



# 차이나

CHINA Market Watch

## 마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672

이메일 : beijingk@kita.net

## 1 中, '전정특신(专精特新)' 제품 수출 증가세

- 중국 상무부 대외무역사(司) 리싱첸(李兴乾) 사장은 올해 1분기 플랜트, 스마트 제품, 친환경 제품 등 3대 분야 제품의 수출 잠재력이 높고, 특히 '전정특신(专精特新, 전문화, 정밀화, 특성화, 혁신)' 제품의 수출이 지속 증가하고 있다고 밝힘
- 스마트 제품에 대한 해외 수요의 상승으로 바닥 청소용 로봇, 수영장 청소용 로봇, 자율 제초기 로봇 등이 인기이고, 산업용 로봇 분야 역시 중국의 주요한 수출시장 임
- 국제로봇연합회에 따르면 중국의 로봇 설치량은 2017년부터 2022년까지 연평균 13%의 성장률을 기록, 2023년 산업용 로봇의 수출량 증가율은 86.4%에 달함

자료원 : 인민일보 해외판

[http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2024-05/06/content\\_26055976.htm](http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2024-05/06/content_26055976.htm)

## 2 中, '5.1 노동절' 연휴기간 문화관광 소비 인기

- 올해 중국의 '5.1 노동절' 연휴기간 소비시장이 활성화, 특히 문화관광 소비가 인기를 끌면서 중소도시뿐만 아니라 현금 도시도 관광객으로 붐볐음
- 온라인 여행사인 페이주(飞猪), 통칭(同程)에 따르면 첸시난부이족먀오족자치주(黔西南布依族苗族自治州), 류판수이(六盘水), 아리지구(阿里地区), 자위관(嘉峪关) 등 관광지외 동북·서부 지역의 3선 이하 소도시 호텔 및 관광지가 인기를 끌었음
- 배달앱인 메이똬(美团)에 따르면 5월 1일부터 3일까지 전국 생활서비스(음식, 상품 등 배달 서비스) 소비는 전년 동기대비 25% 증가했고, 상위 10대 도시로는 상하이, 베이징, 선전, 청두, 광저우, 충칭, 항저우, 우한, 시안, 창사 등으로 집계

- 상무부 관계자는 지역별 다양한 소비 촉진 행사를 통해 문화관광 소비를 확대할 것을 제안했으며, 지역별로 ‘베이징 글로벌 신제품 출시 축제(北京全球首发节)’, ‘상하이 스포츠 소비 축제(上海体育消费节)’, ‘윈난 별미 미식절(好味云南美食节)’ 등 행사가 개최될 예정

자료원 : 경제참고보

[http://www.ce.cn/cysc/newmain/yc/jsxw/202405/06/t20240506\\_38992246.shtml](http://www.ce.cn/cysc/newmain/yc/jsxw/202405/06/t20240506_38992246.shtml)

### 3 中, 4월부터 지역별 부동산 시장 활성화 정책 연이어 출범

■ 중국 지방정부는 4월부터 부동산 시장 활성화 정책을 연이어 출범

- (부동산 구매 제한 조치 철폐) 청두시는 4월 29일부터 주택 구입 시 청두시 호적 여부, 사회 보험금 납부 상황을 심사하지 않고, 주택 구입 수량도 제한하지 않는다고 발표. 이로써 20여 개 도시가 부동산 구매 제한 조치를 철폐. 현재 여전히 부동산 구매 제한 조치를 시행하는 지역은 1선 도시(베이징·상하이·광저우·선전), 하이난성, 톈진시, 시안시(西安, 핵심구역 주택 구입 시), 항저우시(신규 주택 구입 시) 등임
- (대출 이자율 하향 조정) 베이징시는 이혼 1년 미만이며 본인 명의의 주택 미보유자가 주택 구입 시 4월 23일부터 첫 주택 구입자 대출 이자율을 적용. 장시성 난창(南昌), 산둥성 칭다오(青岛), 장쑤성 타이저우(泰州), 푸젠성 푸저우(福州) 등 10여 개 도시에서 첫 주택 구입자 대상 대출 이자율을 하향 조정
- (주택공적금 대출한도 상향 조정) 70여 개 도시에서 주택공적금 관련 정책을 개선, 다자녀 가정 및 청년 인재 대상 대출한도를 상향 조정
- 이 외 난징(南京)시는 부동산 구입 시 ‘호구 부여 정책’과 관련한 대외의견을 수렴 중. 전국적으로 부동산 중개업체 용자 지원정책도 지속 시행, 현재 30개에 달하는 도시에서 주택 ‘이구환신(以旧换新)\*’ 정책을 출범

\* 주택 ‘이구환신(以旧换新)’ : 주택 구입자가 신규 주택을 구입한 후 부동산 중개업체가 기존 주택을 판매하거나 부동산 혹은 제3자가 기존 주택을 구입하는 것을 의미, 일부 도시에서는 주택 교체 시 보조금을 지급

자료원 : CCTV 뉴스

[http://www.ce.cn/cysc/fdc/fc/202404/30/t20240430\\_38989021.shtml](http://www.ce.cn/cysc/fdc/fc/202404/30/t20240430_38989021.shtml)

[http://www.ce.cn/cysc/fdc/fc/202405/06/t20240506\\_38992328.shtml](http://www.ce.cn/cysc/fdc/fc/202405/06/t20240506_38992328.shtml)

## 4 中, 2023년 광고기업 매출 17.5% 증가

- 중국시장감독관리총국에 따르면 2023년 중국에서 광고 분야에 종사하는 기관 및 규모 이상(연매출 2,000만 위안 이상, 한화 약 37.6억 원) 업체는 총 1.7만 개사로 매출은 전년 대비 17.5% 증가한 1조 3,121억 위안(한화 약 247조 원)으로 집계
- 이 중 인터넷 광고 매출이 33.4% 증가한 7,191억 위안(약 135조 원)으로 전체 광고 매출에서 차지하는 비중은 2019년 58.7%에서 82.4%로 상승
- 중국의 광고업은 과점 구도로 베이징, 상하이, 항저우, 선전, 광저우 등지 광고기업의 매출 총액이 전국의 74%를 차지하며 중국의 '5대 광고 중심(五大广告中心)'으로 부상

자료원 : 중국경제망

[http://www.ce.cn/cysc/zljd/gd/202404/30/t20240430\\_38989892.shtml](http://www.ce.cn/cysc/zljd/gd/202404/30/t20240430_38989892.shtml)

## 5 中, 1분기 문화기업 매출 8.5% 증가

- 중국 국가통계국에 따르면 중국의 7.6만 개 규모 이상(연매출 2,000만 위안 이상, 한화 약 37.6억 원) 문화기업의 1분기 매출은 전년 동기대비 8.5% 증가한 3조 1,057억 위안(약 584조 원) 달성
- 콘텐츠 창작·생산, 뉴스·정보 서비스, 문화·오락·레저 서비스, 디자인 서비스, 문화산업 투자·경영 등 업종의 매출이 각각 12.0%, 11.1%, 10.5%, 10.4%, 10.4% 증가
- 문화 서비스업의 매출은 10.9% 증가한 1조 6,331억 위안(약 307조 원)으로 전체 문화기업 매출 중 비중은 66.1%로 상승. 인터넷 검색 서비스, 멀티미디어 게임애니메이션 및 디지털 출판 소프트웨어 개발, 인터넷 광고 서비스 등 3개 산업종 매출의 증가율은 각각 25.4%, 19.9%, 18.5%로 비교적 높았음

자료원 : 경제참고보

[http://www.jjckb.cn/2024-04/30/c\\_1310773298.htm](http://www.jjckb.cn/2024-04/30/c_1310773298.htm)

## 6 화웨이, 중국 시장에서 1분기 스마트폰 시장점유율 1위 달성

- 1분기 중국 시장 스마트폰 시장점유율 순위에 대한 연구기관별 데이터가 다소 상이, 글로벌 시장조사업체인 Canalys에 따르면 화웨이가 1위, 국제데이터회사인 IDC에 따르면 아너(荣耀) 및 화웨이가 공동 1위. 최근 스마트폰 제조업체 간 경쟁은 심화되고 시장점유율 차이는 축소되는 추세

- Canals에 따르면 화웨이가 출하량 1,170만 대, 시장점유율 17%로 13개 분기 만에 다시 1위를 탈환, 2~5위는 각각 오포(1,090만 대, 16%), 아너(1,060만 대, 16%), 비보(1,030만 대, 15%), 애플(1,000만 대, 15%)로 나타남
- IDC에 따르면 아너, 화웨이, 오포, 애플, 비보의 시장점유율이 각각 17.1%, 17.0%, 15.7%, 15.6%, 14.6%로 1~5위를 차지

〈2024년 1분기 중국 스마트폰 제조업체 시장점유율 통계〉

업체명	2024년 1분기		2023년 1분기		업체명	2024년 1분기 시장점유율(%)	2023년 1분기 시장점유율(%)
	출하량 (백만 대)	시장점유율 (%)	출하량 (백만 대)	시장점유율 (%)			
화웨이(Huawei)	11.7	17	6.8	10	아너(Honor)	17.1	16.1
오포(OPPO)	10.9	16	12.6	19	화웨이(Huawei)	17.0	8.6
아너(Honor)	10.6	16	9.7	14	오포(OPPO)	15.7	19.8
비보(vivo)	10.3	15	11.3	17	애플(Apple)	15.6	17.8
애플(Apple)	10.0	15	13.3	20	비보(vivo)	14.6	17.4
기타	14.2	21	13.8	20	기타	20.1	20.4
합계	67.7	100	67.5	100	합계	100.0	100.0

\*출처: Canals

\*출처: IDC

자료원 : 중국상보

<https://www.zgswcn.com/news.html?aid=182226>

## 7 中, 1분기 자동차 상품 수출입 전년 동기대비 5.5% 증가

- 중국 해관총서는 올해 1~3월 중국의 자동차 상품(汽车商品, 자동차 엔진, 부품, 차체 등을 포함, 완성차 제외) 수출입 통계를 발표
- 1~3월 중국의 자동차 상품 수출입은 전년 동기대비 5.5% 증가한 683억 달러, 이 중 수입은 11.5% 감소한 157억 달러, 수출은 11.9% 증가한 526억 달러로 집계
- 3월 자동차 상품 수출입은 전월 대비 19.4% 증가, 전년 동기대비 2.5% 증가한 239억 달러, 이 중 수입은 전월 대비 9.1% 증가, 전년 동기대비 14.2% 감소한 53억 달러, 수출은 전월 대비 22.7% 증가, 전년 동기대비 8.5% 증가한 186억 달러로 집계

자료원 : 중국상보

<https://www.bbtnews.com.cn/2024/0506/513736.shtml>

## 8 中, ‘5.1 노동절’ 연휴기간 스포츠·아웃도어 용품 등 인기

- 온라인 쇼핑몰 웨이핀후이(唯品会)에 따르면 ‘5.1 노동절’ 연휴기간 스포츠 티셔츠, 런닝화, 스커트의 판매량이 각각 전년 동기대비 20%, 35%, 60% 증가함
- 이 외 아웃도어 테이블·의자, 텐트 판매량이 각각 124%, 106% 급증. 자외선차단 의류, 어린이용 자외선차단 의류 판매량이 각각 76%, 53% 증가

자료원 : 베이징상보

<https://finance.eastmoney.com/a/202405063067198990.html>