



# 차이나

CHINA Market Watch

## 마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672

이메일 : beijingk@kita.net

## 1 中, 산업용 설비 교체 시장규모 빠른 성장세

- 중국 공업정보화부, 국가발전개혁위원회 등 7개 부처는 지난 4월 '산업용 설비 교체 추진 관련 실시방안'을 발표. 해당 범주에는 낙후 설비 폐기, 첨단설비 업그레이드, 에너지 절약·탄소배출 감축을 위한 설비 개조, 디지털화 전환, 혁신설비 보급 및 응용, 안전성 및 생산성 제고 등이 포함됨
- 동 방안이 발표된 후 텐진, 장쑤, 닝샤, 헤이룽장 등 10여 개 성(省)은 재정, 세수, 금융 분야 지원책을 포함한 지역별 산업용 설비 교체 실시방안을 발표, 특히 장쑤성은 중점 업종 관련 매년 6,000건 이상의 기술 개조 프로젝트 시행을 언급
- 한편 2023년 중국의 산업용 설비 투자규모는 전년 대비 8.7% 증가한 4.4조 위안이며, 올해는 투자규모를 전년 대비 25% 확대할 계획

자료원 : 공인일보

[http://www.ce.cn/cysec/newmain/yc/jsxw/202406/24/t20240624\\_39047346.shtml](http://www.ce.cn/cysec/newmain/yc/jsxw/202406/24/t20240624_39047346.shtml)

## 2 中 상무부, 미국의 對중국 투자 제한 규칙안에 주목

- 6월 21일 미국 재정부가 對중국 투자 제한 규칙안을 공개한 후, 24일 중국 상무부 대변인은 엄중한 우려를 표하며, 중국은 이에 상응한 조치를 취할 권리가 있다고 발표
- 상무부 대변인은 미국은 중국과의 디커플링(decoupling, 공급망 등 분리) 및 중국의 경제성장을 제약할 의도가 없다고 반복적으로 강조했으나, 이번 규칙안 발표는 미국 기업의 對중국 투자를 제한하고 중국 산업의 정상적인 발전을 제약하는 조치라고 지적
- 또한 동 조치는 양국 기업간 정상적인 경제·무역 협력에 영향을 미치고, 국제 통상질서를 파괴하며 글로벌 산업망 및 공급망 안정에 혼란을 야기하므로, 미국은 對중국 투자제한 조치를 철회하고 양국의 경제·무역 협력을 위한 양호한 환경을 조성해야 한다고 강조

자료원 : 신경보

<https://www.bjnews.com.cn/detail/1719200565129260.html>

### 3 올해 상반기 중국기업의 폴더블 OLED 패널 출하량 삼성 추월

- 영국 시장조사기관 옴디아(Omdia)가 발표한 ‘스마트폰 디스플레이 패널 정보서비스’ 보고서에 따르면 2024년 상반기 중국기업의 폴더블 OLED 패널 출하량은 640만 대로 글로벌 전체 출하량의 53%를 차지, 한국 삼성 출하량(570만 대)을 최초 추월
- 삼성이 생산한 폴더블 OLED 패널은 Galaxy Z Fold/Flip, W 등 시리즈 제품에만 사용되나 중국기업이 생산한 폴더블 OLED 패널은 화웨이, vivo, OPPO, HONOR, 모토로라, 누비야(努比亚) 등 여러 업체가 사용하여 시장점유율이 점차 상승하는 추세
- 한편 1분기 글로벌 폴더블폰 시장에서 화웨이는 35%의 시장점유율을 달성하며 최초로 삼성의 23%를 추월, 모토로라와 HONOR는 각각 전년 동기대비 1,473%, 460%의 높은 증가율을 기록

〈기업별 폴더블 OLED 패널 출하량 글로벌 시장점유율 추이(2021~2024년 상반기)〉

기업명	2021년	2022년	2023년	2024년 상반기
Samsung(三星)	90%	84%	68%	47%
BOE(京东方)	7%	16%	22%	40%
Visionox(维信诺)	0%	0%	4%	9%
China Star (TCL 华星光电)	3%	0%	6%	4%

\*출처 : Omdia

자료원 : IT즈자(IT之家)

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1802123605421103707&wfr=spider&for=pc>

### 4 中, 2023년 온라인 공연시장 매출 2,095억 위안 달성

- 중국문화관광부 시장관리사(司)가 주최한 ‘2024 중국 온라인 공연(라이브방송 및 쇼트클립) 산업 연례회의’가 지난 6월 19일 하이룽장성 하얼빈시에서 개최됨
- 회의기간 중국공연협회가 발표한 ‘중국 온라인 공연 산업 발전보고서(2023~2024년)’에 따르면 2023년 중국의 온라인 공연시장 매출은 전년 대비 5.2% 성장한 2,095억 위안임
- 2023년 연말 기준 중국 내 온라인 문화콘텐츠 기업은 1.5만 개사로 집계, 이 중 2023년 신설 기업이 5,000개 사에 달했고, 업계 선도기업은 더우인(抖音), 콰이서우(快手), 위챗 동영상 계정(微信视频号) 등이며, 비리비리(哔哩哔哩), YY, 모모(陌陌), 후야(虎牙) 등 기업도 양호한 성장세를 보임

자료원 : 중국경제망

[http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202406/20/t20240620\\_39043415.shtml](http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202406/20/t20240620_39043415.shtml)

## 5 中, 자외선 차단 의류시장 빠른 성장세

- 중국 시장조사기관 아이리서치(iResearch)에 따르면 2023년 중국의 자외선 차단 의류 및 부분품 시장규모는 742억 위안, 2026년 시장규모는 958억 위안으로 성장 전망
- 여름철이 다가오자 자외선 차단 의류에 대한 수요가 상승하고 제품이 점차 세분화되면서 기업간 경쟁이 심화되는 추세
  - 최근 자외선 차단 후드집업(连帽防晒衣), 자외선 차단 전신 바람막이(凉感防晒长袍), 자외선 차단 시스루셔츠(冰皮防晒衬衫) 등이 인기 품목으로 떠올랐고, TOREAD(探路者), ANNIL(安奈儿), winnermedical(稳健医疗), Bosideng(波司登), Anta Sports(安踏体育), LINING(李宁) 등 유명 상장회사도 자외선 차단 의류 시장에 진출
- 저장성 이우(义乌)의 자외선 차단 의류 생산업체 관계자는 중국의 자외선 차단 의류시장은 지난해부터 폭발적으로 성장, 최근 자사는 공급이 수요를 만족시키지 못하고 있으며, 기업 경쟁력 제고를 위해 올해부터 자외선 차단 바지 생산라인을 증설했다고 밝힘
- 업계 관계자는 자외선 차단 의류는 ‘방직품 자외선 차단 성능 평가’를 통과해야 하며, 평가 기준에 따르면 자외선 차단지수(UFP)는 40 이상, 자외선 투과율(UVA)은 5% 미만이어야 자외선 차단 의류로 분류되고, 의류 라벨에 관련 표시가 없으면 자외선 차단 기능을 보장할 수 없다고 설명

### 〈타오바오(淘宝) 플랫폼에서 인기인 자외선 차단 의류〉

자외선 차단 후드집업	자외선 차단 전신 바람막이	자외선 차단 시스루셔츠	자외선 차단 팔토시
 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드명 : SINSIN</li> <li>- 판매가 : 249위안</li> <li>- 성능 : 땀 흡수, 쿨링 가능</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드명 : OPR</li> <li>- 판매가 : 328위안</li> <li>- 성능 : 경량 원단, 쿨링 가능</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드명 : 잉명(檸檬)</li> <li>- 판매가 : 30위안</li> <li>- 성능 : 통기성 우수</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드명 : 자오샤(蕉下)</li> <li>- 판매가 : 49위안</li> <li>- 성능 : 고탄성 원단, 쿨링 가능</li> </ul>

자료원 : 광명넷, 중국경제망

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1802262519348637823&wfr=spider&for=pc>

[http://www.ce.cn/cysec/newmain/yc/jsxw/202406/18/t20240618\\_39040388.shtml](http://www.ce.cn/cysec/newmain/yc/jsxw/202406/18/t20240618_39040388.shtml)

## 6 中, 올해 618 쇼핑축제 기간 ‘식품·음료·일용품’ 인기

- 징둥(京东)소비·산업발전연구원 류치(刘琦) 원장에 따르면 과거 618 쇼핑축제 기간 소비자 들은 높은 가격대 또는 트렌드 제품을 선호했으나, 올해 10,000여 명을 대상으로 설문조사 시행 결과, ‘식품·음료·일용품’에 가장 주목하는 것으로 나타남

- 신소비 트렌드로 AI 컴퓨터, 신에너지차 휴대용 충전기 등의 판매량이 증가했고, 티몰(天猫) 플랫폼에서는 세탁건조기, 등산화, SLR 렌즈, 미러리스 카메라, 자외선 차단용 의류, e-스포트 장비, 로드자전거 등 50종의 상품 거래액이 10억 위안을 돌파
- 징둥(京东) 플랫폼 인기 Top100 브랜드 중 70%는 중국 본토 브랜드이고 주요 소비자는 90후우(90後, 1990년대 출생자)와 00후우(00後, 2000년대 출생자)로 나타남
- 타오바오(淘宝) 플랫폼에서는 졸업 사진용 윈젠(云肩, 어깨 장식용 전통 의상), 잔화(簪花, 꽃꽂이 머리 장식) 등 중국풍(国风) 상품의 판매량이 급증. 관상용 바나나, 탁상용 소나무 분재 등도 인기 검색어로 수 차례 등장했으며, 특히 단일 점포의 관상용 바나나 판매량은 10만 건을 돌파함

〈618 쇼핑축제 기간 타오바오(淘宝) 플랫폼 인기 상품〉

졸업 사진용 잔화 (簪花, 꽃꽂이 머리 장식)	졸업 사진용 윈젠 (云肩, 어깨 장식용 전통 의상)	관상용 바나나	탁상용 소나무 분재
			
- 점포명 : 레이펑자(雷鹏家)백화점 - 판매가 : 83위안	- 브랜드명 : 무춘(沐春) - 판매가 : 62위안	- 브랜드명 : 이무디과 (壹亩地瓜) - 판매가 : 34위안(3kg 기준)	- 브랜드명 : 카치셔(卡其社) - 판매가 : 158위안

자료원 : 중국경제망

[http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202406/19/t20240619\\_39042065.shtml](http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202406/19/t20240619_39042065.shtml)

7 中, 실버 경제 시장규모 7조 위안에 달해

- 중국노령과학연구센터는 현재 중국의 실버 경제 시장규모는 7조 위안으로 GDP의 6.0%를 차지, 2030년 해당 시장규모는 30조 위안, 연평균 성장률은 15.7%를 기록할 것으로 추산
- 위안둥즈신(远东资信) 연구보고서에 따르면 현재까지 26개 성·시별 지방정부가 국유자본으로 60여 개의 실버 헬스산업 그룹을 건설하고 △양로시설 건설, △실버용품 제조, △양로 서비스, △스마트 양로, △양로 금융서비스 등 다양한 실버 경제 분야를 취급
- 중국 국가통계국에 따르면 2023년까지 중국의 60세 및 65세 이상 인구는 각각 2억 9,700만 명, 2억 1,700만 명으로 전체 인구의 21.1%, 15.4%를 차지, 중국은 이미 '중등 노령화' 사회에 진입함과 동시에 세계 최대 규모의 노인 인구를 보유하고 있는 국가임

자료원 : 경제관찰넷

<http://www.eeo.com.cn/2024/0625/668509.shtml>