한 온라인 응용프로그램 보급을 통해 중소기업의 정보화 진입 장벽과 혁신원가를 낮추어 새로운业态와 신 비즈니스모델을 발전시킴.
- 개인정보 저장, 온라인도구, 교육·엔터테인먼트 등 클라우드컴퓨팅 기반



서비스를 발전시키고, 정보소비를 확대함.

- 기업의 혁신역량 제고: 클라우드 컴퓨팅과 빅데이터의 핵심기술을 장악하고 시장 수요에 맞는 제품 개발과 서비스 제공을 통해 산업사슬 전체의 혁신을 견인함.
- 전자정부 발전: 클라우드 서비스를 이용해 현존 전자정부 정보시스템을 통합하고, 전 기관과 부처간 전면적 정보 공유를 실현하며, 클라우드 서비스에 대한 정부의 조달 규모를 확대함.
- 빅데이터 개발 및 이용 강화: 정부기관 데이터 개방관리 규정을 제정하고, 시범 응용을 추진
- 클라우드컴퓨팅 인프라시설 구축: 정보네트워크 인프라 업그레이드 및 지역 클라우드컴퓨팅센터를 구축함. 클라우드컴퓨팅센터와 관련 산업단지의 무분별한 건설과 집중 현상을 방지함.
- 안전보장 강화: 클라우드 정보안전 정책 법규를 연구 제정하여 평가심사 및 감독을 강화함. 클라우드 안전 제품의 연구개발, 생산, 응용을 지원함.

#### □ 현재까지 발표된 클라우드컴퓨팅산업 관련 정책

- 클라우드컴퓨팅산업은 2010년 10월 국무원이 발표한 《전략적 신흥산업 발전에 관한 의견(关于加快培育发展战略性新兴产业的意见)》에서 전략적 신흥산업으로 지정됨에 따라 처음으로 정부 정책 범위에 포함됨.
- 연이어 2010년 10월, 국가발전개혁위원회는 《클라우드컴퓨팅 서비스 혁신 발전 시범시행에 관한 통지(关于做好云计算服务创新发展试点示范工作的通知)》를 발표, 베이징, 상하이, 항저우(杭州), 선전(深圳), 우시(无锡) 등 5개 도시에서 시범적으로 클라우드컴퓨팅산업 발전을 추진
  - 발개위는 2011년 클라우드컴퓨팅전문기금(云计算专项基金)을 설립해 5개 시범도시의 15개 시범사업에 재정적 지원을 제공함.

- 2011년 국무원이 발표한 《첨단기술서비스산업 발전 장려 지도의견(关于加快发展高技术服务业的指导意见)》은 클라우드컴퓨팅산업을 ‘중점 발전 첨단기술서비스업’으로 지정함.
- 2012년 통신, 인터넷 등 산업별 12.5 계획이 잇달아 발표되면서, 다방면에 걸쳐 클라우드컴퓨팅산업의 발전을 촉진했으며, 《12.5 국가 전략적 신흥산업 발전계획(“十二五”国家战略性新兴产业发展规划)》에서 사물인터넷과 클라우드컴퓨팅산업이 12.5기간의 20대 중점사업으로 투입됨.
- 2012년 9월, 과학기술부가 《중국 클라우드 기술발전 12.5 전문계획(中国云科技发展“十二五”专项规划)》를 발표, 클라우드컴퓨팅 분야의 핵심기술 개발과 혁신을 이끔.

## □ 중국의 클라우드컴퓨팅 활용 현황

- 중국의 클라우드 컴퓨팅은 이미 중국에서 혁신형 창업을 뒷받침하는 중요한 기반이 되었으며, 애플리케이션 시장 수요도 빠르게 증가하고 있어 향후 발전 전망이 매우 밝음.
  - 2014년 중국 퍼블릭 클라우드 서비스 수입은 전년도 대비 47% 증가한 70억 위안으로 추산됨.
- 중국의 대표적 인터넷기업인 바이두, 알리바바, 텡신의 클라우드 서비스 사용자 수는 수억 명에 달하며, 백만 여개의 중소기업이 이를 이용하고 있음.
  - 현재 중국의 클라우드 저장 개인이용자 수는 3억 7천여 명에 달할 것으로 추산되며, 2015년에는 4억 6천명으로 증가 예상
  - 바이두(百度)의 개방형 클라우드 플랫폼에는 이미 100여명의 개발자들이 모여서 바이두 클라우드의 데이터자원과 각종 응용프로그램을 이용해 GPS 네비게이션, 영화·뮤직·엔터테인먼트, 헬스 매니지먼트, 정보안전 등 다양한 애플리케이션을 개발하고 있음.

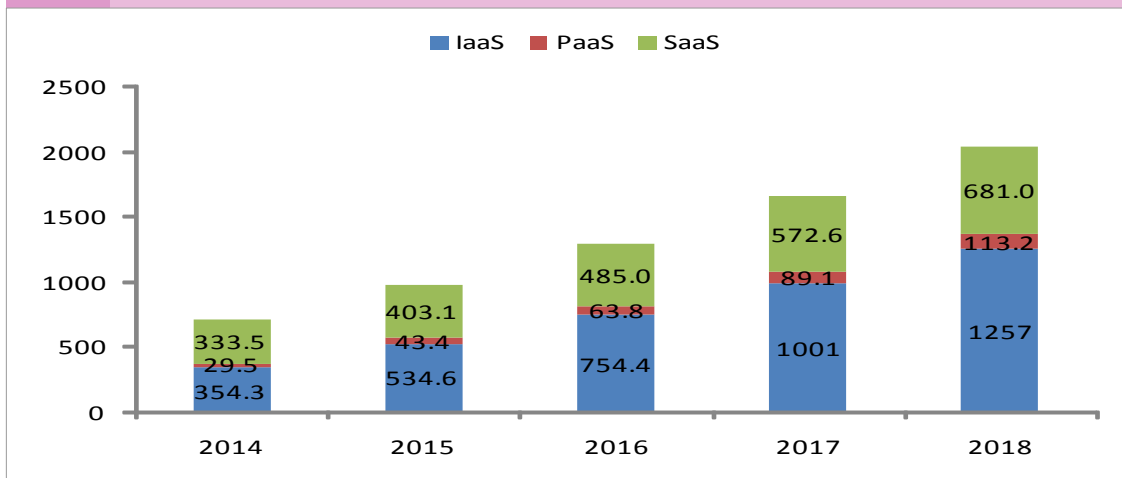
- 바이두의 개방형 클라우드 플랫폼에 따른 연구개발 비용 절감효과는 현재까지 누적 25억 위안 정도로 추산됨.
- 알리바바가 내놓은 중소기업을 위한 소규모 신용대출채널 ‘Ali Micro Credit’은 알리바바 클라우드(阿里云)를 통해 현재까지 90만여 기업에게 2,300억 위안의 대출을 제공함.
- 중국 클라우드컴퓨팅산업은 주요 기업의 끊임없는 기술 혁신을 통해 그동안 핵심기술 면에서 장족의 발전을 이루어 왔지만, 서비스의 다양화, 수준, 보장능력 등 면에서는 세계 선두기업과 상당한 차이가 존재
  - 게다가 일부 정부부처의 중국 클라우드컴퓨팅산업의 발전 실정과 중요성에 대한 인식 부족으로 산업 발전 지원을 소홀히 하거나 시장수요를 고려하지 않는 맹목적인 투자가 빈번히 발생
  - 공공 정보자원의 개방과 공유 수준도 낮은 편이며, 어떤 산업은 시장진입장벽이 높아 클라우드 제품과 서비스의 진입에 많은 어려움이 존재
  - 정보안전 관련 법률법규 제정과 감독관리제도의 정비가 필요

## □ 중국 클라우드컴퓨팅산업의 향후 전망

- CCID 전자정보산업연구센터 애널리스트 차오용(曹勇)에 따르면, 2014년 중국 클라우드컴퓨팅산업 규모는 55% 증가한 6,500억위안으로, 향후 몇 년간 연간 50~60%의 높은 성장률을 지속할 것으로 전망함.
  - Gartner 통계에 따르면, 2014년 세계 클라우드컴퓨팅 서비스시장 성장률은 17.9%
  - 시장연구기관 IDC는 2015~2018년 세계 클라우드컴퓨팅 서비스시장이 연평균 26% 성장하는 가운데, 중국은 연평균 성장률이 45%에 달할 것으로 전망
- 최근 공업정보화부가 발표한 보고서에 따르면, 중저속성장시대에 진입한 중국 경제의 미래 성장동력은 정보소비가 될 것이며, 향후 정보소비의 증가가 클라우드컴퓨팅산업에 큰 변화를 가져올 것으로 전망

- 공업정보화부는 정보소비가 확대됨에 따라 사물인터넷, 빅데이터, 클라우드컴퓨팅 등 차세대 정보통신기술이 광범위하게 응용되고, 새로운 업태와 비즈니스모델이 창출될 것으로 내다봄.
- CCID 전자정보산업연구센터에 따르면, 2015년 중국 정보소비 규모는 2014년보다 20% 이상 증가해 3조 2억 위안에 달하고, 연관 산업에 대해 1조 2억 위안의 경제성장 창출효과가 있을 것으로 예측함.
- 그 중 인터넷의 신형 정보소비 규모는 전년대비 30% 이상 증가한 2조 4억 위안에 달하고, 전자상거래, 클라우드컴퓨팅 등 정보 플랫폼에 기반한 정보소비가 빠르게 증가하고 있다고 분석

그림 1 2014-2018 중국 퍼블릭 클라우드 시장 규모 전망



자료: IDC

- 클라우드컴퓨팅산업의 발전은 관련 인프라시설 건설, 소프트웨어 개발, 애플리케이션 개발 등 다방면에서 중국 정보산업의 발전에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보임.
- 중투컨설팅(中投顧問) 귀관리(郭凡禮) 연구총감(研究總監)에 따르면, 중국 정부의 재정자금 지원 확대, 세금 우대, 투자·융자 환경 개선 등 정책적 지원은 클라우드컴퓨팅산업뿐만 아니라 인터넷, 소프트웨어서비스, 통신설비, 온라인게임 등의 관련 산업도 새로운 발전을 맞이하게 될 것으로 분석함.



### □ 12월 중국 공업 부가가치 전월대비 0.7% 포인트 상승

- 2014년 12월 중국 공업 부가가치 증가율은 전년동기대비 7.7%로 전월대비 0.7% 포인트 상승, 1~12월 연간 기준으로는 8.3%로 전년대비 1.4% p가 하락한 수치
  - 그중 광업은 3.4%, 제조업은 8.9%, 전력·가스·수도는 3.7%를 각각 기록, 연간 기준으로는 광업은 4.5%, 제조업은 9.4%, 전력·가스·수도는 3.2%로 전년대비 전력·가스·수도가 특히 부진
  - 1~12월 소유제별로는 국유기업 4.9%로 전년대비 2% p 하락, 집체기업은 1.7%로 전년대비 2.6% p 하락, 주식제기업은 9.7%로 전년대비 1.3% p 하락, 사영기업은 10.2%로 전년대비 2.2% p 하락, 외자기업 6.3%로 전년대비 2% p 하락
  - 1~12월 지역별로는 충칭(重慶)이 12.6%로 전국 수위를 차지, 푸젠(福建; 11.9%), 장시(江西; 11.8%) 등도 고성장율을 기록, 반면 헤이룽장(黑龍江; 2.9%)이 전국 최하위를 기록하였고 산시(山西; 3.0%), 상하이(上海; 4.5%), 랴오닝(遼寧; 4.8%), 허베이(河北 5.1%) 등이 낮은 수치를 기록하는 등 지역별로 격차가 심함.
- 1~12월 섬유, 철강 등 소재와 소형트랙터, 가전 등이 부진한 상태를 시현

- 소재산업에서는 방직(-0.5%)이 마이너스 성장을 기록, 선철(0.5%)과 조강(0.9%)도 부진을 보인 반면, 플라스틱원료(10.3%)와 에틸렌(7.6%) 등은 비교적 양호한 실적을 유지
- 기계설비에서는 소형 트랙터가 -13.9%로 큰 폭의 감소세를 보였으며, 대기오염방지설비는 11.9%의 고성장세를 기록
- 자동차는 7.1%로 전년대비 11.3% p 줄어든 반면, 조선은 5.5%로 전년의 마이너스 성장세를 극복
- 전자에서는 세탁기(-3.6%), 컴퓨터(-3.1%), 냉장고(-1.0%) 등이 마이너스 성장세를 기록한 반면, 반도체(12.9%), 에어컨(11.5%) 등은 높은 성장률을 기록, 핸드폰은 7.5%로 전년의 25.8%에 비해서는 상승세가 크게 둔화

○ 1~12월 소매업은 12.2%로 전년대비 1.4% p가 하락, 음식숙박업은 9.7%로 전년대비 0.7% p가 상승

**표 1** 중국의 주요 업종별 생산 동향 (전년동기비, %)

업종별	2013년			2014년					
	상반기	3/4분기	연간	상반기	연간	10월	11월	12월	
공업 전체	9.3	9.6	9.7	8.8	8.3	7.7	7.2	7.9	
섬유	섬유사	8.8	7.5	7.2	8.7	5.6	1.7	0.5	2.4
	방직	9.0	7.2	4.6	3.0	-0.5	-1.0	-2.4	-5.3
	화학섬유	5.8	7.5	8.1	7.5	6.4	5.9	6.2	7.8
화학	에틸렌	4.6	6.4	8.5	5.3	7.6	11.0	-6.4	6.4
	플라스틱원료	7.8	10.3	11.0	11.5	10.3	6.7	5.5	5.7
	플라스틱제품	8.2	8.8	8.0	6.4	7.4	6.3	5.7	5.3
철강	선철	5.7	6.9	6.2	0.5	0.5	-3.1	0.9	3.7
	조강	7.4	8.0	7.5	3.0	0.9	-0.3	-0.2	1.5
	강재	10.2	11.7	11.4	6.4	4.5	2.0	1.2	6.4
비철금속	10.0	9.8	9.9	5.4	7.2	4.8	7.9	15.4	
기계	금속절삭기계	-12.4	-9.2	-2.0	5.0	3.0	-1.4	0	0
	소형 트랙터	8.4	5.9	4.9	-11.1	-13.9	-17.0	-15.2	-22.1
	대기오염방지설비	8.0	4.0	-3.1	14.2	11.9	-4.6	8.6	16.4
	발전설비	-5.1	-3.3	-4.8	2.9	9.2	-5.2	0.2	5.7
자동차	15.2	15.3	18.4	10.9	7.1	6.8	2.6	3.7	
조선	-28.1	-24.6	-24.7	0.2	5.5	7.3	19.5	3.0	

전자	세탁기	6.9	7.3	8.2	-3.6	-3.3	-3.6	-6.4	3.9
	냉장고	18.5	10.6	10.6	0.7	-1.0	0.2	-6.8	-6.3
	에어컨	0.1	8.0	11.6	16.3	11.5	8.3	8.2	0.1
	컬러TV	5.2	2.0	-0.2	12.6	6.2	-5.5	-6.5	-6.7
	컴퓨터	6.4	8.4	7.8	7.5	-3.1	-3.8	-11.6	-13.6
	반도체	9.8	9.3	10.4	9.2	12.9	14.3	14.9	25.6
	핸드폰	22.6	24.0	25.8	14.0	7.5	1.0	-0.3	7.8
서비스	화물운수	9.3	9.8	10.0	7.5	7.1	4.8	7.1	-
	여객운수	5.7	5.8	5.6	2.5	3.9	5.0	5.2	-
	우편 <sup>3)</sup>	30.1	31.8	33.8	35.1	-	34.7	35.2	-
	통신 <sup>3)</sup>	7.9	7.8	7.5	15.1	-	15.3	15.6	-
	소매업	13.2	13.4	13.6	12.4	12.2	11.7	12.0	12.1
	음식숙박업	8.7	8.9	9.0	10.1	9.7	9.7	9.8	10.1

자료 : 중국국가통계국, 「중국경제경기월보」, 각 월호

- 주 : 1) 공업 전체는 부가가치증가율  
 2) 비교가격 기준으로 계산  
 3) 각월 1월부터 누계 기준

## □ 1월 중국 관방 제조업 PMI 지수, 3년만에 임계치 하회

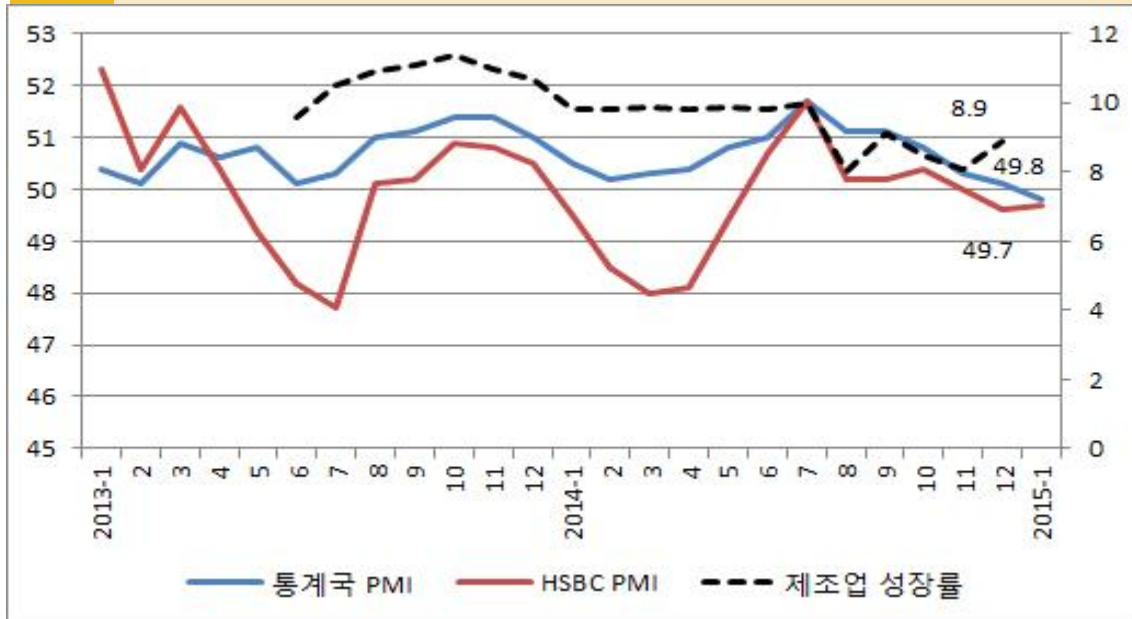
○ 1월 중국 관방 제조업 PMI 지수는 49.8로 전월대비 0.3 p 하락하면서 2011년 12월 이래 처음으로 임계치를 하회

- 기업규모별로는 대기업이 50.3으로 전월대비 1.1 포인트 하락, 중형기업은 49.9로 전월대비 1.2 p 상승, 소형기업은 46.4로 전월대비 0.9 P 상승하면서 대기업과 소기업간 경기체감 격차가 축소
- 생산지수(51.7)는 전월대비 0.5 p 하락, 신규주문지수(50.2)는 전월대비 0.2 p 하락, 원자재재고지수(47.3)로 전월대비 0.2 p 하락
- 수출 신규주문지수는 48.4로 전월대비 0.7 p 하락, 수입지수는 46.4로 전월대비 1.4 p 하락, 대외경제 상황이 여전히 어려움을 시사
- 종업원지수는 47.9로 전월대비 0.2 p 하락하면서 고용상황이 여전히 임계치를 하회, 제품재고지수는 48.0으로 전월대비 0.2 p 상승

○ 한편, 1월 HSBC(汇丰) PMI지수는 49.7로 2개월째 임계치를 하회

- 국내 신규주문지수는 현상 유지, 신규 수출주문지수는 하락세를 보이면서 전체 신규주문 총량은 감소세
- 기업들의 신규 고용은 15개월째 위축세를 보이고 있으나, 감소세는 현저히 둔화하면서 저점을 기록하는 모습, 기업들의 재고량은 현상 유지
- 물가 안정세와 함께 국내외 내수가 위축되고 있으므로 중국정부의 보다 적극적인 재정, 금융확대정책이 필요하다고 HSBC 전문가는 제언

그림 1 중국 관방 및 민간 제조업 PMI지수 변동 추이



자료: 국가통계국([www.stats.gov.cn](http://www.stats.gov.cn)); Markit, HSBC([www.markiteconomics.com](http://www.markiteconomics.com))





## □ 중국 지방정부, 2015년 경제성장 목표 하향 조정

- 2015년 초, 중국 각 지방에서 열린 양회(전인대, 정치협상회의)에서 신상태이(新常态), 개혁, 혁신, 대기오염 등 다양한 이슈가 관심사로 떠오른 가운데, 대부분의 지방정부가 2015년 경제성장률 목표를 하향 조정하면서 최근 중국 경제의 화두가 되고 있음.
  - 대부분의 지방정부가 정부업무보고에서 2015년 경제성장률 목표치를 하향 조정하였으며, 향후 GDP 증가율보다 경제성장의 질과 효율 제고에 초점을 두고 경제구조조정과 개혁을 중점적으로 추진할 예정이라고 강조함.
- 31개 성시(省市) 중 29개 성시가 전년도보다 낮은 경제성장률 목표치를 제시했으며, 상하이(上海)는 구체적인 경제성장 목표치를 제시하지 않아 중국에서 처음으로 GDP 중심의 경제성장에서 탈피함.
  - 시짱(西藏)의 경제성장 목표치는 전년도와 동일한 12%이고, 그 외 지방정부의 경제성장 목표치는 대부분 2014년 GDP 증가율과 비슷하거나 더 낮은 것으로 드러남.
  - 올해 경제성장 목표치가 가장 낮은 지역은 랴오닝(辽宁), 산시(山西), 헤이룽장(黑龙江)으로 모두 6% 성장률을 제시함.

- 이 세 지역은 모두 에너지·자원의 경제 비중이 높은 지역으로 작년 에너지 가격 폭락으로 인해 경제성장률이 크게 하락함.

표 1 2014년 중국 지역별 GDP성장률 및 2015년 경제성장 목표

순위	지역명	2014년 실제 GDP성장률	2014년 목표	2015년 목표	조정폭
1	상하이	7%	7.5%	없음	-
2	산시(山西)	4.9%	9%	6%	3%p ↓
3	랴오닝	5.8%	9%	6%	3%p ↓
4	간쑤	8.9%	11%	8%	3%p ↓
5	헤이룽장	5.6%	8.5%	6%	2.5%p ↓
6	지린	6.5%	8%	6.5%	2.5%p ↓
7	구이저우	10.8%	12.5%	10%	2.5%p ↓
8	칭하이	9.2%	10.5%	8%	2.5%p ↓
9	윈난	8.1%	11% 이상	8.5%	2.5%p ↓
10	광시	8.5%	10%	8%	2%p ↓
11	하이난	8.5%	10%	8%	2%p ↓
12	신장	10%	11%	9%	2%p ↓
13	닝샤	8%	10%	8%	2%p ↓
14	텐진	10%	11%	9%	2%p ↓
15	후난	9.5%	10%	8.5%	1.5%p ↓
16	쓰촨	8.5%	9%	7.5%	1.5%p ↓
17	광둥	7.8%	8.5%	7.5%	1%p ↓
18	허베이	6.5%	8%	7%	1%p ↓
19	충칭	10.9%	11%	10%	1%p ↓
20	산시(陝西)	9.7%	11%	10%	1%p ↓
21	안후이	9.2%	9.5%	8.5%	1%p ↓
22	장시	9.7%	10%	9%	1%p ↓
23	네이멍구	7.8%	9%	8%	1%p ↓
24	장쑤	8.7%	9%	8%	1%p ↓
25	허난	8.9%	9% 이상	8%	1%p ↓
26	후베이	9.7%	10%	9% 이상	1%p ↓
27	산둥	8.7%	9%	8.5%	0.5%p ↓
28	베이징	7.3%	7.5%	7%	0.5%p ↓
29	저장	7.6%	8%	7.5%	0.5%p ↓
30	푸젠	9.9%	10.5%	10%	0.5%p ↓
31	시짱	12%	12%	12%	변동없음

자료: 중국 각 언론 정리

○ 2014년 중국 경제성장률이 7.4%로 하락한 가운데, 연초 경제성장 목표치를 달성한 지역은 경제성장률 12%를 기록한 시짱 뿐이며, 그 외 지역은

모두 경제성장 목표치를 달성하지 못함.

- 헤이룽장(黑龙江)성의 경제성장률은 예상 목표치보다 2.9%p 낮은 5.6%에 그쳤고, 산시(山西)성의 경제성장률은 예상 목표치 9%보다 4.1%p 낮은 4.9%로 중국 31개 성시 중 가장 낮은 경제성장률을 기록함.

○ 오랫동안 중국 지역경제 성장의 주요 견인차 역할을 해온 투자도 증가 목표치가 전년도보다 감소되는 추세임.

- 지방정부의 정부업무보고에 따르면, 19개 지역이 2015년도 투자증가율 목표를 낮췄으며, 베이징과 상하이를 비롯한 5개 지역은 목표치를 설정하지 않음.

- 올해 투자를 더욱 증대할 계획이라고 밝힌 지역은 시짱(西藏) 한 곳 뿐임.

- 지방정부의 투자 방향도 인프라 위주에서 산업 고도화, 에너지·수리시설, 환경보호, 민생 분야로 변화하는 추세임.

○ 중국은행(中国银行) 전략발전부(战略发展部)의 주징단(周景彤) 수석연구원은 지방정부의 높은 레버리지 비율과 토지수입의 감소를 투자 목표 하향 조정의 주요 원인으로 분석함.

- 현재 지방정부는 채무 부담이 큰 상황에서 일부 산업의 과잉생산, 부동산시장 규제, 토지수입 감소 등 문제를 해결해야 하는 상황으로 투자를 더 이상 늘릴 수 없는 실정임.

## □ 새로 개정된 ‘환경보호기술장비목록’, 대기·수질오염 처리에 중점

○ 2014년 12월, 공업정보화부, 과학기술부, 환경보호부는 대기오염, 수질오염 처리 등 8개 분야의 107개 기술장비에 대한 《국가 중대 환경보호 기술장비 발전 장려 목록(2014년)(国家鼓励发展的重大环保技术装备目录(2014年版))》을 발표함.

- 107개 기술장비는 연구개발 항목 22개, 응용 항목 31개, 보급 항목 54개

로 나뉘며, 대기오염, 수질오염, 고체폐기물처리, 소음 및 진동제어, 자원 종합이용, 환경 모니터링 특수측정기, 환경오염처리 특수재료 및 약제, 환경오염 긴급처리의 8개 분야를 포괄함.

- 그 중 대기 관련 기술장비가 25.2%, 수질 관련 기술장비가 23.4%를 차지하며, 응용분야는 도시관리, 화력발전, 철강, 시멘트, 석유화학공업 등 중점 산업을 포괄함.
- 2011년도 목록과 비교했을 때, 2014년도 목록에는 새로 개발된 환경보호 기술장비가 추가되어 장비 성능과 효과, 자원 이용 및 재활용, 에너지 절약수준 등 기술적인 면이 크게 업그레이드됨.
- 새로이 추가된 기술장비의 성능은 대부분 정부가 규정한 오염처리 기준치를 훨씬 뛰어넘는 수준이며, 특히 최근 사회적 이슈가 되고 있는 스모그, 토지와 지하수 유실, 진흙탕 등 심각한 환경오염 문제 관련 기술이 중점적으로 업그레이드됨.
  - 2011년도 목록에서 연구개발 목록으로 분류되었던 76개 항목 중 단지 2개 항목만 2014년도 연구개발 목록에 남아있고, 나머지는 응용이나 보급 목록으로 변경됨.
  - 또한 삼투, 생태복원, 이산화탄소 포집 및 저장 기술 등 새로운 미래 유망기술이 연구개발 항목에 추가됨.
- 최근 중국 정부가 환경보호 규제를 강화함에 따라 환경보호기술장비에 대한 시장 수요가 증가하는 상황에서 새로 개정된 2014년도 목록이 발표된 것은 시장 수요 견인과 산업 발전 면에서 모두 중요한 의미를 지님.
- 국무원(国务院)은 2013년 《에너지절약·환경보호산업 발전 장려 의견》, 2014년 《대기오염 예방·처리 행동계획》를 발표했으며, 연내에 수질오염과 토지오염 예방 및 처리 행동계획을 발표할 예정으로, 환경보호에 대한 정부의 규제가 강화되면서 관련 장비에 대한 수요가 증가함.
  - 또한 중국 사상 가장 엄격하다고 평가되는 ‘신 환경보호법’이 올해부

터 시행되면서 환경오염 처리 기준이 더욱 높아짐.

- 2014년도 목록은 이러한 변화 속에서 급증하는 환경보호 기술장비에 대한 시장 수요를 반영하고, 친환경 소비 견인, 환경산업과 환경보호 장비 산업의 발전 장려, 관련 기술장비의 연구개발과 산업화의 가이드라인 제시, 산업 발전 취약 부분 개선 등에 기여함.

○ 2014년도 목록에 기반한 환경보호 기술장비 구매 장려를 통해 높은 기술력을 가진 선진 환경보호기술장비의 시장 점유율 확대, 오염처리 효율 제고, 환경처리 비용 감축 효과를 가져올 것으로 전망

- 2011년~2013년, 중국 환경보호 장비제조업은 연평균 20% 이상 증가하여 2013년 산업규모가 3,600억 위안에 달했으나, 그 중 선진 환경보호기술장비의 시장점유율은 10%에도 못 미치는 수준
- 중국산 장비는 여전히 외국 수입장비에 비해 경쟁력이 약하고, 대부분 중저가 제품에 집중 분포해 있는 실정임.

## □ 2015년 중국 건설기계산업 경기 회복세 전망

○ 건설기계의 시장 수요 감소로 지난 3년간 주요 건설기계기업의 이윤 하락세가 이어진 가운데, 2015년은 정부 정책에 힘입어 건설기계산업에 전환기가 될 것으로 보임.

- 중국 건설기계산업 경기가 2011년 이후 줄곧 하향세를 보이면서 많은 기업들이 보편적으로 이윤이 하락하거나 심지어 적자를 기록함.
- 중국건설기계산업협회(中国工程机械工业协会)의 관련 통계에 따르면, 2012년 86개 기업의 매출액이 전년대비 8.16% 감소하고 이윤은 35.44% 하락했으며, 2013년에 매출액이 감소한 기업 수가 93개로 늘어나고 이윤 하락율도 32.56%에 달함.
- 2014년 건설기계산업에서 13.9%의 생산량 증가율을 보인 로드롤러를 제외한 대부분의 제품은 생산량 감소 추세를 보였으며, 중국 건설기계업계

의 3대 기업의 순이익이 모두 60% 이상 감소함.

※ 중국 기계공업 100대기업에 드는 쉬공기계(徐工机械)의 2014년 순이익은 전년도 대비 65%~75% 감소할 것으로 예상되고, 산이중공(三一重工)은 60%~70%, 중론허중커(中联重科)는 70~80%의 순이익 감소가 예상된다.

○ 주요 건설기계기업의 이윤 하락의 주된 원인은 중국 정부의 고정자산투자 증가 둔화이며, 그 중 특히 부동산 투자 억제에 따른 건설기계 수요 위축이 가장 크게 작용한 것으로 분석됨.

- 건설기계산업에 영향을 미치는 분야는 부동산, 채광업, 철도도로, 수리사업 투자 등이 있으며, 그 중 부동산 투자는 중국 건설기계산업의 성장에 가장 크게 기여한 분야로 정부의 부동산 규제정책이 지속됨에 따라 건설기계산업이 큰 타격을 받음.

○ 2015년에는 ‘일대일로’ 전략에 따른 인프라 투자 증대와 장비제조업의 해외진출 장려 등 정부 정책에 힘입어 건설기계산업이 다소 호전될 것으로 전망됨.

- ‘일대일로’는 실크로드경제벨트와 해상실크로드와 연관된 유라시아, 동남아, 남아시아, 중앙아시아 등 국가와 중국의 교역로를 구축하는 거대 프로젝트로, 중국이 주변국가와의 교류를 위해 자유무역구 설립, 무역·교통 인프라시설 건설 등을 적극 추진함에 따라 건설기계 수요가 급증할 것으로 보임.

- 올해 초, 리커창(李克强) 총리는 국무원상무회의(国务院常务会议)에서 철도 등 장비제조업의 해외진출을 적극 추진할 것을 강조하며, 대외 건설사업 수주, 대외투자 등을 통해 건설기계, 선박, 전력, 통신 등 설비의 수출을 확보하는 기회로 삼아야 한다고 지적함.

- 철도 건설은 건설기계의 주요 시장 중 하나로, 중국 고속철의 해외 진출 시대가 열리면서 건설기계의 동반 수출 효과가 기대됨.

※ 중국 고속철 기술을 인정하는 국가가 갈수록 증가하면서 중국 고속철의 해외 진출이 가속화되고 있음. 2014년 7월 중국이 터키에 건설한

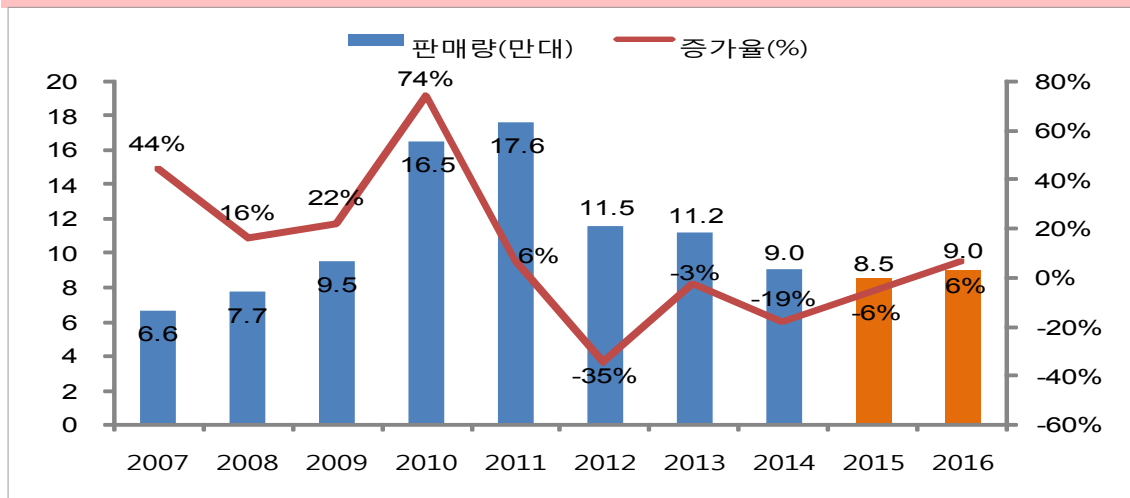
고속철이 정식 개통되었고, 현재 중국은 20여개 국가와 고속철 건설에 대한 협상을 진행 중임.

- 그 밖에 2014년 10월부터 국가발전개혁위원회가 도로, 공항, 철도, 수리, 전력전송 등 인프라시설 건설사업을 잇달아 승인함에 따라 건설기계시장에 대한 낙관적인 전망이 증가하고 있음.

○ 중국건설기계산업협회 쑤즈명(苏子孟) 비서장은 2015년 정부 정책의 견인 효과가 가시화됨에 따라 건설기계산업 매출액이 전년대비 7% 증가할 것으로 전망함.

- 2015년 굴착기 판매량은 전년도보다 6% 감소한 8만 5천대로 예상되며, 2016년에 증가세로 돌아설 것으로 보임.

그림 1 2007-2016년 중국 굴착기시장 판매 현황 및 향후 전망



자료: 중국건설기계산업협회

주: 2015년, 2016년은 전망치임.

## □ 베이징시, 문화소비 장려정책 발표

○ 베이징시의 ‘중국 문화의 중심’ 위상 강화와 소프트파워 제고, 문화산업의 건전한 발전을 위해 베이징시정부는 최근 《문화소비 촉진에 관한 의견(關於促進文化消費的意見)》(이하, 의견)를 발표함

- ‘의견’은 문화소비에 대한 중국 최초의 성(省)급 지방정책으로, 문화산업 발전을 통한 문화상품의 시장 공급 강화, 문화소비 확산, 문화소비 행위에 대한 가이드라인 제시, 새로운 문화소비업태 개발, 문화소비공간 확대 등 5가지 핵심 추진 방향을 제시
  - 2020년까지 문화소비 연평균 10% 이상 증대, 문화소비의 경제성장 기여도 8% 이상 실현을 목표로 함.
  - 베이징시는 문화소비를 증대하는 동시에, 일인당 문화소비 지출 및 소비의 만족도를 높이기 위해 문화 상품과 서비스의 다양화, 문화소비 시장 환경 개선, 상업과 여가문화시설이 집중된 문화공간 마련, 징진지(京津冀) 문화소비시장의 통합 발전을 추진할 방침임.
- 베이징시는 정부조달서비스와 문화소비에 대한 보조금 지급 등 방식으로 문화기업과 문화소비시장을 지원할 계획이며, 구체적인 지원정책으로 행정심사 간소화, 재정지원 강화, 문화소비에 대한 금융서비스 확대, 문화소비 권익 보호 강화, 문화소비 관련 인프라 시설 투자 확대 등을 제시
- **(시장진입 환경 개선)** ‘네거티브 리스트’ 제도를 도입하여 문화시장 진입규제를 완화하고, 행정심사 절차를 간소화하여 효율성을 제고함.
  - **(재정지원 강화)** 문화상품 공급 확대와 문화소비 촉진을 함께 이끌어낼 정책지원제도를 구축하고, 문화소비에 대한 보조 방식을 기존의 문화사업체에 대한 보조금 지급에서 주민의 문화소비에 대한 보조로 전환함.
  - **(문화소비 금융서비스 확대)** 극장이나 영화관, 애니메이션·게임, 예술품의 온라인 거래 결제시스템 개발을 장려하고, 문화관광, 교육훈련, 스포츠·헬스 등 분야에서 다양한 형태의 소비 신용대출업무를 확대하여 문화소비에 편의를 제공함. 인터넷 금융과 문화산업의 융합 발전을 장려함.
  - **(문화 소비자 권익 보호)** 문화 상품과 서비스 체계를 표준화하고 지식재산권 보호를 강화하여 안전한 소비환경을 조성하며, 문화재산권시장을 건설하여 문화재산권의 거래를 활성화하고 관련 지식재산권의 유통을 촉진함.



- (문화소비 인프라 건설 지원) 다양한 방식을 통해 문화소비 인프라 구축에 대한 투자를 강화함. 문화소비사업 관련 인프라 건설에 참여하는 민간자본은 사업 규모와 기능에 따라 정부로부터 고정자산투자 보조금을 지급받을 수 있으며, 보조금은 총 투자금액의 30%를 초과할 수 없음.
- 지금까지 베이징시 경제성장에서 문화소비가 차지하는 비중은 매우 미미한 수준에 머물러 있었지만, 정책적 지원과 베이징 주민의 소득수준 향상, 문화콘텐츠산업의 빠른 발전에 힘입어 향후 문화소비는 베이징시 경제의 새로운 성장동력이 될 것으로 보임.
- 2014년 베이징의 일인당 GDP는 1만 5,900달러에 달했고 주민들의 일인당 소득 실질증가율은 도시 7.2%, 농촌 8.6%를 기록함. 일인당 소비지출 가운데 문화 소비지출 비중은 2012년 10.3%에서 2014년 11.3%로 꾸준히 증가하는 추세임.
- 2013년부터 베이징시는 매년 ‘베이징 헤민 문화소비 축제(北京惠民文化消費季)’를 개최하여 문화소비를 촉진해 왔으며, 두 차례에 걸친 지난 행사에서 연인원 6,426만 9천명 규모의 소비 효과를 유발하고 154억 1천만 위안의 거래를 달성함.
- 2014년 12월 31일까지 베이징시의 ‘문혜카드(文惠卡: 문화소비혜택카드)’ 누적 발급량은 151만 600장, 거래액은 7억 1,900만 위안으로 소비자에게 약 9,000만여 위안의 직접적인 혜택을 제공한 것으로 집계됨.



# 중국 인터넷쇼핑 트렌드 분석 및 전망

한국무역협회 북경지부 신선영 부장

## 1. 중국의 인터넷 환경

### ○ 인터넷 인구 및 특징

- 2014년 중국의 인터넷 사용자수는 전년에 비해 3천만 명 이상이 증가, 전 인구의 47.9%인 6.5억명에 달하며, 모바일 인터넷 접속인구는 전년 대비 5,700만 명 증가한 5.6억명에 이룸.
- 전체 인터넷 인구 중 모바일 인터넷 접속자는 85.8%이며, 모바일 인터넷 접속자 중 휴대폰 결제기능 사용자 비중은 38.9%임.

그림 1 중국 인터넷 인구와 보급률 추이



자료 : CNNIC(중국인터넷정보센터) “중국인터넷발전상황통계보고”

- 중국 대륙 31개 성, 시 중 인터넷 인구가 천만 명 이상인 곳은 25개 지역임.
- ※ 동부 10개 지역 중 8곳의 인터넷 보급률이 전국 평균을 초과했으며, 중부는 6개 중 1곳, 서부 12개 중 2곳, 동북 3성 중 1개 성의 보급률이 각각 전국 평균을 초과하고 있어, 경제발전 불균형에 따른 지역간 인터넷 보급률 격차가 여전히 크게 존재함.
- 인터넷 접속 장소는 가정(90.7%), 회사(31.1%), 공공장소(18.0%), PC방(18.1%), 학교(14.2%)의 순임.
- ※ 특히 공항, 카페, 식당 등 공공장소에서 무선인터넷 환경을 제공함으로써 이들 장소에서도 업무와 오락이 가능해짐.
- 인터넷 이용자의 46.3%가 인터넷 보안 문제를 경험했음.
- ※ 이 중 컴퓨터나 휴대폰 바이러스 침입, 아이디나 비밀번호 유출 등이 각각 26.7%, 25.9%를, 인터넷 쇼핑 시 사기 피해를 입은 경험이 12.6%를 차지
- ※ 인터넷 이용자의 48.6%는 중국 인터넷 환경이 안전하다고 여긴 반면, 49.0%는 불안전하다고 여기고 있음.

표 1 2014년 중국 네티즌의 모바일 인터넷 접속 내용 및 사용률

	사용자 규모(억 명)	네티즌 사용률(%)	전년비 증가율(%)
즉시통신	5.9	90.6	10.4
정보검색	5.2	80.5	6.7
뉴스	5.2	80.0	5.6
음악	4.8	73.7	5.5
동영상	4.3	66.7	1.1
게임	3.7	56.4	8.2
쇼핑	3.6	55.7	19.7
결제	3.0	46.9	17.0
독서	2.9	45.3	7.1
인터넷은행	2.8	43.5	12.8
전자메일	2.5	38.8	-2.9

자료 : CNNIC(중국인터넷정보센터) “중국인터넷발전상황통계보고”

## ○ 모바일 경제활동 참여가 폭증

- 모바일 인터넷 쇼핑, 결제, 금융 등 경제활동 영위 인구는 각각 63.5%, 73.2%, 69.2%를 차지하여, 통신, 정보 및 뉴스 검색, 음악 및 동영상 감상, 게임, 독서, 전자메일 사용 등 기타 활동 증가율을 크게 상회
- 증가율로만 보면, 모바일 여행 예약 이용자 증가율이 194.6%에 달해 가장 빠르게 성장 중임.
  - ※ 휴대폰은 단순한 통신기능에서 결제, 오락, O2O 등 고부가가치 기능으로 진화하고 있음.

## 2. 2014년 중국 인터넷쇼핑 시장

### ○ 인터넷 소매시장 특징

- 시장규모 대폭 확대
  - ※ 2014년 amazon.cn 사이트 이용자의 80%가 35세 이하, 35%가 25세 이하였음.
  - ※ 2014년 중국 인터넷 소매시장 교역량은 2.9조 위안으로 전년 대비 45%나 폭증, 이 중 알리바바의 타오바오왕과 텐마오가 각각 51.3%, 26.1%로 1, 2위를 차지했고, 쟁동이 8.4%로 3위를 차지
- 젊은 고학력층이 인터넷쇼핑의 중요 고객
  - ※ 2014년 amazon.cn 사이트 이용자의 80%가 35세 이하이며, 35%가 25세 이하였음.
  - ※ 4년제 대학 이상 고학력자의 비중이 90% 이상이며, 5천 위안 이상의 소득수준을 가진 사용자가 약 40%<sup>1)</sup>임.
  - ※ 또한 남녀 소비자의 비율은 56:44였음.
- 2,3선 도시 인터넷쇼핑 침투율이 지속 상승, 남부 지역 도시의 인터넷쇼핑 소비 증가도 뚜렷
  - ※ 2014년 아마존 차이나 실적에 따르면, 베이징, 상하이, 광저우, 선전

1) 이는 중국 전체 인터넷 쇼핑 이용자 평균보다 24%나 높은 수치로, 아마존 이용자가 비교적 고소득층이라는 의미임.

이외 지역의 인터넷 소비 점유율이 약 65%에 달함.

- ※ 점유율 확대 속도가 가장 빠른 도시는 난징, 쑤저우, 지난, 허페이, 쿤밍 등임.
- ※ 남부지역과 북부지역의 인터넷쇼핑 매출액 비중은 2013년에 1:4였으나 2014년엔 4:1로 역전되어, 남부 도시들이 새로운 소비 주력군으로 떠오른 것을 알 수 있음.

○ 주요 구매제품 및 관심제품

- 2,3선 도시에서 가장 잘 팔리는 제품은 서적, 휴대폰 통신, 컴퓨터, 모성·영유아 제품, 주방용품, 의류 및 장신구 등임.

표 2 2014년 품목별 관심 소비자 분포 주요 도시

품목	해당 품목에 관심 있는 소비자 분포 주요도시
영/유아 용품	난창, 푸저우, 정저우, 환저우, 톈진
서적	오르도스, 쿤밍, 허페이, 샤오싱, 따칭
촬영기기	지난, 베이징, 상하이, 항저우, 우시
식품	다롄, 창사, 창춘, 칭다오, 우한
주방용품	베이징, 톈진, 우한, 스자좡, 창저우
가정용품	시안, 톈진, 창저우, 다롄, 선양
애완동물 용품	포산, 톈진, 베이징, 청두, 다롄
스포츠/레저 용품	베이징, 상하이, 광저우, 선전, 톈진
주류	옌청, 양저우, 톈진, 난통, 타이저우
미용/패션 용품	청두, 톈진, 우한, 선양, 다롄

자료 : amazon.cn “중국 2014년 인터넷쇼핑 추세 보고”

○ 해외직구 바람

- 과거에는 중국 소비자가 해외제품을 구매하려면, 정식수입 제품을 매우 비싸게 구매하거나, 직접 해외에 나가서 구매하거나, 품질보장이 안 되는 대행구매를 이용
- 그러나 2014년 텐마오, 징둥, 수닝, 아마존, 쿠파이, 이하오디엔, 웨이판후이 등 주요 사이트에서 해외직구 서비스를 시작함에 따라 해외직구 시장은 급성장했고, 해외직구 규모도 증대하고 있음.

- 특히 쌍11, 쌍12절 및 블랙프라이데이 등의 연이은 대규모 판촉행사로 전자상거래의 국제화가 두드러졌음.
- 국내 소비자의 해외제품 직구 뿐만 아니라 해외 소비자의 중국 제품 직구 규모도 증가하고 있으며, 경쟁이 갈수록 치열해지는 상황

◆ 예를 들어 아마존은 세계 12개국으로부터, 주류, 식품, 신발, 복장, 디지털영상음악기기 등 품목을 수입 판매 중이며, 해외직구 품목수도 전년 대비 2배 증가, 매출은 5배 증가

- 2014년 8월 이후 아마존 미국, 독일, 스페인, 프랑스, 영국 및 이탈리아에서 개통한 해외직접우편 서비스 매출은 3개월 만에 8배 증가
- “아마존해외구매” 상점도 중국어 사이트 운영 등 현지화 전략 이후 1개월 만에 수많은 소비자 유인에 성공
- 특히 11월 블랙프라이데이 판촉 주간 매출액은 전주 대비 24배나 폭증

○ 중국 해외구매대행 시장은 2013년 767억 위안, 2014년 1천억 위안 이상을 기록했으며, 2015년 2,478억 위안에 달할 전망

- 주요 해외구매 제품은 영유아 용품, 화장품, 의류, 사치품, 전자제품, 보건품, 주방기구 등이며, 미국, 홍콩, 스웨덴, 영국, 대만, 말레이시아, 네덜란드, 일본, 한국, 덴마크 등 국가의 제품이 인기를 끌고 있음.
- 그러나 느린 물류배송, 좋지 않은 고객 체험, 환불불가, 짝퉁 등은 해외 직구 시장의 문제점으로 부상

표 3 2014년 중국 10대 해외직구 품목

	품목군	현황
1	영/유아 용품	중국 내 매년 1,600백만 신생아 탄생, 2015년 중국 모성 및 영아용 제품 시장규모는 2조 위안에 이를 것으로 전망. 출산연령에 이른 80년대 생 부모들이 가장 큰 소비층이며, 분유, 기저귀, 젖병, 유아용 카시트 등이 주요 대상 품목

2	화장품	중국 여성들은 중국산 화장품보다 랑콤, 에스테로더, 클리닉, 로레알, 라네즈 등 외국산 제품 선호. 특히 화장품은 중국 내 유통가와 해외직구 가격에 차이가 있어, 해외직구를 많이 하는 품목. 그러나 품목수가 너무 많고, 진품/가품 구분이 어려우며, 구매대행 경로에도 문제가 있어 짝퉁 구매 위험이 있음. 최근 클리닉, 비오템, 에스테로더, 오리진스, 시세이도, 록시땅 등 빅브랜드들이 텐마오 등 중국 인터넷사이트에 속속 입점 중이며, 이로써 각 사이트는 젊은 소비자 유인, 해외시장에서 국내시장으로의 소비자 유도 등이 가능
3	사치품	높은 관세로 고급/중급 제품, 특히 고급시계, 명품가방 등 사치품의 중국 내 가격이 높고 품종 및 수량이 많이 않아, 중국인의 출국 쇼핑 및 해외직구가 급증. 최근 사치품 판매점의 매출이 부진하자 기업들은 인터넷쇼핑 시장으로 눈을 돌리고 있으며, 텐마오, 징동 등 사이트도 사치품 브랜드와의 협력에 적극 나서고 있음.
4	전자제품	전자제품의 중국 국내외 가격차가 너무 커 해외직구의 운임과 관세를 고려하더라도 국내 유통가격의 반에도 못 미치는 경우가 많음. 또한 인터넷 상의 전자제품 가격은 매우 투명하며, 아이패드, 킨들(아마존 전자책), 휴대폰, 컴퓨터 등 세계 각지의 다양한 제품을 해외직구로 구매 가능
5	의류	2014년 중국 내 의류 인터넷쇼핑 총 매출액은 6,200억 위안에 달해 전년비 41.5% 성장했으며, 전체 인터넷쇼핑 매출의 22.1%를 차지. 인터넷쇼핑에서 의류는 일상소비품이며 반복구매율 및 구매빈도가 높음 편임. 또한 해외직구 부문에서도 40% 이상을 점유. 크리스마스 세일, 블랙프라이데이 세일 등 시기에는 해외직구 시 운송료를 감안하더라도 매우 저렴하게 구매 가능. 의류 구매 소비자 일부는 브랜드를 선호하나, 일부는 가격에 민감. 주요 수입대상국은 한국, 일본, 미국 등
6	가방	중국인 생활수준 향상, 젊은층의 사치품 추구 경향으로 구미 명품브랜드 가방의 해외 구매대행 시스템 급속 발전. 화려한 디자인 및 높은 실용성을 갖춘 샘소나이트, Tumi Luggage, Rockland, 루이뷔통, 크라운, Oiwas 등 브랜드와 첨단유행의 구찌, 루이뷔통, 코치 등 브랜드, 그리고 TITAN, 디즈니, trunki 등 아동용 브랜드가 각광받고 있음. 알리바바와 텐마오 글로벌, 수닝의 글로벌구매(全球購), 징동의 해외구매(海外購), 이하오디엔의 이하오 해외구매(1號海購), 순평의 해외구매풍운(海購豐運) 등이 대표적
7	보건품	건강에 대한 관심 증대로 인터넷을 통한 보건품 구매자 증가. 다양한 종류, 가격할인, 간편성 등으로 상당수 소비자들은 이미 해외 시장에 관심을 갖기 시작. 현재 보건품 해외직구 방식은 구매대행, 여행 시 쇼핑, 위탁구매 등임.
8	주방용구	최근 독일, 미국의 주방용품이 각광받고 있음. 전통적 명품브랜드인 '쌍둥이표' 외에도, 믹서기, 조리기구, 주전자, 보온병, 솥, 국자 등 수많은 창의적이고 편리한 주방용품이 구매 가능. 주방용구 매출은 향후 수년간 정점을 이룰 것으로 보임.

9	스마트디지털 제품	스마트 안경, 손목시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등 스마트디지털 제품의 발전 속도가 매우 빠른 추세임. 이러한 제품들은 특히 바링허우, 지우링허우 등 젊은 층으로부터 큰 인기를 끌고 있음.
10	생활가전	특히 공기정화기, 진공청소기, 정수기 등 대형 제품이 새로이 부상. 전자상거래 사이트를 통한 생활가전의 해외직구는 물류 및 배송이 훨씬 안정적임. 그러나 가전제품의 인터넷구매 시 저렴한 가격을 유지하기 위한 저급제품 공급, 짝통제품, 밀수품, 리콜제품 등에 유의해야 함.

자료 : 중국전자상거래연구센터 “2014년도 중국전자상거래산업 점검”

### ○ 모바일 인터넷쇼핑 급증

- 2014년 모바일 인터넷쇼핑 거래 규모는 전년대비 270% 증가한 10조 위안에 달했음.
  - ※ PC 기반 인터넷쇼핑의 모바일화보다 더 중요한 분야는 일용품, 의류, 요식, 오락 등의 O2O 영역임.
  - ※ 알리바바, 징둥, 수닝, 웨이핀후이 등 주요 플랫폼들도 모바일화를 추구하는 중
- 모바일 쇼핑 이용시간도 늘어나는 추세임.
  - ※ 아마존 차이나의 경우 오전 8시 이후 새벽 1시까지 이용시간이 크게 분포했으며, 이는 전년 대비 월등히 증가한 수치임.
  - ※ 특히 오전 11시~1시, 오후 8시~11시 시간대 사이트 방문량은 전체의 40%에 달함.
- 쇼핑품목은 주로 컴퓨터, 휴대폰 및 통신기기류, 카메라, 주방기기, 의류 및 장신구 등임.
- 모바일 인터넷쇼핑을 많이 하는 도시는 베이징, 상하이, 광저우, 선전 외에 톈진, 청두, 무한, 시안, 난징 등임.

### ○ 단체구매 및 O2O 시장 급성장

- 2014년 중국 내 인터넷 단체구매 시장 매출액은 750억 위안에 달해 고속 성장 단계에 진입
  - ※ 인터넷 단체구매 이용자는 전년보다 3,200만 명 증가(증가율 22.7%)한



1.73억 명에 달함.

- 2014년에는 완다전자상거래사(완다그룹, 바이두, 텅쉰이 홍콩에 설립한 O2O 서비스 기업), 알리바바, 징둥, 수닝, 쉐핑 등 대형 전자상거래 기업들이 일제히 O2O 시장에 가세
- 현재 O2O 시장은 이미 의류, 가구 및 인테리어, 주류, 생선, 고급백화점, 요식업, 여행업, 택시, 티켓매매, 가사관리 서비스 등 생활영역 전반으로 확대되고 있음.
- 환경요인, 응용 수준, 발전 잠재력 등으로 볼 때 베이징, 광저우, 선전, 상하이, 톈진 등 1선 도시와, 우한, 창샤, 항저우, 쑤저우, 포산, 칭다오 등의 O2O 시장 발전수준이 비교적 높은 편임.  
※ 이용 정도를 상, 중, 하로 구분해보면, 1선 도시 주민 중 ‘상’ 및 ‘중’ 정도의 O2O 이용자는 전체의 39.2%로 점차 양적 증가에서 질적 증가로 발전 중에 있음.
- 단체구매 시장의 발전에 따라 일찍이 요식업, 레저 부문의 O2O 시장이 발전하여 서비스 정교화 추구 등 성숙 단계로 진입하고 있으며, 의료 및 가정 부문의 O2O 시장은 발전 초기 단계로서 성장 잠재력이 큰 편임.

### 3. 2015년 중국 인터넷쇼핑 시장 전망

- 모바일 쇼핑, 해외직구, O2O 시장 등이 더욱 확대되고 발전할 전망이며, 2자녀 허용 정책, 소득 및 생활수준 향상에 힘입어, 영/유아 용품, 뷰티 및 패션 관련 제품, 건강 관련 제품들의 수요가 더욱 커질 것으로 보임.
- 또한 농촌지역의 인터넷쇼핑 이용인구 급증, 웨이신 등 SNS를 이용한 쇼핑시장 확대, 인터넷쇼핑 플랫폼 간의 전략적 제휴, 모바일 결제 발전 및 급속도 보급 등의 추세도 이어질 것으로 전망됨.

○ 2014년 유행으로 짐작한 2015년 5대 인터넷쇼핑 화두(아마존 차이나 선정)

- **스마트디지털 제품:** 핏빗, 조본, 미스핏 등 웨어러블 밴드, 스마트워치, 스마트 블루투스, 스마트 가구, 필립스 LED 마이크로 영사기 등 스마트 아이디어 제품
- **가정용 건강 제품:** 샤프, 필립스, 블루에어 등 공기정화기, 3M, 에버퓨어, 친위엔 등 정/연수기, 3M, 튀둔 등 미세먼지 차단용 마스크
- **세계 유행과 동시에 중국 내 유행하는 의류, 신발 등 패션 제품:** s 올리버, 망고, 리바이스, 릴리, 데씨구엘 등 의류와, 클락스, 락포트, 유니사, MJUS 등 신발류의 매출 빠른 증가 추세
- **해외제품 직구:** 쌍11절 이후 1달간 아마존 해외직구에서 가장 많이 팔린 제품은 의류, 신발, 완구, 모성 및 영아제품, 개인생활건강 제품 등임.
  - ※ 2014년 해외 주류 판매량은 전년대비 3배 증가했으며, 특히 미국 및 프랑스산 포도주 및 과실주 매출이 두드러짐.
  - ※ 해외직구를 가장 많이 하는 도시는 베이징, 상하이, 광저우, 항저우, 청두 등임.
- **유행타는 서적:** 웨이보에서 입소문을 타 2014년 베스트셀러 1위에 오른 ‘너의 세계에서 지나가다’, 웨이보에서 퀴즈이벤트를 통해 500만 독자를 끌어들이는 ‘대부(教父)’ 등 웨이보, 웨이신 등 신매체를 통한 인기 서적
  - ; 모옌, 엘리스 먼로, 모디아노 등 노벨상 수상작가의 작품
  - ; 한국 드라마 ‘별에서 온 그대’에 나왔던 ‘에드워드 틀레인의 신기한 여행’, 미국 드라마 ‘House of Cards’의 중국어 번역서, 영화 ‘귀래’의 원작소설 등 드라마/영화 관련 서적

#### 4. 시사점 및 대응방안

##### ○ 제품군별 유의사항

- 영유아 용품
  - ※ 자녀를 위한 제품 구매에 더욱 까다로운 중국 소비자들을 감안, 식품

유통허가증, 영업집조(사업자등록증) 등 법정 요건을 갖추어야 하며, 관련 검사보고서, 품질보고서의 사전준비도 필수적임.

- 화장품

※ 정품, 유효기간 및 보존기간이 넉넉한 제품 준비 및 정식인가를 받은 인터넷쇼핑몰을 통한 판매가 가장 바람직함. 사용자 후기 및 구매기록 관리도 중요한 포인트

- 전자제품

※ 중국 내 동종상품 유무, 중국 소비자가 중국 내에서 구매했을 때와 해외직구를 통해 구매했을 때의 비용 분석 필요

- 보건식품

※ 식품이므로 품질 및 진위여부가 중요. 소비자가 최대한 품질좋은 정품임을 믿을 수 있도록 포장, 설명서, 외관 등에 충분한 정보 제공 및 유통기한에 유의할 것

- 스마트디지털 제품

※ A/S, 운송보험 가입 방안 등 마련

○ 모바일 인터넷 시대 브랜드 강화 전략

- 고객(用戶) 주도 경영, 소비자가 곧 생산자

※ 샤오미는 고객을 자사 휴대폰의 ‘명예 개발 팀원’ 이라고 칭함.

※ 타오바오와 소비자가 공동 추천하여 인터넷에서 출시하는 ‘타오’ 브랜드 중 하나인 치거거(七格格)는 소비자가 디자인을 결정함. 즉, 새 디자인이 나오면 인터넷 상점에 전시하여 소비자 투표와 QQ 친구그룹 토론을 거쳐, 다수가 선호하는 디자인을 채택·수정하는 과정을 수차례 거친 후 생산, 출시함

※ 이러한 쌍방향 소통은 체험과 개성을 중시하는 바링허우(80後) 및 지우링허우(90後)의 호응을 받아 반 년 만에 타오바오 여성복장 부문 4위로 도약

- 제품(產品)은 왕이다, 제품이 가장 중요

- ※ 첫 구매에서의 좋은 체험은 두 번째 구매로 이어지며, 이것이 반복되어 제품에 대한 신앙과도 같은 믿음이 생기면 평생 구매로 이어지므로, ‘체험’ 과 소비자가 감탄할 정도의 ‘품질’ 이 중요함. 저급품은 인터넷 상에서 부정적 입소문이 퍼져 결국 수명 단축을 야기
- ※ 샤오미는 ‘소비자 감탄’ 을 위해 신제품들을 당대 최고 사양에 최저 가격으로 출시하고 있음.

- ‘체험(體驗)’ 지상, 체험이 관건

- ※ 정보가 불충분한 시대의 Sellers’ Market에서는 제품의 기능, 디자인, 품질, 가격이 중시되었으나, 클릭 한 번으로 다양한 제품을 비교검색할 수 있는 Buyers’ Market에서는 소비자들이 쌍방향 맞춤형 서비스 체험을 중시하고, 브랜드를 기준으로 제품과 서비스를 선택하므로, 브랜드 이미지가 매우 중요
- ※ 특히 심리적 체험이 중시되는데, 예를 들어 여성 소비자들이 루이뷔통을 구매하는 이유는 그 품질과 가격보다는 브랜드가 대표하는 신분과 사회적 지위 때문
- ※ 모든 제품들이 동질화되고 있으므로, 기업은 보장된 제품과 서비스 외에 고객에 좋은 체험을 제공하여, 고객 만족도와 충성도를 제고하고, 소비자가 주위에 제품을 홍보하고 추천하도록 유도해야 함.

- 입소문(口碑)이 성패를 좌우

- ※ 양호한 평판을 갖고 네티즌과의 적극적인 쌍방향 소통을 하는 기업이 고객을 얻을 수 있으며, 전통매체를 통한 광고보다, 만족을 얻은 고객의 자발적 홍보가 더 효과적일 수 있음. (ex. 휘귀 식당 하이드라오의 서비스에 만족한 고객의 자발적 홍보)

<참고자료>

- CNNIC(중국인터넷정보센터) “중국인터넷발전상황통계보고”
- 중국전자상거래연구센터 “2014년도 중국전자상거래산업 점검”
- 중국전자상거래연구센터 “O2O 데이터”, “B2C 데이터”, “전자상거래 데이터”
- 아마존 중국 “중국 2014년 인터넷쇼핑 추세 보고”