



# 차이나

CHINA Market Watch

## 마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672

이메일 : beijingk@kita.net

## 1 中, 1~5월 서비스 무역액 전년 동기대비 16.0% 성장

- 중국 상무부에 따르면 1~5월 서비스무역 총액은 전년 동기대비 16.0% 성장한 3조 220억 위안이며, 이 중 수출은 11.0% 증가한 1조 2,196억 위안, 수입은 19.6% 증가한 1조 8,024억 위안임
- 지식집약형 서비스 수출입은 6.0% 증가한 1조 1,899억 위안, 이 중 수출은 2.8% 증가한 6,753억 위안, 수입은 10.4% 증가한 5,146억 위안임. 수출 중 지재산 사용료, 개인·문화·오락서비스는 각각 17.8%, 15.5% 증가, 수입 중 개인·문화·오락서비스, 기타 비즈니스 서비스는 각각 49.4%, 17.2% 대폭 증가
- 중국서비스아웃소싱연구센터 정웨이(郑伟) 연구원은 중국은 서비스무역 개방 확대 조치를 실시하고 있다고 밝힘. 예로 △‘외국인 투자 네거티브 리스트(2024년판)’ 중 서비스업과 관련된 특별관리 조치를 삭제 혹은 완화, △금년 3월 전국 및 자유무역시험구 적용 ‘국경간 서비스무역 네거티브 리스트’를 발표하여 국경간 공급, 해외소비, 자연인의 주재 등 서비스 무역의 성장을 도모하는 등임
- \*서비스 공급유형 : 국경간 공급(Mode1, 생산자가 국경 넘어로 소비자에게 서비스를 제공하는 것), 해외소비(Mode2, 소비자가 국경을 넘어 생산자가 거주하는 국가로 이동하여 서비스를 제공받는 것), 상업적 주재(Mode3, 생산자가 타국에 주재하면서 서비스를 제공하는 경우), 자연인의 주재(Mode4, 생산자가 국경을 넘어 이동하면서 서비스를 생산 및 제공하는 경우) 등

자료원 : 경제참고보

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1803700621545339320&wfr=spider&for=pc>

## 2 中, 1~5월 경공업 기업 이윤 총액 18.7% 증가

- 중국경공업연합회에 따르면 1~5월 규모 이상(연매출 2,000만 위안 이상) 경공업 기업의 매출 총액은 전년 동기대비 2.5% 증가한 8.8조 위안, 이윤 총액은 18.7% 증가한 5,243억 위안임
- 1~5월 경공업 제품(총 91종) 중 66종 제품의 생산량이 증가, 이 중 가전제품, 태양광 배터

리, 리튬 배터리, 자전거 등 22종 제품 생산량은 두 자릿수 증가율을 기록

- 1~5월 주요 경공업 업종(총 8개) 중 6개 업종에 대한 투자가 두 자릿수 증가율을 기록, 이 중 농수산물 가공업, 식품 제조업, 제지업에 대한 투자 증가율은 20% 이상에 달함. 1~5월 가전, 가구, 경공업용 기계설비 수출 증가율은 10% 이상을 달성

자료원 : 인민일보 해외판

[http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2024-07/08/content\\_26068001.htm](http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2024-07/08/content_26068001.htm)

### 3 中, 1~5월 전자정보 제조업 부가가치 13.8% 증가

- 중국 공업정보화부에 따르면 1~5월 규모 이상(연매출 2,000만 위안 이상) 전자정보 제조업의 부가가치는 전년 동기대비 13.8% 증가
  - 1~5월 휴대폰 생산량은 10.6% 증가한 6.2억 대(스마트폰 생산량은 12.0% 증가한 4.6억 대), 집적회로 생산량은 32.7% 증가한 1,703억 개임. 한편 1~5월 휴대폰 수출은 5.6% 증가한 5,556만 대, 집적회로 수출은 10.5% 증가한 1,139억 개임
  - 1~5월 전자정보 제조업에 대한 고정자산 투자는 전년 동기대비 14.8% 증가
- 중국 정보통신연구원에 따르면 1~5월 중국 내 휴대폰 누적 출하량은 13.3% 증가한 1억 2,200만 대, 이 중 5G 휴대폰 출하량은 20.3% 증가한 1억 200만 대로 전체의 83.9%를 차지

자료원 : 경제참고보, 금융계

[http://www.jjckb.cn/2024-06/29/c\\_1310779974.htm](http://www.jjckb.cn/2024-06/29/c_1310779974.htm)

<https://www.163.com/dy/article/J5POEFDH0519QIKK.html>

### 4 中 100대 부동산 기업, 상반기 매출 41.6% 감소

- 중즈(中指)연구원에 따르면 1~6월 중국 100대 부동산 기업의 매출은 전년 동기대비 41.6% 감소한 2조 835억 위안임(6월 매출은 전년 동기대비 19.6% 감소, 전월 대비 26.1% 증가)
  - 대표적인 20대 부동산 기업의 1선, 2선 도시 매출이 전체의 84.4%를 차지함. 부동산 매출 기준 3대 도시는 상하이시, 항저우시, 광저우시로 각각 전체 매출의 12.8%, 9.7%, 8.0%를 차지. 항저우시는 지난해 3위에서 2위로 상승, 베이징시, 청두시가 각각 4위, 5위를 차지
  - 1~10위 부동산 기업의 평균 매출은 33.2% 감소한 1,030억 위안, 11~30위 평균 매출은 46.9% 감소한 260억 위안, 31~50위 평균 매출은 52.8% 감소한 114억 위안, 51~100위 평균 매출은 45.7% 감소한 61억 위안으로 집계

〈2024년 상반기 부동산 매출 및 판매면적 기준 TOP10 부동산 기업〉

순위	기업명	매출(억 위안)	순위	기업명	판매면적(만㎡)
1	바오리부동산(保利发展)	1,733	1	바오리부동산(保利发展)	1,013
2	중하이부동산(中海地产)	1,483	2	완커그룹(万科)	925
3	완커그룹(万科)	1,267	3	뤄청중국(绿城中国)	592
4	뤄청중국(绿城中国)	1,265	4	중하이부동산(中海地产)	547
5	화룬부동산(华润置地)	1,227	5	화룬부동산(华润置地)	509
6	자오상서커우(招商蛇口)	1,010	6	자오상서커우(招商蛇口)	440
7	지엔파부동산(建发房产)	661	7	룽후그룹(龙湖集团)	364
8	빈장그룹(滨江集团)	582	8	비구이위안그룹(碧桂园)	346
9	웨슈부동산(越秀地产)	557	9	신칭홀딩스(新城控股)	317
10	룽후그룹(龙湖集团)	511	10	지엔파부동산(建发房产)	300

\*출처 : 중즈(中指)연구원

자료원 : 중국매일경제신문

<https://www.nbd.com.cn/articles/2024-07-01/3447734.html>

5 中, 생화 연간 판매액 2,000억 위안대로 성장

- 원난성 쿤밍국제화훼거래센터에 따르면 여름철 들어 생화(鲜花) 일평균 공급량이 전년 동기 대비 31.6% 증가한 687만 송이, 최고 공급량은 850만 송이로 증가
- 중국 각지 화훼시장 및 온라인 플랫폼 판매액에 따르면 중국의 생화 연간 판매액은 2,000억 위안대로 성장, 2025년과 2035년 목표 판매액은 각각 3,000억 위안, 7,000억 위안임
- 중국화훼협회에 따르면 중국의 화훼 재배면적은 150만 헥타르, 종사자는 500만 명으로 세계 최대 화훼 생산국으로 부상. 또한 중국은 전 세계 주요 화훼 무역국이자 소비국으로 2022년 화훼 판매액은 1,987억 위안 달성
- 원난더우난(斗南)화훼산업그룹 관계자는 더우난화훼산업단지의 경우 올해 1분기 생화 거래량은 30억 송이, 거래액은 34억 위안에 달했고, 화훼산업단지 방문객은 16.3% 증가한 147만 명, 관광 수입은 28.6% 증가한 7,479만 위안을 달성했다고 밝힘

자료원 : 경제참고보

[http://www.jjckb.cn/2024-06/29/c\\_1310779969.htm](http://www.jjckb.cn/2024-06/29/c_1310779969.htm)

6 中, 지역별 다양한 야간 소비 촉진 이벤트 개최

- 즈옌잔(智研瞻)산업연구원에 따르면 중국의 야간경제 시장규모는 2018년의 22조 5,400억 위안에서 2023년 50조 2,500억 위안으로 성장
- 생활서비스 플랫폼 메이똤(美团)에 따르면 6월부터 야간 소비가 뚜렷이 증가, 이 중 라이브 하우스, 칭바(清吧) 주문량이 전년 동기대비 30% 증가, 특히 30세 이하 소비자의 주문량

이 절반을 차지, 지역별 주문량 기준 1~5위는 광둥, 베이징, 상하이, 쓰촨, 충칭으로 집계

- \* 라이브 하우스(Live House) : 록이나 재즈 등의 라이브 및 기타 이벤트를 실시하는 관람 중심의 콘서트 홀
- \* 칭바 : 조용한 분위기의 바

- 지역별 다양한 야간 소비 촉진 행사를 개최 중으로 △베이징시는 6월 21일부터 8월 말까지 ‘국제미식회’를 개최(먹자골목, 상권, 요식업체와 공동으로 80여 차례 행사 개최), △상하이시는 6월부터 9월까지 ‘쇼핑, 미식, 오락, 콘서트, 관광, 스포츠, 독서’ 등 7대 주제의 ‘야간생활축제’를 개최, △광저우시는 ‘미식, 관광, 문화, 예술’ 등 주제의 야간 이벤트를 개최

자료원 : 경제참고보

[http://www.ijckb.cn/2024-07/05/c\\_1310780615.htm](http://www.ijckb.cn/2024-07/05/c_1310780615.htm)

## 7 中, 몰입형 쇼핑(VR 쇼핑) 시대 도래

■ 타오바오(淘宝), 징둥(淘宝) 등의 중국 전자상거래 업체들은 가상현실(VR)과 공간 컴퓨팅 기술을 사용한 새로운 몰입형 온라인 쇼핑 트렌드를 조성

- 타오바오와 징둥은 소비자가 가상 공간에서 TV, 자동차, 가구, 화장품 등 다양한 상품을 실제와 같이 1:1로 확인하고, 오프라인 매장과 유사한 체험을 제공하는 타오바오 비전 프로 2.0(Vision Pro 2.0)과 징둥 비전(Vision) 앱을 출시. 이 앱들은 기존의 평면적인 2D 쇼핑의 한계를 넘어 직관적이고 효율적인 몰입형 3D 쇼핑 경험을 제공
- 현재 DJI(大疆, 드론), 샤오미(小米, 자동차), 메종 마르지엘라(Maison Margiela, 의류), 맥(M.A.C, 화장품), 메이디(美的) 산하 콜모(COLMO, 가전제품) 등 브랜드가 타오바오와 공동으로 '홈 시승', '가상 메이크업', '스마트 가구 배치' 등의 콜라보레이션을 진행 중임

### 〈타오바오·징둥 플랫폼 몰입형(VR) 쇼핑 콜라보레이션〉

샤오미(小米) SU7 홈 시승	메종 마르지엘라 가상 플래그십 스토어 체험	가상 가구 배치
		
- 자택에서 신차 체험, 차량 내외부 확인	- 자택에서 상하이시 소재 세계 최고 플래그십 스토어 체험	- 가전·전자제품을 1:1 비율로 가상 배치

자료원 : 중국상보망

<https://www.zgswcn.com/news.html?aid=196042>