

# 2025 중국 진출전략

시장 평가 및 주요 이슈

비즈니스 환경 분석

진출전략



## Contents

<b>I. 시장 평가 및 주요 이슈</b>	<b>3</b>
1. 개요	3
가. 시장 전망	3
나. 주요 경제지표	4
2. '25년 주요 이슈 및 전망	5
가. (통상) 글로벌 가치사슬(GVC) 및 통상 질서 재편 가속	5
나. (경제) 성장 모멘텀 확보 및 재산성 방어를 위한 저가 수출 지속 예상	10
다. (산업) 신질생산력으로 두 마리 토끼(경기 부양, 산업 고도화) 잡기	12
라. (소비) 완만한 개선 흐름 속 '불균형적 회복' 심화	15
<b>II. 비즈니스 환경 분석</b>	<b>17</b>
1. 정치/경제/산업/정책 환경	17
2. 시장 분석	40
가. 시장 특성 및 전략적 가치	40
나. 교역	44
다. 투자	49
라. 프로젝트	53
3. 한국과의 경제교류 및 주요 경험 의제	55
가. 교역	55
나. 투자 진출	58
다. 협력 유망 분야	61
<b>III. 진출전략</b>	<b>63</b>
1. PEST 분석	63
2. SWOT 분석 및 전략 도출	64
3. 주요 이슈·산업별 진출전략	65
첨부 1. 2025 홍콩 진출전략	94
첨부 2. 수출 유망 품목 (상품)	126
첨부 3. 수출 유망 품목 (서비스)	135
첨부 4. '25년도 KOTRA 주요 사업 (잠정)	138
첨부 5. '25년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더	139

## 1. 개요

### 가. 시장 전망

□ (경제) 경기 둔화가 지속되면서 2024년 5% 내외, 2025년 4.0~4.5% 성장률 달성 전망

#### 〈주요 기관별 전망치〉

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| ◆ (IMF) ('24) 4.8% → ('25) 4.5%, | ◆ (World Bank) ('24) 4.8% → ('25) 4.1%, |
| ◆ (ADB) ('24) 4.8% → ('25) 4.5%, | ◆ (wind) ('24) 4.8% → ('25) 4.3%        |

- 2024년 중국 경기 하방을 방어해온 정부 주도의 인프라·제조업 투자와 수출이 역기저효과로 성장세가 둔화되며, 중국 경제 감속 예상
  - 소비·투자심리 위축, 부동산 경기 침체 장기화 등 내수 회복 모멘텀 약화

□ (시장) 정부 주도 첨단·신흥 분야 투자와 신흥 소비가 2025년 중국경제 핵심 성장동력

- (긍정요인) 산업 고도화와 적극적 경기 부양 기조에 따른 정부 주도의 新인프라·新제조업 투자, 탄소중립·첨단화에 의한 新소비 수요 확대
- (부정요인) 소비 회복세 미진, 부동산 경기 침체, 민간 투자심리 약화, 미·중 경쟁 장기화 및 EU의 對中 견제 심화와 같은 지정학적 리스크 등 대내외 불확실성 상존

## 나. 주요 경제지표

주요 지표	단위	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
인구	백만 명	1,395	1,400	1,412	1,413	1,412	1,410	1,410	1,410
명목 GDP	십억 달러	13,842	14,341	14,863	17,759	17,849	17,662	18,563	19,380
1인당 명목GDP	달러	9,905	10,144	10,409	12,618	12,663	12,614	13,136	14,037
실질성장률	%	6.8	6.0	2.2	8.4	3.0	5.2	5.1	4.5
실업률	%	4.9	5.2	5.6	5.1	5.6	5.2	5.1	5.1
소비자물가상승률	%	2.1	2.9	2.5	0.9	2.0	0.2	0.6	1.0
재정수지(GDP대비)	%	-4.3	-6.1	-9.7	-6.1	-7.5	-7.1	-7.4	-7.6
총수출	백만 달러	2,491,355	2,497,949	2,598,043	3,368,005	3,604,507	3,422,176	3,590,889	3,637,571
(對韓 수출)	"	108,948	110,949	113,029	150,554	164,078	150,960	-	-
총수입	"	2,108,973	2,068,575	2,060,256	2,678,836	2,715,538	2,563,586	2,633,572	2,723,113
(對韓 수입)	"	204,393	173,552	173,501	213,555	200,163	162,549	-	-
무역수지	백만 달러	382,382	429,374	537,788	689,169	888,969	858,590	957,317	914,457
경상수지	"	24,131	102,910	248,836	352,886	443,374	252,987	235,710	275,510
환율(연평균)	현지국/US\$	6.61	6.90	6.90	6.45	6.72	7.04	7.19	7.10
해외직접투자	억 달러	1,430	1,369	1,537	1,788	1,631	1,479	1,716	1,973
외국인직접투자	억 달러	1,383	1,412	1,493	1,810	1,891	1,633	1,110	1,155

주: 2024년은 추정치, 2025년은 전망치

자료: World Bank, IMF, 중국 국가통계국, wind, UNCTAD Stat, GTA(2024년 10월)

## 2. '25년 주요 이슈 및 전망

- ※ (통상) 글로벌 가치사슬(GVC) 및 통상 질서 재편 가속
- ※ (경제) 성장 모멘텀 확보 및 채산성 방어 위한 저가 수출 한동안 지속 예상
- ※ (산업) 신질생산력으로 경기 부양과 산업 고도화 두 마리 토끼 잡기
- ※ (소비) 완만한 개선 흐름 속 '불균형 회복' 심화

### 가. (통상) 글로벌 가치사슬(GVC) 및 통상 질서 재편 가속

□ 주요국의 중국 견제 심화 및 지정학적 리스크 확대로 국제 통상환경 악화

- 미 트럼프 전 대통령 재당선 및 '레드 웨이브'(Red Wave: 공화당이 백악관과 의회 상·하원 모두 장악) 실현으로, 미·중 관계 불확실성 확대
  - 트럼프 당선인은 고관세 등 트럼프 1기보다 더욱 강력한 對中 견제 조치 예고

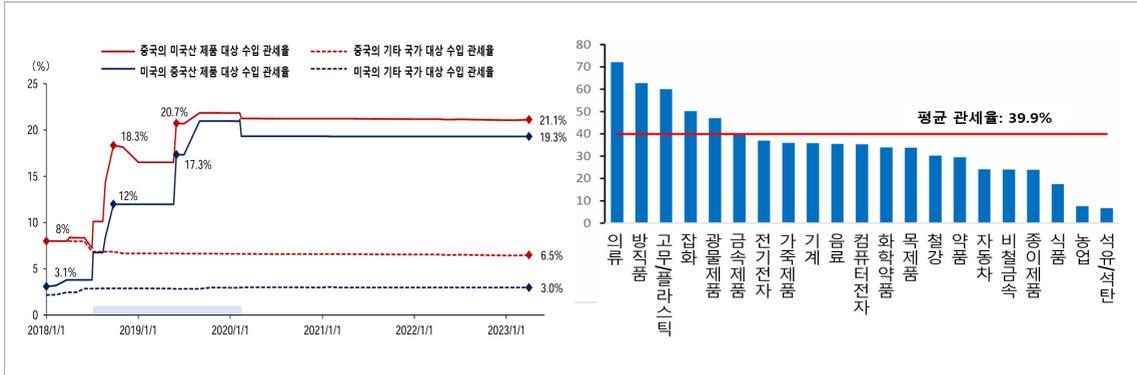
#### 〈트럼프 당선인의 對中 견제 관련 공약〉

구분	주요 내용
외교	- 미국 우선주의, 고립주의
통상	- 무역보호주의, 중국에 대한 최혜국 대우 박탈
	- 4개년 계획을 세워 전자제품부터 철강, 의약품까지 필수품을 중국에서 수입하는 것을 중단
	- 일괄 10~20%, 중국산 제품 대상 60% 관세 부과 - 멕시코에서 생산된 중국기업의 자동차에 100% 관세 부과
투자	- 중국인의 미국 부동산 및 기업 구매 금지

자료: 중국 언론 및 증권기관 보고서 종합(2024.11월)

- 트럼프 2기의 對中 견제에 따른 ①중국 수출 감소, ②중국 경제 성장동력 약화, ③우회수출 차단에 따른 산업망·공급망 불안정 등 악영향 전망
  - 2018년 하반기 미·중 무역 경쟁 발발 이후 미국의 對中 평균 수입관세율이 3.1%에서 19.3%로 대폭 인상된 가운데, 최혜국 대우 박탈 시 중국산 제품의 평균 수입 관세율은 약 40% 도달 예상

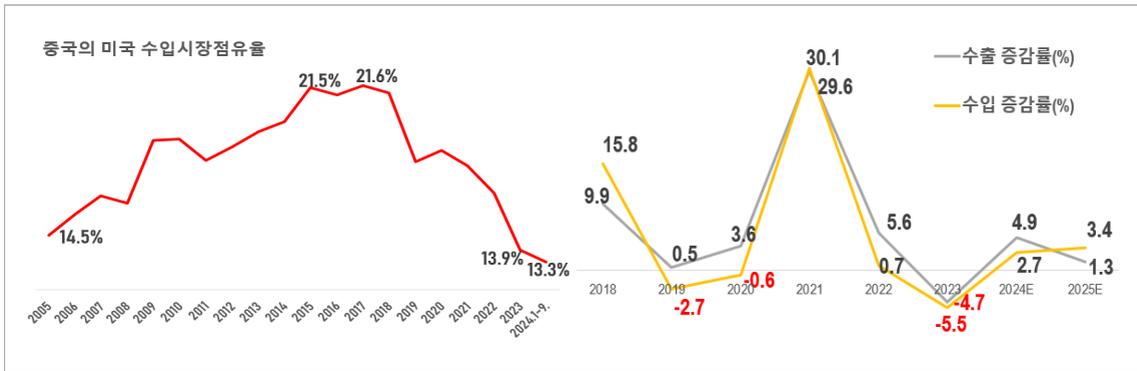
## 〈미·중 상대국 대상 수입관세율과 중국에 대한 최혜국 대우 박탈 시 수입관세율〉



자료: PIIE, CPA, 중국재신(財信)연구원(2024.11월)

- 고관세는 중국의 對美 수출경쟁력 약화, 나아가 중국 전체 수출 둔화를 심화시킬 전망

## 〈중국의 미국 수입시장 점유율 감소세, 중국 수출 둔화세〉



자료: GTA, wind(2024년 11월)

- 수출의 경제성장 견인력 약화는 중국 경기 회복 흐름에 부정적 영향

\* 중국산 제품 대상 60% 관세 부과할 경우 : 중국의 對美 수출 전년 대비 90% 감소, 중국 전체 수출 약 13% 감소, 중국기업 해외 생산라인을 활용한 우회수출의 영향을 더한 경우 중국 전체 수출 약 8% 감소, 중국 경제성장률 1~1.3%p 감소 전망

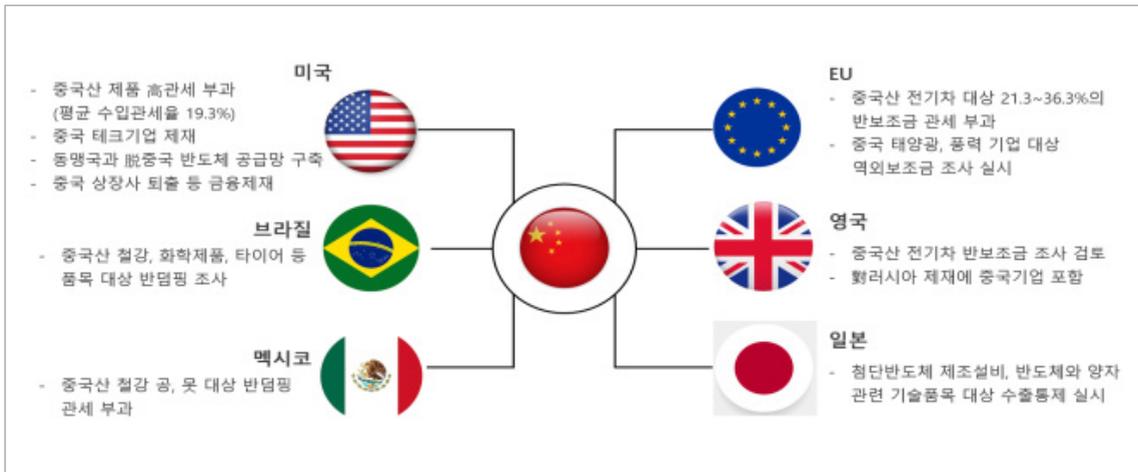
## 〈트럼프 행정부 對中 고관세 부과 시 중국 수출/경제성장률에 대한 영향〉

시나리오	대미 수출 감소율	중국 전체 수출 감소율		中 경제성장률 감소폭
		직접적 영향	우회수출	
추가관세율 10%	16~25%	2.4~3.8%	1.5~2.4%	0.21~0.34%p
최혜국 대우 박탈	48~75%	7.2~11.3%	4.5~7.1%	0.63~1%p
對中 60% 관세 부과	80~100%	12~15%	7.6~9.5%	1.07~1.33%p

자료: 중국재신(財信)연구원(2024년 11월)

- 미·중 경쟁 격화, 고관세 회피를 위한 기업들의 탈중국 등은 글로벌 공급망 혼란을 가중시키는 부정적 요인으로 작용
- 유럽연합(EU)의 중국기업 대상 보조금 조사, 중남미 국가(멕시코, 브라질 등)의 中 제품 대상 반덤핑 조사 등 주요국 對中 견제 참여 확대

### 〈주요국의 중국 견제 현황〉



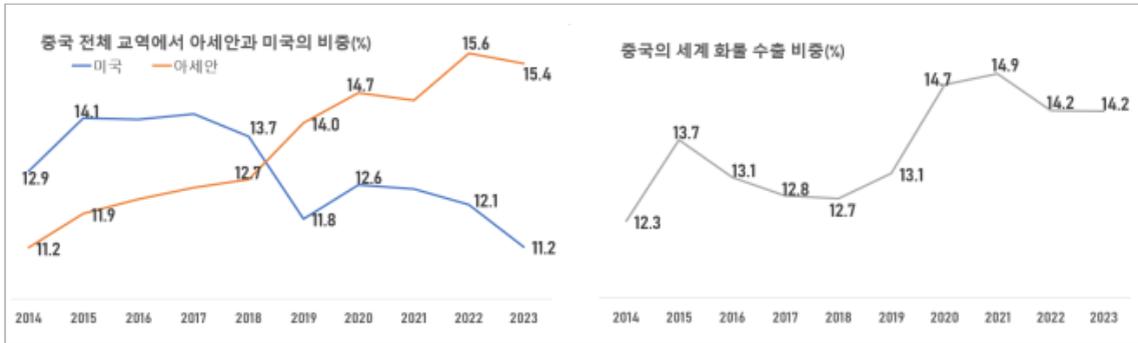
자료: 중국 언론 및 증권기관 보고서 종합(2024.8월)

- 지정학적 충돌 악화 및 장기화는 글로벌 공급망, 국제 유가 및 원자재 가격, 해상 물류 등에 악영향  
- 러-우 사태, 이스라엘과 하마스 간 전쟁 발발 등은 중국과 세계 경기 회복에 악재로 작용

### □ 중국은 일대일로 연선국·신흥국 중심의 공급망 재편 및 통상 질서 구축에 속력

- 미국 등 선진국에 대한 무역 의존도를 낮추면서 일대일로 연선국, 아세안, 브릭스(BRICS) 등 국가와의 경제협력 확대
  - 2018년 미·중 무역 경쟁 발발 이후 미국은 중국의 2위 교역 파트너로 밀려났으며, 1위인 아세안과의 비중 격차(2022년 3.5%→2023년 4.2%)도 지속 확대
  - 美와의 교역 감소에도 불구하고, 코로나 기간 동안 전 세계 수출 수주가 생산이 비교적 안정적인 중국으로 집중되며 중국의 세계 화물 수출 비중은 4년째 14%대를 유지
  - 일대일로 관련 프로젝트·RCEP 등 다자체계를 활용하여 일대일로 연선국 및 동남아 지역과의 교역을 확대하고, 중국 중심의 산업망을 강화할 전망

### 〈중국 교역에서 아세안의 비중, 세계 화물 수출에서 중국의 비중〉



자료: 중국 해관총서, wind, WTO(2024년 10월)

#### • 아시아아프리카남미 등 신흥국 중심 경제 우군을 확보하여 주요국의 對中 압박 대응

- 일대일로, 중국-아프리카 포럼, 상하이협력기구(SCO), 브릭스(BRICS) 등 다자체제 아래에 신흥국과의 경험을 강화
- 상대국이 감당할 수 있고 실질적 도움이 되는 '작고 아름다운 프로젝트(小而美)'를 통해중국 중심의 국제물류 채널을 구축하고 중국기업의 해외 진출 촉진 및 관련 품목 수출 확대

#### • 주요 원자재광물 등 자원의 안정적 수급과 수출 통제 강화를 통해 新공급망 모색

- 자원 부국과의 투자협정\*을 체결하여 자원 무기화 대비 및 원자재의 안정적 공급망 확보
- 중국이 공급 주도권을 쥔 핵심 광물\*에 대한 수출 통제를 강화하고, 주요국의 對中 제재 조치에 '맞대응' 가능성 심화

\* 중국은 핵심 원자재의 주요 공급국으로서 희토류, 텅스텐, 마그네슘 등 품목의 세계 對中 의존도는 80%를 상회

### 〈중국, 핵심 원자재의 세계 최대 공급국〉

연번	광물	공급국, 비중 및 공급 단계	연번	광물	주요 공급국 및 비중
1	알루미늄	호주 (28%) (E)	18	마그네슘	중국 (91%) (P)
2	안티몬	중국 (56%) (E)	19	망간	남아공 (29%) (E)
3	비소	중국 (44%) (P)	20	흑연	중국 (67%) (E)
4	바라이트	중국 (32%) (E)	21	니오븀	브라질 (92%) (P)
5	베릴륨	미국 (67%) (E)	22	니켈	중국 (33%) (P)
6	비스무트	중국 (70%) (P)	23	인광석	중국 (48%) (E)
7	붕소	터키 (48%) (E)	24	인	중국 (79%) (P)
8	코발트	콩고 (63%) (E)	25	스칸듐	중국 (67%) (P)
9	점결탄	중국 (53%) (E)	26	실리콘메탈	중국 (76%) (P)
10	구리	칠레 (28%) (E)	27	스트론튬	인도 (37%) (E)

연번	광물	공급국, 비중 및 공급 단계
11	장석	튀르키예 (32%) (E)
12	형석	중국 (56%) (E)
13	갈륨	중국 (94%) (P)
14	게르마늄	중국 (83%) (P)
15	하프늄	프랑스 (49%) (P)
16	헬륨	미국 (56%) (P)
17	리튬	중국 (56%) (P)

연번	광물	주요 공급국 및 비중
28	탄탈럼	콩고 (35%) (E)
29	티타늄	중국 (43%) (P)
30	텅스텐	중국 (86%) (P)
31	바나듐	중국 (62%) (E)
32	중희토	중국 (100%) (P)
33	경희토	중국 (85%) (P)
34	백금족 금속	남아공 (75%)

주: 공급 단계 중 E는 채굴, P는 가공 단계 의미. 보라색 광물은 중국이 최대 공급국  
 자료: European Commission(2023년)

• **중국기업의 추하이(出海: 해외 진출) 증가로 관련 산업망이 해외로 연장되며 글로벌 공급망 재편 및 중국 중심의 공급망 생태계 구축을 촉진**

- (국유기업) 정부의 강력한 지원과 막강한 자금력을 바탕으로 일대일로 인프라 등 대형 사업에 적극 참여 중  
 \* 중국 최대 항만 운영사인 초상국항만(招商局港口, CMP) : 일대일로 전략을 활용하여 해외 50여 개 핵심 항만 자원을 확보
- (민간기업) 해외 시장 수요 급증, 주요국의 중국산 제품에 대한 관세 규제, 기업 경쟁력 강화 등을 사유로 해외 생산라인 신·증설에 속도  
 \* 중국 최대 배터리 업지역에 이어 미국 공장 설립을 적극 추진 중체 CATL(寧德時代)과 세계 최대 전기차 업체 BYD는 헝가리, 독일 등 유럽과 태국, 인니 등 아세안

※ 글로벌 산업망 변화 사례: 중국기업의 해외 진출 가속으로 중국 플라스틱 수출 증가

- 2024.1~7월 중국 플라스틱 수출 전년 동기 대비 7.2% 증가
- 국내외 수요가 저조하여 플라스틱 원자재 가격이 하락세를 타고 있는 가운데, 미국의 중국산 제품 대상 고관세 회피 등을 위해 중국 배터리/의류/플라스틱 제품 등 업체들이 동남아 등 해외 이전에 속력을 내면서 중국 플라스틱 산업망이 해외로 연장된 결과
- 중국 5대 플라스틱 제조대성(省)인 푸젠성의 경우, 올 1~5월 플라스틱 수출액은 214억 4천만 위안으로 전년 동기 대비 41.5% 증가, 이 중 1위 수출대상지역인 아세안향 수출은 102.9% 증가하며 푸젠성 플라스틱 수출 총액의 39%를 차지
- \* 동 기간 푸젠성 플라스틱 미국향, EU향 수출은 각각 전년 동기 대비 9.5%, 20% 증가

## 나. (경제) 성장 모멘텀 확보 및 채산성 방어를 위한 저가 수출 지속 예상

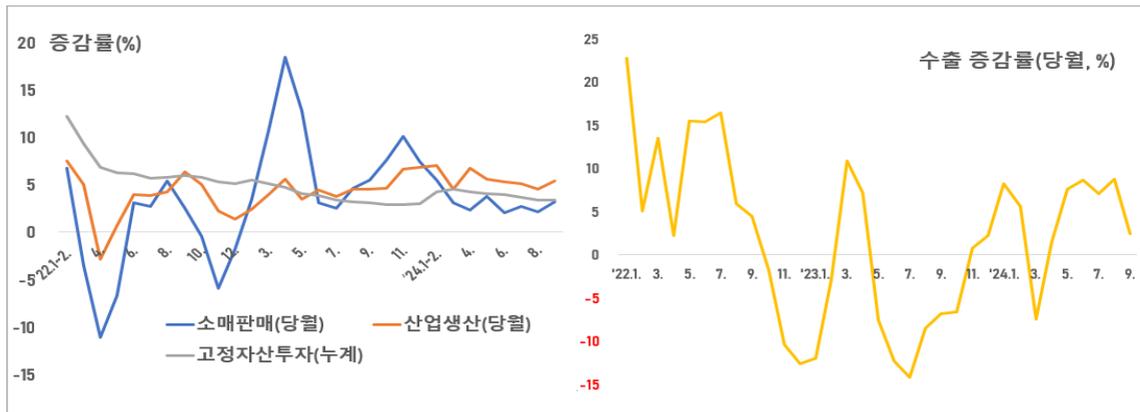
□ 중국 경제 감속 및 소비 회복세 미진으로 경제성장률의 수출 의존도 심화

• 위드 코로나 전환 후, 중국의 실제 경제성장률은 잠재성장률(5~5.5%)을 하회

\* 중국 경제성장률: ('21) 8.5% → ('22) 3% → ('23) 5.2%, ('22~'23) 연평균 4%대

- 소비·생산의 저조한 회복 흐름 속 정부 주도의 투자 확대도 한계

〈중국 주요 경제지표〉

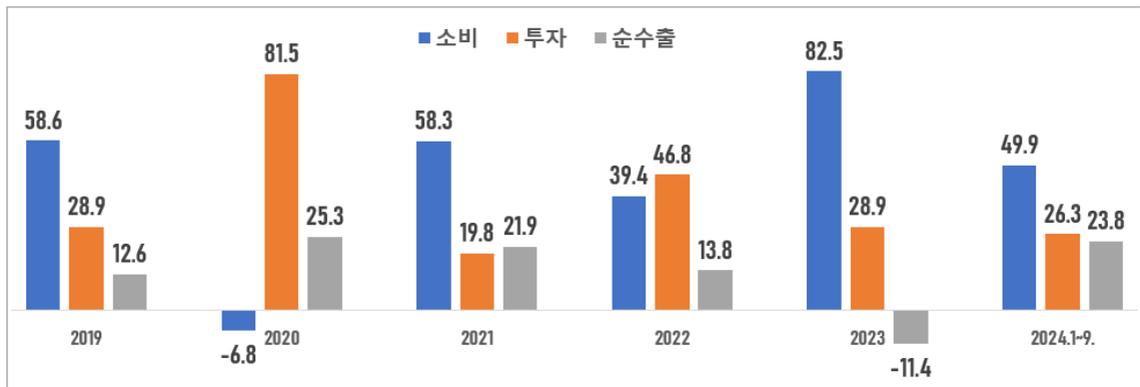


자료: 중국 국가통계국(2024년 10월)

• 2024년 중국의 수출 호황으로 순수출의 중국 GDP 성장기여도는 플러스로 전환을 실현하며 상승세 유지 중

\* 中 순수출의 GDP 성장기여도: ('23)  $\Delta$ 11.4% → ('24.Q1) 11.8% → ('24.3분기 누적) 23.8%

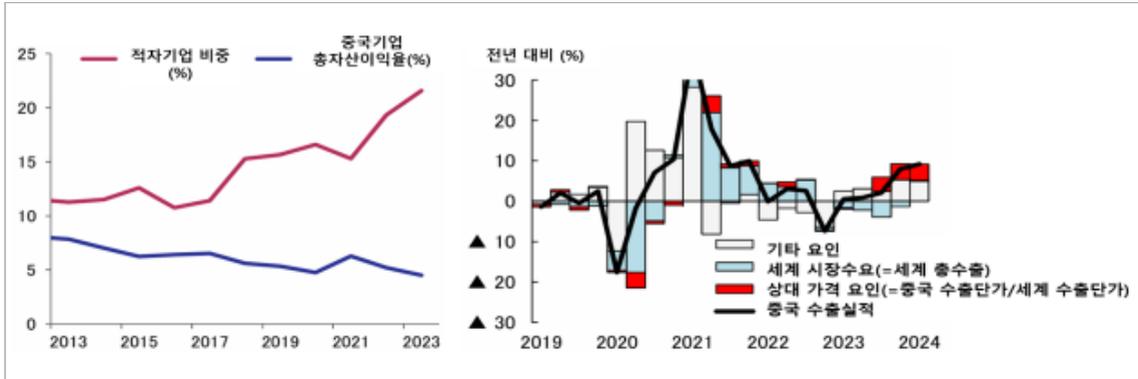
〈‘삼두마차(투자·소비·수출)’의 중국경제 성장기여도〉



자료: 중국 국가통계국(2024년 10월)

- 세계 경제가 완만한 회복 흐름을 보이는 가운데, 중국 수출 호황은 세계시장 수요보다 중국 제품의 가격 경쟁력이 크게 작용한 결과
  - 중국 기업들은 내수 부진에 따른 경영 실적 악화로 해외 시장에서 돌파구를 마련
  - 2023년 중국 기업 총자산이익률은 2013년 이후 최저치를 기록했으며 적자기업 비중은 21.6%로 상승 곡선

〈중국 기업 경영실적 부진 및 중국 수출 호조의 영향 요인〉



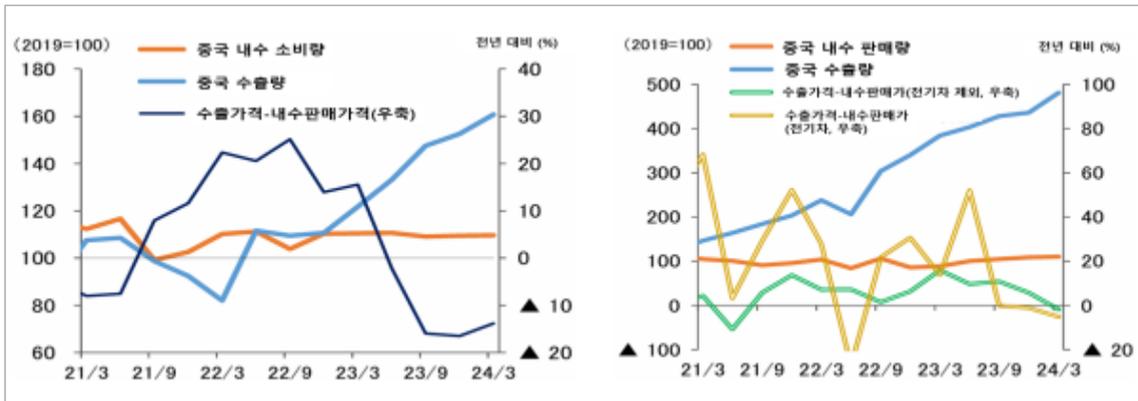
자료: 중국 국가통계국, 일본 미즈호 리서치(2024.7월)

- 철강, 전기차, 배터리 등 품목의 수출에서는 낮은 가격으로 물량을 바꾸는(以價換量)\* 수출 호조가 이뤄지고 있는 상황

\* 수출량의 증가폭이 수출액을 상회하거나 수출량이 늘어나고 수출액이 감소하는 현상

- \*\* 철강 및 제품(HS 72): 2024.9월 누적 수출량 +22.9%, 수출액 △5.3%
- 리튬이온배터리(HS 850760): 2024.9월 누적 수출량 +4.5%, 수출액 △9.9%
- 순수전기차(HS 870380): 2024.9월 누적 수출량 +13.3%, 수출액 +1.4%

〈중국 철강(좌)·자동차(우) 수출 동향〉



자료: 중국 국가통계국, 해관총서, 중국자동차공업협회, CEIC, 일본 미즈호 리서치(2024년 7월)

□ 구조조정, 기업의 채산성 악화 방어를 위한 저가 수출은 당분간 지속될 전망

• 2025년 중국 경제 감속 및 내수 부진으로 중국 공급 과잉 및 구조조정, 중국 내수시장 경쟁 격화에 의한 저가 수출 공세가 이어질 전망

- 철강은 대표적인 공급 과잉 및 산업 구조조정 품목으로, 2023년부터 수출가격이 내수 판매가를 하회하고 있음에도 수출량은 지속 증가 중
- 新3대 주력 수출 품목\*으로 부상 중인 자동차의 경우, 중국 내수시장 포화에 의한 경쟁 격화로 수출가격을 낮춰서라도 수출량을 확보하는 모양새

\* 신싼양(新三樣): 기존 수출을 주도하던 의류, 가전, 가구 등 라오싼양(老三樣)을 대체하는 3대 新 수출 품목(전기차, 배터리, 태양광)

• 단, 對中 고관세 및 中 기업의 마진을 압박 등의 요인으로 중국 저가 수출의 장기화 여부는 관망 필요

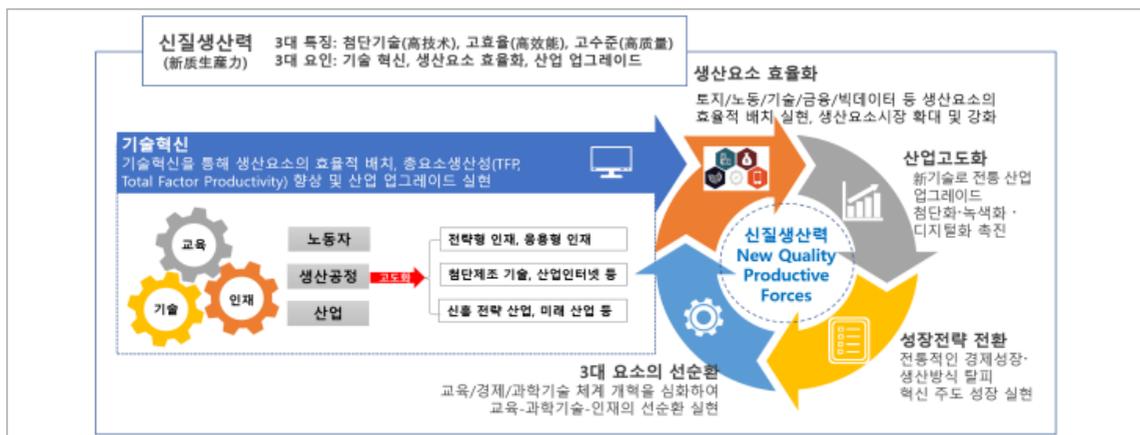
다. (산업) 신질생산력으로 두 마리 토끼(경기 부양, 산업 고도화) 잡기

□ 새로운 질적 생산력 강화 통해 내수 확대 및 경제 체질 개선 촉진

• 중국은 내수를 확대하고 기술 자립 및 자립형 공급망 구축을 실현하기 위해 신질생산력(新質生產力)을 대표로 하는 고수준 발전을 정책 방향으로 확정

- 신질생산력은 '23년 9월 시진핑 주석이 헤이룽장성을 시찰하면서 처음 제시한 용어
- 전통 제조업 중심의 경제성장·생산방식에서 벗어나 첨단기술 중심의 첨단화·녹색화·스마트화 성장으로 전환하고, 중요소생산성(TFP, Total Factor Productivity)을 올려 '혁신이 주도하는 지속 가능한 성장'을 실현하겠다는 의미

〈신질생산력(新質生產力) 개념〉



자료: 신화사, SWS 리서치 등 발표 의거하여 KOTRA 베이징 무역관 정리(2024년 8월)

- 신질생산력 발전은 新기술·新산업 육성, 전통 산업 구조조정 및 업그레이드가 핵심 과제
  - 거국체제(學國體制\*) 구축을 통해 전략 과학기술 역량 강화 및 국가혁신체계 효율 제고
    - \* 정부가 전국 자원·역량을 동원·배치하여 목표를 달성하는 특수한 자원 배치 및 조직 방식
  - 제조업 투자를 확대해 미래 산업체계 구축 및 전통 산업 업그레이드 촉진 예상

### 〈중국 미래 산업 및 대표 제품/기술〉

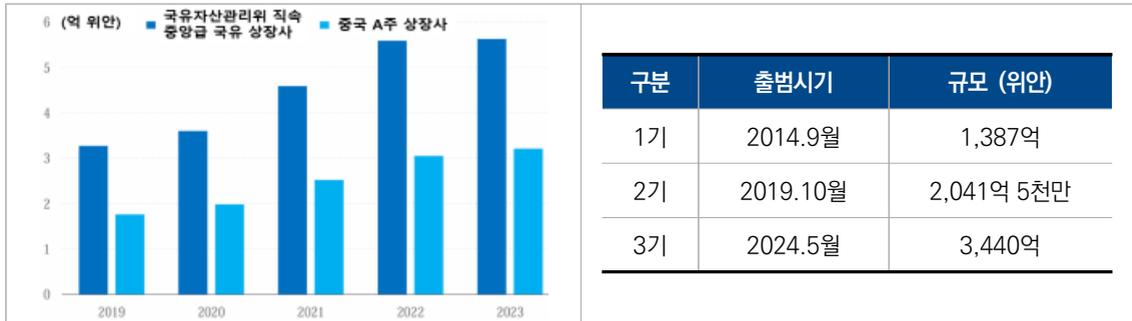
미래 산업	대표 제품/기술 및 주요 내용
미래 제조	- 스마트 제조, 바이오 제조, 레이저 제조, 순환 제조, 스마트 제어, 스마트 센싱 - 생산라인 공유방안 모색, 공급망 탄력성 제고
미래 정보	- 차세대 이동통신, 위성 네트워크, 양자정보기술 상용화 촉진
미래 소재	- 비철금속, 화학공업, 무기 비금속 등 첨단 기초소재 업그레이드 - 고성능 탄소섬유, 첨단 반도체 소재 발전 가속화
미래 에너지	- 원자력, 수소, 바이오 등 중점 에너지 장비 체계 구축 - 태양광 전지 첨단화 실현, 신형 에너지 저장 장치 연구개발 가속화
미래 공간	- 항공 우주, 심해, 심지 등 미래 공간 과학기술 성과 창출
미래 건강	- 첨단 바이오 기술 연구개발 가속화 - 5G/6G, 메타버스, 인공지능 등 첨단 기술을 의료 서비스에 활용

자료: 중국 공신부, GUOTAI JUNAN SECURITIES(2024년 8월)

### □ 정부 주도의 첨단·제조업 투자 확대로 경기 부양 및 산업 고도화 실현

- 정부 주도 첨단 기술·제조업 투자를 확대하여 첨단·핵심 기술 역량 강화 예상
  - 정부의 강력한 지원과 막강한 자금력을 바탕으로, 국유기업들이 연구개발(R&D) 투자를 주도하는 구조는 지속 강화될 전망
    - \* 예: 국무원 국유자산관리위, 산하 중앙급 국유기업의 신흥 전략산업 투자 확대 주문, 2024.1~3분기 중앙급 국유기업의 신흥 전략산업 부문 투자 17.6% 증가
  - 서방 국가의 對中 기술 봉쇄 대비를 위해 정부 주도 아래 국유기업이 자금을 출자하는 방식으로 산업육성기금을 조성하고, 선도기업에 대한 지원을 강화해 기술 자립 추진
    - \* 예 : 중국 반도체 굴기를 위한 '반도체 대기금'(국가집적회로산업투자기금), 2014년 설립 이래 현재까지 총 3기를 조성하였으며, 기금 규모는 지속 확대 추세
    - \*\* 대기금 2기는 중국 최대 파운드리 업체인 SMIC(中芯國際)의 베이징공장 중신징청(中芯京城, 연간 생산능력 12인치 반도체 웨이퍼 10만 장)에 투자한 바 있음

### 〈중국 상장사 R&D 투자 비교(좌), 반도체 대기금 규모(우)〉



자료: wind(2024.8월)

#### • 정부의 관련 지원책 강화로 민간 부문의 제조업 투자 호황은 지속될 전망

- 2021년부터 중국의 민간 부문 제조업 투자가 중국 전체 제조업 투자 증가율을 상회
- 대규모 설비 교체, 이구환신(以舊換新: 노후 제품을 신제품으로 교체) 지원책이 긍정 요인으로 작용 예상

### 〈중국 제조업 투자 동향〉



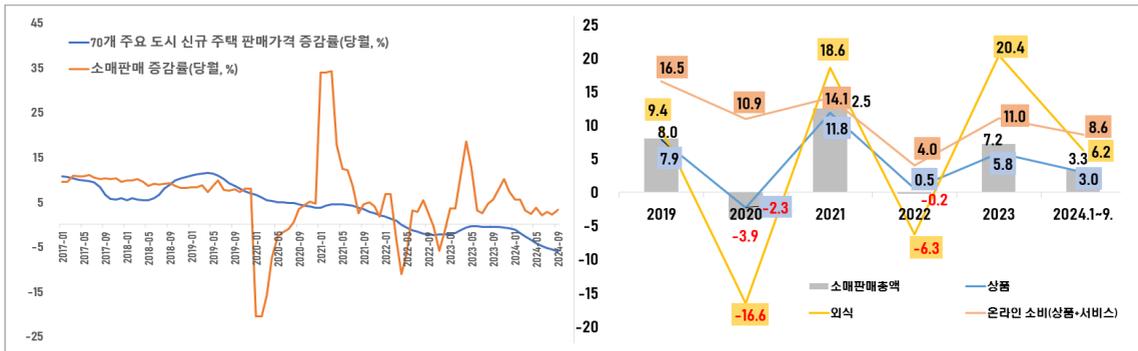
자료: 중국 국가통계국(2024년 10월)

## 라. (소비) 완만한 개선 흐름 속 '불균형적 회복' 심화

□ 경기 둔화, 부동산 경기 침체에 의한 자산 감소 효과로 소비 회복 부진

- 중국 경제 감속이 지속되고 있는 가운데, 부동산 경기 침체가 장기화 양상을 보이며 중국 소비 둔화세 심화
  - 중국 가계 자산 구성에서 주택이 50% 이상의 최대 비중을 차지하는 가운데, 중국 집값은 2022.4월 이후 3년째 마이너스 행진 중
  - 리오프닝 이후 소비 회복세를 이끌어온 외식 부문마저 기저효과 종료로 둔화 추세

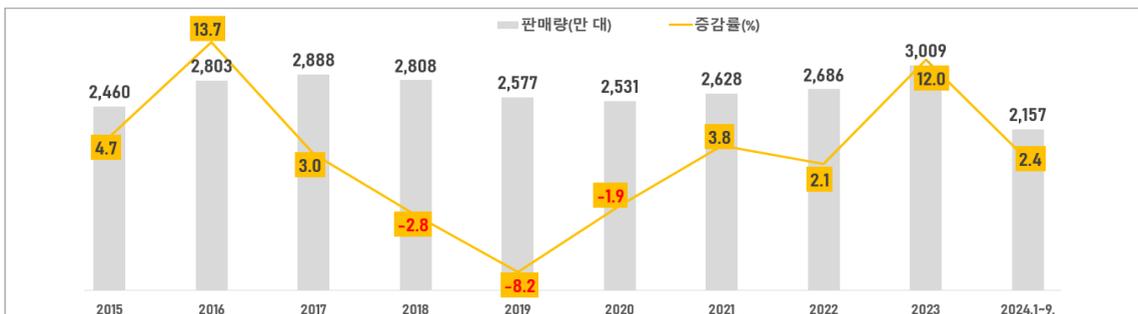
### 〈중국 부동산 경기 침체나 소비의 완만한 회복세〉



자료: 중국 국가통계국(2024년 10월)

- 내수 부진, 시장 경쟁 격화의 영향으로 정부의 소비 진작 정책효과가 희석되는 양상
    - 중국 소비시장에 큰 영향을 미치는 대표 중점 품목인 자동차의 경우, '24년 9월까지의 총 판매 증가율이 한 자릿수로 둔화했으며, 내수 판매는 마이너스 성장 예상
    - '24.4월부터 자동차 이구환신 정책\*을 시행했음에도 '24년 1~9월 중국 연매출 2천만 위안 이상 약 274만 달러 기업의 자동차 소매판매액은 전년 동기 대비 2.1% 감소
- \* 자동차 이구환신 정책: 노후 차량을 신차로 교체 시 보조금을 지원하는 정책으로, 2024.4월 말부터 노후 차량을 신차로 교체 시 7천~1만 5천 위안(한화 최대 약 275만 원) 보조금 지급을 발표, 7월 말에는 보조금 기준을 1만 5천~2만 위안(한화 최대 약 370만 원)으로 인상

### 〈중국 자동차 판매량〉



자료: 중국자동차공업협회(2024년 10월)

□ 新수요·新제품·新브랜드가 눈에 띄는 성장세를 보이며 시장 구조조정 가속화

- 소비 둔화로 시장환경 전반이 악화하고 있는 가운데, 문화분야·신에너지차제품, vivo 및 화웨이브랜드 등 분야·제품·브랜드 성장세가 두드러짐

- (분야) 2024년 상반기 중국 소매 판매가 3.7%의 저조한 회복 흐름을 보인 가운데, 콘서트 관객 수와 콘서트 공연 수입은 각각 333%, 493% 급증

〈2024.상반기 중국 전체 소비시장과 콘서트 소비 비교〉

중국 전체 소비시장	콘서트 시장
- 중국 전체 소매 판매 +3.7%	- 콘서트 횟수 1,182회, +330.5%
- 외식 소비 +7.9%, 상품 소매 판매 +3.2%	- 관객 수 1,192만 명, +333%
- 온라인 상품 소매 판매 +8.8%	- 공연 수입 101억 4천만 위안, +493%

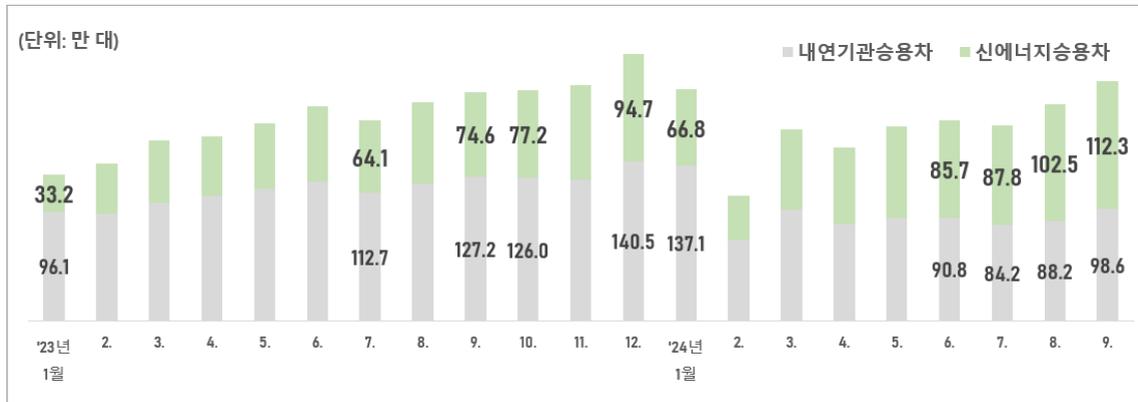
자료: 중국 국가통계국, 중국무대미술학회(2024년 8월)

- (제품) 2024.9월 누계 내연기관 승용차 판매량은 전년 동기 대비 16% 감소한 반면, 신에너지 승용차의 판매량은 37.5% 증가했으며, 7월 신에너지 승용차 판매량이 처음으로 내연기관 승용차를 넘어선 후 안정적 상승세를 타고 있음

\* 1~9월 중국 전체 승용차 소매 판매량은 전년 동월 대비 2.2% 증가한 1,557만 6천 대, 이 중 내연기관 승용차는 16% 감소한 1천 대, 신에너지 승용차는 37.5% 증가한 713만 5천 대를 기록

〈중국 승용차 소매 판매 동향〉

(단위: 만 대)



자료: 중국승용차협회(2024년 10월)

- (브랜드) 2024.2분기 중국 시장 스마트폰 출하량이 전년 동기 대비 10% 증가한 가운데, vivo, 화웨이, 샤오미 등 로컬 브랜드의 약진이 두드러짐

\* 2024.2Q 중국 시장 스마트폰 출하량 7천만 대(+10%), vivo 출하량 1,310만 대(전년 동기 대비 +15%, 시장점유율 19%)로 1위 기록, 이어 OPPO 1,130만 대(△1%, 시장점유율 16%), 아너 1,070만 대(+4%, 15%), 화웨이 1,060만 대(+41%, 15%), 샤오미 1천만 대(+17%, 14%) 순 (자료: Canalys, 2024.7월)

## 1. 정치/경제/산업/정책 환경

- ※ (정치) 중국식 현대화 추진 강화, 1인 지배 체제 확고 및 반부패 기조 강화
- ※ (경제) 2025년 중국 경제성장률 4.0~4.5% 달성 예상, 부동산 경기 둔화 지속
- ※ (산업) 산업구조의 현대화와 다각화, 내수 확대·자립형 공급망 구축 속 '신질생산력' 추진
- ※ (정책) 소비 회복·산업 고수준 발전 위한 '이구환신' 정책 추진, 경기 부양책 및 대외 개방 확대

### 가. 정치 환경

#### □ 시진핑 집권 3기, '중국식 현대화 추진' 및 1인 지배 체제 강화

- '중국식 현대화'를 전면 추진함으로써 장기적 발전 목표 실현을 제시
  - 시진핑 집권 3기의 정책 방향을 제시하는 20기 3중 전회에서 '중국식 현대화 추진', '경제·사회 등 분야에 대한 개혁 심화' 등을 강조
    - \* 중국식 현대화: 서구의 현대화 공식을 따르지 않고, 거대한 인구 규모의 현대화 및 공동 부유, 물질문명과 정신문명의 조화, 사람과 자연의 공생, 평화 발전 등의 길을 걷는 현대화를 일컫는 단어
  - '중국식 현대화'의 핵심 기조에 따라 2035년까지 고수준 사회주의 시장경제체제 전면 건설 및 선진국 수준으로의 국가 발전 목표를 실현할 전망
- 시진핑 집권 3기에는 1인 지배 체제 및 반부패 기조가 더욱 강화될 것으로 예상
  - 상무위원 내 시진핑 국가주석을 견제할 세력이 사라지고, 반부패 혐의 등을 받는 고위급 인사들이 박탈됨에 따라 시진핑 사상 국정 운영이 더욱 확고해질 것
  - 시진핑 국가주석은 기존 당·정 분리 원칙을 깨고 당 우선 정책을 가속해왔으며, 반부패 기조를 강화\*하는 추세
    - \* 시진핑 국가주석은 2012년 집권 이래 10여 년간 대대적으로 반부패 투쟁을 시행해옴
  - 중국의 반부패 단속은 기존 관료, 해외 도피, 부동산, 사교육, 의료계 등에서 국영기업, 금융, 에너지, 군사 등 다양한 분야에 대한 반부패 단속으로 확대

### 〈시진핑 집권 기간별 주요 정책 방향〉

시기	기간	주요 정책 기조
1기	2012~2017년	반부패 캠페인, 경제 개혁, 국유기업 개혁, 일대일로, 중국제조 2025 등
2기	2017~2022년	핵심 기술력 강화, 경제 혁신, 대외정책 강화, 공동 부유, 내수 위주의 쌍순환 전략 등
3기	2023년~현재	중국식 현대화, 내수 확대, 공급망 안전, 녹색성장, 생산요소 효율화, 전면 경제체제 개혁 등

#### □ 시진핑의 중국 특색 ‘대국 외교’ 추진 가속화

• **시진핑 국가주석의 외교정책은 중국의 국제적 위상을 강화하고, 글로벌 영향력을 확대하는 데 중점**

- 시진핑 국가주석은 평화공존, 균형발전, 총체적 안정의 대국 관계 구도 구축과 인류 운명공동체의 건설을 지속 강조해옴
- 미·중 관계 악화 속 중국은 주변국들과의 외교관계 개선을 통해 아프리카, 동아시아 및 인도-태평양 지역에서의 영향력을 확대
- 특히, 최근 들어 서방 국가의 對중국 경제 강화 움직임 속 프랑스, 헝가리 등 중국과 비교적 우호 관계를 유지하고 있는 국가들과의 관계 강화 추진

\* 2024년 5월, 시진핑 국가주석은 프랑스 방문 시 유럽을 외교정책의 우선순위로 여기고 있으며, EU와의 관계를 전략적이고 장기적인 관점에서 바라보고 있다고 밝힘

• **(대미 외교) 미·중 양국 관계의 안정성을 강조하는 동시에 핵심 문제에 대해서는 강경한 외교정책을 펼칠 것으로 예상**

- 중국은 국가 주권, 안전, 발전 이익을 효과적으로 수호하는 것을 지속 강조해왔으며, 이에 대해 강경한 외교정책을 추진해옴
- 중국이 주도권을 갖고 있는 분야와 아시아, 아프리카 등 신흥국 중심으로 우군을 확보하여 미국의 對중국 압박에 대응할 것으로 전망

• **(다자 외교) 국제적 입지를 강화하기 위해 다자주의, 국제기구에서 역할 확대**

- 중국은 일대일로 연선국 및 세계무역기구(WTO), 유엔, 브릭스(BRICS) 등 다자 국제기구에서의 역할을 지속 강화할 것으로 전망

\* 중국은 아시아 46개국, 유럽 43개국, 아프리카 53개국, 북미 17개국, 남미 11개국, 대양주 13개국 등 전 세계 183개국과 외교관계 수립

#### □ 중국 공산당의 영도 및 집권체제 강화

• **2024년 7월 개최된 중국 20기 3중전회 내 ‘중 공산당 통제의 전면 강화와 당의 국가관리 역량 증진’을 강조**

- ‘당의 영도’는 전면 개혁 한층 심화, 중국식 현대화의 근본 보장임을 강조
- 반부패 지속 추진, 당의 관리능력 제고, 당 차원의 거시경제 규제 및 개선 등을 통해 중국 공산당이 중 전면 개혁을 집중 주도할 것을 강조

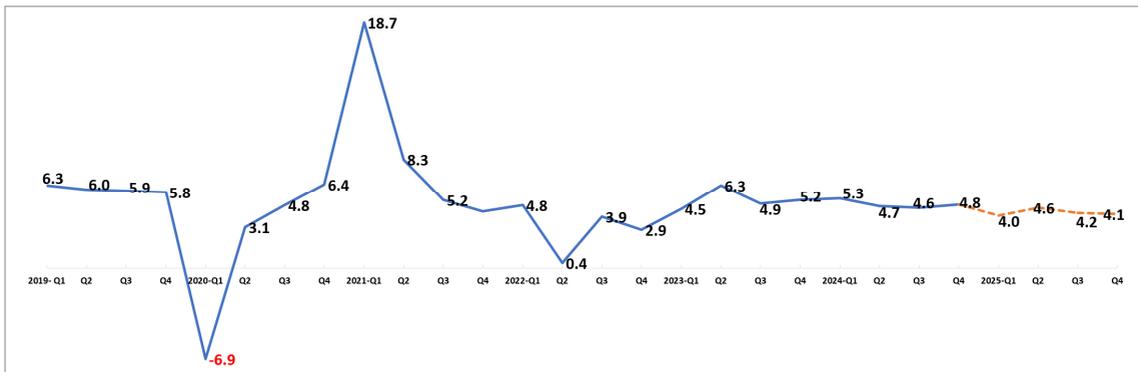
- 42년 만에 '중국 국무원 조직법' 개정, 시진핑 '1인 체제' 공고화 및 총리 위상 약화
  - 2024년 3월 양회에서 '중국 국무원 조직법'(한국의 정부 조직법에 해당) 개정안 통과
    - \* '국무원 조직법'은 1954년 9월 발표되었으며, 1982년 12월 개정한 후 42년 만에 2차 개정된 것임
  - 주로 ▲당 중앙 권위 강화, ▲중앙은행인 인민은행을 국무원 조직에 편입, ▲부총리와 국무위원의 책임 명확화 등 내용 개정
  - 개정안은 당·정 분리의 근간인 '총리 책임제'를 무력화한 셈으로 시진핑 주석의 국무원 장악을 명문화한 것으로 평가

## 나. 경제 환경

### □ 2025년 중국 경제성장률 4.0~4.5% 달성 예상

- 2024년 1~3분기 누적 경제성장률 4.8%로 연간 성장률 목표치(5%) 하회
  - 2024년 1~3분기 누적 중국 국내총생산(GDP)은 94조 9,746억 위안약 13조 달러 기록

〈중국 분기별 경제성장률 추이(%)〉



주: 2024년 4Q부터 예측치  
 자료: 국가통계국, wind(2024년 10월)

- 내수 부족 및 부동산 경기 침체 지속, 지정학적 리스크 등이 경기 하방 압력으로 작용해 중국 경제는 불균형 회복 흐름을 보일 것으로 전망
  - 대외적으로 미국을 비롯한 서방 국가의 對中 견제가 심화되는 가운데, 중국 내 부동산 위기, 소비 둔화, 구조조정 등 문제가 상존
  - 中 당국은 경기 회복을 위한 부양책 및 거시경제 조절 강도를 지속 확대할 것으로 예상

□ 부동산 경기 침체, 소비 둔화, 민간 투자 부진 속 제조업·인프라 투자 확대, 수출 호황 등이 경기 둔화를 방어하는 긍정적 요인으로 작용

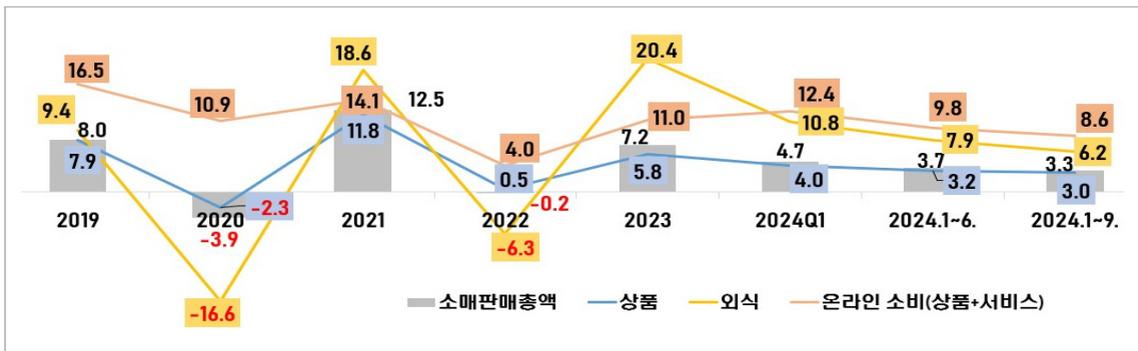
• (생산) 탄소중립·신흥전략 산업 관련 품목이 신장세를 보이며 생산 성장세 견인

- 2024년 1~3분기 연 매출 2천만 위안 이상 공업기업의 산업생산 증가율은 5.8% 기록
  - \* 3대 부문 중 채광업이 2.9% 증가하는 데 그친 반면, 제조업(+6.0%)과 전력·열·가스·물 공급(+6.3%)이 산업생산 회복세를 견인, 특히 제조업 중 장비제조(+7.5%)와 하이테크 제조(+9.1%)가 견조한 성장세 유지
- 품목별로 신에너지차(+33.8%), 태양광발전(+27%), 집적회로(+26%), 발전설비(+19%), 스마트폰(+10.5%), 산업로봇(+11.5%) 등이 두 자릿수 성장세를 기록하며 산업생산 성장세 견인

• (소비) 이구환신 정책 등 다양한 소비 진작책 시행에도 불구하고, 소비 회복세 불균형 심화

- 2024년 1~3분기 중국 사회소비품 소매 판매 증가율은 3.2%에 그치며 소비 및 지출 둔화가 가시화되고 있는 양상
- 1~3분기 외식 소비 증가율은 6.2%로 한 자릿수로 가라앉았고, 온라인 소비 증가율은 8.6%로 10% 하회
- 중국 중앙정부 및 지방정부는 소비 회복을 위해 자동차, 가전제품, 설비, 부동산 등의 교체 지원(이구환신) 정책을 잇달아 발표

〈중국 소매 판매 증가율(%)〉



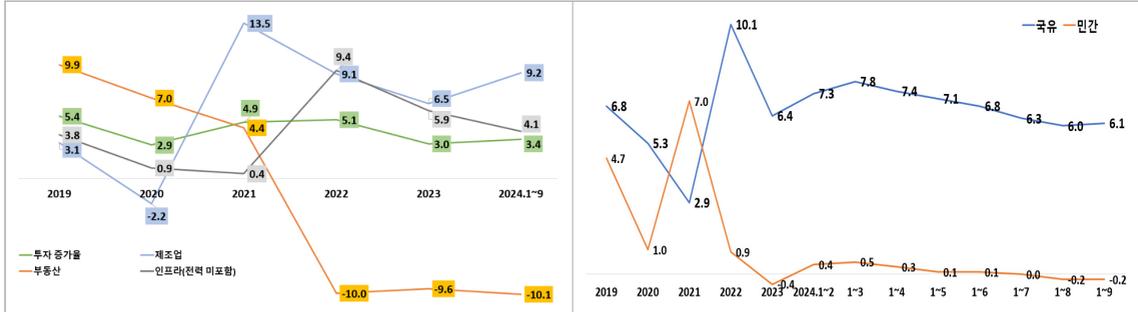
자료: 국가통계국(2024년 10월)

• (투자) 부동산 경기 침체가 지속되는 가운데, 제조업·인프라 투자가 전체 둔화세 방어

- 2024년 1~3분기 고정자산투자 증가율은 3.4%로 둔화세 지속
- 중앙 및 지방 정부의 부동산 지원책\*에도 불구하고, 부동산 투자(△10.1%)는 두 자릿수 감소세를 기록했으며, 국유 부문(+6.1%)과 민간 부문(△0.2%) 투자 증가율도 둔화세 지속
  - \* 2024년 중국 당국은 부동산 용자 메커니즘 조건에 부합하는 '화이트 리스트' 내 프로젝트 대상으로 대출 규모를 4조 위안으로 확대
- 반면, 제조업 투자가 전년 동기 대비 9.2% 증가하며 中 전체 고정자산투자 둔화세 방어

## 〈중국 분야별 투자 증가율(좌)과 부문별 투자 증가율(우)〉

(단위: %)



자료: 국가통계국(2024년 10월)

- (교역) 2024년 1~3분기 수출입 모두 플러스 전환, 對신흥국·기계전자 중심의 교역이 중국 수출입 플러스 성장을 견인

- 1~3분기 중국 교역총액은 4조 5,458억 달러로, 전년 동기 대비 3.4% 증가
- 이 중 수출(2조 6,177억 달러)과 수입(1조 9,282억 달러)은 각각 전년 동기 대비 4.3%, 2.2% 증가

### □ 경기 부양 및 유동성 공급을 위해 금리 인하 등 금융정책 강화

- (금리) 유동성 공급을 위해 중앙은행 및 국유은행, 중소은행의 대출 금리 인하

- 2024년 10월 말 기준, 중국 중앙은행인 인민은행은 사실상 기준금리인 대출우대금리(LPR) 1년물을 연내 두 차례, 5년물은 세 차례 인하

\* (1년 만기 LPR): '23년 6월 3.55% → '23년 8월 3.45% → '24년 7월 3.35% → 10월 3.10%

\*\* (5년 만기 LPR): '23년 6월 4.2% → '23년 8월 4.2% → '24년 2월 3.95% → '24년 7월 3.85% → 10월 3.60%

- 2024년 7월 공상은행, 농업은행, 중국은행, 건설은행, 교통은행 등 중국 5대 은행도 중앙은행을 따라 예금 금리를 인하

\* 3개월, 6개월, 1년 만기 정기예금 금리는 각각 1.05%, 1.25%, 1.35%로 각각 0.1%p씩 인하

\*\* 2년, 3년, 5년 만기 정기예금 금리는 1.45%, 1.75%, 1.8%로 각각 0.2%p씩 인하

- (유동성) 중국 금융당국은 지속적으로 완화적인 통화정책 기초를 견지할 것

- 금융당국은 기준금리와 지급준비율 인하, 채권 발행 확대, 부동산 임대 금융 지원 강화 등 금융정책 가시화
- 20기 3중전회에서 ▲부동산·지방정부 부채, 중소 금융기관 등 리스크 해소, ▲재정, 조세, 금융과 같은 핵심 분야의 개혁 추진, ▲금융 감독 시스템 개선 강조

\* 중국 최고지도부는 2024년 9월 26일 개최된 중앙정치국 회의에서 '추가 경기 부양'을 제시하며, 재정·통화 역주기 조절 강도 강화, 특별국채 발행 등 강조

- 단, 경기 회복을 위해 금융당국은 지속적으로 추가적인 조치를 취할 것으로 보이나, 과감하거나 급격한 조치는 채택하지 않을 것으로 예상

• (환율) 중국 당국은 안정적인 위안화 환율을 유지하는 동시에 국제화 추진 가속화

- 지정학적 불확실성이 확대되는 상황에서 위안화는 주요 국제 통화 대비 상대적으로 안정적인 국경 간 자본 흐름 유지
- 2024년 8월 기준, 위안화는 글로벌 결제 통화 중 4.69% 비중을 차지하며 11개월 연속 세계 4위 결제 통화 자리를 유지

다. 산업 환경

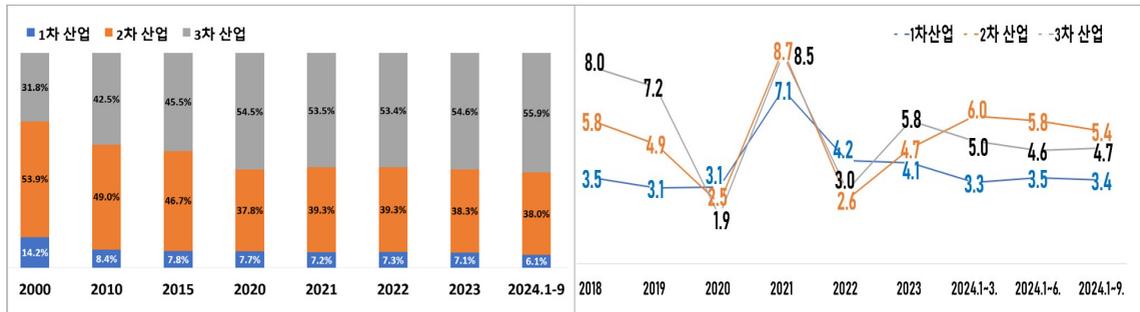
□ (산업 환경) 산업구조의 현대화와 다각화를 통해 경제성장 지속

• (산업구조) 중국은 제조업과 서비스업 중심의 산업구조로 빠르게 전환

- 2024년 1~3분기 1차(농업), 2차(제조업), 3차(서비스업) 산업이 GDP에서 차지하는 비중은 각각 6.1%, 38.0%, 55.9%를 기록
- '중국제조 2025' 골기로 제조업의 기술 혁신과 고도화가 이뤄지면서 고부가가치 산업과 첨단기술 분야에서의 시장 입지가 점차 확대

〈중국 산업구조 변화(좌), 산업별 성장률(우)〉

(단위: %)



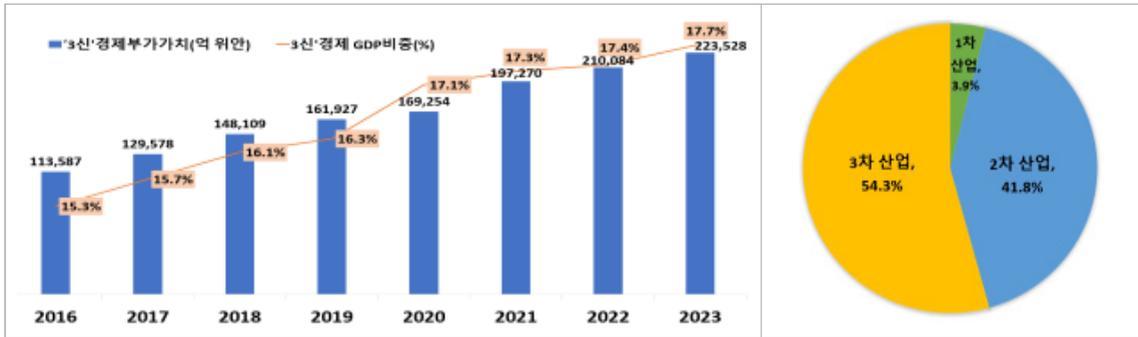
자료: 국가통계국(2024년 10월)

- 서비스업이 여전히 중국 경제의 성장동력으로 작용하고 있으나, 경기 둔화, 소비심리 위축으로 2024년 1~3분기 서비스업 성장률(4.7%)은 5%를 하회하며 저조한 회복세

• (3新 경제) 중국 국내총생산액에서의 '3신(三新)' 경제 부가가치 비중은 지속 확대

- 2023년 중국 '3신(신산업·신업체·신비즈니스 모델)' 경제 부가가치는 전년 대비 6.4% 증가한 22조 3,528억 위안을 기록
- 2023년 중국 국내총생산(GDP)에서의 비중은 전년 대비 0.3%p 상승한 17.7% 차지
- 2023년 1차, 2차, 3차 산업 중 '3신' 경제 부가가치의 비중은 각각 3.9%, 41.8%, 54.3%로 3차 산업의 비중이 가장 높음

〈중국 ‘3신’ 경제 부가가치 및 GDP 비중(좌), 2023년 ‘3신’ 경제 부가가치의 산업별 비중(우)〉



자료: 국가통계국(2024년 8월)

※ '3신(三新)' 경제 부가가치

- '3신' 경제 부가가치는 일정한 기간 내에 한 국가(혹은 지역)에 상주하는 모든 사업체가 '3신' 경제 생산과 생활에 종사해 창출한 부가가치를 측정하는 것을 뜻함
  - (新산업) 新과학기술 성과, 신기술의 응용으로 형성된 일정한 규모의 신형 경제활동
  - (新업태) 다원화·다양화·개성화 제품 또는 서비스 수요로 파생한 新고리, 新사슬, 새로운 활동 형태
  - (新비즈니스 모델) 고객 가치와 기업의 지속적인 수익성 목표를 실현하기 위해 기업이 경영하는 다양한 내외 요소에 대해 통합과 재편성을 통해 높은 효율, 특별한 경쟁력을 갖춘 비즈니스 운영 모델
- ▶ '3신' 경제 부가가치 비중 확대는 中 전통산업의 전환과 산업 고도화가 가속화되고 있음을 의미

□ (新산업체계) 내수 확대 및 자립형 공급망 구축 속 '신질생산력(新质生产力)' 추진

- (신산업) 중국은 과학기술 혁신을 통한 산업의 고품질 발전을 도모하는 신질생산력 실현을 위해, '8+9' 신산업 체계 구축 박차
  - 정보기술, 신에너지, 신소재 등 8대 신형 산업과 메타버스, 양자 정보, 휴머노이드 로봇 등 9대 미래 산업 육성 강화
  - 중국 당국은 ▲ 2025년까지 신형산업 발전을 뒷받침하는 표준체계 개선, 미래 산업 혁신 발전을 인도하는 표준 구축, ▲ 2030년까지 신산업 질적 발전 수요를 충족하는 표준체계 지속 개선, 표준화 업무 체계 완비, ▲ 2035년까지 신산업 표준화 임무 체계를 전면적으로 완성 등 목표 제시

## 〈중국 8대 신흥 산업과 9대 미래 산업〉

8대 신흥 산업	9대 미래 산업
차세대 정보기술	메타버스
신에너지	뇌-기계 인터페이스(BMI)
신소재	양자 정보
첨단장비	휴머노이드 로봇
신에너지차	생성형 인공지능(AI)
녹색 환경보호	바이오 제조
민간 항공	미래 디스플레이
선박 및 해양공학 장비	미래 네트워크
	신형 에너지 저장

자료: 중국 공신부(2024.8월)

### • (혁신·친환경) 정부의 이구환신 정책 추진 및 탄소중립 기조로 기술 혁신과 친환경 산업의 발전이 산업의 주요 트렌드로 부상

- 정부의 노후 설비 및 소비재의 교체 지원(이구환신)과 탄소중립 실현 목표에 따라 재생에너지, 신에너지차, 에너지 절약 녹색 가전·가구 등 친환경 및 지속 가능한 산업으로의 전환이 가속화되고 있는 추세
  - \* 2024년 7월, 중국 정부는 대규모 설비와 소비재 교체 지원을 위해 3천억 위안 규모의 초장기 특별 국채 자금 투입
- 또한 산업구조가 고도화되고 스마트·첨단 제조가 부각됨에 따라 인공지능(AI), 빅데이터, 자동화 기술, 로봇 공학 등을 활용하여 제조업의 효율성과 품질 제고 추진
- 이에 따라 반도체, 전기차, 항공우주, 바이오 등 첨단 산업에 대한 투자와 정부 지원이 확대

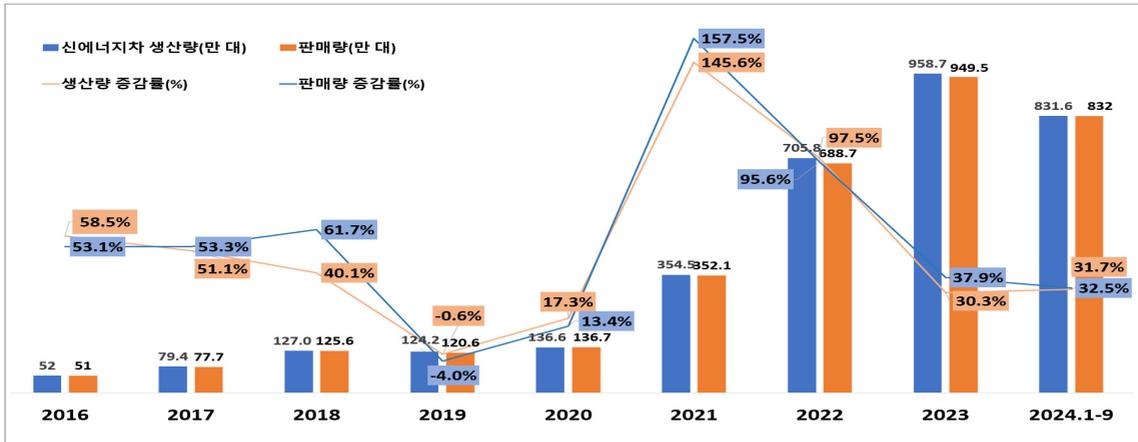
## □ 주요 산업별 환경

### (1) (모빌리티) 친환경·스마트·전동화 추세로 전환 가속화, 현지 기업 경쟁력 확대

#### • 중국 모빌리티 산업은 탄소중립 기조에 따라 전기차 중심으로 재편되며, 중국의 신에너지차 생산량과 판매량은 9년 연속 세계 1위를 기록

- 2024년 1~3분기 기준, 중국 자동차 생산량과 판매량은 각각 2,147만 대와 2,157만 대로, 전년 동기 대비 1.9%, 2.4% 증가
- 동 기간 中 신에너지차 생산량·판매량은 각각 831만 6천 대와 832만 대로, 전년 동기 대비 31.7%, 32.5% 증가하며 전체 자동차 시장 성장세를 견인
- 한편, 중국 현지 기업의 기술력이 발전함에 따라 합자 기업의 시장 입지가 약화
  - \* 2024년 상반기 중국 승용차 시장에서 로컬계의 시장점유율은 62%로 최고치 기록
- 아울러, 신에너지차 시장 경쟁 격화, 출혈 경쟁 등으로 성장 속도 둔화 우려

### 〈중국 신에너지차 생산량 및 판매량 현황〉



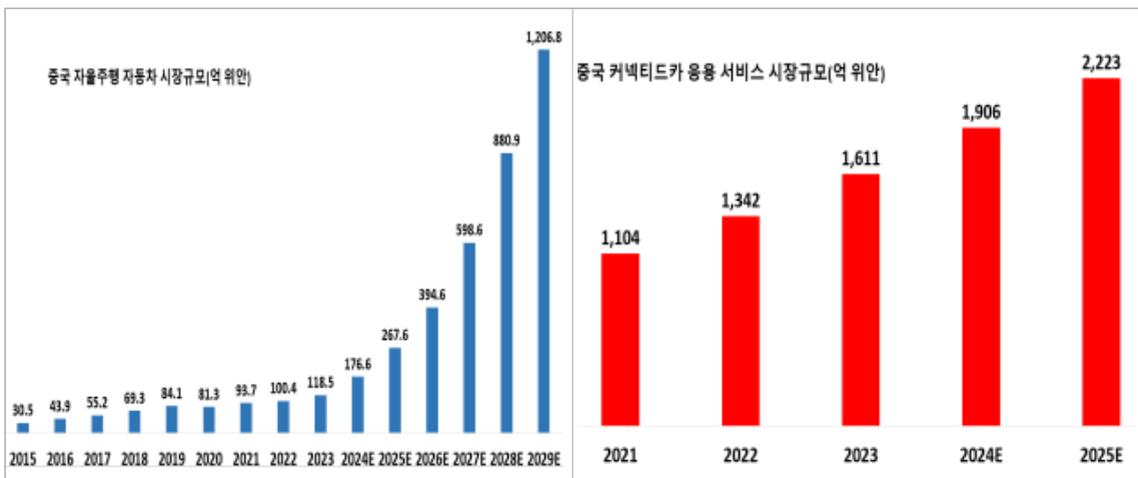
자료: 중국자동차공업협회(2024년 10월)

- 정부의 지원책, 현지 기업의 기술력 발전, 시장 수요 등으로 2025년 스마트 자동차 산업(자율주행, 커넥티드카 등)은 안정적으로 성장할 것으로 전망

- 2023년 중국 자율주행 자동차 시장규모는 118억 5천만 위안에 도달했으며 2025년, 2029년 시장규모는 각각 267억 위안, 1,206억 위안을 초과할 것으로 전망
- 2023년 중국 스마트 커넥티드카 응용 서비스 시장규모는 1,611억 위안을 기록했으며 2025년에는 2,223억 위안에 달할 것으로 전망
- 최근 들어, 자율주행으로 운행되는 로보택시(RoboTaxi)의 서비스 범위도 확대 중

\* 중국 당국은 베이징, 상하이, 광저우, 우한 등 16개 지역을 자율주행 및 커넥티드카 시범도시로 확정했으며, 2025년까지 25개로 확대할 계획임. 현재 중국 시장에서는 바이두 Apollo, Pony.ai, 디디 등이 로보택시 경쟁을 하고 있는 상황

### 〈중국 자율주행 자동차 시장규모(좌) 및 커넥티드카 응용 서비스 시장규모(우)〉



자료: iiMedia Research(2024년 8월)

- 중국 중앙정부 및 지방정부는 ▲ 자동차 구매 보조금 및 세금 감면, ▲ 자동차 교체(이구환신) 보조금 지원, ▲ 지능형 네트워크 차량에 대한 시범도시 구축, ▲ 기업 기술 개발 및 상업화 지원 등 다양한 정책을 발표하여 산업의 발전 지원
  - 한편, EU, 미국, 튀르키예 등이 중국산 자동차에 대해 추가 관세를 부과하는 등 서방 국가의 對中 자동차 산업에 대한 견제가 더욱 격화될 것으로 전망

**(2) (휴머노이드 로봇) 스마트 제조 산업의 가속화로 휴머노이드 로봇 수요가 증가할 것이며, 다양한 분야로 확대될 것으로 예상**

- 2030년 중국 휴머노이드 로봇 시장 규모는 380억 위안에 도달할 전망
  - 중국 시장조사기관 GGII에 따르면, 2024년 중국 휴머노이드 로봇 시장 규모는 21억 5,800만 위안에 달할 것이며 2030년까지 연 복합성장률은 61%를 초과할 것으로 전망
    - \* 그 외 시장조사기관 iiMedia Research는 2029년 중국 휴머노이드 로봇 시장 규모는 750억 위안으로 전 세계의 32.7% 비중 차지, 2035년에는 3천억 위안에 달할 것으로 전망
  - 중국 휴머노이드 로봇 판매량은 2024년 4천 대에서 2030년 27만 대로 확대 예상
- 中 정부는 휴머노이드 로봇을 핵심 산업으로 육성하고, 2025년 대량 생산 목표 제시
  - 중국은 인공지능(AI), 고급 제조 기술, 신소재 등 첨단 기술을 통합한 휴머노이드 로봇을 컴퓨터, 스마트폰, 신에너지차에 이은 '차세대 혁신 제품'으로 강조
  - 산업별 응용 분야를 확대하고 생태계를 육성해 로봇 산업의 자립망 구축 추진 중

**〈중국 휴머노이드 로봇 관련 정책〉**

발표일시	정책명	주요 내용
2024.1	미래 산업 혁신 발전 촉진 실시 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (2025년) 휴머노이드 로봇 등 미래 산업의 기술 혁신, 산업 육성, 안전 거버넌스 등 전면 발전</li> <li>- (2027년) 휴머노이드 로봇 등 미래 산업의 종합 실력 제고, 일부 분야에서 글로벌 선도 실현</li> <li>- 스마트 제조, 홀서비스, 특수 환경 작업 등 휴머노이드 로봇 분야 제품의 연구개발 및 응용 중점 추진</li> </ul>
2023.11	휴머노이드 로봇 혁신 발전 지도 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (2025년) 휴머노이드 로봇 양산, 핵심 기술력 제고, 혁신 체계 구축, 완제품 수준이 세계 선진 수준 도달</li> <li>- (2027년) 휴머노이드 로봇 기술 혁신 제고, 국제경쟁력 갖춘 산업망 구축, 종합경쟁력 선진국 수준 도달, 산업 규모화 발전 실현</li> <li>- 전용 소프트웨어·핵심컴포넌트·완제품 및 응용 시범 투자 확대</li> <li>- 해외 기업·연구기관의 중국 내 R&amp;D 센터와 제조기지 설립 권장</li> </ul>

자료: 중국공신부(2024.10월)

• 전 세계 휴머노이드 로봇 산업은 미·중 경쟁 구도로 형성될 것으로 예상

- 정부의 지원책에 힘입어 중국 로컬기업들은 기술 개발에 박차를 가하고 있으며, 잇따라 신제품 출시와 양산 목표를 발표하고 있음
- 반면 높은 비용, 국내 공급망 활용 제한, 핵심 부품 및 첨단 기술력 부족 등 한계도 존재

※ 중국 휴머노이드 로봇 기업 성공 사례

① 유비테크(UBTECH)

- 2012년 선전시에 설립되었으며, 독자적으로 연구개발해 2018년 출시한 로봇 Walker X는 중국 최초로 상용화된 2족 보행 휴머노이드이며, 2024년 4세대 프로토타입까지 발표
- 유비테크의 휴머노이드 로봇 '유유(优悠)'는 2021년 10월 열린 두바이 엑스포 중국관에서 6개월간 서비스를 제공하며, 대형 휴머노이드 로봇 상용화에 기여
- 유비테크는 일본의 인지증 케어 브랜드 MCS와 손잡고 AI와 로봇 기술을 활용해 실버 산업을 지원하는 새로운 벤처 설립

② 즈위안로봇(AGIBOT)

- 화웨이 '천재 프로젝트'를 통해 영입된 펑즈후이(彭志辉)가 2023년 2월 창업한 기업
- 2024년 8월 익스페디션 A2와 산업형 A2-W, 고강도 작업용 A2-MAX, 오픈소스 로봇 링시X1, 링시X1-W 등 5종류의 휴머노이드 로봇 공개했으며, 올해 대량 양산 계획

〈유비테크사의 Walker X(좌), 즈위안로봇의 5종 휴머노이드 로봇〉



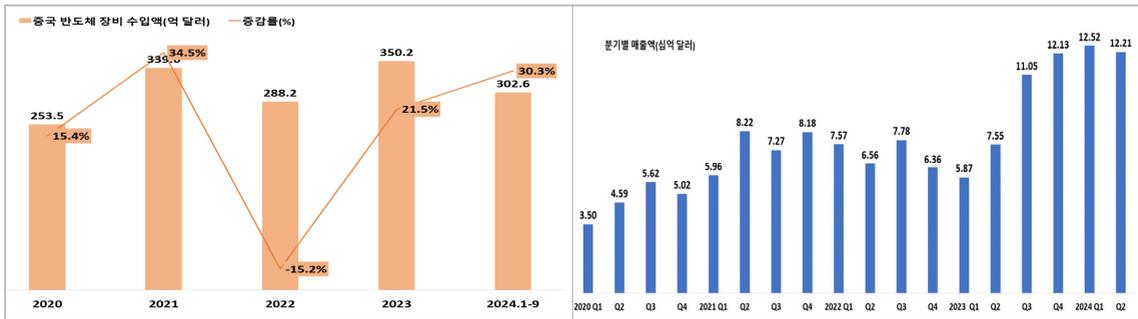
(3) (반도체 장비) 中 반도체 장비 국산화율 지속 확대되고 있으나, 수입 의존도 여전히 높아

• (시장규모) 중국 대륙 반도체 제조장비 시장 규모는 2023년의 366억 달러에서 2027년 657억 7천만 달러로 연평균 15.8% 증가 예상

- 2023년 중국 대륙의 반도체 장비 시장규모는 전년 대비 8% 증가한 342억 달러로, 전 세계의 30.3% 이상을 차지
- 국제반도체장비재료협회(SEMI)에 따르면, 2023년 중국(대륙) 반도체 장비 투자액은 전년 대비 29% 증가한 366억 달러로 전 세계 투자액의 34.4% 비중 차지
- 인공지능(AI) 발전 및 AI에 반드시 필요한 메모리 반도체인 HBM(고대역폭 메모리) 등으로 반도체 시장이 회복세를 보이며, 중국 반도체 제조장비 수요도 증가

- (수입) 중국 해관총서에 따르면, 2023년 중국 반도체 장비 수입량은 5만 4,928대로 전년 대비 24.9% 감소, 수입액은 350억 1,565만 달러로 전년 대비 21.5% 증가
  - 2024년 1~9월 기준, 반도체 장비 수입량(4만 6,496대)과 수입액(302억 5,737만 달러)은 각각 전년 동기 대비 14.6%, 30.3% 증가
- (매출) 일본반도체제조설비협회에 따르면, 2023년 일본산 반도체 제조장비의 중국(대륙) 반도체 장비 매출액은 36억 6천만 달러로 전년 대비 29.5% 증가
  - 2024년 상반기 매출액은 24억 7,300만 달러로 전년 동기 대비 84.4% 증가

**〈중국 반도체 장비 수입액 현황(좌) 및 일본산 반도체 제조장비 매출액 현황(우)〉**



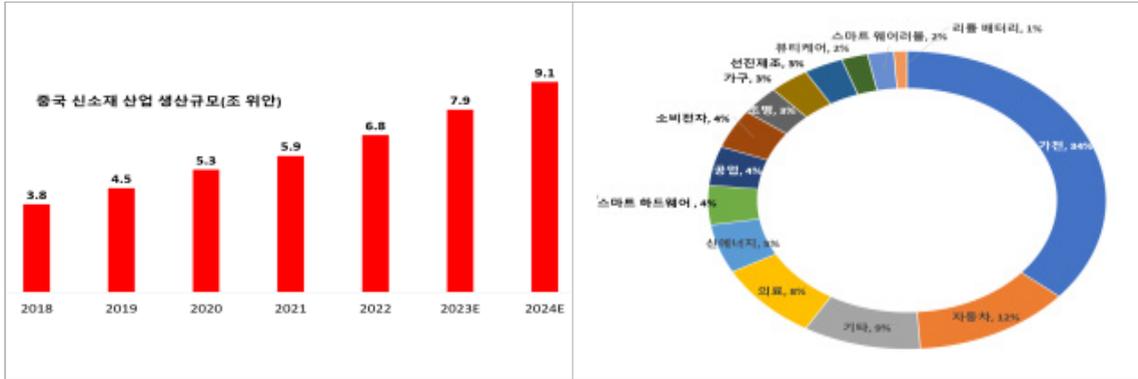
자료: 중국해관총서, 일본반도체제조설비협회, wind(2024년 10월)

- (국산화) 중국 반도체 장비 국산화율은 2020년 7.2%에서 2023년 11.7%로 확대
  - 중국 베이징반도체협회에 따르면, 2024년 국산화율은 13.6%에 달할 것으로 전망
    - \* 中 반도체 장비 국산화율: ('20년) 7.2% → ('21년) 9.3% → ('22년) 10.7% → ('23년) 11.7%
  - 중국은 반도체 굴기와 공급망 안정성을 위해 반도체 산업의 국산화 적극 지원, ▲ 반도체 대기금 출범, ▲ R&D 투자 지원, ▲ 세금, ▲ 인재 유치 등 다양한 정책 실시
  - 특히, 설계·제조 장비·소재·SI반도체칩 등 중국의 취약 분야를 중심으로 역량 강화
    - \* 반도체 대기금(국가집적회로산업투자기금)은 '14년 中 반도체 굴기를 위해 설립한 투자기금으로, '24년 5월 3,440억 위안 규모의 3차 대기금을 출범해 시칩 등 첨단, 핵심 기술 분야에 자금을 투입할 것으로 예상

**(4) (신소재) 신소재 연구개발에 대한 투자 확대, 국제적 협력 강화**

- (규모) 정부의 지원책과 기술 발전으로 신소재 산업이 연평균 15% 이상의 성장률을 기록하며 빠르게 성장하였으나, 핵심 기술 분야에서의 해외 의존도는 여전히 높은 편
  - 2024년 신소재 산업 생산규모는 9조 위안을 초과할 것으로 예상되며, 스마트 전자·가전제품(34%), 자동차(12%) 등 분야에서의 수요가 높게 나타남
  - 중국공학원 연구원에 따르면 중국은 특수 합금과 같은 핵심 신소재의 해외 의존도가 높으며, 반도체·디스플레이 재료는 여전히 70% 이상을 수입하는 상황

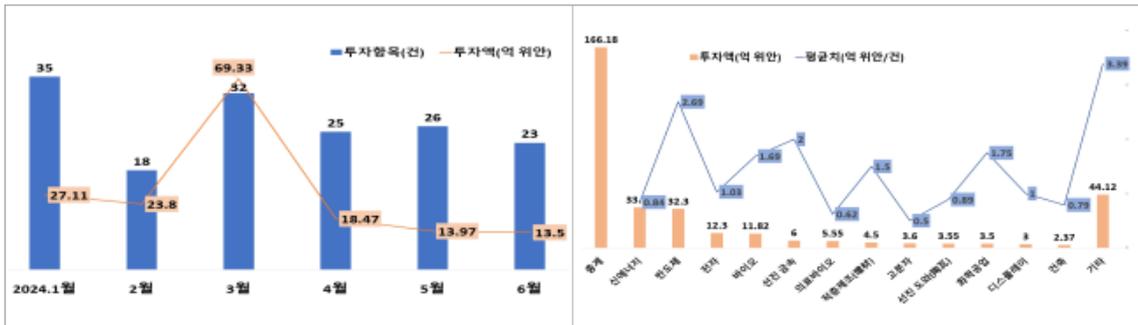
〈중국 신소재 산업 생산규모(좌), 분야별 신소재 수요 점유율(우)〉



자료: 중국 공신부(2024.8월)

- (투자) '24년 상반기 中 신소재 산업 투자액은 약 166억 위안으로, 월 평균 28억 위안 투자
  - 상반기 신소재 산업 관련 총 투자 건수는 159건을 기록, 1건당 평균 투자액은 1억 4,100만 위안 기록
  - 그 중 신에너지 소재 관련 투자액이 30억 위안으로 가장 많으며, 반도체 소재, 금속 소재, 화학공업 소재, 바이오 소재 등에 대한 투자가 평균치(1억 4,100만 위안)를 초과

〈2024년 상반기 중국 신소재 투자 현황(좌), 분야별 투자 현황(우)〉



자료: 중국신소재투자보고(2024년)(2024.8월)

- (정책) 중국 정부는 신소재 산업을 국가 신흥전략 산업으로 지정하고, 정책적 지원과 투자 확대를 통해 산업의 발전을 적극적으로 추진
  - 주요 도시와 지역에 신소재 산업 클러스터 구축, 글로벌 연구기관과 기업 간의 협력 촉진, 해외 인수합병 등을 통해 기술력과 글로벌 시장에서의 경쟁력 확보
  - 특히, 친환경 소재, 재활용 기술, 고효율 에너지 제품 등 친환경 제품 개발에 총력

(5) (가전·가구) 중국 '이구환신' 정책으로 가전·가구 시장 수요 증가할 것으로 전망

- (정책) 중국 정부의 적극적인 인테리어·가전제품 교체 지원(이구환신) 정책을 통해 산업의 발전 및 소비를 촉진
  - 2024년 4월, 중국 14개 중앙부처는 '소비재 이구환신 촉진 행동방안'을 발표하고 자동차, 가전, 가구, 인테리어 제품을 중점 품목으로 명시
  - 이에 따라 베이징 등 지방정부는 각 분야 교체 지원 방안을 잇달아 발표했으며, 가전업체를 비롯한 기업들은 다양한 프로모션 진행

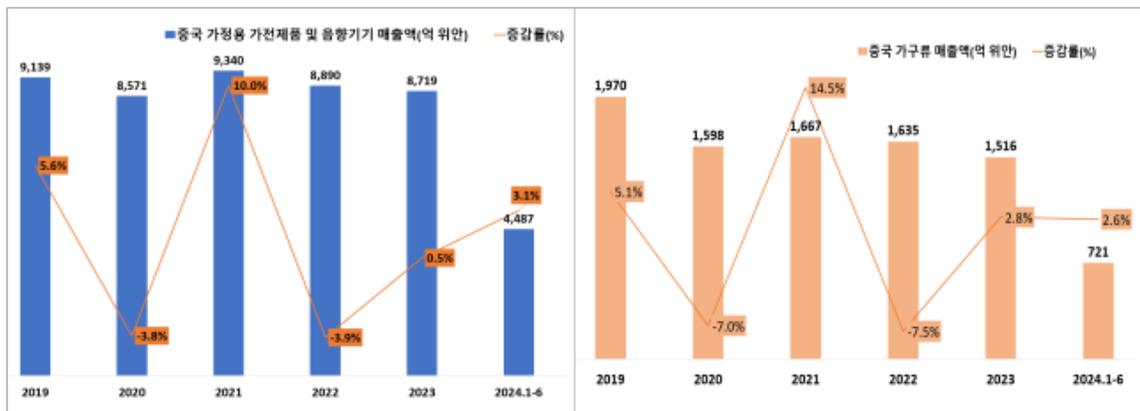
〈가전업체의 소비재 이구환신(교체) 촉진 프로모션〉

기업명	프로모션 내용
거리전기(格力电器)	- '이구환신' 프로모션에 30억 위안 투자 - 에어컨 교체 시 최대 1천 위안 보조금 지원
메이디(美的)	- 친환경 가전제품으로 교체 시 50~1,000위안의 보조금 지원 - 지역별 프로모션 진행
하이신가전(海信家电)	- '이구환신' 프로모션에 8억 위안 투자 - TV·냉장고·에어컨·세탁기·주방기구 등 교체 시 최대 2천 위안 보조금 지원

자료: 중국 증권시보(2024년 4월)

- (매출) 2024년 10월 15일 누적 기준, 가전제품 이구환신(교체) 관련 매출액 690억 9천만 위안 기록
  - 상반기 기준, 주요 플랫폼에서의 냉장고, 세탁기, 휴대폰, TV의 이구환신 매출액은 각각 82.1%, 70.4%, 63.9%, 54.3% 증가
  - \* 중국 스마트폰 시장 규모는 2023년 6,500억 위안 기록, 2025년 1조 위안 돌파할 것으로 예상
  - 2024년 상반기 중국 가정용 가전제품·음향기기와 가구의 매출액은 각각 전년 동기 대비 3.1%, 2.6% 증가

〈중국 가정용 가전제품·음향기기 매출액(좌) 및 가구 매출액(우)〉



자료: 중국국가통계국, wind(2024년 8월)

## 라. 정책·규제 환경

□ (정책 환경) 경기 회복 및 장기적 안정적 성장, 산업의 고수준 발전 등을 위해 중국 정부는 다양한 정책을 지속 추진 중

• (이구환신) 내수 확대 및 침체된 소비, 산업의 고품질 발전을 위해 낡은 제품을 새로운 제품으로 교체하는 ‘이구환신(以旧换新)’ 정책 추진

- (총괄) 2024년 3월, 중국 국무원은 ‘대규모 노후 설비·소비재 교체 추진에 관한 행동방안’을 발표하고 각급 정부에 설비 투자와 소비 진작 추진 지시
- (금융적 지원) 중국 당국은 대규모 설비와 소비재 교체 지원을 위해 3천억 위안 규모의 초장기 특별 국채 자금 투입
- (산업별) 中 중앙부처는 자동차·설비·소비재·관광·에너지 등 5 분야별 지원책 발표
- (지역별) 각 지방정부(베이징 등)는 중앙정부의 발표에 맞춰 지역별 세부 지원책 발표

※ 이구환신 지원책 내 외자기업 포함 여부에 대한 중국 상무부 입장

- 중국 상무부는 “국내외 기업이 대규모 장비와 소비재 교체, 관련 정부 조달과 프로젝트 투자에 동등하게 참여할 수 있도록 지원할 것이며, 외자기업의 중국 내 투자를 확대하기를 희망”한다고 강조

### 〈중국 중앙정부의 이구환신 도입 경과 및 정책 내용〉

분야	발표일	정책명	주요 내용
설비·소비재 (총괄)	2024.3.13	‘대규모 노후 설비·소비재 이구환신 추진 행동방안’	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘방안’은 1) 노후 설비 교체, 2) 소비재 이구환신(以舊換新: 新제품으로 낡은 것을 교체), 3) 재활용 체계 구축, 4) 표준체계 완비, 5) 정책 지원 강화 등 5개 분야의 20개 조항으로 구성</li> <li>- (목표) 2027년까지 ▲공업·농업·건축·교통·교육·문화관광·의료 등 분야의 설비투자 규모 2023년 대비 25% 이상 증가, ▲중점 분야 설비의 에너지 소모 대폭 저감, ▲연 매출 2천만 위안 이상 공업기업의 디지털 R&amp;D 설비 보급률 90%, 핵심 제조과정의 디지털 제어율 75% 도달, ▲폐차 회수량·중고차 교역량·폐가전 회수량 각각 2023년 대비 100%, 45%, 30% 증가 등</li> </ul>
	2024.7.25	‘대규모 설비·소비재 이구환신 지원 확대 관련 조치’	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대규모 설비 교체와 소비재 이구환신 지원을 위한 16개 조치를 발표하고, 이를 위해 3천억 위안 규모의 초장기 특별 국채 자금 투입</li> <li>- (설비 교체) ▲기존 공업·환경 기반 인프라·교통·물류·교육·문화관광·의료 등에서 에너지 전력, 노후 엘리베이터 추가, ▲설비 교체 프로젝트 지원 방식 개선, ▲노후 선박 교체 지원(1대당 최대 3,200위안 지원), ▲노후 화물차 교체 지원(최대 8만 위안), ▲농업기계·신에너지 버스 교체 지원 기준 제고, ▲대출 이자 보조금 비율 제고 등</li> <li>- (소비재) ▲노후 차량을 전기차로 교체 시 보조금 기준을 기존 1만 위안에서 2만 위안으로 상향 조정, ▲노후 차량을 연료차(내연기관차)로 교체 시 보조금 기준을 기존 7천 위안에서 1만 5천 위안으로 상향 조정, ▲냉장고·세탁기·TV·에어컨·PC 등 8가지 유형의 가전제품을 에너지 효율 2등급 이상으로 교체 시 최대 2천 위안의 보조금 지원</li> </ul>

분야	발표일	정책명	주요 내용
소비재	2024.4.12	'소비재 이구환신 추진 행동방안'	- '방안'은 총 20개 조치로 구성. 자동차, 가전, 가구 및 인테리어 제품을 중점 교체 촉진 품목으로 명시 - 31개 지방정부에게 ▲재정 및 금융 지원 강화, ▲표준체계 구축, ▲유통체계 정비, ▲재활용 체계의 구축, ▲관련 기업 육성 등을 통해 노후 소비재 교체를 촉진할 것을 지시
자동차·버스·전기자전거	2024.4.26	'자동차 이구환신 보조금 시행 세칙'	- '세칙'은 총 15개 조치로 구성되어 있으며 보조금 범위 및 표준, 보조금 신청·심사·지급방식, 보조금 관리, 감독 등 명시 - (대상) ① 국가 제3단계 자동차 배기가스 배출기준인 '국3(國三)' 또는 그 이하 배출기준 연료 승용차를 폐기한 개인 소비자, ② 2018년 4월 30일 전(30일 포함)에 등록된 신에너지 승용차를 폐기한 개인 소비자 - (지급범위) ▲상기 두 유형의 구형차를 '차량 취득세 감면 신에너지차 차종 리스트'에 포함된 전기차 또는 하이브리드카로 교체 시 1만 위안의 보조금 지급, ▲상기 두 유형의 구형차를 2천cc 또는 그 이하의 연료차(내연기관차)로 교체 시 7천 위안의 보조금 지급
	2024.6.3	자동차 교체 보조금 교부	- 재정부는 각 지방정부에 2024년 자동차 교체 추진에 대한 중앙 재정 보조금 64억 4천만 위안 교부 - 동부지역에 26억 7,402만 위안, 중부지역에 19억 7,261만 위안, 서부지역에 17억 9,341만 위안 교부
	2024.8.16	'자동차 이구환신 관련 업무 추진 강화 관련 통지'	- 자동차 이구환신 지원 범위 확대 - ▲노후 차량 교체 보조금 기준 상향*, ▲중앙정부의 재정 지원 확대, ▲관련 심사 및 보조금 지원절차 규범, ▲감독 관리 강화 등 * 신에너지차 승용차를 구매할 경우 제공하는 보조금 기준을 기존의 1만 위안 → 2만 위안으로 인상, 배기량 2.0ℓ 이하 내연기관차 구매 시의 보조금 기준은 7천 위안 → 1.5만 위안으로 인상
	2024.7.29	'신에너지 도시 버스 및 차량용 배터리 교체 보조금 세칙'	- 조건에 부합하는 신에너지 도시 버스 교체 시 차량당 평균 8만 위안 보조금 지원, 버스의 배터리 교체 시 차량당 4만 2천 위안 보조금 지원
	2024.8.30	'전기자전거 이구환신 실시방안'	- ▲전기자전거 우수제품 공급능력 제고, ▲관련 시장에 대한 관리감독 강화, ▲판촉 행사 개최, ▲이구환신 지원책 강화 등을 각 지방정부의 중점 업무로 지정하고 전기자전거 배터리에 대한 관리감독 강화 및 노후 배터리 교체 지원 등 강조
문화·관광	2024.5.28	'문화 및 관광 분야 설비 교체 추진 실행방안'	- '방안'은 ▲관광객 이동수단 설비, ▲놀이기구, ▲문화 공연 관련 무대 설비, ▲스마트 관리 서비스 설비, ▲박물관 내 노후 설비와 고고학 탐사 설비, ▲영화 제작 및 방영 설비, ▲초고화질 촬영 및 방출 설비, ▲역사 및 문화 건축의 안전 검측, 관리 설비 등 8개 방면의 설비 교체 추진 등 내용 포함 - '방안'은 2027년까지 지방정부 및 관련 부서가 상기 일련의 설비 교체를 추진하기를 강조
에너지	2024.8.21	'에너지 중점 분야 대규모 설비 교체 추진에 관한 행동방안'	- (목표) 2027년까지 ▲에너지 중점 분야의 설비 투자 규모가 2023년 대비 25% 증가, ▲석탄·전기 설비의 에너지 절약 개조, ▲난방 공급 개조, ▲송전, 배전, 풍력, 태양광, 수력 발전 등 분야의 설비 업그레이드와 기술 혁신 실현 등

자료: 중국 정부 발표 근거하여 KOTRA 베이징 무역관 정리(2024년 10월)

- **(新소비진작책) 중국 정부는 소비 회복을 위해 '新 소비환경 조성, 新 소비성장동력 육성'에 대한 조치 발표**
  - 2024년 6월, 중국 중앙정부는 부처 간 협력을 통해 新소비 수요를 발굴하고 성장동력을 육성할 것을 지시
  - (주요 내용) ▲ 외식·문화·오락 등 분야의 新 소비 수요 발굴, ▲ 밀키트·유제품 등 식품 관련 표준·규범 제정, ▲ 오락·스포츠 인프라 확장, ▲ 관광 편리화 수준 향상, ▲ 상권 업그레이드, ▲ 디지털·스마트 기기 활용 수준 향상, ▲ 중국 브랜드 육성, ▲ 자동차 번호판 발급 통제 등 구매 제한 완화, ▲ 자동차·가전·전자기기 등 중점 분야 소비 진작, ▲ 실버·육아·헬스 등 서비스 소비 촉진 등을 주문
  - 중국 정부는 해당 정책을 통해 중국 내 소비 잠재력을 자극하여 내수를 확대하고, 경기 회복 모멘텀을 강화할 예정
- **(신형 도시화) 인구 도시화에 맞춰 토지개혁을 추진함으로써 내수 진작 도모**
  - 2024년 7월, 중국 국무원은 '신형 도시화 전략 심화 5년 행동계획'을 발표하고, 5년 내 상주인구 기준 도시화율 70% 도달을 목표로 내세우고, 농촌 인구의 도시 이전 가속화를 핵심 과제로 규정
  - (주요 내용) ▲ 호적제도 규제 완화, 상주인구 기준으로 사회복지제도 개혁, ▲ 산업 클러스터 조성 등을 통해 新 도시권 구축, ▲ 지역 일체화 촉진, ▲ 도시 인프라 및 보장형 주택 건설 가속화 등 추진
  - \* 2023년 중국 상주인구 기준 도시화율 66.16% 달성
- **(부동산 살리기) 지원 정책 패키지를 통해 부동산 경기 침체 방어**
  - 지속되는 부동산 경기 침체를 방어하기 위해 정부는 ▲ 대출 금리 인하, ▲ 금융 지원 확대, ▲ 지방정부의 구매·판매·가격 제한 완화, ▲ '화이트 리스트'\* 프로젝트 대출 규모 확대 등 다양한 활성화책 마련
  - \* 경영난에 직면한 우량 부동산업체에 유동성을 지원하기 위한 정책으로, '화이트 리스트'에 포함된 프로젝트는 시중은행의 대출 지원을 받을 수 있으며, 2024년 대출 규모를 4조 위안으로 확대
  - 2024년 상반기 전국 180여 개 도시에서 부동산 구매 제한 완화·철폐, 주택 구매 시 계약금 최저한도 하향 등 총 360여 개 부동산 대책을 제정, 시행
  - 베이징·상하이·광저우·선전 등 4개 일선(一线) 도시와 하이난성, 톈진시의 일부 구역을 제외하고, 부동산 구매 제한이 모두 철폐됨
  - \* 베이징·상하이·톈진 등의 지역도 점차적으로 부동산 구매 제한을 완화하고 있는 추세
- **(산업의 고수준 발전) 전통 제조업의 고도화 및 미래 산업의 혁신적 발전 추진**
  - 중국 정부는 산업·공급망 안전 확보, 제조 강국 건설을 가속화하기 위해 전통 제조업의 전환과 업그레이드 가속화 추진
  - 또한, 정보통신, 소재, 에너지, 의료, 항공우주 등 미래 산업의 발전을 중점 추진
- **(산업 구조조정) 산업 고도화 수요에 맞춰, '2024년판 산업 구조조정 지도 목록'의 '장려 산업'에 신흥 산업 추가해 산업 발전을 독려**
  - 2024년 2월부터 시행된 '지도 목록'의 장려 산업에 '스마트 제조, 농기계 장비, NC 공작기계, 네트워크 안전' 등 신흥 산업을 추가
  - 소방, 건축 등 분야 중 녹색 개발에 부합되지 않은 항목은 제한 및 도태 산업에 추가
  - \* '산업 구조조정 지도 목록'은 내·외자 기업에 동일하게 적용되는 투자 가이드라인으로, 2005년 최초 발표된 이래 2011년, 2013년과 2019년 총 3차례 수정을 거침

### 〈산업 고수준 발전 관련 정책〉

발표일자	정책명	주요 내용
2023.12.29	'전통 제조업의 전환과 업그레이드 가속화 관련 지도 의견'	- (목표) 2027년까지 ▲ 전통 제조업의 첨단화·스마트화·녹색화·융합발전 수준 확고히 제고, ▲글로벌 분업에서의 경쟁력 더욱 강화, ▲공업기업의 디지털화 R&D 설계도구의 보급률과 핵심 공정의 수치 제어율이 각각 90%, 70% 이상 도달, ▲공업 고체폐기물의 종합 이용률 57% 이상 도달 등
2024.1.29	'신형 공업화 추진 및 미래 산업의 혁신적 발전을 가속화하기 위한 시행 의견'	- (목표) 2025년까지 ▲ 미래 산업의 기술 혁신, 산업 육성, 안전 거버넌스 등 전면적으로 발전, ▲100개의 핵심 기술 돌파, 100개 선도기업 육성 등; 2027년까지 ▲ 미래 산업의 종합 역량 대폭 향상, ▲ 일부 산업 세계 최고 수준 도달, ▲ 핵심 기술 수준 제고, ▲ 신기술, 신제품, 새로운 모델 응용 보편화 등
2024.2.1. (시행)	'2024년판 산업 구조조정 지도 목록'	- 2024년판 목록은 장려류 352개, 제한류 231개, 도태류 422개 총 1,005개 항목으로 구성 - ▲ 제조업의 첨단화·스마트화·녹색화 촉진, ▲ 전략적 신흥 산업 발전 촉진, ▲ 핵심 기술, 에너지, 공급망 등 영역의 단점 보완, ▲ 양질·고효율 서비스 산업 체계 구축에 초점 등
2024.3.27	'범용 항공 장비 혁신 및 응용 실시 방안 (2024~2030년)'	- (주요 목표) 2027년까지 ▲ 범용 항공 장비의 공급 및 과학기술 혁신 능력 대폭 향상, ▲ 현대화 범용 항공의 기초 지원 시스템 구축, ▲ 무인화·전동화·스마트화의 신형 항공 장비가 운송, 응급구조 등에서의 상업화 응용 실현; 2030년까지 ▲ 프리미엄화·스마트화·녹색화의 범용 항공 산업 발전의 새로운 모델 구축, ▲ 1조 위안 규모의 저고도 경제(低空经济) 시장규모 형성 등
2024.8.3	'서비스 소비 고수준 발전에 관한 의견'	- 서비스 개방 확대, 서비스 품질 제고, 서비스 소비 환경 개선 등을 추진 - ▲ 외식·숙박·가사·돌봄·문화·오락·관광·스포츠·교육 서비스 수요 발굴, ▲ 디지털·녹색·건강 소비시장 확대를 위해 정부 차원에서 ▲ 브랜드 육성, ▲ 국가표준/인증 체계 구축, ▲ 인프라 건설, ▲ 관리감독 강화, ▲ 재정·세무·금융 지원 강화 등을 추진할 것을 요구

자료: 중국 정부 발표 근거하여 KOTRA 베이징 무역관 정리(2024.8월)

- **(대외 개방) 부진한 중국 투자 상황 개선, 국제 투자 환경에서의 입지를 강화하기 위한 정부 차원의 '고수준 대외 개방' 입장 견지**
  - 중국 정부는 대외 개방 확대를 위해 ▲ 인적 교류 확대, ▲ 외국인의 중국 방문 편의화 추진, ▲ 무역 협력 지원, ▲ 외자 유치 확대, ▲ 제조업 분야 외자 진입 제한 철폐, ▲ 국경 간 서비스 무역 개방 확대 등 추진
  - 외국인 직접투자 부진 속 중국 정부는 법제도·시장체제 정비, 경영환경 개선에 무게를 두고 고수준 개방형 경제체제 개혁을 심화할 것으로 예상
- **(투자 유치) 첨단, 녹색 산업 등에 대한 외국 투자 유치 더욱 확대 예상**
  - 녹색·디지털 경제, 인공지능(AI), 에너지, 의료·바이오, 통신, 교육 등 산업에서의 외국인 투자 개방을 확대할 것으로 예상
  - '2024년판 외상 투자 진입 특별관리조치(네거티브 리스트)'는 제조업 분야의 외자 진입 제한을 전면 철폐

### 〈중국 대외 개방 관련 최신 정책〉

발표일자	정책명	주요 내용
2024.1	외국인 중국 방문 5가지 편리화 조치	- (내용) ▲ 무역 협력, 방문, 투자/창업, 친지 방문, 사적사무 처리 등 비(非)외교·공무적 활동의 외국인에 대한 도착비자 신청조건 완화, ▲ 베이징, 상하이, 항저우 등 9개 허브 공항은 24시간 내 환승 출국 시 출국 수속 면제, ▲ 비외교 목적의 재중 외국인은 합리적인 사유로 체류 기간 연장 시 가까운 곳, 편리한 지역의 공안기관 출입국관리국에서 신청 가능, ▲ 여러 차례 출입국 시 복수 입국비자 신청 가능, ▲ 재중 외국인의 비자 증명 신청 간소화 등
2024.2	신에너지차 무역· 대외 협력 지원 방안	- 구체적으로 ▲ 중국 신에너지차 및 관련 부품 생산기업의 해외 R&D센터 설립 및 A/S 체계 구축 장려, ▲ 중국기업의 해외 물류 체계 구축 지원 등을 통해 수출 촉진, ▲ 대출, 수출신용보험, 외환거래, 위안화 결제 등 금융 지원 강화, ▲ 중국산 제품에 대한 해외 각국의 수입 규제 대응, ▲ 국내외 기업 협력 촉진, 등 내용 포괄
2024.3	고수준 외자 유치 확대 행동방안	- (내용) 5개 분야, 24개 조치로 구성됐으며 ▲ 외자 진입 규제 완화, ▲ 내·외자 동일 원칙 하에 정책 지원 강화, ▲ 공정한 경쟁환경 조성, ▲ 해외 기업이 입국 편리화, ▲ 경제무역 규칙 수준 제고 등
2024.4	부가 전자통신 업무 대외 개방 시범지역 확대	- 베이징 서비스업 개방 확대 종합시범구, 상하이자유무역시험구, 하이난 자유무역항, 선전선행시범구 등 4곳을 '부가 전자통신업(增值电信业务)' 개방정책 시범 시행지역으로 지정 - 지정 시범지역에서 IDC, CDN, ISP, 온라인 데이터 처리 및 거래 처리, 정보 서비스 중의 정보 발표 플랫폼과 전송 서비스, 데이터 보호 및 처리 서비스 업무의 외국인 투자 비율 제한을 철폐
2023~2024	무비자 체류 시행	- 호주, 뉴질랜드, 폴란드, 프랑스, 독일, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 말레이시아, 스위스, 아일랜드, 헝가리, 오스트리아, 벨기에, 룩셈부르크 등 국가에 대해 최장 15일간 무비자 혜택 제공
2024.9	2024년판 외국인 투자 특별관리 조치 (네거티브 리스트)	- 기존 제조업 분야의 출판물 인쇄(중국 측 지분 통제)와 한약차 찌기·볶기·뜨기·굽기 등 가공 기술의 응용 및 한약 비밀 처방 제품의 생산(투자 금지) 등 2개 항목을 삭제하여 제조업 분야 제한 전면 철폐

자료: 중국 정부 발표 근거하여 KOTRA 베이징 무역관 정리(2024.8월)

□ (규제 환경) 국가안보 강화 기조에 따라 핵심 광물 등 수출 통제 강화, 탄소중립과 경제체제 개선 수요에 따라 환경보호 및 산업 규범화 추진

• (수출제도) 중국 정부는 수출 품목을 관리하는 동시에, 여러 제도를 통해 통제 실시

- 중국 정부는 수출 품목(화물+기술)을 1) 수출 금지 품목, 2) 수출 규제 품목, 3) 자유 수출 품목 등 3가지로 나눠서 관리하고 있으며, 법률·행정법규·규정·조치 등을 통해 수출 관리 및 수출 통제 시행

〈중국 수출 금지·규제 품목 구분 (2024년 기준)〉

구분	관리	수출 시 필요 증서	주요 품목
수출 금지	수출 금지 화물 목록	수출 금지	- 호랑이 뼈·사향·코뿔소 뿔·마황·천연 우황 등 야생동물 관련 품목, 희귀 약재와 오존층 파괴 물질 등
	수출 금지 기술 목록	수출 금지	- 인간 세포 복제, 희토류 제련·가공·첨가 등 24개
수출 규제	수출 제한 기술 목록	기술 수출허가증	- 연(담배)초 재배 기술, 희토류 채광 기술, 탄소섬유 가공 기술 등 110개 항목
	수출 할당 관리 목록 에너지 품목 (리스트 없음)	쿼터 증명서와 수출허가증	- 옥수수, 쌀, 밀, 옥수수가루, 쌀가루, 밀가루, 목화, 톱재, 살아있는 소·돼지·닭, 석탄, 석유, 정제유, 안티몬 및 그 제품, 텅스텐 및 그 제품, 은, 인광석 등
	수출허가증관리 목록	수출허가증 또는 이중 용도 물품· 기술 수출허가증	- 농축산물, 광물, 희토류, 에너지 자원, 오존층 파괴 물질 등 914개 품목
	이중 용도 물품 및 기술 수출허가증 관리 목록	이중 용도 물품· 기술 수출허가증	- 핵, 생물 이중 용도, 화학무기 제조 가능 물품, 상용 암호화 등 920개 품목
	상무부 등 관련 부처 공고	수출허가증 또는 이중 용도 물품· 기술 수출허가증	- 요소, 갈륨, 게르마늄, 흑연, 무인기, 안티몬 등

자료: 중국 정부 발표 근거하여 KOTRA 베이징 무역관 정리(2024.8월)

• (수출 규제) 주요국의 對中 견제 심화에 따라 중국은 자국 산업 및 전략적 자원 보호를 내세워 핵심 광물산업에 대한 통제를 진행해왔으며, 지속 강화할 것

- 특히 글로벌 공급망 내 비중이 높은 핵심 소재 및 기술의 수출 관리, 생산 비중이 큰 전략 광물의 자원 개발과 해외 유출 통제를 강화\*하는 추세

\* 2024년, 중국 당국은 안티몬 및 초경질 재료 관련 제품(8.15.), 고정밀 관성측정장비(7.31.), 항공우주 및 선박 분야 관련 제품(5.30.) 등의 수출 통제 조치 실시

- 중국은 2024년 10월 1일부터 '희토류 관리 조례'를 시행하여 희토류 채굴\*, 제련·분리, 금속 제련, 재활용, 희토류 제품의 유통·수출입 등 전체 산업망·공급망에 대해 관리 및 통제할 예정

\* 중국은 희토류 광산의 무분별한 개발을 통제하기 위해 국유기업 중심으로 희토류 산업을 재편하고, 매년 희토류 생산 총량을 국유기업에게 할당함. 2024년은 채굴 쿼터 27만 톤, 제련 쿼터 25만 4천 톤 할당

- 2024년 12월 1일부터 '이중 용도 품목 수출 통제 조례'를 시행하여, 국가안보 및 국제적 의무에 따라 이중 용도 수출 통제를 유연하게 적용할 수 있도록 제도적 근거 마련

### 〈중국의 對中 압박 맞대응 조치 관련 법·제도〉

법규/제도	시행	외국의 對中 제재	맞대응 조치
‘신뢰할 수 없는 실체 리스트’ 제도 도입	2020.9	- 중국 국가 주권, 안보, 발전을 저해하는 행위 - 시장 거래 원칙 위반, 중국기업의 합법적 권익 침해 등	- 리스트에 이름 올린 외국기업/조직/개인의 수출입 금지/제한 - 투자 금지/제한 - 입국 금지/제한 - 관계자 체류 금지/제한
〈수출통제법〉	2020.12	- 수출 규제를 남용해 중국의 국가안보 및 이익을 훼손	- 상응한 조치
‘외국 법률 및 조치의 부정당 역외 적용 저지 방법’	2020.1	- 외국의 법률/조치가 국제법 및 국제관계 기본규칙을 위반하여 중국기업의 정상 무역/거래를 저해하고 합법적 권익을 침해	- 중국 당국은 ‘해당 법률/조치를 승인, 집행, 준수해서는 아니 된다’는 내용의 금지명령 발령 - 중국 국민이 금지명령을 위반한 경우 경고/시정명령/벌금 등 처벌 - 금지명령을 위반한 외국기업 대상 손해배상 청구
〈외국인투자 안전심사방법〉	2021.1	- 외국인 투자의 중국 국가안보와 이익에 미치는 영향 심사 및 평가 제도를 도입함으로써 외국인 투자기업에 대한 관리를 강화	
〈反외국제재법〉	2021.6	- 외국 정부가 국제법 및 국제관계 기본 규칙을 위반하고 중국의 발전을 억제하며 중국 국민/조직에 대해 차별적 제한조치를 실시하거나 중국의 내정을 간섭할 경우 - 중국의 주권/안보/발전 이익을 침해하거나 관련 조치를 시행/협력/ 지원할 경우	- 입국 거부, 체류 자격 제한 및 취소 등 - 중국 내 자산 동결 - 거래 금지/제한 - 중국기업/개인 대상 차별적 제한조치를 실시한 기업/개인 대상 손해배상 청구
〈관세법〉	2024.1	- 중국산 제품 대상 차별적 관세 조치	- 상호주의 원칙에 따라 상응 조치 - 수출입 관세 징수·납부 및 관련 부처의 직무를 법제화하고 對中 추가 관세 부과에 맞대응할 수 있도록 법적 근거 마련
〈이중 용도 품목 수출 통제 조례〉	2024.12	- 이중 용도 품목의 정의·수출통제 대상, 수출 관리 및 통제 체계 및 수출 허가 프로세스, 최종 사용처 및 용도 관리, 위반 시 처벌 규정 등 명확화 - 이중 용도 수출 통제를 국가 안보와 연결시켜 통제 대상을 기존의 군사 용도 중심에서 범국가 안보 관련 품목(데이터 등)으로 확대	

자료: 중국 상무부 발표 의거하여 KOTRA 베이징 무역관 정리(2024.8월)

#### • (수입 규제) 중국은 EU·미국 등 주요국 대상 반덤핑관세 부과 등 수입 규제 실시

- 중국은 2024년 EU산 브랜드 대상 임시 반덤핑 조치 시행, EU산 돼지고기·유제품 등에 대한 반덤핑 조사를 실시하는 등 EU의 중국산 전기차 추가 관세 부과에 맞대응하는 수입 규제 시행
- 中 당국은 미국산 프로피온산에 대해서도 2024년 4월 반덤핑 조치를 시행, 일각에서는 미국이 중국의 해운, 물류, 조선 산업에 내린 301 조사에 대한 보복 조치라고 평가

• **(산업 규범화) 중국 당국은 시장 질서 및 산업의 고수준 발전을 위해 주요 제품 및 산업의 규제·규범 및 표준화 정책 발표**

- 리튬 배터리와 같이 시장 수요가 큰 산업의 맹목적인 생산능력 확장 억제, 기술력과 품질 제고, 안전성 등을 위해 CCC 강제 인증 등 규범화 정책 지속 개정
- 특히 첨단 산업의 표준체계 구축 및 업그레이드, 통용 기준 명확화 등을 통해 산업의 규범화 발전과 글로벌 스탠다드화를 지속 추진할 것으로 예상

※ 참고: 중국 강제 인증 제도

- (개요) 강제 인증(China Compulsory Certification, 이하 'CCC 인증'으로 약칭)은 중국 소비자 및 환경보호를 위해 실시하는 일종의 강제성 상품 검사 제도
  - CCC 인증 관리 대상 품목은 인증을 취득하지 않았거나 인증마크를 부착하지 않으면 중국으로의 수출, 통관, 출고, 판매 모두 불가
- (대상) 중국은 2024년 기준 16개 유형의 96개 품목에 대해 CCC 인증 관리 시행
  - 이 중 19개 품목은 공장 심사를 생략하는 '자아성명' 방식으로 관리

〈CCC 인증 대상 16개 유형〉

1. 전기선 케이블	9. 조명기기
2. 전기회로 스위치 및 보호/접속용 전자기기장치	10. 자동차 및 부품
3. 저압 전자제품	11. 농기구
4. 소형 전자모터	12. 소방제품
5. 전동 기구	13. 건축자재
6. 전기 용접기	14. 유아용품
7. 가정용 및 유사 용도 설비	15. 방폭 전자기기
8. 전자제품 및 안전부품	16. 가정용 가스 연소기구

자료: CNCA(국가인증감독위원회)

□ **(ESG) 중국은 ESG 체계 구축 및 감독·관리가 강화되는 추세**

- **(체계 구축) 탄소중립 목표 실현 및 중국식 현대화 건설의 고품질 발전을 위해 중국의 ESG 체계 구축 가속화**
  - 중국 당국은 기업의 ESG 정보 공개를 중시하고, 기업이 자체적으로 ESG 관리 체계를 구축하여 지속가능한 경영과 고품질 발전을 추진하도록 장려
  - 중국의 ESG 관련 정책은 기본적으로 중국 특색에 부합되는 관련 요구를 제시
  - 이에 따라 기업은 녹색, 에너지 절약, 탄소 배출 감소, 공동 부유, 농촌 진흥, 일대일로, 당 건설 등 중국 특색을 가진 ESG 관련 업무를 보고서에 작성

• (관리 감독) 중국 금융당국은 2026년부터 상장기업의 ESG 보고서 공시 의무화

- 2024년 상하이·선전증권거래소는 상장회사의 ESG 보고 관련 가이드를 발표하고, 상장회사\*가 2026년까지 ESG 보고서를 공시할 것을 의무화

\* 상하이180지수(SSE 180), 상하이커황반50(SSE STAR 50), 선전100(SZSE 100), 황예반(GEM) 지수 등 중국 주요 벤치마크 지수에 편입된 상장회사

- 2024년 상반기 기준 총 2,124개의 A주식 상장기업이 2023년도 ESG 보고를 공개하였으며, 이는 전체 A주 상장사의 39.9% 차지하는 수준

\* 2023년 상반기 기준 A주 상장사의 30%인 1,700개의 A주식 상장기업이 ESG 보고 공개

- 아울러 중국 당국은 '녹색 및 저탄소 발전 관련 가이드(2023년)' 등을 통해 국유기업이 ESG 투자 및 관리를 적극적으로 수행하도록 요구 강화

• (규제 심화) 다양한 규제 정책을 통해 환경보호 및 각 산업의 규범화 촉진

- '2024년판 녹색·저탄소 전환 산업지도목록'을 발표하여 ▲산업의 녹색·저탄소 전환 가속화, ▲정책 지원 강화, ▲법·제도 정비, ▲생태환경 복원, ▲녹색 서비스 등을 추진할 것을 강조

- 아울러 광물 자원의 녹색 개발 및 환경보호, 기업에 대한 환경 영향 평가, 오염물질 배출 기준 및 허가제, 광산 환경오염 점검\* 등을 추진하고 있음

※사례: 산시성(山西省) 안전생산·에너지 주관 부처, '省内 탄광에 대한 전문 점검 시작' 발표('24.2.8)

\* 공고문: [https://yjt.shanxi.gov.cn/zw/gk\\_0/zfxxgk\\_78327/fdzdgnr\\_78331/tzgg/yjtzgg/202402/P020240208412799579753.pdf](https://yjt.shanxi.gov.cn/zw/gk_0/zfxxgk_78327/fdzdgnr_78331/tzgg/yjtzgg/202402/P020240208412799579753.pdf)

- (배경) 지난 몇 년간 전국 에너지 공급 보장을 위해 중국 최대 석탄 생산기지인 산시성이 석탄 생산량을 대폭 늘리며 생산 과부하, 생산시설 불법 증축 등 문제 발생

- (일정) 2월 기업 자체 점검 및 보고, 3~5월 시(市)급 주관 부서 점검 및 성(省)급 감독 동시 진행

- (점검 대상) 생산능력 과부하, 고강도 생산, 정원을 초과한 생산, 미등록 생산시설 등

\* ▲생산량이 생산능력(정부 심사 및 허용 기준)의 10%를 초과, ▲안전생산시설 미비, ▲작업 인원수가 정부 기준의 20% 초과, ▲작업 데이터를 관련 시스템에 업로드하지 않았거나 설계도 및 기업의 등록 보고에 부합되지 않는 생산시설이 존재하는 경우 등이 적발될 시 즉시 생산을 중단하고 시정해야 함

## 2. 시장 분석

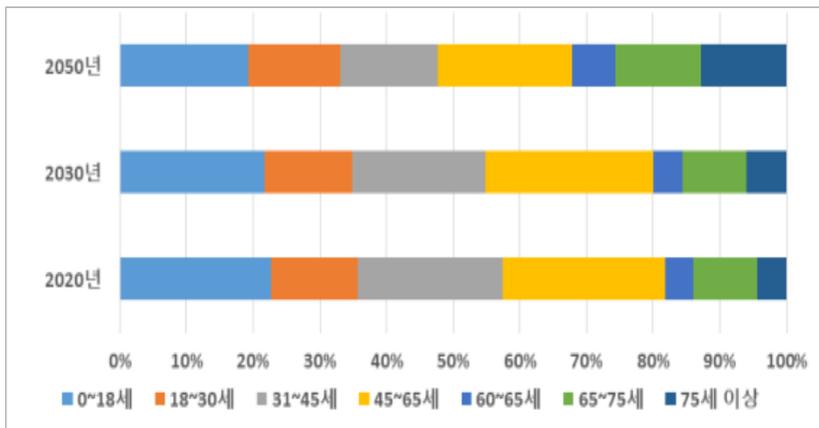
- ※ (시장 특성) 경제성장 둔화와 대내외 경기 불안으로 소비 패턴 변화, '신삼양' 주도 섹터의 시장 견인
- ※ (교역) 상반기 교역액 전년 동기 대비 소폭 증가하며 대외무역 회복세
- ※ (투자) 대외 개방 고도화 조치를 통한 외국인 투자 유치 확대 모색
- ※ (프로젝트) 첨단 제조업 프로젝트 확대 및 스마트시티 프로젝트 추진 가속화

### 가. 시장 특성 및 전략적 가치

□ 고령화, 저출산, 1인 가구 등 사회구조 변화에 따른 실버산업, 반려동물산업, 맘코노미 시장 성장세 뚜렷

- (실버산업) 2023년 전체 인구 중 65세 이상 인구 비중이 15.4%(2억 1,700만 명)인 고령사회로 실버산업 규모가 7조 1,000억 위안에 달함
  - 특히 △가정용 의료기기 △가사도우미 서비스 △실버관광 △실버패션 △건강기능식품 등 5개 분야의 성장세 뚜렷
- (맘코노미) 저출산 심화 속 젊은 부모들의 영유아·산모 제품 수요 프리미엄화
  - 2030 젊은 부모들의 높은 구매력(1인당 가처분 소득 및 소비 지출 증가)을 바탕으로 영유아·산모 제품에 대한 수요 역시 고급화 및 세분화 추세
  - \* '23년 영유아용 이유식 시장 규모는 422억 위안, 영유아용품 시장 규모는 3,014억 위안에 달함

〈중국 인구구조 변화 전망〉



자료: AgeClub(2024년 8월)

〈2013~2023년 중국 출생 인구 및 출생률 추이〉



자료: 중국 국가통계국(2024년 8월)

〈2020~2023년, 2024년 상반기 중국 1인당 가처분 소득 및 소비 지출〉

(단위: 위안, %)



자료: 중국 국가통계국(2024년 8월)

• (펫코노미) 1인 가구 증가 및 핵가족 확산으로 반려산업 성장 지속

- 2023년 반려산업 규모는 5,928억 위안으로 전년 대비 20.1%의 성장세 보임

□ 경제성장 둔화에 따른 '이성(理性), 옌즈(颜值), 귀차오(国潮), 웨지(悦己)' 소비가 新 소비 트렌드로 부상

• (이성 소비) 주 소비층으로 부상한 MZ세대의 '요노(Yo-No, 불필요한 지출 최소화)'가 두드러짐에 따라

△ 중고거래 △ 금테크 △ 할인소매업 △ 공유경제 △ 밀키트 등의 합리적 소비 형태 증가

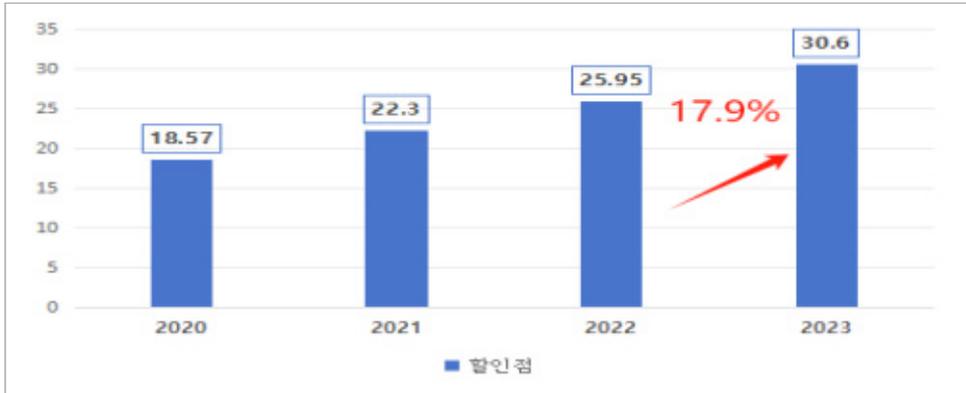
- 2023년 할인소매업 시장 규모는 30억 6,000만 위안으로 전년 대비 17.9% 증가

- 중국 최대 중고거래 앱 '시옌위(闲鱼)'의 올해 앱 유저 수는 5억 명, 일 평균 거래액 10억 위안 돌파

- 2023년 중국 금 매출량은 1,089.69톤으로 전년 대비 8.78% 증가

### <2019~2023년 중국 할인점 시장 규모>

(단위: 억 위안)



자료: 어우루이(2024년 8월)

- (엔즈·애국 소비) SNS에 민감한 MZ세대 중심으로 ‘엔즈(颜值, 외모 중심의 소비활동 경제) 소비’와 ‘귀차오(애국 소비) 성향 확대
  - 뷰티 및 피트니스 시장으로 대표되는 '23년 엔즈 시장 규모는 3조 7,000억 위안으로, 특히 젊은 남성 소비자들의 시장 유입세 뚜렷
  - 애국 소비 성향으로 중국 로컬 화장품 브랜드의 약진 두드러져 전년 동기 대비 매출액 8.8% 증가
    - \* 로컬 화장품 브랜드 Judydoll(橘朵)의 '23년 매출액은 16억 7,000만 위안으로 전년 대비 66% 큰 폭 증가
- (웨이 소비) 웰빙을 중시하는 라이프스타일로 가심비를 추구하는 ‘웨이(悦己, 자신을 위한 소비) 소비 패턴으로의 변화
  - 웨이 소비의 대표적인 제품인 건강기능식품 시장, 스킨케어 시장의 '23년 매출액은 전년 대비 각각 14.3%, 12.3% 증가

### <2019~2024년 중국 엔즈 경제 시장 규모>

(단위: 조 위안)



자료: Quest Mobile(2024년 8월)

□ 신성장동력 '신삼양(新三样)'의 약진과 '24년 상반기 정부의 이구환신(以旧换新) 정책 추진으로 내수시장 호조 견인

- '신삼양(신에너지차·리튬전지·태양광발전)'으로 대표되는 녹색 에너지, 첨단 제조업 시장의 약진이 중국 전체 성장 견인
  - 2023년 3대 산업의 대외 수출액은 1조 600억 위안으로 전년 동기 대비 30% 증가하여 중국 신성장 모멘텀으로 작용

### 〈2023년 중국의 '신삼양' 시장 규모〉

산업	시장규모	글로벌 점유율	특징
태양광	1조 7,500억 위안 (총생산액)	70%	- 중국 내 태양광 에너지 프로젝트 건설 투자 비중 지속 확대 * '23년 태양광 신규 설비 규모는 전년 동기 대비 148.1% 증가한 216.88GW에 달함 - 태양광 모듈 생산량은 16년 연속 세계 1위 유지. 폴리실리콘, 웨이퍼 등 생산량은 전 세계 80% 이상 차지
신에너지차	949만 5천 대 (판매량)	60%	- '23년 중국 신에너지차 판매량은 전년 대비 37.9% 증가, 4년 연속 최고치 경신 - 중국 로컬 브랜드의 중국 승용차 시장 점유율 '21년 44%에서 '23년 55.9%로 급성장
리튬전지	940GWh (생산량)	75%	- 글로벌 신에너지차 시장 호황으로 리튬전지 및 핵심 소재 수요 증가 및 생산량 확대 * '23년 소비자전지배터리, 동력배터리, 에너지저장 장치(ESS) 배터리 생산량은 각각 80GWh, 675GWh, 185GWh 기록

자료: Euromonitor, 중국 국가에너지국 등 자료를 KOTRA 상하이 무역관 정리(2024년 8월)

- **침체된 소비와 투자를 진작시키기 위해 자동차, 가전제품, 부동산 등의 '넓은 제품을 신제품으로 교체'하면 보조금을 지원하는 이구환신 정책 추진**
  - 상반기 주요 전자상거래 플랫폼의 냉장고, 세탁기, 휴대전화, TV의 매출액은 전년 동기 대비 각각 82.1%, 70.4%, 63.9%, 54.3% 증가
    - \* 중국 로컬 가전가구 브랜드 거러전기(格力电器), 메이디(美的), 하이신가전(海信家电) 등의 매출액 증가

□ 온라인 유통 판매 채널 다각화로 온라인 소비 지속 증가

- 징둥(京东) 등 전통 전자상거래 플랫폼과 틱톡(抖音), 콰이쇼우(快手), 샤오홍슈(小红书) 등 숏폼 형태의 전자상거래 플랫폼 등장으로 온라인 소매 판매 비중 확대
  - 상반기 온라인 소비재 소매액은 5조 9,700억 위안으로 전년 동기 대비 8.8% 증가하여, 전체 사회 소비재 소매판매액(23조 5,969억 위안)의 25.3% 차지

### 〈2018~2023년 중국 소비재 온라인 소매액 규모 및 증가율〉

(단위: 조 위안, %)



자료: 중국 국가통계국, iResearch(2024년 8월)

## 나. 교역

□ 2024년 상반기 중국 수출입 규모는 21조 1,700억 위안으로, 전년 동기 대비 6.1% 증가하며 3조 900억 위안 무역 흑자 기록

- 수출액은 12조 1,300억 위안으로 전년 동기 대비 6.9% 증가, 수입액은 9조 400억 위안으로 전년 동기 대비 5.2% 증가
  - 전년 동기 대비 ▲전기기계(25.6%), ▲자동차(22.2%), ▲선박(91.1%) 수출액의 큰 폭 증가와 크로스보더 전자상거래 활성화가 교역액 증가 견인
- 2024년 상반기 중국의 최대 교역국은 미국(2조 2,920억 위안), 한국(1조 1,260억 위안), 일본(1조 557억 위안) 순으로 나타남
  - (수출) 1위 미국, 2위 홍콩, 3위 베트남 순이며, 상위 10개국 수출액은 전체 수출액의 48.3% 차지
  - (수입) 1위 대만, 2위 한국, 3위 미국 순이며, 상위 10개국의 수입액은 전체 수입액의 49.7% 차지

### 〈2024년 상반기 주요국/지역별 수출입 동향 및 전년 동기 대비 증감률〉

(단위: 억 위안, %)

순위 (총액기준)	국가	수출입		수출		수입	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	미국	22,920.1	2.9	17,140.4	4.7	5,779.7	-2.0
2	한국	11,259.7	7.6	5,169.5	-0.6	6,090.2	15.7
3	일본	10,556.9	-2.3	5,264.5	-3.4	5,292.4	-1.2
4	홍콩	10,315.7	14.6	9,701.7	14.2	614.1	22.1
5	대만	9,424.9	11.1	2,558.2	15.2	6,866.7	9.6
6	베트남	8,791.8	24.4	5,529.1	26.5	3,262.7	21.0
7	러시아	8,299.5	4.6	3,668.1	1.8	4,631.4	6.9
8	호주	7,785.7	-2.1	2,428.2	-2.0	5,357.5	-2.2
9	말레이시아	7,119.5	14.0	3,444.4	16.2	3,675.2	12.1
10	독일	6,963.0	-4.3	3,638.8	2.1	3,324.3	-10.4

자료: 중국 해관총서(2024년 8월)

### 〈중국의 최대 교역국/지역 순위 변화 추이〉

순위	2024년 상반기	2023	2022	2021	2020	2019
1	미국	미국	미국	미국	미국	미국
2	한국	일본	한국	일본	일본	일본
3	일본	한국	일본	한국	한국	홍콩
4	홍콩	홍콩	대만	홍콩	홍콩	한국
5	대만	대만	홍콩	대만	대만	대만

자료: 중국 해관총서(2024년 8월)

### 〈중국의 최대 교역국 주요 현황〉

(단위: 억 위안, %)

국가	변동추이(2019년~2023년, 2024년 상반기)	특징
미국		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '24년 상반기 미·중 교역액은 2조 2,920억 위안으로 전년 동기 대비 2.9% 증가</li> <li>○ '23년 미·중 교역액은 4조 6,726억 위안으로 전년 대비 6.6% 하락</li> <li>- 對미 주요 수출 품목은 전기·전자, 음향 장비 부품이 총수출액의 42.5%, 완구·가구 등이 12.1% 차지</li> <li>- 對미 주요 수입 품목은 광물연료·광물유 및 증류물이 총수입액의 13.4%, 곡물, 채유, 종자, 공업 및 의약품 식물 등이 10.8%, 전기·전자 및 음향장비·부품이 8.5% 차지</li> </ul>
한국		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '24년 상반기 對韓 교역액은 1조 1,260억 위안으로 전년 동기 대비 7.6% 증가</li> <li>○ '23년 한·중 교역액은 2조 1,848억 위안으로 전년 대비 8.7% 하락</li> <li>- 對韓 주요 수출 품목은 전자 음향 설비 및 부품, 무기화학품이 총 수출액의 39.2%, 철강과 그 제품, 플라스틱과 그 제품 등이 14.6%</li> <li>- 對韓 주요 수입 품목은 전기기계 및 장비와 부품, 플라스틱과 그 제품, 유기화학물 등이 총수입액의 66.5%</li> </ul>
일본		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '24년 상반기 對일 교역액은 1조 557억 위안으로 전년 동기 대비 2.3% 하락</li> <li>○ '23년 중·일 교역액은 2조 2,385억 위안으로 전년 대비 5.7% 하락</li> <li>- '23년 對일 주요 수출 품목은 전기기계제품, 방직품 및 원단 등이 총 수출액의 29.2%</li> <li>- '23년 對일 주요 수입 품목은 전기기계 및 장비부품, 철도용이나 궤도용 외의 차량과 그 부분품·부속품, 광학기기, 플라스틱과 그 제품 등이 총 수입액의 40.7%</li> </ul>

자료: 중국 해관총서, KITA, KOTRA 상하이 무역관 정리(2024년 8월)

□ (무역장벽) 품목별 다양한 비관세 장벽 및 수입 금지·제한 품목이 있어 유의

- (비관세장벽) 상품 등록, 라벨 표시, 인허가 취득, CCC 인증, 라벨 검사 등이 있으며 품목별로 상이한 요구 수준이 있음

\* 주: 품질안전강제인증제도인 CCC(China Compulsory Certification)는 전기·전자제품 등 17개 품목에 적용되며, 중국에 유통·판매되는 제품은 반드시 중국 인증기관으로부터 CCC 인증서 획득 후 마크 부착해야 함

- (수입 금지·제한) 2023년부터 자동차, 약품·화학품, 영유아 조제분유 관련 신규 수입 금지 및 제한 규제 조치 시행

〈주요 수입 금지 및 제한 조치 현황〉

산업	내용
약품, 화학품	- '23년 6월 6일부 <수입금지화물목록(제8차)> 발표 시행 - 시부트라민 함유 혼합 의약품, 9개 분류 총 20개 HS CODE 해당 제품 - 실험실 규모의 연구 혹은 표준 참조용으로 수입하는 경우는 제외
자동차	- '23년 7월 1일부 시행 - '국가6(国六)' 배출 기준 6b 단계에 부합하지 않는 자동차의 생산, 수입, 판매 금지 - 제조일, 수입일, 판매일 기준으로 적용 * '수입일'은 화물수입증명서의 운송일, '제조일'은 자동차 합격증상의 차량 생산날짜 기준, '판매일'은 자동차 판매 영수증상의 날짜 기준
식품, 화장품	- '23년 9월 1일부 <식품·화장품 과대 포장 제한에 관한 요구> 발표 시행 - 식품 31종 및 화장품 16종의 포장에 대해 포장 공간 비율, 포장 충수, 포장 비용 등 기준 규정
전자 용품	- '25년 5월 1일부 <상업용 가스연소기구 등 제품 강제 인증 관리 실시에 관한 공고> 발표 시행 예정 - 스쿠터 헬멧, 상업용 가스연소기구 등 7개 품목 CCC(강제 인증) 대상 지정

자료: KOTRA 상하이무역관 정리(2024년 8월)

□ (공급망) 핵심 자원 공급망 내재화를 통한 산업 안정화 및 글로벌 입지 강화

- 2019년부터 매년 상무부 주최 공급망 관리 연례 보고회를 개최하며, 공급망 디지털화 및 내재화를 통해 산업혁신과 경제발전 모색

- 차세대 주력산업의 핵심 원자재 보유국으로 자원 공급의 주도권을 확보하여 글로벌 영향력 확대  
- 2023년 12월 1일부 이차전지 음극재의 핵심 소재인 천연·인조 흑연 등 '이중 용도(군용·민수용으로 모두 쓰일 수 있음)' 품목에 대해 2024년 9월 15일부터는 배터리 소재인 안티몬에 대해 수출 통제 실시  
\* 구체적인 이중 용도 품목이 나열되진 않았으나, '24년 12월 1일부 이중 용도 품목에 대한 규제 대폭 강화 예고. 상무부 등 관련 부서가 국무원, 중앙군사위원회의 허가를 받아 수출 통제 품목과 정책 등을 결정하고, 이중 용도 품목의 수출사업자 등록 제도를 취소하여 이중 용도 품목의 수출 허가 절차와 규정, 책임 소재 강화

〈중국 주요 자원의 품목별 교역 동향〉

구분	'23년	세계 비중 (%)	'24년 1~9월					평균단가(위안화)		
	저장량 (톤)		생산량 (톤)	증감률 (%)	수출량	증감률 (%)	최대 수출국	'23년 1~9월	'24년 1~9월	증감률 (%)
수산화 리튬	300만 (리튬광석)	10.7	24.9만	36.6	9.9만	7.4	한국, 일본	32.3만	9만 (배터리용)	-72.2
								29.4만	7.9만 (공업용)	-73.2
탄산리튬			50.3만	64.6	2,684	-68.7	일본, 인도	30.2만	9.5만 (배터리용)	-68.5
								28.1만	9.1만 (공업용)	-67.8
전해 이산화 망간	2.8억 ('22년)	16.5 ('22년)	-	-	3.3만	4.6	인도네시아	1.68만	1.61만	-4.0
인광석	19억 ('22년)	2.6 ('22년)	8,318.8만	8.1	6.9만	-75.4	한국, 일본	842.7	906.6	7.6
안티몬 주괴	64만 (안티몬 정광)	30.0	5.2만	-11.6	3,834.1	-8.1	네덜란드, 벨기에, 일본	8.2만	12만	47.1
갈륨	19만 ('22년)	68.0 ('22년)	669.2	14.3	48.4	34.6	독일, 일본	1,833.7 (kg)	2,354.9 (kg)	28.4
게르마늄	3,500 ('22년)	41.0 ('22년)	75.4	-9.8	18.8	-45.7	러시아, 벨기에	1.20만 (kg)	1.21만 (kg)	0.8
마그네사이트	68,012만 ('22년)	8.5 ('22년)	-	-	199.6만	-31.9	인도네시아, 일본	470.3	516.1	9.7
형석	10,690만	38.2	165.6만	-13.3	15.1만	5.0	인도, 한국	3,288.1	3,721.4	13.2

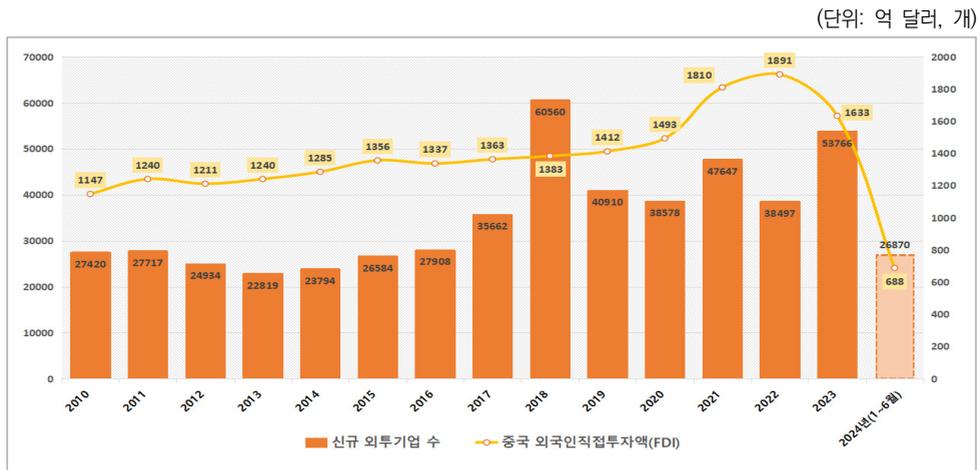
자료: BAIINFO, KOTRA 상하이 무역관 정리(2024년 10월)

## 다. 투자

□ 2024년 상반기 중국의 대외 직접투자는 전년 동기 대비 13.2% 증가, 대내 투자유치는 전년 동기 대비 29.1% 감소

- (투자 진출) 2024년 상반기 대외 직접투자 규모는 853억 달러로 전년 동기 대비 13.2% 증가했으며, '23년 투자액은 1,772억 9,000만 달러로 전년 대비 8.7% 증가
  - 2023년 대외 직접투자액의 분야별 규모는 임대 및 비즈니스 서비스(30.6%), 도소매(21.9%), 제조업(15.4%), 금융업(10.3%) 순
- (투자 유치) 2024년 상반기 FDI 규모는 4,989억 위안(약 688억 3,000만 달러)으로 전년 동기 대비 29.1% 감소. 신규 외투기업은 2만 6,870개사로 전년 동기 대비 14.2% 증가
  - 2023년 FDI 금액은 약 1,632억 5,000만 달러로 전년 대비 13.7% 감소, 신규 외투기업은 5만 3,766개사로 전년 동기 대비 39.7% 증가
  - \* 업종별로는 제조(27.9%), 과학 연구 및 기술 서비스(18.0%), 임대 비즈니스 서비스(16.2%), 소프트웨어 및 정보기술 서비스(10.1%), 부동산(7.2%), 도소매(6.1%), 금융(4.1%) 순

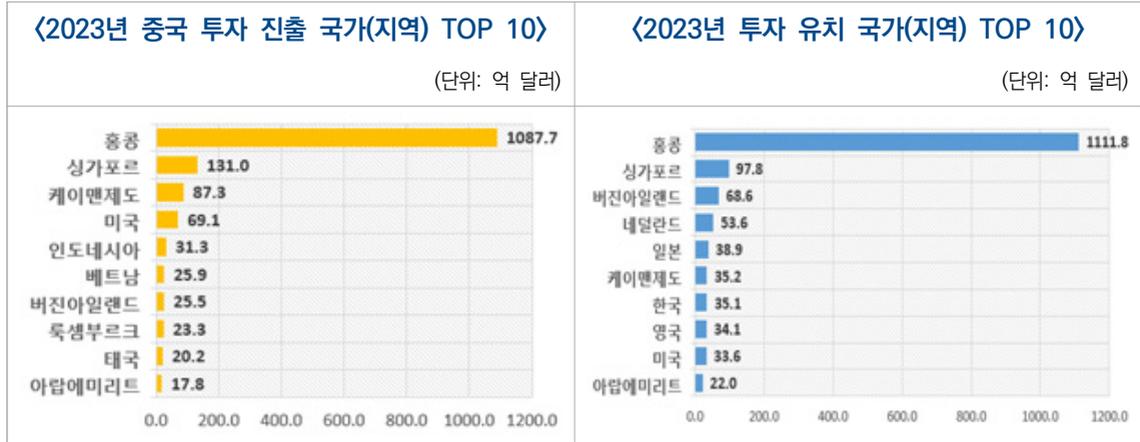
### 〈중국 내 외국인 직접투자(FDI) 규모 추이〉



자료: 중국 상무부(2024년 10월)

□ 국별로는 아세안 등 신흥국과 조세회피국(지역)과의 신규 투자 활발

- (투자 진출) 2023년 중국의 대외 투자 진출 상위 5개국(지역)은 홍콩, 싱가포르, 케이맨제도, 미국, 인도네시아 순
- (투자 유치) 2023년 對중 투자 상위 5개국(지역)은 홍콩, 싱가포르, 버진아일랜드, 네덜란드, 일본 순



자료: 중국 상무부(2024년 10월)

□ 적극적인 외국인 투자 유치를 위한 대외 개방 확대 및 제한 수준 대폭 완화

- 2024년 2월, 국무원 ‘대외 개방 고도화를 통한 해외자금 유치 확대 및 실제 외자 사용 행동방안’에서 외국인 투자 유치 환경 개선을 위한 조치 발표

〈대외 개방 고도화를 통한 해외자금 유치 확대 및 실제 외자 사용 행동방안〉

분야	주요 내용
외국인 투자 유치를 위한 대외 개방 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외투 진입의 네거티브 리스트 감축, 제조업에 대한 외투 제한 조치 전면 철폐, 의료·정보통신 분야 대외 개방 확대</li> <li>- 베이징시, 상하이시, 광둥성 자유무역시범구 내 외투기업의 유전자 진단치료, 기술개발, 응용 분야 시범지역 확대</li> <li>- 조건에 부합하는 외투 기관이 법에 따라 카드 결제 사업을 수행할 수 있도록 지원</li> <li>- 양로보험, 건강보험 등 시장 개방, 조건에 부합하는 해외 전문기관의 국내 투자 및 설립 지원</li> <li>- 국내 자본시장 진출 절차 개선을 통해 외투 금융기관의 중국 채권시장 진입 추진</li> </ul>
외투기업 지원 정책 강화 및 투자 유치 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘외투 장려 산업 목록’에 부합하는 하이테크, 에너지 절약 친환경 분야 지원 강화, 중서북지역 외투 우세 산업 목록에 부합하는 기초 제조업, 민생 소비 분야 등 지원 강화</li> <li>- 집적회로, 바이오의약, 첨단장비 분야 중점 외자 유치 프로젝트 목록에 포함해 정책 지원</li> <li>- 외투기업이 중국 내 재투자한 프로젝트가 외투 산업 목록 등 조건에 부합하는 경우 자체 사용설비 수입 면세 적용</li> <li>- 해외 투자자가 중국 채권시장 등 금융시장에 투자할 때 관련 세금 혜택 정책 시행</li> <li>- 조건 충족하는 외자 프로젝트는 금융 서비스 및 자금 지원</li> <li>- 조건 충족하는 외투기업이 위안화 채권을 발행하여 중국 내 투자 프로젝트에 사용할 수 있도록 지원</li> <li>- 외환 관리 개선을 통해 외투기업의 외환 업무 편리성 제고</li> </ul>

분야	주요 내용
공평한 시장 경쟁 환경 조성, 외투기업 서비스 향상	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외투기업의 정부 조달·입찰·투찰 참여 시 자격 허가, 혜택, 관련 규정 등에서 차별하지 않도록 모니터링 및 시정조치</li> <li>- 정부 조달에서 국내외 기업을 동등하게 대우하고, 공평한 시장 경쟁 환경을 방해하는 정책 전면 철폐</li> <li>- 입찰 및 투찰 제도 개선</li> <li>- 외투기업도 선진제조, 신소재, 정보통신 분야 표준화 기술 위원회 및 관련 표준화 조직에 참여할 수 있도록 지원</li> </ul>
중·외자 기업 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외투기업의 해외 데이터 공유 규정 개선 및 지원</li> <li>- 외투기업 관계자 가족 동반 비자 2년 연장</li> <li>- 베이징시, 상하이시, 광저우시 등 주요 도시 국제 항공편 회복</li> <li>- 외국인 중국 거주 및 취업 허가 제도 개선, 외국인 취업 및 거주 편리성 강화</li> <li>- 외투기업이 국가 중점 프로젝트에 참여 가능하도록 지원</li> </ul>
국내 규제 보완	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외투기업 지재권 보호 강화</li> <li>- 글로벌 무역 파트너 인프라 구축</li> </ul>

자료: 중국 국무원(2024년 8월)

- 2022년부터 ‘외국인 투자 진입 특별관리조치 네거티브 리스트’, 2023년부터 ‘외국인 투자 장려 산업 목록’ 시행을 통해 산업별 외국인 투자 유치 관리
  - 2024년 9월 ‘외국인 투자 진입 특별관리조치 네거티브 리스트(2024년판)’를 발표하고 기존 12개 분야 중 제조업 분야의 외자 진입 제한 조치는 전면 해제
    - \* '24년 11월 1일부 시행 예정인 新 네거티브 리스트는 외국인 진입이 금지된 31개 분야 중 ‘제조업’ 영역에 있던 출판물 인쇄와 중의약재 제조 기술 응용 등 2개 분야의 제한 해제
  - 자유무역시험구에 대한 네거티브 리스트는 별도 업데이트 사항 없으며, 2021년 12월 발표되어 2022년 1월 1일부 시행된 ‘자유무역시험구 외국인 투자 진입 특별관리조치(네거티브 리스트)(2021년판)’ 현행 유지
- 2024년 9월 초, 중국 상무부 등 중앙부처 3곳 의료 서비스 체계를 개선하기 위한 ‘의료 분야 개방 시범도시 확대에 관한 통지’ 발표

#### 〈중 상무부, ‘의료 분야 시범기지 개방 확대 사업에 관한 통지’ 정책〉

정책명	개방 내용
의료 분야 시범기지 개방 확대 사업에 관한 통지	<p>베이징·톈진·상하이·난징·쑤저우·푸저우·광저우·선전·하이난성 전역에 외국인 투자기업의 독자병원 설립 허용 (중의(中医)류 및 공립병원 인수합병 제외)</p> <p>* 단 외국인 투자기업의</p> <p>베이징·상하이·광둥 자유무역시험구, 하이난 자유무역항에서 외국인 투자기업의 인체 줄기세포, 유전자 진단·치료의 기술개발 및 응용제품 등록·상장·생산을 허용하고, 심사를 거쳐 생산한 모든 제품 전국 유통 가능(9월 7일부 시행)</p>

자료: 중국 상무부(2024년 10월)

〈외국인 투자 진입 특별관리조치 네거티브 리스트(2024년판)〉

년 번	구분	산업	전역 (31개)		자유무역시험구 (27개)	
			투자제한	투자금지	투자제한	투자금지
1	농업, 임업, 목축업, 어업	밀/옥수수 종자 재배	✓	-	✓	-
2		농림/어업 중 희귀·진귀 품종 양식/재배/생산	-	✓	-	✓
3		유전자 변형 신종/생산	-	✓	-	✓
4		중국 해역 내 어획	-	✓	-	-
5	채광업	희토/방사성/텅스텐 광산 채굴	-	✓	-	-
6	전력, 열력, 가스, 용수의 생산·공급업	원자력 발전소 건설/경영	✓	-	✓	-
7	도·소매업	담배류 도소매	-	✓	-	✓
8	교통운수, 저장 및 우정업	국내 수상운송업	✓	-	✓	-
9		민용 공항 건설/경영	✓	-	✓	-
10		일반 항공운송업, 민영 공항 건설 (공항 관제탑 건설/운영 제외)	✓	-	✓	-
11		국내 우편배달	-	✓	-	✓
12	정보 전송, 소프트웨어와 정보기술 서비스업	통신회사	✓	-	✓	-
13		인터넷미디어/출판/영상/ 문화경영업	-	✓	-	✓
14	임대와 비즈니스 서비스업	중국 법률 업무	-	✓	-	✓
15		시장조사사업	✓	-	✓	-
16		사회 조사 업무	-	✓	✓	-
17	과학연구 및 측정/조사 서비스	인체 줄기세포/유전자 진단의 기술개발과 응용업	-	✓	-	✓
18		인문사회과학 연구기구	-	✓	-	✓
19		육지/해양/항공/행정구역/ 지질/지도 관련 측정/조사	-	✓	-	✓
20	교육	유치원/보통중/고등학교	✓	-	✓	-
21		의무교육기구, 종교교육기구	-	✓	-	✓
22	위생 및 사회 서비스	의료기관	✓	-	✓	-
23	문화, 체육 및 오락업	언론기관	-	✓	-	✓
24		도서/신문/간행물/음반/ 전자출판물의 편집/출판/제작	-	✓	-	✓
25		방송국/TV방송국/ 위성지국 운영	-	✓	-	✓
26		TV/방송 프로그램 제작·운영사	-	✓	-	✓
27		영화제작/발행/수입	-	✓	-	✓
28		문화재 경매/판매/박물관	-	✓	-	✓
29		문화예술연출단체 등	-	✓	-	✓

자료: 중국 상무부(2024년 10월)

## 라. 프로젝트

□ 중국 정부, 제조업 및 첨단산업 프로젝트 투자 확대와 노후화된 기계설비 교체 지원 정책으로 산업 고도화 추진

- 2024년 1~9월 고정자산 투자 규모는 37조 8,978억 위안으로 전년 동기 대비 3.4% 증가하였으며, 특히 고품질 발전 전략으로 첨단산업 프로젝트 중점 추진

- 분야별로는 인프라 건설 투자와 제조업 투자가 전년 동기 대비 각각 4.1%, 9.2% 증가하였으며, 하이테크 산업 투자는 전년 동기 대비 10% 증가

\* 중국 정부는 특히 저공경제를 첨단산업의 미래 먹거리로 보고, 물류·교통·항공·관광산업 전반에서 관련 프로젝트 진행하며 마카오 및 주변 도서지역에 무인기 테스트 시범구 지정. '24년 5월에는 광둥성 정부가 '광둥성 저공경제의 고품질 발전 추진방안(广东省推动低空经济高质量发展行动方案)'을 발표하고 광저우·선전 등을 잇는 드론 및 수직이착륙기(eVTOL) 여객·화물 운송 프로젝트 진행 중

### 〈2019~2023년, 2024년 1~9월 고정자산 투자 증감률〉

(단위: 조 위안, %)



자료: 국가통계국(2024년 10월)

- 2024년 3월 국무원 '대규모 설비 업그레이드 및 소비자 이구환신 행동방안'에 따른 기계설비 투자 업그레이드 지원으로 노후화된 산업설비 대체 투자 큰 폭 증가

- 2024년 1~9월 전국 기계 및 설비 투자는 전년 동기 대비 16.4% 증가

□ 국무원, 2024년 '14차 5개년 계획'에서 스마트시티 산업 발전 가속화를 위한 교통·환경·여행·의료 등 중점 분야 프로젝트 추진 시범지역 발표

- 2023년 스마트시티 시범지역은 화북 35곳, 화동 96곳, 화남 17곳, 화중 38곳, 동북 26곳, 서북 34곳, 서남 34곳으로 총 280개

〈2024년 지역별 스마트시티 주요 프로젝트 발전 방향〉

	지역	'24년 주요 프로젝트 분야	비고
화북지역	베이징시	스마트 정무 처리, 스마트 교통, 스마트 농업, 스마트 학교	-
	톈진시	스마트 정무 처리, 스마트 물류(항구), 스마트 양로	스마트 양로 기관 10개 건설
	허베이성	스마트 교통	-
	네이멍구성	스마트 물류(항구), 스마트 정무 처리	-
화동지역	상하이	스마트 물류(항운), 스마트 정무 처리, 스마트 양로	-
	저장성	스마트 교육, 스마트 정무 처리	-
	장쑤성	스마트 농업, 스마트 정무 처리, 스마트 교육	-
	안후이성	스마트 관련 산업 지원, 스마트 물류(항구, 항운)	스마트 관련 산업(인공지능, 미래 디스플레이, 메타버스) 지원
	푸젠성	스마트 정무 처리, 스마트 체육, 스마트 취업	-
	산둥성	스마트 쇼핑몰, 스마트 물류(항구), 스마트 정무 처리, 스마트 농업	100개 이상 농업 스마트 응용 기지 건설
	장시성	스마트 정무 처리, 스마트 공공 인프라	-
화남지역	광둥성	스마트 공공 인프라, 스마트 쇼핑몰, 스마트 문화관광, 스마트 금융, 스마트 정무 처리, 스마트 농업, 스마트 양로	스마트 어업 지원
	광시성	스마트 변해방 건설(边海防), 스마트 물류(항구), 스마트 정무 처리	중-월 양국 스마트 항구 가속화
화중지역	허난성	스마트 교통, 스마트 의료, 스마트 교육	-
	후베이성	스마트 공공 인프라 건설 가속화, 스마트 의료, 스마트 정무 처리, 스마트 교육	5개 스마트 교육 선양구, 150개 스마트 학교
	후난성	스마트 도시 방재 인프라 강화, 스마트 정무 처리, 스마트 여행	-
동북지역	헤이룽장성	스마트 농업, 스마트 여행, 스마트 정무 처리, 스마트 물류(해관, 항구)	-
	지린성	스마트 여행, 스마트 쇼핑몰, 스마트 농업, 스마트 물류, 스마트 정무 처리	12개 스마트 야간 소비 집중지역 건설
	랴오닝성	스마트 정무 처리	-
서북지역	산시성	스마트 의료, 스마트 정무 처리	-
	간쑤성	스마트 정무 처리, 스마트 의료, 스마트 교육, 스마트 금융	-
	칭하이성	스마트 문화관광	-
	신장성	스마트 물류(항구)	-
	닝샤성	스마트 공공 인프라 강화, 스마트 교육, 스마트 양로	-
서남지역	윈난성	스마트 물류(항구)	-
	구이저우성	스마트 농촌, 스마트 정무 처리,	-
	시장성	스마트 정무 처리, 스마트 물류, 스마트 공공 인프라 강화	-
	쓰촨성	스마트 의료, 스마트 정무 처리	-
	충칭시	스마트 물류, 스마트 정무 처리	-

자료: 각 지방정부 연초 업무 보고, KOTRA 상하이 무역관 정리(2024년 8월)

### 3. 한국과의 경제교류 및 주요 경험 의제

#### 가. 교역

□ (현황) 2023년 中 경제 부진 및 미·중 무역 분쟁에 따른 공급망 전환의 영향으로 우리나라 총수출 중 對中 수출 비중이 19년 만에 20% 아래로 하락

• (수출) 2024년 9월 기준 한국의 對中 수출은 전년 동기 대비 6.8% 증가한 979억 달러이며, 우리나라 총수출 중 19.2% 비중 차지

\* 한국의 對중 수출 비중 변화 : ('21) 25.3% → ('22) 22.8% → ('23) 19.7% → ('24.9.) 19.2%

#### 〈우리나라 對중국 수출 증감 추이〉

(단위: 억 달러, %)

구분	2021		2022		2023		2024(1~9월)	
對중국 수출액 (전년 대비 증감)	1,629	22.9	1,558	△4.4	1,248	△19.9	979	6.8
우리나라 총수출액 (비중)	6,444	25.3	6,836	22.8	6,322	19.7	5,087	19.2

자료: 한국무역협회(2024년 10월)

- 소비자재·자본재 수출은 모두 전년 대비 하락했지만, IT 업황 개선에 따라 반도체·무선통신기기 등을 포함한 중간재 수출 비중은 전년 대비 상승(83.6% → 85.6%)
- 2024년 들어 한국은 중국의 제2 수입대상국 순위 유지
  - \* 한국 순위 변화 : ('19) 1위 → ('20) 3위 → ('21) 2위 → ('22) 2위 → ('23) 3위 → ('24.9.) 2위
  - \* '24년 주요 수입대상국(지역) : 1. 대만 2. 한국, 3. 미국, 4. 일본, 5. 호주 등
- (반도체) 메모리 가격 상승 기조 유지 및 AI 서버 수요 증가 등의 영향으로 반도체 수출 작년 동기 대비 증가(+39.1%)
- (디스플레이) 노트북, 태블릿 등 IT제품 수요 증가 및 스마트폰 신제품 출시의 영향으로 관련 제품 및 부품 수출 증가세
- (일반기계) 건설업의 전반적인 투자 증가 속도 하향세로 건설기계 수요 감소



- 총수입 중 중국 비중은 전년 동기 대비 소폭 감소(22.2% → 22.0%)했고, 2위 미국의 비중은 증가(11.0% → 11.8%)했지만 중국은 수입대상국 1위 굳건히 유지
- 한편 한국은 중국의 4위 수출대상국으로 5순위 이내를 꾸준히 유지 중
  - \* 중국의 주요 수출대상국(지역) : 1. 미국, 2. 홍콩, 3. 베트남, 4. 일본, 5. 한국 등
- 對中 수입 중 소비재 수입은 121억 달러로 전년 동기 대비 대폭 증가(16.3%), 중간재 및 자본재 수입은 모두 감소
  - \* 중간재 수입액(억 달러) : ('23.9) 736 → ('24.9) 675(△8.3%)
  - \* 자본재 수입액(억 달러) : ('23.9) 183 → ('24.9) 187(2.5%)

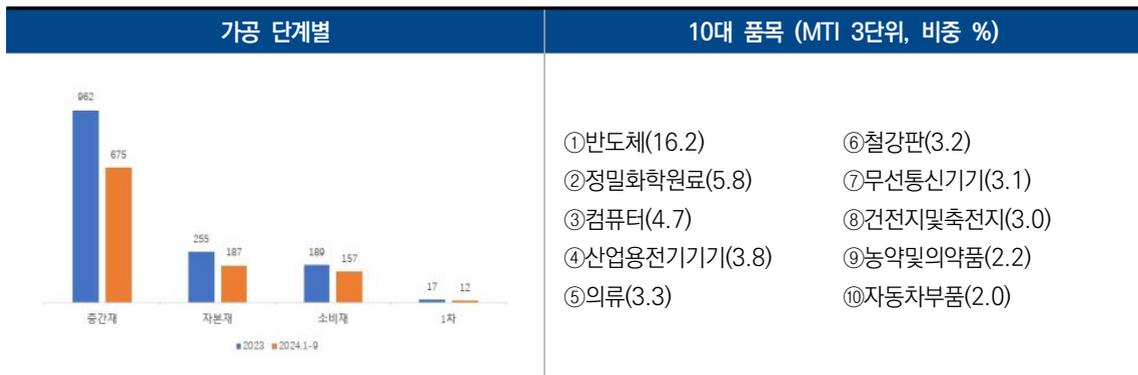
### 〈對中 수입 10대 품목〉

(단위: 억 달러, %)

MTI	품목명	2022년		2023년		2024년 1~9월		
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	비중
831	반도체	265	13.6	198	△25.4	138	13.8	16.2
228	정밀화학원료	140	61.3	143	1.6	60	△48.1	5.8
813	컴퓨터	93	△5.2	65	△30.0	49	△2.0	4.7
842	산업용전기기기	53	7.3	53	△0.9	39	△2.9	3.8
441	의류	43	15.2	43	0.4	34	8.4	3.3
613	철강판	42	△9.8	42	1.2	33	0.3	3.2
812	무선통신기기	57	△22.4	58	0.8	32	△4.5	3.1
835	건전지및축전지	57	70.6	84	47.1	31	△53.2	3.0
226	농약및의약품	37	283.7	31	△14.9	23	△2.5	2.2
742	자동차부품	25	13.8	28	11.2	21	2.3	2.0
총 계		1,546	11.5	1,429	△7.6	1,035	△3.6	-

자료: 한국무역협회(2024년 10월)

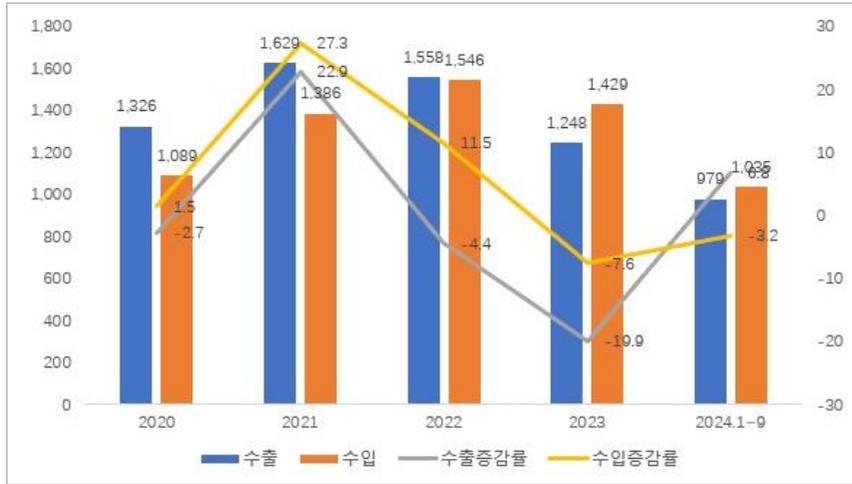
### 〈2024년 1~9월 對中 10대 수입 품목 비중〉



자료: 한국무역협회(2024년 10월)

### 〈한·중 교역 현황〉

(단위: 억 달러, %)



자료: 한국무역협회(2024년 10월)

구분	발효일	주요 내용
한·중 FTA	2015.12.20.	<ul style="list-style-type: none"> <li>최대 교역대상국인 중국과의 FTA 발효 10년 차로, 연내 한·중 자유무역협정(FTA) 2단계 협상 재개                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품 교역부터 문화·관광 등 서비스 분야까지 교류 및 개방 확대</li> <li>- 판호(版号, 서비스 허가권) 발급 확대로 K-게임 수출 증가 전망</li> </ul> </li> <li>전체 양허 대상 품목(8,210개)의 약 30%인 2,650개 품목에 대해 올해 추가로 무관세 적용</li> </ul>
RCEP	2022.2.1. (한국 기준)	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023년 6월 2일 필리핀에서 RCEP이 정식 발효됨에 따라 15개 국가에서 RCEP 협정 전면 시행                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2023년 RCEP 무역 총액 중 중국은 46%로 가장 큰 비중 차지</li> <li>- 중국의 對RCEP 회원국 수출입액 중 한국은 2위에 위치</li> </ul> </li> </ul>

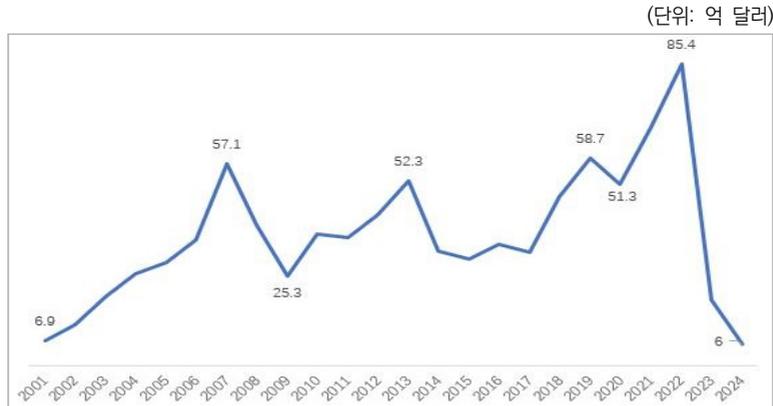
자료: KOTRA 광저우 무역관 정리(2024년 8월)

### 나. 투자 진출

□ (현황) 반도체 분야 투자 급감 및 중국 내 외국인 투자환경 악화 등의 영향으로 2023년 對中 투자금액은 전년 대비 78.1% 급감한 18억 6,700만 달러 기록

- (지역별) 2023년 신규 법인 수 기준 : 상하이(40개), 산둥성(40개), 장쑤성(31개) 순, 금액 기준 장쑤성(6.2억), 상하이(3.9억), 쓰촨성(3.5억) 순(對中 투자 72.5% 집중)
- (업종별) 2023년 투자금액 기준 제조업(73.6%), 도소매업(19.5%), 광업(2.7%) 순, 신규 법인 수 기준 제조업(48.0%), 도소매업(31.4%), 운수 및 창고업(4.4%) 순

### 〈한국의 對中 투자 추이〉



자료: 한국수출입은행(2024년 10월)

### 〈對중국 신규 법인 및 투자금액 현황〉

(단위: 개사, 억 달러)

2020년		2021년		2022년		2023년		2024년 3분기	
신규법인	투자액	신규법인	투자액	신규법인	투자액	신규법인	투자액	신규법인	투자액
246	51.2 (8.8%)	262	67.3 (8.8%)	190	85.4 (10.5%)	204	18.7 (2.9%)	139	6 (1.9%)

자료: 한국수출입은행(2024년 10월)

### 〈對중국 제조업 분야 신규 법인 및 투자금액 현황〉

(단위: 개사, 억 달러)

2020년		2021년		2022년		2023년		2024년 3분기	
신규법인	투자액	신규법인	투자액	신규법인	투자액	신규법인	투자액	신규법인	투자액
114	46.2	125	59.4	95	80.5	98	13.8	73	5.0

자료: 한국수출입은행(2024년 10월)

### 〈주요국별 중국의 실제 이용 외자 현황〉

(단위: 억 달러)

국가/지역	2020년	2021년	2022년	2023년
홍콩	1,057.9	1,317.6	1,372.4	1,112.0
싱가포르	76.8	103.3	106.0	98.0
버진아일랜드	52.0	52.8	66.3	69.0
일본	33.7	39.1	46.1	39.0
한국	36.1	40.4	66.0	35.0
케이맨제도	27.7	24.6	24.1	35.0
미국	23.0	24.7	22.1	34.0
영국	9.8	12.0	16.0	34.0
독일	13.5	16.8	25.7	19.0
총계	1,443.7	1,734.8	1,891.3	1,632.5

자료: 국가통계국(2024년 8월)

## □ 투자 진출 유의사항

### • 중국 내 외국기업에 대한 규제를 강화하는 ‘반간첩법’ 및 첨단과학기술 보호를 목적으로 하는 ‘국가기밀보호법’ 등 관련 정책에 대한 연구 및 모니터링 필요

- 개정된 국가기밀보호법(‘24.5.1)은 국가 기밀의 범위를 크게 확대하여 ‘공개됐을 때 부정적인 영향을 줄 수 있는 업무 관련 사안’을 모두 국가 기밀로 간주
- 광범위하고 모호한 규정으로 해외기업의 중국활동 규제 및 중국 내에서 수집 및 생산한 데이터의 외국 반출을 차단할 수 있어 중국 투자활동 리스크 존재

#### ※ 국가기밀보호법 주요 내용

- 모든 공산당 중앙기관과 정부 기관은 국가 기밀을 감독하는 전담 공무원을 배치할 수 있으며 기관의 수장이 기밀의 정의를 결정할 수 있음
- 외국 업체 및 기관들이 중국의 정치경제 관련 통계부터 환경 정보까지 다양한 데이터를 확보하는 것에 대해 제약을 가할 수 있음
- 긴급상황 시 구(區)급 이상 보안 책임자의 승인만 받으면 법원의 허가 등 사법 절차를 거치지 않고公安 당국이 자의적 판단에 따라 불심검문 결정 가능

## □ 투자 진출 성공/실패 사례

구분	내용
성공 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 동대문 apM 그룹이 광저우에 현지법인 및 10층 규모의 대형 쇼핑몰(광저우 apM 렉스)을 설립하여 브랜드 인지도가 있는 한국·중국 도매 브랜드 약 600개 점 입점 진행</li> <li>- 광저우 화두구 지방정부와 협업하여 상가 입주 예정. 한국 브랜드를 대상으로 패션 분야 현지 정부 정책 안내 및 패션단지 현장 시찰 실시</li> </ul>
실패 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 대형 의류 쇼핑몰에서 매장을 운영하는 A사는 오피스 직원들과는 노동계약을 체결했으나, 매장 직원들과는 노동계약을 체결하지 않음</li> <li>- 매장 직원이 노동계약 미체결을 사유로 노동국에 위법 고용 신고를 했으며, 추가 임금 지급 소송을 제기하여 A사는 노동국으로부터 출두 명령통지서 받음</li> <li>- (시사점) 중국에서 직원 채용 시 한 달 이내로 노동계약을 체결해야 하며, 계약을 체결하지 않을 경우 최대 11개월까지 임금을 2배 지급해야 하는 리스크 존재</li> </ul>

자료: KOTRA 광저우 무역관 정리(2024년 8월)

## 다. 협력 유망 분야

### 1 이구환신 정책을 통해 녹색 스마트 전환 수요 확보 협력 강화

- **넓은 제품을 친환경적이고 지능화된 신제품으로 교체할 경우 보조금을 지급하는 ‘이구환신’ 정책을 발표(‘23.12.)하며 중국 내수 진작 및 녹색 전환 동시 추진**
  - (소비재) 냉장고·세탁기·TV·에어컨·PC 등 8가지 유형의 가전제품을 에너지 효율 2등급 이상으로 교체 시 1개당 최대 2천 위안 보조금 지원
  - (자동차) 구형차를 순수전기차(BEV), 하이브리드카(HEV), 연료전기차(FCV) 등 신에너지차로 교체 시 차량 취득세 감면 및 최대 1만 위안 정부 보조금 지급
    - \* 중국 상무부 등 9개 중앙부처, 신에너지차 관련 수출입 정책 개선 및 해외 R&D 지원방안을 담은 ‘신에너지차 무역·대외협력 지원책’ 발표(‘24.2.)
  - (설비·장비) 공업·환경 기반 인프라·교통·물류·에너지 전력 등 노후화된 설비 및 장비 교체 투자를 위해 3천억 위안 규모의 초장기 특별 국채 자금 마련

#### 〈대규모 설비 및 소비재 교체 지원 확대를 위한 조치(‘24.7.24)〉

구분	주요 내용
설비 교체 프로젝트 정부 지원 방식 개선	- 국가발전개혁위원회에서 자본 투자, 보조금 지원 등의 방식으로 설비 관련 프로젝트 지원 규모를 확대하고, 신청 및 승인 절차를 간소화하여 업무 효율 개선
노후 선박 폐기 및 교체 지원	- 노후 선박을 폐기 처분한 뒤 연료 에너지 혹은 신재생 에너지 선박으로 교체할 경우 선박 유형에 따라 톤당 1,500~3,200위안의 보조금 지원 - 신재생 에너지 선박을 신규로 건조할 경우 톤당 1,000~2,000위안의 보조금 지원 - 노후 선박에 대해 사전 폐기 신고만 할 경우 톤당 평균 1,000위안의 보조금 지원
노후 운송 트럭 폐기 및 교체 지원	- 국가 3급 혹은 그 이하 배출 기준에 해당하는 노후 디젤 운송 트럭을 폐기하고, 조건을 충족하는 새로운 트럭을 구입할 경우 평균 80,000위안의 보조금 지원 - 노후 디젤 트럭을 폐기 처분하지 않고 새로운 트럭을 구입할 경우 평균 35,000위안의 보조금 지원 - 노후 디젤 트럭에 대해 사전 폐기 신고만 할 경우 톤당 30,000위안 보조금 지원
농업 기계 폐기 신고 및 교체 보조금 확대	- 20HP 이하의 트랙터를 폐기할 경우 보조금 한도를 1,000위안에서 1,500위안으로 상향 조정 - 수확기, 파종기 등을 폐기하고 유사 기기를 신규로 구입할 경우 현행 보조금 기준의 50% 내에서 한도 상향 조정 - 면화 수확기기를 교체할 경우 1대당 보조금 한도를 30,000위안에서 60,000위안으로 상향 조정
설비 교체 대출 재정 보조금 비율 확대	- ‘설비 교체 대출 재정 보조금 정책에 관한 통지’ 조건을 충족하는 기업에 대해 중앙 재정 보조금 비율을 1%에서 1.5%로 인상하고, 2년 동안 총 200억 위안의 보조금 지원

- 중국 정부의 보조금 혜택을 활용하여 고품질 수입산으로 교체할 수 있도록 관련 지방정부와 협력하여 공공 조달 및 신규 거래선 발굴 추진 필요

## ② 고령화 가속화에 따라 우수한 기술력을 갖춘 외국 의료 기업의 중국 진출 확대 전망

- 2025년 의료 서비스 시장 규모는 약 10조 위안을 초과할 것으로 예측되며, 의료 서비스 시장 외국인 투자기업 유치 및 기술 개발에 정부 지원 집중 예상
  - ‘의료 분야 시범기지 개방 확대 사업에 관한 통지(‘24.9)’를 통해 베이징·톈진·상하이 등 9개 지역에서 외국인 투자기업이 독자적으로 병원 투자 및 설립 가능
  - 베이징·상하이·광둥 자유무역시험구, 하이난 자유무역항에서 외국인 투자기업의 인체 줄기세포, 유전자 진단·치료 기술 개발 및 응용 제품 등록·상장·생산 허용
    - \* 심사를 거쳐 생산된 모든 제품은 중국 전역 유통 가능
- 국가발전개혁위원회는 ‘2024 외상투자 진입 네거티브 리스트’를 통해 제조업 외자 제한을 전면 해제했으며, 외국 자본의 중국 의료시장 진입 기회 대폭 확대
  - 외국기업의 중국 내 R&D 센터, 생산기지, 판매 네트워크 설립 장려 및 혁신형 기업 대상 세제 혜택 및 보조금 지원 등 제공
  - 의료 빅데이터, 의약 전자상거래, 디지털 의료보험 등 다양한 디지털 의료 산업 체인 대외 개방 및 디지털 의료 제품·서비스의 정부 조달 기회 제공

## ③ 도시 데이터 플랫폼, 스마트 공공시설·농업기술 중심 스마트 시티·스마트팜 협력 추진

- 2023년 중앙위원회와 국무원은 ‘디지털 중국 건설 종합 배치 계획’을 통해 중국식 스마트시티 건설 방향 제시 및 정책 지원 강화 발표
  - 2023년 중국 스마트시티 산업 규모는 1조 1,535.4억 위안(성장률 12.1%)
  - ‘스마트시티 발전 심화 및 도시 전역 디지털 전환 추진 가이드라인(‘24.5)’을 통해 공공시설의 스마트화, 교통·치안·수도·전기·가스 주요 분야 시스템 개조 추진
- ‘전통적 농업’에서 AI, 빅데이터 기술을 통해 ‘무인화·자동화 스마트 농업’으로 전환할 수 있도록 스마트 농업 기술 육성 및 투자·세제 혜택 등 지원 확대
  - ‘전국 스마트 농업 행동 계획(2024~2028)’을 통해 농업 및 농촌 빅데이터 플랫폼 구축, 농업 용지 통합 지도 제작, 스마트 농업 기초 모델 개발 등 추진
  - 2024년부터 스마트 농업 공공 서비스 강화, 주요 분야 응용·확장, 시범 확산 등을 전면 추진하며, 2028년까지 농업 생산 정보화 비율 32% 이상 달성 목표

- ※ (소재·부품·장비) 신질생산력, 이구환신 정책 활용 GVC 진입·기술협력 확대
  - ※ (소비재) 新 소비 트렌드, 新 유통 방식, 산업 간 협업 트렌드를 반영한 마케팅 추진
  - ※ (그린·친환경) 3060 탄소중립 정책에 따른 산업별 친환경 기술 협력 수요 공략
  - ※ (그랜드 헬스케어\*) 실버 재활, 미용 의료, 건강기능식품 수요 기반 맞춤형 마케팅 전략 강화
- 주: 중국어 대건강(大健康)으로 바이오 의료, 실버 산업, 웰니스(Wellness)를 전부 포함한 개념

### 1. PEST 분석

<b>Political 정치정책</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (정치) 시진핑 집권 3기, 1인 지배 체제 확고 및 반부패 기초 강화</li> <li>• (대외) 디지털 경제, 에너지, 의료 바이오 등 외국인 투자 개방 확대</li> <li>• (통상) 미·중 경쟁 장기화에 따른 일대일로 연선국 경제협력 확대</li> <li>• (규제) 공급망 내재화 및 핵심 산업, 광물 대상 수출 통제 관리 강화</li> </ul>
<b>Economic 경제</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (경제성장률) 2025년 4~4.5% 달성 예상, 부동산 경기 둔화 지속</li> <li>• (금리) 경기 부양 및 유동성 공급을 위해 기준금리 인하 조치 시행</li> <li>• (환율) 주요 국제 통화 대비 안정적인 위안화 환율 유지</li> <li>• (물가) 내수 부진으로 소비자물가지수(CPI) 6개월 이상 '0%'대 지속</li> <li>• (소비) 新 소비 환경 조성, 新 소비 성장동력 육성을 통한 소비 진작</li> <li>• (산업) 신질생산력, 이구환신 정책을 통한 첨단기술 육성 박차</li> <li>• (ESG) 체계 구축 및 2026년 상장기업의 ESG 보고서 공시 의무화</li> </ul>
<b>Social 사회문화</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (인구구조 변화) 고령화, 저출산, 1인 가구 등 사회구조 변화 뚜렷</li> <li>• (新 소비 트렌드) 할인소매업, 공유경제 등 합리적 소비 형태 증가</li> <li>• (新 유통 방식) 전자상거래, 숏폼 플랫폼 활용 온라인 소매 판매 확대</li> <li>• (콜라보 마케팅) 게임IP+관광, 캐릭터+요식업 협업 마케팅 활성화</li> </ul>
<b>Technological 기술</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (친환경) 탄소중립 기조에 따른 친환경 산업 발전으로 전환 가속화</li> <li>• (신소재) 친환경 관련 소재 등 정책적 지원과 연구개발 투자 확대</li> <li>• (스마트 제조) AI, 고급 제조기술, 신소재 활용 차세대 혁신 제품 개발</li> <li>• (산업 고도화) 8대 신흥·9대 미래산업 지정해 첨단산업 육성 강화</li> <li>• (산업 규범화) 시장 질서 및 고수준 발전을 위한 표준화 정책 시행</li> <li>• (프로젝트) 첨단 제조 프로젝트 확대 및 스마트시티 프로젝트 추진</li> </ul>

## 2. SWOT 분석 및 전략 도출

### 강 점(Strength)

- 對中 주요 제조업 및 고부가가치 기술 우위
- 한국제품의 중국산 대비 프리미엄 이미지
- 서비스, 콘텐츠 분야 글로벌 경쟁력 보유
- 다양한 글로벌 기업과의 협력 노하우

### 약 점(Weakness)

- 한·중 기술 격차 감소로 기술 경쟁력 약세
- 중국산 대비 가격 경쟁력 극복에 한계
- 中 시장 트렌드 친화형 마케팅, 제품 개발 부족
- 中 ESG 관리감독 강화에 대한 정책 이해 부족

### 기 회(Opportunity)

- 신질생산력, 이구환신, 탄소중립 정책 강화
- 1인 가구, 저출산 심화 속 프리미엄 제품 인기
- 온라인 유통 채널 다각화로 온라인 소비 증가
- 대외 개방 고도화 조치로 외국인 투자 유치 확대

### 위 험(Threat)

- 美·中 통상 분쟁 장기화로 인한 리스크 상존
- 중국 주도의 공급망 구축 및 국산화 추진
- 경기 부양, 소비 진작 정책에도 저조한 경기 회복
- 반간첩법·인증 등 기업에 대한 안전 규제 강화

전략방향	세부전략	진출전략
SO 전략 (적극적 공격-역량 확대)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신질생산력(첨단산업 육성) 등 中 정부 중점 추진 정책 활용</li> <li>• <b>소부장 분야 전정특신 기업 활용 해외 진출 협력</b></li> <li>• 인구구조 변화에 따른 1인 가구, 맘코노미, 펫코 노미, 실버산업 공략 <b>프리미엄 소비재 사업</b> 추진</li> </ul>	[소재·부품·장비] 중국 정책 활용, GVC 진입 확대
ST 전략 (차별화 전략-강점 활용)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中 탄소중립 목표 달성을 위한 친환경 산업 <b>부품 및 고부가가치 기술 수요 발굴</b></li> <li>• '고품질·가성비 열풍' 新 소비 트렌드 반영 <b>참고형 마트, 특가 마트, O2O몰 등 신형 유통망 협력</b></li> </ul>	[소비재] 新 소비 트렌드, 新 유통 방식 활용 내수시장 공략
WO 전략 (단계적 시책-기회 포착)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 슛폼 형태 플랫폼 등 새로운 온라인 유통 채널 활용 <b>디지털 마케팅 및 O2O 융합 마케팅 수요 대응</b></li> <li>• 홍콩 의료 패스 정책, 따완취(大湾区, 광둥-홍콩-마카오) 바이어 협업 강화 등 인증 장벽 우회 돌파</li> </ul>	[그린·친환경] 탄소중립 프로젝트 수주 지원
WT 전략 (방어/철수-위험 대응)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미·중 분쟁 장기화에 따른 핵심 원자재·품목 관리감독 강화, <b>수시 수출 통제 대응 리스크 대비</b></li> <li>• 2026년 ESG 공시 의무화 계획으로 중국 ESG 지표 (CN-ESG) 이해 및 공시체계 대응전략 수립</li> </ul>	[그랜드 헬스케어] 인구구조 변화 대응, 시장 선점

### 3. 주요 이슈·산업별 진출전략

주요 이슈·산업별 진출전략	
<p><b>[소부장]</b> 중국 정책 활용, GVC 진입 확대</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국기업과 해외 진출 협력 등 新 협력 모델 수립</li> <li>• 전정특신 기업을 통해 중국 GVC 진입 확대</li> <li>• 전기차·스마트 제조 등 정책 육성 협력 강화</li> <li>• 글로벌 통상 관계 등을 고려하여 차이나 리스크 대비</li> </ul>
<p><b>[소비재]</b> 新 소비 트렌드, 新 유통 방식 활용 내수시장 공략</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인구 및 트렌드 변화에 따른 계층별 마케팅 추진</li> <li>• 크로스보더, 라이브 커머스 등 新 유통 방식 적극 활용</li> <li>• 창고형 마트, O2O몰 등 성장세에 있는 유통망 협력</li> </ul>
<p><b>[그린산업]</b> 탄소중립 프로젝트 수주 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수소에너지·조선 등 유망 친환경 산업별 협력 강화</li> <li>• ESG 정책을 숙지하여 리스크 최소화</li> </ul>
<p><b>[그랜드 헬스케어]</b> 인구구조 변화 대응, 시장 선점</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고령화시대 실버세대 수요 패턴 파악, 마케팅 집중</li> <li>• 치과 시장 성장에 따른 기자재 시장 진출</li> <li>• 홍콩 의료 패스 정책 등을 활용, 인증 리스크 완화</li> <li>• 의료 미용 시장의 블루오션 선점</li> <li>• 소비자·제품·유통 채널별 건강기능식품 전략 세분화</li> </ul>

### 3-1. (소재·부품·장비) 중국 정책 활용, GVC 진입 확대

#### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ (중 산업경쟁력 고도화) 중국의 자급률 상승과 산업 고도화는 2018년 한국의 기술 수준이 중국에 역전당한 이후 글로벌 공급망 내 한국과 중국 간 경쟁 심화 지속
- ※ (중 산업공급망 변화) 최근 美 디리스킹 기조로 중국은 제3국 생산기지 이전, 우회무역 시도를 통한 미국의 무역 규제 회피 및 자체 첨단 공급망 형성을 통해 실질적 공급망 영향력 확대
- ※ (첨단산업 육성 강화) 중국은 과학기술 혁신을 통한 산업의 업그레이드를 도모하는 신질생산력 정책으로 신흥·미래산업 육성 중으로 중국 전정특신 기업 협력을 통한 GVC 진입 확대 필요
- ※ (제품 업그레이드화) 노후화된 제조 설비와 낮은 소비재를 새로운 설비와 제품으로 교체하여 신규 투자와 소비를 유도하는 이구환신(以旧换新) 정책에 따라 전기차, 스마트 가전 등에 협력 수요 증가

#### □ 주요 이슈 및 트렌드

- **(중 산업경쟁력 확대) 중국의 자급률 상승과 산업 고도화는 '18년 한국의 기술 격차가 중국과 벌어진 이후 글로벌 공급망 내 한국과 중국 간 경쟁 심화 지속**
  - (산업구조의 변화) 중국 산업구조는 노동집약형·저위기술 중심에서 자본집약형·고위기술 중심으로 재편되면서 중국 제조업 수출이 급성장을 견인
  - (대외경쟁력 확보) 2010년 이후 中 글로벌 공급 허브로 부상, 글로벌 공급망 분절화가 진행되는 최근에는 내수 중심의 쌍순환 전략으로 대외경쟁력 확보
  - (기술 역전 발생) 한·중 간 기술 수준 격차는 2018년을 시작으로 지속적으로 벌어지는 중으로 대부분의 산업 분야에서 감소 또는 역전되고 있음
  - (한·중 우위품목 비교) 반도체, 디스플레이와 같은 하드웨어는 한국이 우위에 있으나 빅데이터, 인공지능 등의 소프트웨어는 중국이 우세한 상황
  - (반도체 산업 경합) 그러나 반도체 산업에서도 중국은 메모리 반도체를 제외한 모든 분야에서 한국보다 높은 경쟁력 보유
    - \* 파운드리 점유율은 한·중이 유사하나 생산능력은 중국이 우위, 팹리스 및 후공정도 중국 우위
- **(중 공급망 변화) 최근 美 디리스킹 기조로 중국은 제3국 생산기지 이전 및 우회무역 시도를 통한 미국의 무역 규제 회피 및 자체 첨단 공급망 구축 대응**
  - (홍색 공급망\* 확대) 중국은 ASEAN, 멕시코 등 제3국에 제조업 공장을 설립한 뒤 고부가가치 부품을 수출·조립함으로써 공급망을 더욱 넓혀가는 양상
    - \* 중국 정부 주도 아래 대기업과 중소기업 간 협력 생태계를 구축한 자국산 중심의 공급 체인망을 의미
    - \*\* 中 전체 해외 직접투자 중 ASEAN 비중이 제조업을 중심으로 '16년 6%에서 '22년 11%로 확대
  - (첨단 공급망 형성) 자체 첨단제품을 생산할 뿐만 아니라 갈륨 등 주요 원자재 및 중간재 점유율\*도 높여가면서 미래 산업에 대한 장악력 강화 추진
    - \* 中 주요 50개 전략물자 중 30개 원자재를 장악한 가운데 중간재 생산점유율도 40%에 육박
  - 그 결과, 중국의 실질적인 공급망 영향력은 오히려 확대되고 있는 양상

• **(첨단산업 육성 강화) 중국은 과학기술 혁신을 통한 산업의 업그레이드를 도모하는 신질생산력(新质生产力) 정책을 전면에 내세우며 신흥·미래산업 본격 육성 중**

- (최우선 국정과제, 신질생산력) 최근 중국은 중진국을 벗어나 고소득 선진국의 반열에 들기 위해 새로운 산업 정책 기조인 신질생산력\*을 발표('23.12월 중앙경제공작회의)

\* '중국제조 2025'의 후속 산업정책으로 과학기술 혁신 등으로 총요소생산성 향상을 꾀하는 전략

- (산업망·공급망 업그레이드) 선진 제조업 클러스터 육성, 중소기업의 전정 특신 발전 도모 등 하이테크·고부가가치의 신성장산업을 중심으로 추진

- (신흥산업 및 미래산업 육성) 스마트 네트워크, 신에너지차 부문 우위를 지키고 수소에너지·신소재·신약개발은 앞서나가고 바이오·우주 부문 새로운 성장 도모

- (디지털 경제 혁신 발전) 디지털의 산업화, 산업의 디지털화, 디지털 기술의 실물 융합 강조, 인공지능(AI)+로 국제적으로 경쟁력 있는 디지털 산업 클러스터 육성

- 이러한 기조 속에 중국의 첨단산업 투자는 타 산업 대비 높은 성장률을 기록

\* 전년 대비 증가율: 항공·우주선·장비(18.4%), 컴퓨터·사무기기(14.5%), 전자·통신기기(11.1%)

**〈'중국제조 2025' 10대 중점 영역과 8대 신흥산업 + 9대 미래산업 비교〉**

중국제조 2025	신흥산업	미래산업
①차세대 정보기술	①차세대 정보기술	①메타버스
②고급 공작기계 및 로봇 항공우주장비	②친환경에너지	②뇌-컴퓨터 인터페이스
③고급 선박 및 해양공정장비	③신재료	③양자정보
④고급 철도운송 설비	④고급장비	④휴머노이드 로봇
⑤에너지 절약 및 친환경차	⑤친환경자동차	⑤생성형시
⑥전력설비, 농업기계	⑥녹색환경보호	⑥바이오제조
⑦신재료	⑦민간항공기	⑦미래 디스플레이
⑧바이오 및 헬스케어 장비	⑧선박 및 해양공정장비	⑧미래 네트워크
		⑨신형 에너지저장

자료: 중국 공신부 및 KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

• **(제품 업그레이드) 中 상무부, 노후화된 제조 설비와 낡은 소비재를 새로운 설비·제품으로 교체하여 신규 투자와 소비를 유도하는 이구환신(以旧换新) 정책 발표('24.4월)**

- 단순 신제품 또는 새로운 설비 교체가 아닌 친환경, 스마트화, 정보화 기능을 갖춘 제품과 설비 구입 시 보조금과 투자 세액 환급을 지원하여 차별화 시도

- 중국 국무원은 '대규모 설비 갱신과 소비재 교체 지원 강화에 관한 방안'을 발표하며 투자·소비 진작을 위해 3천억 위안(약 57조 3천억 원) 투입 발표('24.7월)

① **설비 교체** : △설비 교체 지원 범위 확대\*, △설비 교체 프로젝트 지원 방식 개선, △노후 선박 교체 지원(1대당 최대 3,200위안 지원), △노후 화물차 교체 지원(최대 8만 위안) 등

\* 기존 공업·환경 기반 인프라·교통·물류·교육·문화관광·의료 등에서 에너지 전력, 노후 엘리베이터 추가

② **소비재 구매** : △노후 차량, 전기차 교체 시 보조금 최대 2만 위안 지원, △냉장고·TV 등 가전제품 에너지 효율 2등급 이상 교체 시 총 구매액의 15% 보조금 지원 등

## □ 진출전략 및 유망품목

- **(한중 협력 新모델) 중국도 국산화를 계속 추진 중이나, '23년 반도체 국산화율은 11.7%를 기록하여 모든 영역에서 국산화를 할 수 있는 것은 아님**
  - 특히, 우리 기업들의 강점인 신소재, 반도체, 디스플레이 재료의 70%를 수입에 의존하고 있어, 외국기업이 진입할 수 있는 여력은 있다고 볼 수 있음
  - 다만, 수입제품은 독일·일본 등 외국 하이테크 기업들이 시장을 장악하고 있고, 중국의 자급률도 계속 높아지고 있어 확실한 경쟁력이 있지 않으면 진입이 어려움
  - 중국이 전기차 등을 필두로 해외시장 확대를 가속화하고 있어, 중국과 글로벌 시장에서 경쟁하는 것은 불가피하며, 견제와 협력을 병행할 수밖에 없음
  - 중국기업의 해외 진출이 해외 지재권 등에 유리한 우리 기업에게 기회가 될 수도 있으며, 중국기업의 해외 공급망 진입도 新모델이 될 수 있음

- **(전정특신 기업 협력) 전정특신(專精特新)\* 중소기업의 미래 수요 기술을 바탕으로 우수 기술을 보유한 우리 기업과 비즈니스 매칭을 통한 협력 기회 창출**

\* '전문화(專), '정밀화(精), 특성화(特), '혁신성(新)을 강조한 중국판 히든 챔피언 기업 육성

- 중국 정부는 14차 5개년 계획기간('21~'25년)부터 중소기업 육성 정책을 국가전략 및 경제안보 차원에서 본격적으로 추진 중에 있음

\* 공업신식화부, 전정특신 중소기업 10만 개, 전정특신 작은거인기업(小巨人企业) 1만 개를 육성하겠다고 발표

- 중국의 산업 공급망 내수화 정책, 소부장 및 첨단기술 육성정책으로 양국 간 상호 보완적인 분업구조가 약화되면서 중간재 분야의 한·중 무역 확장성은 약화

\* 기존 최대 중간재 공급 국가인 한·중 간 무역 구도 변화, 중간재 내수율 90% 이상 가속화 추세

- 외국기업은 중국 부품 국산화 정책으로 대기업과 거래가 어려운 경우가 있어 전정특신 중소기업과의 협력을 통해 중국 대기업 공급망 진입

\* 한국 「국가첨단전략산업법」상의 기술 유치 방지에 유의 필요

※ (무역 구도) 중간재 공급 ⇒ 글로벌 시장 진출을 위한 기술 협력

- 기존 한국이 담당하던 중간재 공급국에서 차세대 제품 개발에 필요한 제품 혹은 기술 교류를 통해 글로벌 시장을 공동 개척하는 협력 파트너로 무역 구도 확대

- **(차이나 리스크 점검) 미·중 경쟁 장기화에 대응하여, 산업별 혹은 핵심 원자재 수출 통제 등 차이나 리스크에 대한 철저한 점검과 대비 요구**

- 美 트럼프 대통령은 재집권 이후 트럼프 1기보다 더욱 강력한 對中 견제 예고
- 트럼프 2기의 對中 견제에 따른 ①중국 수출 감소, ②중국 경제 성장동력 약화, ③우회수출 차단에 따른 산업망·공급망 불안정 등 악영향 전망
- 주요국의 중국 경제 전면화·장기화로 인해 발생 가능한 리스크 주시 필요
- 미국과 EU의 對중국 수출입 및 투자 제재, 중국의 핵심 광물 수출 통제 등 한·중 간 교역 및 한국의 산업 기반에 영향을 미칠 수 있는 리스크 상시 대비

• (정책 육성 분야 협력 강화) 신질생산력, 이구환신 등 핵심 정책 방향을 이해하고 틈새 수요를 공략하여 성장산업에 한국 기술 우위 경쟁력 분야 협력 강화

- 중국 첨단산업 육성 강화를 도모하는 신질생산력 정책은 산업 고도화를 더욱 빠르게 진행, 인공지능(AI) 활용 ICT 융복합 분야 혁신 기술 협력 수요 증가
- 신에너지 자동차, 산업용 로봇 및 부품, 친환경 선박 부품 등 중국의 신흥·미래산업 중 이구환신 정책 대상 품목 협력 기회 창출

〈중국 소부장 산업 분야별 협력 방안〉

산업 분야	협력방안
전기차	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 대표 전기차 BYD는 '24년 1~4월 86만 7천 대를 판매하며 글로벌 점유율 20.2% 압도적 1위 차지</li> <li>- 세계적 전기차 수요 정체와 보조금 중단에도 짧은 신차 개발 주기, 낮은 생산원가, 이구환신 정책에 힘입어 판매 지속 증가 예상</li> <li>- 중국의 전기차 분야 기술력은 이미 높은 수준이나, 전자 브레이크 등 한국 기술 우위 분야 제품 위주 중국 진출 기회 포착 필요</li> </ul>
산업용 로봇	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국의 산업용 로봇시장은 '21~'23년 3년 연속 상승 중으로, 주로 측정·검사·시험용 로봇, 적재용 로봇, 핸들링 로봇 등 수요 높음</li> <li>- '24년 상반기 한국으로부터 수입액이 가장 큰 로봇은 레이저 용접 로봇으로 중국 전체 레이저 용접 로봇 수입의 44.4% 차지</li> <li>- 우리 기업의 AI 스마트 센서, 정밀 센서 등 고정밀·초소형 핵심 부품 등 신기술 분야 경쟁력을 활용하여 틈새시장을 공략하여 협력 수요 창출</li> </ul>
인공지능(AI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- '24년 中 인공지능 시장규모는 3,566억 위안에 달할 전망, 일상생활부터 교육, 의료, 국방까지 모든 분야에 적용되는 차세대 핵심 산업으로 부상</li> <li>- 휴머노이드 로봇, 클라우드 컴퓨팅, 자율주행 자동차 등 광범위한 분야에서 빅데이터 수집을 통한 AI 산업 발전을 가속화 중임</li> <li>- 우리 기업들의 기술력과 산업 간 연계 강화, 글로벌 협력망 구축을 통해 AI 거버넌스 구축 육성 등 필요</li> </ul>
민간 우주항공	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 민간 우주항공산업 규모는 '24년 2억 3,400만 위안에 달할 것으로 예상되며 연평균 성장률 20% 이상으로 전망</li> <li>- 중국 상무부는 △항공우주 구조물과 엔진 제조 관련 장비·기술 △가스터빈 엔진과 관련 장비·기술 △우주복 헬멧 전면부 장비·기술 △초고분자량 폴리에틸렌 섬유 수출 통제 시행('24.7.1)</li> <li>- 우리 기업 영향은 제한적일 것으로 예상되지만, 리스크 검토 필요</li> </ul>
6G	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 3대 통신사인 차이나유니콤은 6세대 이동통신(6G)을 2025년까지 초기 도입하고 2030년 상용화 계획 발표</li> <li>- 6G 이동통신은 5G보다 10배가량 빠른 고속통신이 가능하여 모빌리티, 메타버스, 산업 IoT(사물인터넷) 등 미래산업의 핵심 기술</li> <li>- 위성시장 글로벌 공급망에 진입할 수 있는 기회로 네트워크 장비 부품, 통신 모듈 등 우리 기업 부품 공급 등 협력 기회 모색 필요</li> </ul>

자료: 한국무역협회, 현지 및 국내 언론 기사, KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 10월)

※ 전정특신 기업과의 협력 ❶ : N사 “석유 누액 탐지 가능 필름 제품(화학제품)”

• (성공과정)

- 바이어는 누수 측정제어기, 온습도 센서 등을 연구개발, 생산하는 전정특신 중소기업으로 오일 감지 센서 공급처를 찾고 있었고 해외 소싱을 계획하던 중 KOTRA 선전 무역관을 통해 적합한 한국기업 발굴을 요청함
- 선전 무역관은 누액 감지 스마트센서를 취급하고 있는 N사 발굴, 회사·제품 소개서와 제어기 실물을 바이어에 전달하고 제품 테스트 및 화상상담 추진, 이후 바이어 피드백과 바이어의 주요 고객사 정보를 N사에 전달하고 바이어와 N사는 바이어 고객사에 함께 방문하여 제품 시연 계획
- 동 건은 2022년 말부터 추진되고 있는 장기 프로젝트임. 해당 바이어는 전정특신 기업으로 해외 소싱을 통한 장기적인 공급망 완비 계획을 가지고 있어 차별성이 있으며 현재 수출 성약을 앞두고 있음

• (시사점 및 향후계획)

- 일반 중국기업의 경우 자사의 요구사항과 맞지 않으면 곧바로 교신을 중단하는 경우가 많으나, 전정특신 중소기업은 장기적 공급망 완비 계획을 보유하고 있고 기술 결함이 발생하더라도 한국기업과 함께 문제를 해결해 나가고 있다는 점에서 차이를 보임. 프로젝트화하여 전정특신 기업 공급망 진입 노력 필요
- 최종 수출 성약될 경우 바이어의 유해 물질 탐지 솔루션 공급망 완비 및 중국의 대형 기업에 응용 가능성이 열려 한국 기업은 중국이라는 신시장 개척과 동시에 중국 시장에서 영향력을 높일 기회가 될 것으로 보임

※ 전정특신 기업과의 협력 ❷ : G사 “조선 분야 전정특신 기업의 조인트 수요 발굴”

• (성공과정)

- KOTRA 하얼빈 무역관은 설비·부품·소재 수입을 통해 첨단 제조업 분야 중소기업의 공급망 관리를 지원하는 조선 분야 전정특신 기업과 네트워크를 구축하고 로터리 조인트, 스위벨 조인트 구매 수요 발굴
- 2023년 대리상 수요에 기반하여 G사를 발굴하였고 G사의 중국 바이어 수요에 맞춘 커스터마이징 역량을 높게 평가하였으나 높은 가격으로 지속 테스트 및 협상을 거침
- G사는 2023년 11월 지사화 사업 가입 후 2024년 초도 수출을 위한 테스트를 진행하고 2024년 3월 6,619달러 수출, 4월 9,796달러 추가 수출하였으며 장기적인 협력 진행 예정

• (시사점 및 향후계획)

- 중국은 기술 국산화 정책을 유지하고 있으나, 어느 국가도 모든 기술을 자국화할 수는 없음. 특정 영역에서는 한국 기업과의 협력을 통해 우수 제품 수입 및 기술 협력을 통해 중국 대기업 또는 수출용 제품으로 판매 중임. 경쟁력 있는 제품, 기술 우위 기업의 경우 전정특신 기업과 협력하는 것도 하나의 방법이 될 수 있음

## 3-2. (소비재) 新 소비 트렌드, 新 유통 방식 활용 내수시장 공략

### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ (新 소비 트렌드 등장) △新 소비 주도 세력 세대(新三代) 중심 소비 패턴 변화, △'하침시장'의 잠재력 지속, △커뮤니티 공동구매 급부상 추세
- ※ (新 유통 방식 등장) 기존 도매업 위주 B2B 협력 방식에서 쇼핑 앱, 라이브 커머스 플랫폼 등 다양한 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼 출현
- ※ (新 유통 채널 등장) 중국 특가 마트, 명확한 타겟 소비층과 마진율 높은 중소기업 상품으로 구성하여 신규 수입 상품 및 인지도 낮은 브랜드 완판, 수입 상품의 주요 오프라인 유통 채널로 부상

### □ 주요 이슈 및 트렌드

- (新 소비 트렌드 등장) △新 소비 주도 세력 세대(新三代) 중심 소비 패턴 변화, △'하침시장'의 잠재력 지속, △커뮤니티 공동구매 급부상 추세

#### ① 새로운 소비 주도 세력 세대(新三代)에 의한 소비 패턴 변화

- (Z세대) 기존 모방형 소비에서 벗어나 개성형 소비, 자기만족형 소비 및 '합리적' 가성비 소비를 추구하며 디지털 네이티브\*로 디지털 서비스 선호
  - \* 디지털화는 Z세대 삶의 표현 방식으로 새로운 기술에 빠르게 적응하며 쉽게 바꾸는 소비 습관을 의미
- (쉬코노미) 중국 여성이 경제 주체로서 사회 전반에 미치는 영향이 커지면서 '올로, 독립, 미모, 운동, 성장' 등의 키워드 중심의 발전형 소비 주도
- (新노인) 개혁개방 시기에 성장하여 급속한 경제성장과 물질적 풍요로움을 향유한 세대로 높은 소비력 바탕, 고급 소비 추구 및 온라인 쇼핑을 즐김
  - \* (기존) 요식·돌봄·보건 등 기초 양로 서비스 → (변경) 다양화, 차별화, 개성화된 수요 형성

## 〈중국 주요 소비 계층별(新三代) 新 소비 트렌드〉

Z세대(10~20대)	쉬코노미(여성 경제)	신노인(실버 경제)
1995년부터 2009년 사이 태어난 세대	'밀레니엄 마더' 및 중산층 여성	50~70세 사이 젊고 건강하며 활기찬 노인
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 모방형 소비에서 개인 맞춤형 다양성 및 개성형 소비 추구</li> <li>- 실업을 증가, 주거비용 증가에 따른 경제적 압박으로 가성비 소비를 추구하지만, 단순 저렴한 상품이 아닌 '합리적' 가성비 추구</li> <li>- 주택 구입 등 장기적 소비보다 스포츠, 여행, 미용·패션 등 자기만족형 소비를 선호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고소득과 라이프스타일 추구로 발전형 소비 주도</li> <li>- 전자상거래, 뷰티산업, 여행업, 콘텐츠 소비 등에 주요 타깃</li> <li>- 온라인 커뮤니티형 소비 추구</li> <li>- 교육 및 취미 분야 투자 선호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고령사회 진입으로 문화 및 여행, 취미 기반 소비 및 건강 관리 등 보상형 소비 (養老 → 享老 전환)</li> <li>- 스마트 양로, 건강관리, 노인 분유, 레저 등 '젊은 노인'을 위한 제품 및 서비스 확대</li> </ul>

자료: KOTRA 중국지역본부 및 청두 무역관 정리(2024년 9월)

### ② '하침시장(下沉市场)'의 잠재력 지속

- 하침시장은 3선 이하의 도시 및 농촌지역으로 전체 인구의 64%, 국토의 95% 면적을 차지하는 시장으로 '25년 35조 위안까지 성장할 것으로 전망

\* 중국의 1, 2선 도시의 소비자 수는 약 5억 명인 반면, 하침시장의 소비자 수는 약 9억 명

- 하침시장 소비자의 주요 특징은 모바일 인터넷 의존, 가성비 소비 등임

- 중국 로컬기업들은 3선 이하 도시의 틈새시장을 공략하여 성공을 거두었고, 하침시장의 성장 가능성이 부각되면서 해외 브랜드의 진출 사례도 증가

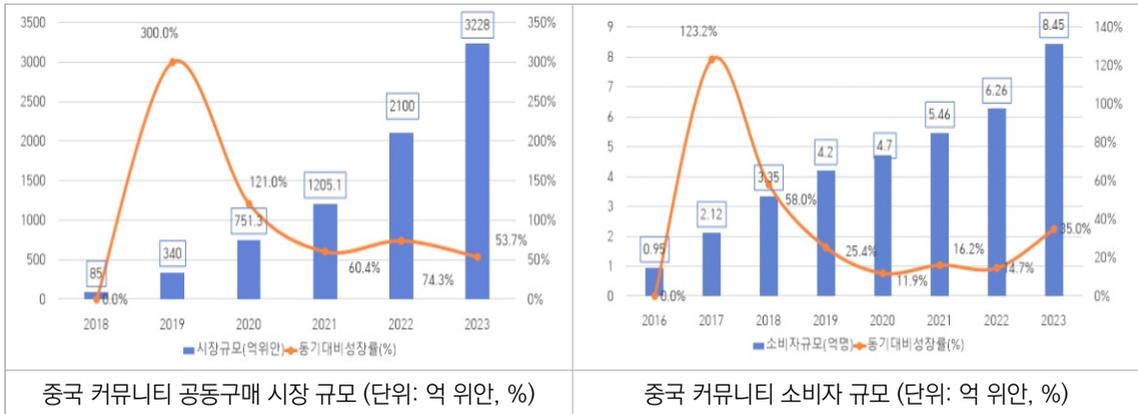
국가(브랜드명)	성공 사례 내용
중국 미쉐빙청(蜜雪冰城)	중국 음료 브랜드로 아이스크림, 레모네이드 등을 10위안 미만의 저렴한 가격에 판매하며 구매력이 낮은 3선 이하 도시를 공략, 2.5만 여개 이상 매장을 오픈하며 중국 최대 음료 프랜차이즈로 성장
미국 COACH	4선 도시에 매장을 오픈하여 하이엔드 명품 브랜드 대비 상대적으로 낮은 가격을 내세워 모던 럭셔리 브랜드로서 입지를 구축
일본 유니클로	'22년 이후 중국 내 신규 매장을 쑤첸(宿迁), 쑤시(慈溪), 쉬안청(宣城) 등 3·4선 도시에 꾸준히 오픈하며 발열, 경량 등 기능을 추가한 고품질 제품 판매

### ③ 커뮤니티 공동구매(社区购物) 급부상

- 커뮤니티 공동구매는 같은 생활권의 거주자들이 온·오프라인으로 함께 거래하는 소비 행위로, 최근 중국에서 급부상하는 소매 유통 모델 중 하나

- 3선 도시 이하의 중년 여성이 주요 소비자이며, 주로 식품, 화장품, 생활용품 등을 거래하며 가격우위, 편의성, 사회적 교류, 안정적인 품질 등이 장점

### <중국 커뮤니티 공동구매 시장 규모 및 소비자 규모>



자료: 왕징서(网经社), 첸잔산업연구원(前瞻产业研究院), KOTRA 총칭 무역관(2024년 2월)

- 코로나19 발생 이후 커뮤니티 공동구매가 소비자의 주요 쇼핑 수단이 되면서 자본력을 바탕으로 한 거대 인터넷 기업이 시장에 진출하며 과점 시장 형성

\* 핀둬둬(拼多多)의 뉘뉘마이차이(多多买菜), 메이탄(美团)의 메이탄유슈안(美团优选), 알리바바(阿里巴巴)의 타오바오마이차이(淘宝买菜) 등 3대 플랫폼의 시장 점유율은 90%를 육박

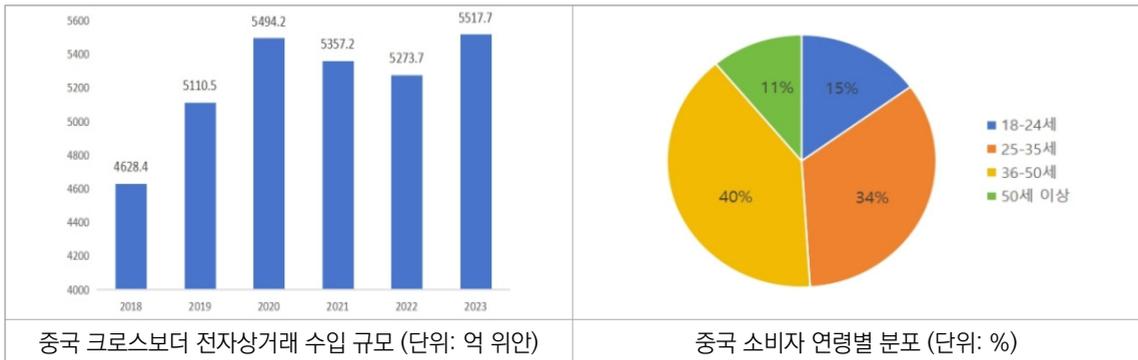
- 향후 물류·결제·데이터 처리 등 IT 기술과 다양한 산업의 결합이 가능하여, 기존 단일 상품거래에서 생활 서비스, 사회활동 등 포함한 포괄적인 지역사회 서비스로 발전할 것으로 전망

• (新 유통 방식 등장) 기존 도매업 위주 B2B 협력 방식에서 쇼핑 앱, 라이브 커머스 플랫폼 등 다양한 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼 출현

- 리오프닝 후 경제활동 정상화 및 소비심리 회복으로 해외상품 구매가 증가하고 있으며 '23년 이후 중국 크로스보더 전자상거래 시장 회복세 진입

- 소비자들은 디지털을 통해 어디에서든 손쉽게 상품 검색·비교가 가능해지면서 가격 대비 성능 확보 시 해외 쇼핑 앱을 통해 상품 구매하는 패턴을 보임

### <중국 크로스보더 전자상거래 수입 규모 및 소비자 연령별 분포>



자료: Analysys(易观分析), KANTAR(凯度咨询), KOTRA 선양 무역관(2024년 8월)

- 중국 전자상거래 업체가 변화를 주도하고 있으며, 중국 내수시장에서 치열한 경쟁을 통해 서비스 고도화 및 규모의 경제를 달성할 수 있었던 것이 포인트
- 중국 전자상거래 시장은 저렴·다양한 제품 확보, 물류 인프라 대규모 투자, IT 서비스 기획 역량을 바탕으로 현재 전 세계 전자상거래 시장을 주도 중
  - \* '23년 B2C 전자상거래 매출(달러): 중국 2조 2,000억(1위) → 미국 9,810억 → 영국 1,570억('24.4, Statista)
- 중국의 대표적인 전자상거래 알리익스프레스, 테무 등 B2C 플랫폼 외에도 샤오홍슈 B2K2C 플랫폼, 더우(得物)의 C2B2C 플랫폼 등이 생겨나고 있음
- 주요 소비 품목 비중은 △화장품(31.1%), △식품(27.4%), △의류(11.3%), △생활용품(8.4%), △스포츠용품(4.1%), △의약품(3.5%) 순('24.8월, 중국 상무부)
- 2023~2027년 중국 전자상거래 시장은 연평균 11.6%로 성장해 2027년 23조 5,000억 위안(약 4,462조 원)에 이를 것으로 전망

• (新 유통 채널 등장) 중국 소매업 시장에 분 '고품질·가성비 열풍'으로 참고형 할인 매장, 특가 마트가 수입 상품의 주요 오프라인 유통 채널로 부상

① 중국 참고형 회원제 마트, 글로벌 할인 매장 사업 적극적 사업 확장 중

- '가성비', '할인'을 주요 판매전략으로 내세운 참고형 마트와 할인 매장이 전국적으로 빠르게 확산되며 '23년 중국 할인점 시장 규모는 약 31억 위안에 달함
- 中 소매업체의 '할인화' 전략은 지속 확대될 전망으로 최근 중국 경제 성장 속도 둔화와 미래 소득의 불안정 증가가 소비 패턴에 영향을 준 것으로 보임
- 글로벌 할인 매장은 축적된 우수 경영 노하우와 글로벌 브랜드 신뢰도를 활용해 중국 각 지역으로 빠르게 매장을 늘려가고 있음

\* '23년 글로벌 할인 매장 수: ALDI(독일) 57개, 코스트코(미국) 7개, 샘스클럽(미국) 47개

〈중국 참고형 회원제 마트 시장 규모 및 할인 매장 시장 규모〉



자료: 어우라이, KOTRA 광저우 및 상하이 무역관(2024년 9월)

② 중국 특가 마트, 수입 상품의 주요 오프라인 유통 채널로 부상

- 일반 슈퍼나 편의점보다 20~50% 저렴하게 판매하며, 명확한 타겟 소비층과 마진을 높은 중소기업 상품으로 구성, 최근 2년간 전국 매장 수 3만 개 돌파
- 특히, 청년 소비자들은 할인 제품을 사는 것을 창피한 것이 아닌 합리적인 소비 행태라고 생각하며 특가 마트에서 해외 브랜드 제품을 많이 구입하고 있음
- 중국 특가 마트에서 판매되는 신규 수입 상품, 인지도 낮은 브랜드도 연이어 완판되며 수입 제품의 유통 유통 채널로 부상

〈중국 특가 마트 추이 및 '23년 체인점별 매장 수〉



자료: 화창증권사(华创证券), 신징시아오(新经销), KOTRA 텐진 무역관(2024년 5월)

□ 진출전략 및 유망품목

- (계층별 마케팅 전략) 중국의 주요 소비그룹을 세분화해 공략 계층을 정교화하고 소비수준 개선에 따른 소비 패턴 변화에 맞춰 마케팅 전략 수립 필요
  - 중국 소비시장은 전반적으로 품질과 가격을 중시하는 실용적 트렌드가 우세해짐에 따라 계층별 新 소비 트렌드를 고려하고 상품 개발 및 진출전략 모색

〈중국 주요 소비 계층별 트렌드 및 유망품목〉

분류	트렌드	유망품목
Z세대	이성(理性) 소비, 개성 소비, 알뜰 소비	스포츠, 미용, 패션, 게임 등
1인 경제	나를 위한 소비, 기분 전환용 소비	소형 가전제품, 반려동물 용품 등
쉬코노미 여성 경제	발전형 소비, 커뮤니티 공동구매	이너뷰티, 여행, 건강, 다이어트 등
영유아 엔젤 경제	저출산 시대 프리미엄 제품 소비	프리미엄 유아용품, 영유아 영양제 등
新노인 실버 경제	보상 소비	스마트 양로, 건강식품, 레저 등

자료: KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

• (新 유통 방식 활용) 크로스보더 전자상거래 활용 시 이점\* 고려, 다양한 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼 입점을 통한 제품 유통 및 시장 진출 모색

\* △ 현지 직접 진출에 따른 위험 부담과 투자비용 감소 △ 진출에 필요한 각종 인허가 없이 상품 판매 가능 △ 통관시간 단축 및 비용 절감 △ 일반 화물 관세보다 낮은 수입세율 적용

- ① (B2C) 중국 4대 크로스보더 전자상거래 플랫폼 ‘사오룡(四小龙)’, 즉 ‘알리익스프레스, 테무, 쉬인, 틱톡샵’ 중심의 온라인 시장 모델
- ② (B2K2C) ‘샤오홍슈(小红书)’의 독자적 사업 모델로 기업과 소비자를 중간에서 연결하는 키섹터(인플루언서, 소비자 오피니언 리더 등)가 추가되는 모델
- ③ (C2B2C) Z세대 저격 플랫폼 ‘더우(得物)’의 모델로, 판매자나 개인이 플랫폼에 상품을 제공하면 플랫폼이 구매자와 연결해주는 독특한 사업 모델

〈중국 B2C 플랫폼별 주요 특징〉

구분	플랫폼명	내용
B2C	알리바바 ‘알리익스프레스’	- 알리바바 산하의 크로스보더 전용 전자상거래 플랫폼 - 현재 서비스 지역이 가장 많고 다양한 제품을 판매 중
	핀뉘뉘 ‘테무’	- 핀뉘뉘 산하의 크로스보더 전용 전자상거래 플랫폼 - 구매자가 많을수록 가격이 저렴해지는 체계 구축
	더우인 ‘틱톡샵’	- 바이트댄스 산하의 크로스보더 전용 전자상거래 플랫폼 - 숏폼 비디오와 라이브 방송으로 제품 판매 및 홍보
	패스트패션 기업 ‘쉬인’	- 광저우쉬인국제수출입회사 산하 크로스보더 전용 전자상거래 플랫폼 - 패스트패션과 여성복 위주의 다양한 스타일의 제품을 소량 판매
B2K2C	‘샤오홍슈’	- 이미지, 텍스트, 비디오 및 라이브 스트리밍 콘텐츠 제공 플랫폼 - 브랜드가 KOC*에 영향을 주면 그들이 일반 소비자에게 홍보 * Key Opinion Customer, 왕홍 등 영향력 있는 소비자
C2B2C	Z세대 저격 플랫폼 ‘더우’	- 사용자의 90% 이상이 1990년대 이후 출생자인 중국 Z세대 취향 저격 플랫폼 - 스니커즈 거래 중심에서 라이프스타일 트렌드를 선도 중

자료: 인민망(人民网), wind, KOTRA 상하이 및 창사 무역관, 중국지역본부 정리(2024년 9월)

• (유통망 입점 전략) 신형 유통망으로 급부상한 중국 주요 창고형 회원제 마트 및 할인 매장, 특가 마트 오프라인·O2O 마켓 입점을 위한 협력 방안 모색

- (창고형 마트) △제품의 가성비 만족 △대량 구매로 객단가 견인 △인플루언서 적극 활용 △새로운 중산층 신분 상징으로 떠오르며 성장세를 보이고 있음
- (할인/특가 마트) △신규 수입상품 접근 용이 △낮은 유통비용(입점, 물류 등)에 따른 가격경쟁력 확보 △빠른 상품회전을 등으로 가파른 성장세 이어나갈 전망

〈중국 주요 창고형 회원제 할인 매장 및 특가 마트 특징〉

유통망	내용
<p>코스트코</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 상하이에 처음 진출하여 현재 중국 내 총 5개 지점 운영. 2024년까지 총 7개로 확대 예정으로 전체 매출액은 100억 위안 돌파 전망</li> <li>- 멤버십 기반 창고형 할인점 모델, 엄격한 품질 관리와 PB상품, 독특한 쇼핑 경험(시식코너, 시즌별 상품 등), 온라인 채널 강화 등은 성공요인</li> </ul>
<p>샘스클럽</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세계 최대 유통회사 월마트 자회사로 1996년 선전에 처음 진출하여 중국 25개 도시 42개 매장 운영 중</li> <li>- 샘스클럽 아시아구매본부는 선전에 위치하며 구매 결정권 보유. 오프라인 위주 창고형 할인 마트로 식품, 화장품, 생활용품 등 종합품목 판매</li> </ul>
<p>Hema Fresh</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리바바 운영 온·오프라인 소비 유통 기업. 중국 27개 도시 32개 매장 보유</li> <li>- 상하이 본사에서 구매·유통을 총괄하며 식품·생활용품 위주 O2O 병행 판매</li> </ul>
<p>HotMaxx (好特卖)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HotMaxx의 모회사 신구어(芯果)는 2015년 대형 식품 창고에 쌓여있는 유통기한 임박 상품을 온라인에서 첫 판매하고 2020년 오프라인 매장 오픈</li> <li>- 2023년 전국 총 700여 개 체인점 보유. '심공 특가', '할인에 또 할인' 등 홍보 문구를 통해 국내외 생활용품 위주 '가성비'를 강조하여 판매</li> </ul>
<p>티아마파파부 (条马批发部)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2021년 충칭에 처음 설립된 지 3년 만에 약 200개 매장을 개점한 창고형 특가 마트로, 브랜드나 생산공장에서부터 제품을 직접 구매하여 판매</li> <li>- 유명 브랜드와 중소기업 제품을 함께 판매하여 높은 판매량과 마진율을 동시 확보 중이며, 생필품 위주 편의점, 대형 마트 가격의 50~70% 수준으로 판매</li> </ul>

자료: KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

※ 新 소비 트렌드 반영, 매출 확대 전략 : O사 “유통 채널 확대, 프리미엄 수요 반영”

• (성공과정)

- O사는 대부분 현지 생산 제품들을 유통하여 수출액은 비교적 적었고, 기존 유통 채널은 편의점, 중·소형 마켓 위주였음. KOTRA 다렌 무역관은 다렌 소재 유망 바이어인 O사 제품의 수입 수요를 발굴하고 O사 한국 담당자와 바이어 간 매칭 지원을 통해 중국 내 대형 유통망 입점을 지원함

- 다렌 무역관 직원과 바이어가 2024년 4월 ‘샘스클럽’ 선전 본사를 방문하여 O사 제품 입점 방법을 협상하고 5월 O사와 바이어는 수출 제품의 중국 전역 마케팅 총괄 대리 계약을 체결하고(총 500만 위안(한화 약 9.5억 원) 상당), 수입제품 메이저 유통·판매 채널 19개 대형 유통망\*에 성공적으로 진입함

\* 월마트, 샘스클럽, Ole, RT마트, 세븐일레븐, Lawson, 허마 등 19개 유통망

• (시사점 및 향후계획)

- O사는 중국 내 자체 생산공장을 갖추고 있고 현지 매출은 많으나 수출은 비교적 적었음. 중국 내 전문 수입품 유통 채널 등장 및 수입품 선호 소비군 등 니즈를 반영한 시장 공략을 통해 수출액 확대

- 신형 유통망으로 급부상한 창고형 회원제 마트, 대형 마트까지 입점하여 유통 채널을 확대하고 현지 생산 외 한국에서 생산한 제품을 추가 입점하며 향후 O사의 對中 수출은 1,300만 달러(약 174억 원)까지 확대 예상

※ 新 유통 채널 공략 : Q사 “스마트한 대외 협업을 통한 수출 타깃 적중 스토리”

• (성공과정)

- 샘스클럽 해산물 담당MD는 KOTRA 선전 무역관을 통해 소비자 수요에 따라 한국산 해삼장 제품을 발굴해달라는 요청을 접수, 후쿠시마 오염수 이슈 등으로 중국 시장에서 일본 제품에 대한 선호도가 떨어지는 상황에서 샘스클럽 MD는 건강한 먹거리를 발굴하고자 함

- 2024년 6월 선전 무역관은 홍콩 무역관 소개로 수협중앙회 홍콩무역센터와 업무 교신을 시작, 수협의 전문성과 국내기업과의 네트워킹 능력을 적극 활용하여 단기간 내 Q사 제품 수출을 위해 총력을 지원함

- 일반택배로 들어오기 힘든 해산물 가공식품을 홍콩수협을 통해 전달받아 시식, 화상상담을 통한 견적 협의 등 진행, 상담 이후 공장 실사 진행을 통해 현재 연내 약 200만 달러 수출을 준비 중에 있음

• (시사점 및 향후계획)

- 최근 합리적 가성비 소비가 新 소비 트렌드로 부상하며 창고형 회원제 마트가 新 유통 채널로 떠오르는 추세를 반영, 선전 무역관은 샘스클럽 본사(선전)의 분야별 MD와 신뢰관계를 구축

- 수협 해외지사와의 협업을 통해 빠른 기간 내 바이어 수요에 맞춰 제품을 발굴하고 샘스클럽 입점을 위한 일련의 과정을 촘촘히 지원하여 Q사 제품 중국 시장 수출을 성공시킴

### 3-3. (그린산업) 탄소중립 프로젝트 수주 지원

#### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ (탄소피크와 탄소중립) 중국 정부는 2025년 탄소피크, 2030년 탄소중립을 목표를 이행하기 위해 구체적 추진 과제를 설정하고 저탄소 기술 지원 및 체계적 표준 마련에 집중하고 있음
- ※ (유망산업별 협력 강화) 차별화된 친환경 기자재 수출, 핵심 기술 공동 연구개발, 프로젝트 참여 등 협력을 강화하고 업계별 움직임에 주목하여 중국 진출 및 협업 기회 포착 필요
- ※ (ESG 대응) 중국 3대 거래소의 2026년부 ESG 공시 의무화 계획에 따라 중국의 독특한 ESG 이해 및 시장경쟁력을 높이기 위한 ESG 평가, 공시체계에 선제적 대응전략 수립 요구

#### □ 주요 이슈 및 트렌드

##### • (탄소피크와 탄소중립) 中 공신부, '산업 분야 탄소피크 및 탄소중립 표준체계 마련 지침'을 통해 2025년과 2030년을 탄소피크, 탄소중립 목표의 해로 지정('24.2월)

- \* 탄소피크: 연간 총 이산화탄소 배출량이 특정 기간 동안 사상 최고치에 도달한 후 점진적으로 감소하는 것
- \*\* 탄소중립: 대기 중 온실가스 농도 증가를 막기 위해 인간 활동에 의한 배출량을 감소시키고, 흡수량을 증대하여 순배출량이 0이 되는 것을 탄소중립 혹은 넷제로(Net-Zero)라고 함
- '25년까지 산업 부문 탄소피크, 탄소중립 기본 표준체계를 구축하고 200개 이상의 탄소피크 긴급표준 제정, 탄소 평가 및 탄소 배출 감소를 위한 기술 지원 발표
- '30년까지 탄소피크 및 탄소중립 표준 시스템 구축, 제정 가속화를 통해 탄소 배출이 정점에 도달하도록 표준화 작업의 초점을 탄소중립 목표로 전환 발표
- 산업 체인의 업/미들/다운스트림 표준 간의 연계 강화, 국가표준, 산업표준 및 그룹표준 간의 조정·지원, 국제협력 강화를 통한 녹색 저탄소 활동 적극 참여
- 디지털과 친환경의 콜라보, 오염물질과 탄소 배출의 시너지, 다양한 산업망의 상호 협력 과제 설정에 관한 내용도 포함되었으며 체계적 표준 마련에 집중

#### 〈중국의 탄소중립 실현 3단계 로드맵〉

2025년	2030년	탄소피크 달성 이후
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 탄소 배출량 통계, 산정, 모니터링, 계량 등과 관련한 기술을 혁신하여 제도 수립을 위한 기반 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 15.5(2026~2030)년 계획 기간에는 탄소 배출 집약도 규제 중심으로 탄소피크, 탄소중립 종합 평가·심사 제도 수립</li> <li>- 주요 부문과 업계의 탄소 배출량 산정능력을 강화하고 에너지 다소비 및 온실가스 다배출 기업에 대한 관리체계 정비</li> <li>- 중국 상황에 맞는 제품 탄소발자국 관리체계와 탄소 라벨링 제도를 제동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 탄소 배출량 규제를 중심으로 탄소피크, 탄소중립 종합 평가·심사 제도를 수립</li> <li>- 각 지역, 업계, 기업의 탄소 배출량 규제 조건을 강화하여 탄소 배출량을 점차 감축</li> </ul>

자료: 중국에너지망(中國能源網), 국무원(國務院), KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

• **(조선업 녹색 저탄소 활력) 친환경 대체연료 선박 수주 확대, 선박부품산업 성장 및 신재생에너지 장비 활력을 보이며 '25년까지 친환경 초기 공급체계 구축 중**

- 중국 조선산업은 선박 건조량, 신규 수주량, 수주 잔량 모두 세계 1위('23년 기준), 노후 선박 교체 및 친환경 선박 전환 시기 도래로 현재 조선산업 호황

〈전 세계 조선 3대 지표 분석 ('23년 기준)〉

지표	DWT(재화중량톤수)/비중				
	전 세계	중국	한국	일본	기타
선박 건조량	8,425 (100%)	4,232 (50.2%)	2,292 (27.2%)	1,550 (18.4%)	351 (4.2%)
신규 수주량	10,691 (100%)	7,120 (66.6%)	1,978 (18.5%)	1,277 (11.94%)	316 (2.96%)
수주 잔량	25,368 (100%)	13,939 (55.0%)	6,658 (26.3%)	3,523 (13.9%)	1,242 (4.8%)

자료: 클락슨 데이터 및 중국통계지표, KOTRA 다렌 무역관 정리(2024년 3월)

- 기존 강제였던 벌크선 및 유조선 분야 선박뿐 아니라 한국의 기술 수준이 더 높다고 평가되던 액화천연가스선, 초대형 컨테이너선 등도 경쟁력을 높여감
- 최근 국제해사기구(IMO)의 글로벌 해양 탈탄소 규제 정책으로 녹색 저탄소, 친환경 대체연료 선박 수주 비중 지속 확대 추세
- 향후 선박 제조는 환경보호 재료, 대체연료 개발, 에너지 효율 개선 등을 통해 탄소 배출 감소 노력 및 기존 연료 대체를 위한 신에너지 개발 가속화 예정
- 세부 실행방안으로 친환경 조선 기자재 공급 시스템 구축, 친환경 선박 생산라인 구축, 친환경 공급체계 구축, 산업단지 간의 협력 및 국제협력 강화를 제시

• **(철강업 탄소중립 가속화) △친환경 철강 생산능력 확대, △재활용을 통한 철강자원 활용 효율성 증대의 2가지에 중점을 두고 철강산업의 녹색발전 추구 중**

- 중국은 세계 최대의 철강 생산국이자 소비국으로 전 세계 철강 생산량의 50% 이상 차지, 인프라·조선 분야의 철강 수요 꾸준히 증가 추세
- 단, 중국 철강산업 탄소 배출량은 중국 전체 탄소 배출량의 15%로, 탄소중립을 주요 정책목표로 삼은 중국의 입장에서 철강산업의 친환경 전환은 절실한 상황
- 또한 2026년 EU에서 탄소국경조정제도(CBAM)\* 시행 시 온실가스를 많이 배출하고 있는 중국 철강산업에 미치는 영향이 상당할 것으로 전망

\* EU 역외에서 수입된 제품의 탄소 배출량이 역내 생산 동일 제품에 비해 배출량이 많다면 초과분에 대해서는 인증서 구매를 통해 의무 준수 필수, 미준수 시 톤당 10~50유로 과태료 부과

- 중국 철강기업들은 탄소중립 실현을 위해 △전기로를 활용한 생산기술, △수소 기반 기술의 2가지 분야에 집중 투자 및 연구개발 중에 있음
- 향후 탄소 배출을 줄이기 위한 고용량의 전기로 설비 확보, 철스크랩 자원 확보 및 수소 직접 환원 제철 기술, 수소 용융 환원 정제 기술 협력 수요 증가 예상

• (수소에너지의 전략적 위상) 中 에너지 시스템과 탄소중립 달성에서 수소에너지의 중요성을 강조하며 2035년까지를 목표로 그린수소 비중 확대 등 제시

- 중국은 수소에너지를 국가 에너지 시스템의 주요 에너지이자 2060년 탄소중립 목표 달성의 주요 수단으로 활용하며 수소에너지산업 혁신 시스템을 구축 중
- 수소에너지산업 성장을 위해 2035년까지 5개년 단위의 단계별 목표 제시하며, 2025년까지 핵심 수소 생산 기술 개발, 수소연료전지차 보유량 5만 대 등 달성 목표

**〈중국의 수소에너지산업 5개년 단위 목표〉**

1단계(2021~2025년)	2단계(2026~2030년)	3단계(2031~2035년)
- 핵심 수소 생산 기술 개발·확보, 수소연료전지차 보유량 약 5만 대 달성, 수소충전소 건설·보급 확대, 그린수소 연간 생산량 10만~20만 톤, 이산화탄소 연간 배출량 감축 효과 100만~200만 톤 등	- 수소에너지산업 기술 혁신 시스템 및 청정에너지 수소 생산·공급 시스템 구축으로 탄소 배출 정점 달성 목표에 기여	- 교통, 에너지 저장, 산업공정 등 부문을 아우르는 종합적인 수소 에너지 사용 생태계 구축, 최종 에너지 소비에서 그린수소 비중 크게 확대 등 목표 제시

자료: 중국에너지망(中國能源網), 에너지경제연구원, KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

- 2025년까지 다양한 부문에 수소에너지 활용을 확대하기 위해 교통, 에너지 저장, 산업, 발전(發電)의 재정·금융 지원 강화 및 시범사업을 적극 추진 중임
- 특히 수소산업 발전의 주요 돌파구인 수소충전소 산업은 정책 지원과 시장 확장에 힘입어 수소산업 사슬의 핵심 고리로 가속화될 예정

• (수처리 산업 발전 촉진) '25년까지 첨단기술 산업단지의 폐수 제로 배출 시범 프로젝트 추진을 위해 산업집중도 개선 및 스마트화·자동화·정보화 가속화

- 中 정부는 지난 '10.5' 규획(2000~2005년)부터 '14.5' 규획(2020~2025년)까지 오수처리 시설 건설 가속화에서 오수 배관 개조, 오염물질 개선 추진 등을 강조
- 중국의 오수 배출원은 생활오수, 농업오수, 공업폐수로 구분되며, 그 중 공업폐수는 높은 독성 및 유해물질 함량으로 생태환경에 큰 피해 초래
- 중국 정부는 최근 몇 년 간 공업폐수의 환경오염을 줄이기 위해 지속적인 정책 발표했으며, 그 결과 공업폐수 처리 산업 발전이 크게 성장 중에 있음
  - \* 중국 공업폐수 시장규모: ('19년) 1,008억 위안 → ('23년) 1,358억 위안 → ('24년) 1,450억 위안(잠정)
- 中 폐수 처리 기업은 장강 삼각주(长三角) 및 주강 삼각주(珠三角)에 집중 분포되어 있으며 광둥성(2,757개), 헤이룽장성(2,157개), 장쑤성(2,106개)에도 분포하는 것으로 나타남('23년, 중상산업연구원)
- 중국은 2000년대부터 외국자본 및 민간자본을 대량으로 유입하여 BOT, TOT 등 다양한 방식으로 공업 폐수 처리 관련 프로젝트를 확대 중에 있음
- 향후 인공지능, 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터 기술과 융합한 스마트 장비 활용 폐수 처리 공정 도입을 적극 추진할 것으로 전망

## □ 진출전략 및 유망품목

### • (유망 산업별 협력 강화) 중국의 친환경은 쉐 산업 분야의 주요 과제로 차별화된 친환경 기자재 수출, 핵심 기술 공동 연구개발, 프로젝트 참여 등 협업 가능

- 디지털화·스마트화·녹색화에 따른 장비 교체 및 신규 발주 수요 분야 등 업계별 움직임에 주목하여 중국 진출 및 협업 기회 포착 필요

#### 〈중국 친환경 산업 분야별 협력 방안〉

산업 분야	협력방안
수소에너지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2025년 중국의 수소에너지 산업 총생산액은 1조 위안에 달할 것으로 전망하며, 전환기이자 전성기를 맞이할 것으로 기대</li> <li>- 中 국제 수소에너지 전시회('24.3, 베이징)에서 세계 최초 100kW급 음이온 교환막(AEM) 전해조 등 다양한 수소에너지 신기술과 신제품 공개</li> <li>- 단, 수소에너지 사용 비용 인하, 생산·저장·운송·충전 인프라 강화 등은 여전한 숙제로 해당 분야의 우리 기업 협력 기회 모색 가능</li> </ul>
신에너지차	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신에너지 자동차 산업은 배터리 항속력과 충전 효율이 향상되고, 배터리 원가가 저렴해지며 더욱 활황기를 맞을 것으로 전망</li> <li>- 특히, 스마트 커넥티드카, 자율주행차 등 AI 첨단기술이 접목된 스마트 드라이브가 대세로 떠오르고 있음</li> <li>- 해당 기능 및 기술을 내재화해 안정적으로 서비스를 공급할 수 있는 업체들이 경쟁우위를 차지할 것으로 전망되며 해당 분야 공략 필요</li> </ul>
친환경 조선	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국을 포함한 전 세계 조선업의 주제는 '친환경'으로, IMO 탈탄소 규제 정책으로 친환경 선박 수요가 증가하는 추세임</li> <li>- 한국의 고부가가치·친환경·첨단기술 조선 기자재 및 장비 분야는 유럽산보다 경쟁력이 높은 편이며 상대적으로 우위</li> <li>- 최근 중국 조선업계 바이어들은 전문 전시회·상담회에 참가하여 우수 조선기자재 발굴 및 기술 교류 확대 희망, 전시회 등 적극 참여 필요</li> </ul>
친환경 철강	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 철강업계는 당면한 탄소중립 과제를 해결하기 위해 다양한 기업들과 협력하며 기술 개발과 자원 확보를 위해 노력 중</li> <li>- 탄소 배출을 줄이기 위한 고용량의 전기로 설비 확보, 철스크랩 자원 확보, 수소 직접/융용 환원철 기술 수요 협력 증가 예상</li> <li>- 한국도 탄소 절감 기술 개발에 집중하고 있으므로 중국 철강업계 탄소중립 움직임을 주목하여 중국 진출 및 협업 기회 모색 필요</li> </ul>
수처리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 수처리 산업은 단순한 수질오염 통제에서 체계적인 환경 생태 관리와 수자원 관리로 변화 중에 있음</li> <li>- 물 산업은 제품 생산과 시장 공급에만 초점에 맞춰졌던 과거 특성에서 디지털 기술을 통합한 총체적인 물 솔루션으로 변화 중임</li> <li>- 오수·오염물 배출 최소화, 오수 처리 효율 향상을 위한 오수 처리 공장들의 장비 업그레이드·스마트화 작업은 주요 틈새시장 기회</li> </ul>

자료: KOTRA 상하이·항저우·다롄 무역관 및 중국지역본부 정리(2024년 9월)

• (ESG) 중국만의 독특한 ESG 정책에 대한 이해와 중국 시장 경쟁력을 높이기 위해 중국의 ESG 평가, 공시체계에 선제적으로 대응하는 전략 수립

- 중국 3대 증권거래소는 2026년부터 ESG 공시를 의무화할 계획으로, '기업 ESG 공개 가이드라인(CN-ESG)' 지표를 토대로 ESG 관리에 적극 대응 필요
- 中 ESG 보고서를 발간한 상장기업 수는 약 1,700개(23.4월)로 사상 최고치 기록, 탄소중립 목표 아래 ESG 경영이 모든 산업 분야 기업들에게 필수 과제가 됨
- 그러나 中 재무부는 현재 기업들이 자발적으로 공개하고 있는 지속 가능성 정보가 규범에 맞지 않고 일관성이 부족해 체계적 관리를 위해 2030년까지 국가 표준을 도입할 계획이라고 발표
- 中 시장에 진출하거나 계획 중인 우리 기업은 중국의 변화되는 ESG 평가체계를 지속적으로 신중히 분석하고 취약한 부분을 사전에 파악하여 개선할 필요가 있음

〈중국 탄소중립 추진 ESG 대표 사례〉

기업명	대표 사례
일리 (Yili)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국의 대표적인 유제품 기업, 중국 유제품 업계 최초로 탄소중립 인증을 받은 친환경 기업</li> <li>- 축산업은 탄소 배출의 주요 원천 중 하나인 전 세계 온실가스의 1.5% 차지, 일리는 중국 내몽고 아루커얼친기 황무지 지역에 알파파와 귀리를 심어 매년 5,500톤의 이산화탄소를 포집할 수 있는 발판 마련</li> <li>- 목초지에서 생산한 알파파와 귀리 건초를 소의 주 사료로 이용, 젖소의 소화흡수율 개선하여 장 내 발효로 인한 메탄 배출을 크게 줄임</li> <li>- 이러한 '통합 농업' 산업 모델은 탄소 배출원을 크게 줄이고, 흡수원을 늘려 농업과 축산업에서 저탄소 개발을 위한 성공적인 로드맵을 제시</li> </ul>
포스코 차이나 (POSCO China)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 포스코차이나는 중국 녹색탄소싱크재단에 20만 위안 공익금 기부, 훈춘지역 야생 동북호랑이 보전 참여 등 다양한 프로젝트 진행</li> <li>- 포스코광동은 공장 지붕에 친환경 태양광 발전 설비를 설치해 태양광 전력 운영을 통한 에너지 절감 등 2050년까지 탄소중립에 크게 기여 예상</li> <li>- 포스코는 지역사회 발전을 위해 장자강 지역 소외계층 대상 10가구 주방 개조, 주택 수리 및 재건축 프로젝트, 뤼수이촌에 HSC포스코대교 건설을 통한 주민 교통난 해소 등 다양한 캠페인 진행</li> </ul>
징동 물류 (Jingdong Logistics)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광저우, 샤먼 등 저탄소 에너지 시스템 건설을 위해 옥상 태양광 발전을 통한 청정에너지 프로젝트를 징동 물류단지에 추진</li> <li>- '효율적인 차량 운영과 종합적인 배기가스 감축'이라는 비전 달성을 위해 신에너지 물류 트럭 운행 시작. 해당 트럭은 단일 용량이 18톤인 9.6m 밴으로, 트럭에 수소 연료를 충전하는 데 3분밖에 걸리지 않으며, 한 번 충전으로 450km 주행 가능, 2023년까지 100% 신에너지 물류 차량 교체 목표로 '탄소 제로 운송' 건설에 기여할 것으로 기대</li> </ul>

자료: 포스텍지속가능연구소, KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

※ **新성장산업 진출 : T사 “뚝기 힘든 중국 친환경 건축자재 시장 수출 성공”**

• (성공과정)

- T사는 PB 배관재 국내시장 점유율 상위 기업이지만 수출은 상대적으로 적어 KOTRA 정저우 무역관과 시장조사를 통해 PB 파이프 중국 시장 진출은 허난성이 가장 적합하다고 판단함
- 친환경 건축자재는 전문적인 분야로 시장 자료가 공개되어 있지 않아 정저우 무역관은 중국산업협회, 여러 국가에서 발표된 자료(중국, 미국, 유럽 등)를 비교하여 현지 산업 크기와 동향을 분석하여 수출전략 수립
- 중국 바이어는 T사 제품의 전시관을 만들어 제품을 전시해 중국 인테리어 업체들이 해당 제품을 선택할 수 있도록 할 예정. T사는 2024년 8월 10,478달러를 수출하고 하반기 추가 수출을 준비 중임

• (시사점 및 향후계획)

- 국내기업, 바이어, KOTRA 무역관과 본사 전문위원 간 유기적 협력을 통해 국내기업 제품 경쟁력을 객관적으로 분석하고 진출전략을 촘촘히 수립하여 중국 시장 진출 성공
- 중국의 친환경은 전 분야의 주요 과제이며 산업별 친환경 기자재 수입을 활발히 진행 중에 있음. 건축자재의 경우 중국은 통상 아파트, 사무실을 개별 인테리어 하는 점을 반영하여 인테리어 업체를 타기팅하여 중국 시장 수출을 공략하는 게 포인트

※ **新성장산업 진출 : D사 “외국산 대비 가성비 경쟁력을 통한 중국 시장 재진출 성공”**

• (성공과정)

- D사는 합성수지를 주로 생산하면서 주로 과립형 플라스틱이나 재활용 ABS를 국내 공급하거나 해외로 수출함. 코로나 전까지 한 해 중국으로 최대 1,100만 달러 수출하였으나 코로나 기간 중 거래가 대부분 중단되어 수출량이 급감하면서 매출에 타격을 받게 됨
- 2024년 4월 KOTRA 칭다오 무역관에 연락하여 중국으로의 수출 재개를 위한 잠재 바이어 발굴을 요청함
- 칭다오 무역관은 유망 바이어를 물색하여 D사에 소개, 5월에 가격요건 협의 및 샘플 성능 테스트 진행, 6월 성능 테스트 결과 요구조건에 부합하여 6월 말 바이어가 직접 한국 공장에 방문하여 생산능력을 점검하고 구매가격을 협상함. 7~8월 양측 구매가격, 지불방법, 물류 통관 협의 후 T사는 9월 19,187달러 상당의 ABS 제품 24,000kg을 정식 수출함

• (시사점 및 향후계획)

- 소형 가전제품(에어컨, 선풍기, 주방가전 등) 생산에 ABS 펠릿이 필요했던 수요와, 한국산 재활용 ABS는 가성비 면에서 경쟁력 있고 타 국가보다 한·중 물류 통관 측면에서도 가격 절감 효과가 맞아 진출이 가능
- 바이어는 향후 수입이 지속적으로 발생할 것으로 예상하고 있음. 초도물량은 많지 않았지만 점차 수입량을 확대할 예정으로 KOTRA 칭다오 무역관에서 D사 진출을 돕기 위해 지속 노력 예정

### 3-4. (그랜드 헬스케어) 인구구조 변화 대응, 시장 선점

#### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ (실버세대 소비 패턴 공략) 중국 고령사회 가속화로 차세대 핵심 산업으로 성장한 실버경제의 주력 '리우링허우(60后)' 세대 소비 트렌드 포착 및 유망상품 유통·판매전략 필요
- ※ (헬스케어 분야 블루오션 발굴) 치과기자재, 재활의료기기, 의료미용, 건강기능식품 등 헬스케어 블루오션 분야를 발굴하여 수요 기반 맞춤형 마케팅 전략 강화 및 필수 인증절차 사전 준비 필요

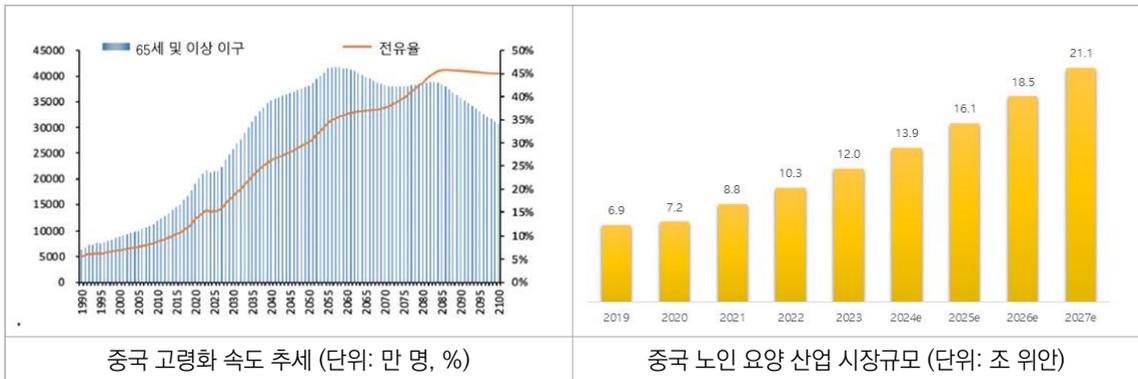
#### □ 주요 이슈 및 트렌드

##### • (실버경제·실버케어) 강력한 정책 지원에 힘입어 차세대 핵심 산업으로 성장

- 현재 중국의 고령화 정도는 전 세계 중상위권으로, 뚜렷한 고령화 추세에 따라 2035년 초고령화(65세 인구가 20% 초과) 사회에 진입할 것으로 예측
- 2023년 중국 노인 요양 산업 시장규모는 12조 위안으로 전년 대비 16.5% 증가, 실버산업은 중국 국무원 실버경제 정책적 지원 육성에 힘입어 지속 선정 전망

\* 중국 국무원, 실버경제 육성을 위해 '노인복지를 증진하기 위한 실버경제 발전에 대한 의견' 발표('24년 초)

#### <중국 고령화 속도 추세 및 노인 요양 산업 시장규모>



자료: 국가통계국, 위와런커우(育媯人口), 아이미디어 리서치(艾媒咨询)(2024년 8월)

- 중국 경제의 큰손은 1960년대 태어난 세대 '리우링허우(60后)' 실버세대로, 시간적 여유와 높은 경제력을 갖춘 이들의 소비 패턴에 주목할 필요가 있음

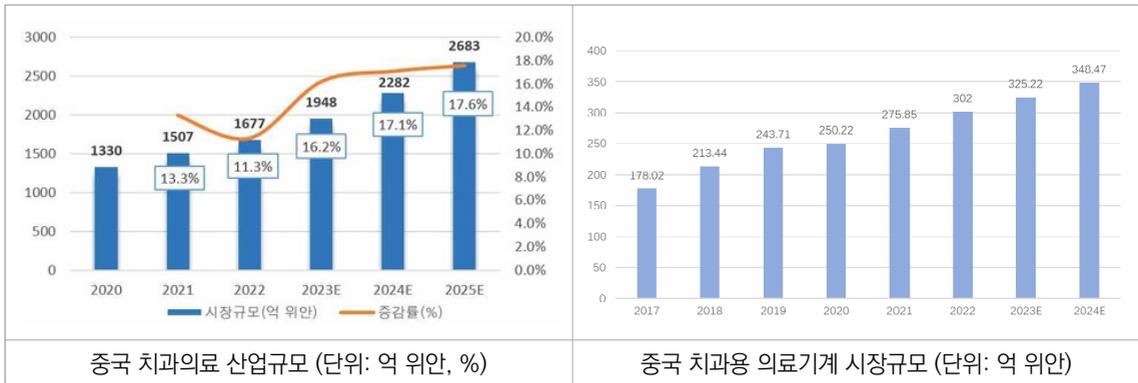
※ 산시(山西)성 타이위안(太原)시 인민정치협상회의(정협)의 리신화 부주석은 중국 관영매체와 인터뷰에서 “더 높은 삶의 질에 대한 노인들의 열망과 요구가 증가했다”며 “다양한 제품과 서비스를 찾는 수요가 늘고 있다”고 말함 (자료: 신화사(新华社), '24년 3월)

※ 차이나스키니의 마크 태너 상무이사도 “과거에 검소한 중국 노년층이 코로나19 팬데믹 이후 점차 변화해 온라인 쇼핑 시장을 견인하고 있다”며 “소비주의 속에서 성장한 세대도 노년기에 접어들기 시작해 노년층의 소비 성향을 높이고 있다”고 말함

• **(예방치과의 성장) 中 국민 평균소득 향상에 따라 의료보건 지출이 증가하고 구강 건강관리 인식이 증대되면서 치료 중심에서 예방 중심으로 전환되는 추세**

- 중국 치과의료 산업 시장규모는 '25년 2,683억 위안에 이를 것으로 예상되며, '20년 이후 매년 평균 15%씩 성장 중으로 임플란트, CBCT 장비 등 수요도 증가
- (연령별) 고령사회 진입에 따라 실버세대는 치과 질환 발병률과 구강 의료 서비스 수요 증가, Z세대는 치아미백, 교정치료 등 미용치과 서비스 수요 증가
- (지역별) 경제 수준 향상으로 치과 의료 소비가 다양한 도시로 확산되면서 준1선 도시인 화동지역 (상하이시, 장쑤성, 저장성 등)이 치과 소비의 주력 도시

〈중국 치과의료 산업규모 및 치과용 의료기계 시장규모〉

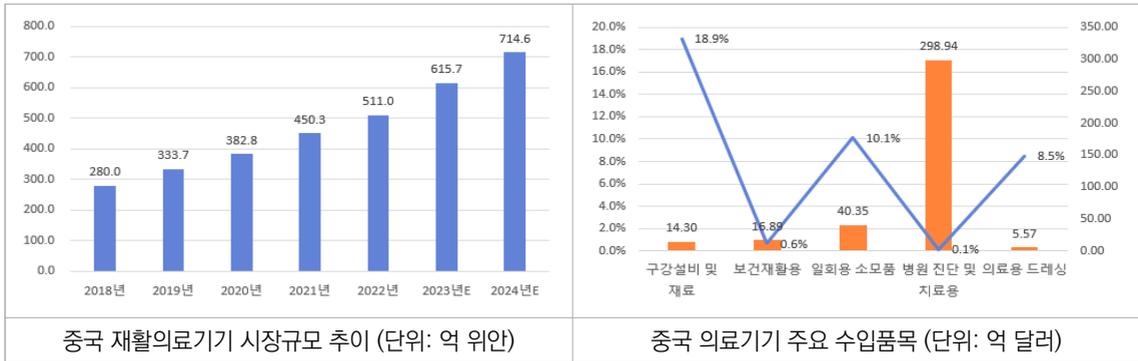


자료: 즈옌컨설팅(智研咨询), 중상산업연구원(中商产业研究院)(2024년 5월)

• **(재활의료기기 시장 재조명) 중국 정부의 정책 지원, 고령화, 기술 혁신 등 다양한 요인의 영향으로 중국 재활의료기기 시장규모 꾸준한 성장세**

- '18년 중국 재활의료기기 시장규모는 280억 위안이었고 '22년 511억 위안을 기록, 약 2배 가까운 성장세를 보였으며 '24년 700억 위안 돌파할 것으로 전망
- 중국에 유통되는 재활의료기기 품목의 중국 국산화율은 90%가 넘었으나, 주로 중저가 시장에 집중되어, 고가 장비 시장은 외국 브랜드의 시장점유율이 압도적
- 주요 고가 수입 제품은 재활 척도 평가, 물리치료용 재활의료기기 위주

### 〈중국 재활의료기기 시장규모 추이 및 의료기기 주요 수입품목〉

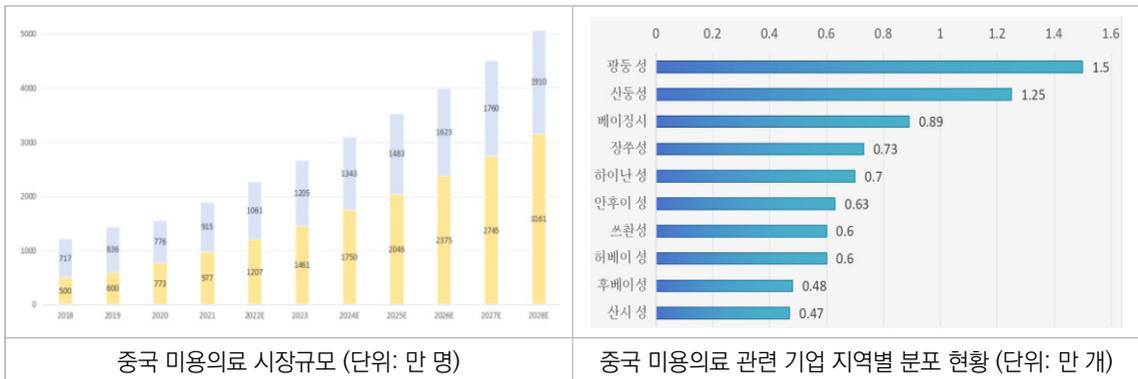


자료: 중상산업연구원(中商産業研究院), 중국의료보건품수출입상회(2024년 5월)

#### • (非수술적 미용시술 대중화) 보톡스·필러·레이저 등 회복 빠른 시술 선호도 증가

- 中 미용의료 시장규모는 '17년 이후 꾸준한 증가세를 보이며, '25년 4,108억 위안에 이를 것으로 전망, 미용医료를 이용하는 소비자 수도 급증하는 추세
- 주로 대도시에 거주하는 젊은 세대를 중심으로 히알루론산 필러, 보톡스 주사, 미백·재생·주름개선 효과로 알려진 콜라겐 필러가 인기

### 〈중국 미용의료 시장규모 및 미용의료 관련 기업 지역별 분포 현황〉



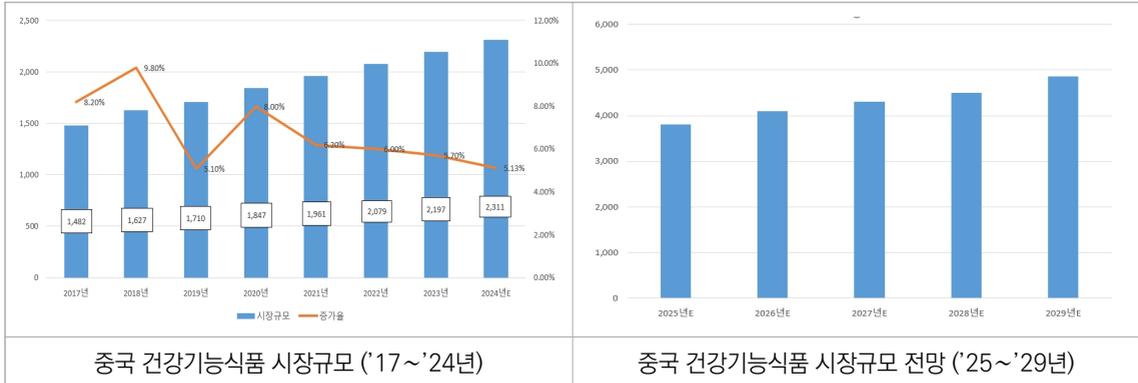
자료: 신양 리포트, KOTRA 하얼빈 무역관 정리(2024년 6월)

#### • (건강관리 열풍) 인구 고령화, 소비수준 상승 및 팬데믹 이후 건강에 대한 인식이 높아지면서 연령층 구분 없이 건강기능식품 수요 확대 추세

- 중국 건강기능식품 시장은 '17년부터 7년간 연평균 7% 성장해 '24년 2,311억 위안에서 '25년 3,775억 위안으로 확대 예정, '29년 4,858억 위안까지 성장 전망
- 기능성 식품은 피로 해소, 수면 보조, 면역력 강화, 질병 예방 등으로 나뉘어 편리하게 먹을 수 있는 젤리, 음료, 동결건조식품 등 다양한 형태로 출시
- 젤리 형태의 비타민, 다양한 효능이 있는 프로바이오틱스 함유 식품, 운동 애호가를 위한 고단백질 식품, 약보다는 간식처럼 먹는 건강기능식품이 인기

### 〈중국 건강기능식품 시장규모〉

(단위: 억 위안, % / 억 위안)



자료: 관연천하컨설팅(观研天下信息咨询), 천잔경제연구원(前瞻经济研究院)(2024년 9월)

### □ 진출전략 및 유망품목

#### • (실버세대 소비 패턴 공략) 중국 실버세대의 주력인 '리우링허우(60后)' 세대의 소비 트렌드 포착 및 유망시장을 고려한 제품 개발 추진

- 리우링허우 세대가 기존 고령세대에 비해 소비를 많이 하고, 외식·오락·문화 등 가치소비를 즐기며 디지털 문화에 익숙하여 온라인 소비를 즐기는 것이 특징
- 실버산업은 미용, 건강보조식품, 의료기기, 치료 서비스, 노화 방지 제품, 관광, 영양원 및 실버타운 사업 등 다양한 분야에서 시장 전망이 밝은 편
- 중국에서 새로운 돌파구를 찾고자 하는 기업은 실버세대를 타깃, 상품·서비스를 새롭게 출시하는 등 경영전략에 변화를 주는 것도 검토해볼 가치가 있음

### 〈중국 실버경제 유망품목〉

분류	내용
가정용 의료기기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장규모: '19년 1,189억 위안에서 '25년 2,400억 위안으로 확대 예정</li> <li>• 전문 의료지식이 없는 일반인들도 쉽게 사용 가능한 소형 의료기기 수요 증가</li> <li>• 혈압측정기, 산소포화도 측정기, 체온계, 가정용 안마기 등</li> </ul>
가사도우미 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장규모: '19년 6,975억 위안에서 '25년 1조 2,847억 위안으로 확대 예정</li> <li>• 중국 정부의 정책적 지원, 육아 및 노인 요양 서비스에 대한 수요 증가</li> <li>• 방문 청소, 베이비시터, 산후조리, 노인요양 등</li> </ul>
실버 관광 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실버 관광 서비스 규모는 '19년 1억 5,000만 위안으로 중국 전체 관광 서비스의 20% 차지, '25년 1억 9,000만 위안으로 안정적 성장세 지속 전망</li> </ul>
실버 패션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장규모: '23년 1,581억 위안에서 '25년 2,000억 위안 규모로 성장 예측</li> <li>• 단순히 편안한 옷보다는 자신의 개성이 돋보일 수 있는 기능성 의류 선호</li> </ul>
건강기능식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장규모: '23년 3,282억 위안에서 '25년 3,775억 위안까지 성장 전망</li> <li>• 면역력 증진, 수면 질 개선, 심혈관 건강 증진 등 다양한 기능성 식품</li> </ul>

자료: KOTRA 중국지역본부 및 광저우 무역관 정리(2024년 9월)

• (치과용 기자재 단계별 진출) 한국 수입 제품 비율이 높은 주요 유통 채널 확보, 지역별 차별화된 유통 전략, 주요 소비층 타겟 마케팅 전략 등 수립

- (유통 채널 확보) 중국 민영 치과병원과 클리닉에서 한국 수입 제품의 사용 비율이 높은 편으로 해당 로컬 기관들과의 협력관계 강화 필요, 현지 대리점과 협력하여 안정적인 유통 채널 확보 혹은 직접 판매 네트워크 구축
- (지역별 차별화된 유통 전략) 소득수준이 높은 화동지역에는 고가의 프리미엄 제품, 서남지역에는 가성비 좋은 제품을 집중 판매하는 전략도 효과적
- (젊은 소비층 타겟 마케팅) SNS 등 온라인 플랫폼을 활용한 디지털 마케팅을 통해 젊은 소비자와의 접점을 확대하고 니즈에 맞춘 제품과 서비스 제공

〈중국 치과용 기자재 유망품목별 동향〉

분류	내용
치과용 의료기기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 정부 정책 장려와 기술 발전으로 지속 성장 중이며 '24년 348억 4,700만 위안을 넘어설 것으로 전망</li> <li>• 치과의료와 빅데이터, AI 등 기술 융합이 가속화됨에 따라 디지털화될 전망</li> </ul>
임플란트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '24~'29년 연평균 성장률은 6.4%로 예측되며 '24년 52억 5,000만 위안, '29년 71억 4,000만 위안에 이를 것으로 전망</li> <li>• 주요 성장요인: 치과의료 혁신 기술 및 신제품 출시, CAD/CAM 기술 적용 등</li> </ul>
치아 교정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '25년까지 660억 위안에 이를 것으로 예상되며 상당한 성장 잠재력 보유</li> <li>• 치아교정 중 브라켓 교정 86%, 인비절라인 교정 14% 차지. 개인 소득수준 지속 향상됨에 따라 인비절라인 교정 시장점유율 꾸준히 확대 예정</li> </ul>
CBCT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '12년 이전에는 치과용 CBCT 장비 시장이 주로 외국 브랜드에 의해 주도되었으나 중국의 MEYA Optoelectronics를 필두로 제품 양산 성공</li> <li>• 향후 중국 국산화가 가속화되면서 CBCT 장비 시장규모 더욱 확대 예정</li> </ul>
구강 위생관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '17년 이후 매년 10%씩 성장 중이며 '24년 1,378억 위안까지 성장 예정</li> <li>• 전체 구강관리제품의 소매액 기준 Colgate(콜게이트), Crest(크레스트) 등 상위 5개사가 전체 시장 점유율의 34% 차지</li> </ul>

자료: 즈옌컨설팅(智研咨询), 중상산업연구원(中商产业研究院), KOTRA 중국지역본부 정리(2024년 9월)

• (의료 패스 정책 활성화) 홍콩-마카오 의약품 및 의료기기 패스(港澳药械通) 정책 이용, 중국 인증 없어도 홍콩-마카오 유통 해외 의료제품 도입 가능

- 중국은 '21년 시범 정책으로 따완취(大湾区, 광둥-홍콩-마카오 지역) 내 신규 의료제품 수입 패스트트랙을 개설했으며, '23년 지정 의료기관을 5개에서 19개로 확대
- 중국 인증 없이도 긴급 승인을 받은 의약품 및 의료기기는 광동성 지정 의료기관에 유통 가능하며 '24년 1월 기준 긴급 승인 수입 제품은 56개로 확대

〈중국 의약품·의료기기 제품 인증 개요〉

구분		중국	홍콩	마카오
의약품	인증개요	NMPA	NPP	澳门进口药物之预先许可证书
	소요시간	1~3년	9개월	-
의료기기	인증개요	1, 2, 3류 의료기기	MDACS	进口医疗卫材产品的预先许可
	소요시간	6개월~1년	한국 식약처의 판매 허가 인정	-

자료: 중국 국가약품감독관리국, 홍콩 위생처, 마카오약물감독관리국(2024년 3월)

- 홍콩·마카오 인증은 비용과 절차가 간소하고 중국 대륙 내 임시 승인 신청 및 테스트 결과에 따라 현지 의료기관의 중국 인증 지원 및 현지 유통계약 추진
- 홍콩-마카오 의료 패스 정책 및 현지 유통 현황 검토를 통해 최근 강화된 중국 의료 인증 진입장벽을 완화하고 현지 바이어 발굴 방안으로 정책 활용

\* (진출방안) 중국 대비 의료제품 승인 난이도가 낮은 홍콩·마카오 진출 → 현지 레퍼런스를 구축하여 따완취 지역 시범 사용 추진  
→ 시장 반응에 따라 중국 전역 진출 검토

〈홍콩-마카오 의약품 및 의료기기 패스 승인 주요 제품(일부)〉

구분	국적	기업명	제품명	사용 의료기관	기능
의약품	미국	pfizer	lorlatinib	中山陈星海医院	폐암 치료제
	미국	Oyster Point Pharma	tyrvaya	珠海希玛林顺潮眼科医院	안구건조증 치료제
	미국	pfizer	Nurtec ODT	佛山复星禅诚医院	편두통 치료제
	독일	MorphoSys	Tafasitamab	佛山复星禅诚医院	림프종 치료제
	미국	Novartis	LEQVIO	佛山复星禅诚医院	콜레스테롤 저하제
의료기기	미국	Medtronic, Inc.	Micra	中山大学孙逸仙纪念医院	심장 페이스메이커
	미국	Medtronic, Inc	TYRX	中山大学孙逸仙纪念医院	수술 감염 예방 의료기기
	영국	PHILIPS	AngioSculpt Evo	中山大学孙逸仙纪念医院	혈관 확장용 의료기기

자료: 광둥성약품감독관리국(广东省药品监督管理局), KOTRA 상하이 무역관 정리(2024년 3월)

• **(의료미용의 블루오션 선점) 우리 기업의 선진화된 의료미용 제품 및 서비스 경험 활용하여 중국 시장 진출 품목 선정, 현지 파트너 발굴 및 인증 취득**

- 중국에 유통 중인 보톡스 제품은 모두 해외 제약사와 협업 방식으로 공급, 해외 기업 진출 사례 검토를 통한 현지 시장 이해 및 성공 사례 스터디 필요
- 진출 초기 단계에서 전자상거래를 통한 유통망으로 인지도를 높이고 입지를 다지는 동시에 전략적인 마케팅을 통한 브랜드 평판 관리 중요
- 장기적인 관점에서 정식 인증 취득을 준비해 중국 관리·감독 대비 필요. 정식 인증에는 시간·비용이 소요되지만, 기술력을 인정받은 한국 제품에는 필수 절차

\* 주사용 히알루론산은 3류 의료기기 범주에 속하며 약 2~3년 소요, 보톡스(공식 명칭: 주사용 A형 보툴리눔 독소)도 약물의 일종으로 중국 국가약품감독관리국의 약품경영허가증 취득 필요, 약 7~8년 소요

**〈중국 의료미용기기 인증제도〉**

구분	세부내용	허가증	소요시간
1류 (저리스크)	의료기기 리스크가 낮고 일상적인 관리를 통해 안전하게 사용 가능한 의료기기 (나이프, 가위, 거즈봉대 등)	의료기기 허가증을 신청할 필요가 없고 중국 상공부처(工商部门)에서 발급한 사업자등록증만 취득하면 됨	-
2류 (중리스크)	의료기기 리스크가 중등 정도이고 안전성과 유효성을 보장하기 위해 엄격한 통제 관리가 필요한 의료기기 (체온계, 혈압계, 산소발생기, 네블라이저 등)	의약감독국(市药监局)에 의료기기 운영 등록(经营备案)을 해야 됨	10~12개월
3류 (고리스크)	의료기기 리스크가 높고, 안전하고 효과적인 사용을 보장하기 위해 특별한 조치로 엄격한 통제 및 관리가 필요함(히알루론산, 수액기, 주사기, 광전기기, 심장스텐트, CT, MRI 등)	중국 국가약품감독관리국(国家药监局)의 의료기기 허가증을 취득해야 됨	24~36개월

자료: KOTRA 중국지역본부 및 상하이 무역관 정리(2024년 9월)

• **(건강기능식품 마케팅·진출전략) 연령층별 수요에 따른 제품 개발 및 수입 방식 절차에 따른 기업별 마케팅 전략 수립 및 준비 필요**

- 최근 연령층별 인기 있는 건강기능식품의 제형, 기능, 복용 방식 등에 따라 선호 제품 차이가 있으므로 계층별 다양화·개성화를 살린 제품 개발
- 제품의 제형, 효과 등 기능정보를 명확하게 전달하고 사용 용이성을 고려해 쉬운 글꼴, 가볍고 휴대가 쉬운 포장 디자인을 적용하는 것도 중요한 요소
- 해외 건강기능식품 수입은 크게 일반식품, 보건식품, 크로스보더 이커머스\* 3가지 방식으로, 기업별 수입 방식에 따른 유통 판매 진출전략 수립

\* 중국 내 소비자가 크로스보더 이커머스 플랫폼을 통해 해외 제품을 직접 구매하는 것을 의미

### 〈중국의 해외 건강기능식품 수입 방식〉

구분	일반식품	보건식품	크로스보더 이커머스
마케팅 채널	이커머스 플랫폼, 슈퍼마켓 등	이커머스 플랫폼 약국, 슈퍼마켓 등	크로스보더 이커머스 플랫폼
성분 조정 필요 여부	중국 식품 수입 표준에 따라 성분 조정 필요	중국 규정에 따라 성분 조정 필요	필요 없음
수입 소요시간	약 3개월	등록(备案): 1년 반 이상 허가(注册): 3년 이상	-
건강 기능 홍보	불가능	가능	불가능
광고 모델	사용 가능	사용 불가능	사용 가능
라벨	중국어 라벨	중국어, 외국어 라벨	외국어 라벨
광고 투입	광고법 + 식품 관련	광고법 + 보건식품 광고 심의 (엄격한 수준)	광고 법+식품 관련
제품 형태	일반 식품 형태	일반 식품, 건강식품 제제 형태 (캡슐 등)	제한 없음
수입 검사 검역	일반 무역 수입 검사 검역 요구	일반 무역 수입 검사 검역 요구	크로스보더 이커머스 검사 검역

자료: FoodMate Global(食品标法圈), KOTRA 총칭 무역관 정리(2024년 7월)

- ※ (일반식품) 번거로운 보건식품 등록·허가 등의 절차 없이 신속하게 제품 수입 및 출시 가능함. 단, 제품의 건강 기능성 홍보 불가
- ※ (보건식품) 약국 등 온·오프라인 플랫폼에서 판매 가능하며 중장년 및 노년층 소비자에게 접근성 용이. 단, 중국 보건식품 규정이 까다롭고 제한이 많아 인증 취득이 어려운 편임
- ※ (크로스보더 이커머스) 일반 무역과 달리 상품의 최초 수입 허가 문서, 등록 등을 요구하지 않으며 원산지 품질, 안전, 라벨 등 표준·기술규범 요구에 부합하면 중국 상품 표준에 부합하지 않아도 크로스보더 이커머스 방식으로 수입 가능

※ 의료미용 수요 확대 공략 : S사 “중국 보톡스 시장을 겨냥한 의료용 바늘 진출”

• (성공과정)

- S사는 2023년 북업코리아 참가 이후 중국 바이어의 수술용/비수술용 소모품에 대한 긴급 수요 파악
- 2024년 KOTRA 총칭 무역관은 바이어 수요를 파악하고 사전 상담을 통해 '24년 북업코리아 행사 현장에서 20만 달러 규모 MOU 체결 및 수출 성약 창출(167,300달러)

• (시사점 및 향후계획)

- 중국 非수술적 미용시술이 대중화되면서 보톡스·필러 등 회복이 빠른 시술 선호도가 증가하는 추세로 총칭 등 미용산업이 발달한 지역에서 의료용 바늘은 필수품으로 자리 잡고 있는 점을 주목하여 공략
- 중국에서 한국산 제품에 대한 인지도가 높고 항공운송을 통해 짧은 주기로 현지 수요를 맞출 수 있어 중국 바이어들은 한국산 제품을 선호

※ 중국 의료기기 인증 장벽 극복 : L사 “중국 의료기기 시장 진출 성공”

• (성공과정)

- 중국 재할의료기기 제조 바이어는 KOTRA 정저우 무역관을 통해 한국 제품 수입 희망 인콰이어리를 전달함
- 정저우 무역관은 수입 인콰이어리를 토대로 적합한 의료기기 국내업체를 선정하여 여러 곳과 상담 주선
- 연초부터 진행된 건은 프로젝트화하고 바이어를 2024 GMEP 의료기기 상담회로 초청하여 일대일 상담을 추진하고 L사 공장을 실사하며 우리 기업의 우수한 전자약 기술력을 확인
- 가장 큰 걸림돌은 중국의 의료기기 인증이었고 무역관은 중국 지방정부기관과 산업협회 등과 협의, 과거 수입 성공 사례를 찾아 반조립 방식으로 부품을 수입해 인증의 비관세 장벽을 뚫기로 함
- 정저우 무역관은 허난성 정부와 MOU를 체결하고 의료기기 수입 지원을 약속하였고 2024년 9월 바이어와 무역관장이 한국을 방문해 국내 업체를 만나 초도 수출 201,567달러 계약 조건을 협의함
- 2024년 10월 수출 북업코리아 행사에서 279만 달러 공급계약 추가 체결함

• (시사점 및 향후계획)

- 최근 실버세대의 소비 주력층인 리우링허우(60后)의 의료기기 수요 증가 추세 포착한 해당 기업은 중국의 인구구조 변화 트렌드를 읽고 진출공략을 지속적으로 모색
- KOTRA 현지 무역관과 현지 정부 협력을 통해 반조립 방식으로 부품을 수입하여 판매하는 전략을 추구하며 인증의 비관세 장벽을 극복하는 등 틈새전략이 돋보이는 중국 진출 스토리

# I

## 시장 평가 및 주요 이슈

### 1. 개요

#### 가. 시장 전망

##### 〈주요 기관별 전망치〉

- ◆ (IMF) ('24) 2.9% → ('25) 2.7% ('24.4.)      ◆ (EIU) ('24) 3.0% → ('25) 2.2% ('24.9.)
- ◆ (DBS) ('24) 2.0% → ('25) 2.0~2.5% ('24.8.)      ◆ (홍콩 정부) ('24) 2.5~3.5% → ('25) 추후 발표

#### □ (동향) 민간 소비 둔화에도 대외 부문 호조로 '24년 2.5~3.5% 성장 전망

- (소비) 소비 패턴 변화\*가 소매 업계 및 고용시장 불안 요인으로 작용하면서 민간 소비 회복이 지연되는 약순환 지속\*\*

\* ① 홍콩 주민의 중국 본토 소비 증가, ② 고가 품목 지출 감소, ③ 중국 본토 관광객 지출 감소 등

\*\* 소매 판매 증가율(%): ('23) 16.2 → ('24) (Q1) △1.3 → (Q2) △6.6 → (Q3) △7.6 → (Q4) 추후 발표(자료: 홍콩통계청, 2024년 11월)

- (수출) 글로벌 수요 여건으로 위축되었던 수출입 여건 개선으로 상품 수출 호조

\* 상품 수출 증가율(%): ('23) △7.8 → ('24) (Q1) 11.9 → (Q2) 12.2 → (Q3) 10.7 → (Q4) 추후 발표(자료: 홍콩통계청, 2024년 10월)

#### □ (전망) 홍콩 정부는 인바운드 관광 회복, 중국의 고품질 발전(high-quality development)을 위한 홍콩의 위상 등으로 '25~'28년 연평균 3.2% 성장 전망

\* (호조요인) 美 금리 인하 등에 따른 글로벌 수요 회복 및 대외교역 확대, 관광시장 회복 등

\* (부정요인) 홍콩 달러 강세 지속으로 홍콩 내 민간 소비·투자 회복세는 지속 둔화

## 나. 주요 경제지표

주요 지표	단위	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
인구	백만 명	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5
명목GDP	십억 달러	363.5	363.1	344.9	369.0	358.7	380.8	398.1	415.0
1인당 명목GDP	달러	48,777	48,500	46,050	49,300	47,860	50,710	52,900	55,020
실질성장률	%	2.8	-1.7	-6.5	6.5	-3.7	3.3	3.2	2.2
실업률	%	2.8	3.0	5.8	5.2	4.3	2.9	1.8	0.9
소비자물가상승률	%	2.4	2.9	0.3	1.6	1.9	2.1	1.5	1.8
재정수지(GDP대비)	%	2.4	-0.6	-9.4	0.0	-6.7	-5.8	-2.8	-1.4
총수출	백만 달러	681,300	645,000	608,100	752,700	697,600	673,100	751,900	799,100
(對韓 수출)	"	7,419	7,251	6,700	9,558	10,440	9,449	-	-
총수입	"	682,100	639,300	601,500	732,200	682,900	670,400	743,500	796,100
(對韓 수입)	"	35,681	28,214	31,688	41,618	37,150	28,670	-	-
무역수지	백만 달러	-72,217	-54,712	-43,874	-43,504	-50,746	-59,947	-1,900	-3,900
경상수지	"	13,582	21,200	24,100	43,700	36,500	34,900	45,000	33,000
환율(연평균)	현지국/US\$	7.84	7.84	7.76	7.77	7.83	7.83	7.81	7.80
해외직접투자	억 달러	753.4	378	834	934	1,190	1,027	1,000	950
외국인직접투자	억 달러	975	583	1,175	1,372	1,224	1,111	1,130	1,150

주: 2024년은 추정치, 2025년은 전망치  
 자료: EIU, 홍콩통계청(2024년 9월)

## 2. '25년 주요 이슈 및 전망

- ※ (통상) RCEP, ASEAN 등 시장 다변화를 통한 경제협력 네트워크 확대
- ※ (경제) 경제 활성화를 위한 서비스 및 신성장동력 분야 육성 노력 지속
- ※ (산업) 금융·전문 서비스 경쟁력을 활용한 '슈퍼 커넥터' 기능 고도화
- ※ (사회) 저출산, 고령화, 소비 양태(北上消費) 변화 등 트렌드 전환 가속화

### 가. RCEP, ASEAN 등 시장 다변화를 통한 경제협력 네트워크 확대

#### □ RCEP 가입과 일대일로(BRI) 확대를 위한 경제외교 다변화 노력 지속

- **홍콩은 RECP 회원 가입 승인 대기 중으로, 중국 본토 시장 진출 및 중국 기업과의 협력 교두보로서 홍콩의 기능\*을 강조하며 조속한 가입을 추진 중**

\* 국제금융 중심지, 고품질의 전문 서비스 제공 역량, 중국과 세계를 연결하는 관문, 웨강아오 대만구(GBA) 지역에서의 기회 등이 회원국의 경제적 번영에 기여 (2023년 시정연설)

- **일대일로(BRI) 프로젝트를 매개로 인도네시아, 캄보디아, 라오스, 베트남, 미얀마 등 ASEAN 국가는 물론 중동 및 중남미 국가와의 경제협력\*도 지속 확대**

\* 2023년 홍콩은 아세안, 중동 순방 시 인프라·친환경 분야 등 50여 건의 MOU를 체결

\* 2024년 시정연설에는 방글라데시, 사우디아라비아, 이집트, 페루와의 투자협정(Investment Agreement) 추진 내용이 포함되었으며, 페루와의 FTA 협상은 완료되어 체결을 앞두고 있음

- **이에 따라 총수출에서 중동과 ASEAN 지역이 차지하는 비중이 증가해 왔으며, 2024/25 예산안에는 말레이시아와 사우디아라비아에 홍콩경제무역대표부(ETO)를 추가로 설치하는 내용이 포함되었음**

\* 2024년 3분기 누적 기준, 전년 대비 태국(+27.2%), 베트남(+25%), 중국 본토(+18.2%), 미국(+13.1%) 등으로의 수출이 증가한 반면, 수입은 베트남(+44.1%), 한국(+41.3%), 싱가포르(+17.5%), 중국 본토(+8.5%), 일본(+2.0%), 대만(+1.5%), 미국(+1.1%) 중심으로 증가

자료: 홍콩통계청(2024년 11월)

## 나. 경제 활성화를 위한 서비스 및 新성장동력 분야 육성 노력 지속

### □ 내수 소비 부진에도 대외교역 확대 등으로 완만한 성장세 지속 전망

- 경제 활력 제고를 위해 인바운드 관광을 확대하고, 민간 소비를 촉진하기 위한 다양한 경제 활성화 정책을 지속 추진할 전망

\* 2023년 중국 본토 관광객 확대를 위해 개인 방문 제도(IVS) 확대를 중앙정부에 제안하여 중국 8개 내륙 도시를 추가 포함하고, 중국 본토 관광객에 대한 면세 한도를 약 2배 인상

- 국제적인 문화, 창의 및 상업 행사 유치를 통해 장기적인 산업 발전 추진

- '25년 1분기에 개장하는 카이탁 스포츠 공원은 스포츠 발전을 촉진하고 레저, 엔터테인먼트, 관광 산업 및 이벤트 경제의 성장을 지원할 전망

### □ 고품질 생산력 제고를 위한 혁신 기술 산업 육성 강화

- AI 슈퍼컴퓨터 센터 및 홍콩 마이크로전자 연구개발원 설립, 연구기관을 대상으로 혁신 기술 연구개발 프로젝트 보조금 지원
- 생명건강 기술 분야 육성 및 웨강아오 대만구(GBA) 지역 발전을 위해 홍콩-선전 혁신기술 파크(HSITP) 내 Innolife 헬스테크 허브 설립, 생명건강 및 핀테크 분야 스타트업 대상 투자 확대 등의 정책이 2024/25 예산안에 포함됨

## 다. 금융·전문 서비스 경쟁력을 활용한 '슈퍼 커넥터' 기능 고도화

### □ 중국 본토의 쌍순환 정책을 뒷받침하는 전략적 거점으로서의 위상 업그레이드



자료: Invest HK, 중국 제14차 5개년 계획, KOTRA 홍콩 무역관 자료 종합

- 그간의 법률·제도 개선\* 효과를 통해 다양한 전문 서비스 인프라와 인력이 보강되면서 해외 기업의 중국 본토 진출 거점 경제(Headquarters Economy) 기능 확대

〈\*주요 개편 제도별 주요 내용〉

주요 제도	주요 내용
자본투자비자제도(CIES) 개편(2024.3월)	- 3천만 HKD(약 53억 원) 이상 투자 시 이주 기회 제공, 7년 거주 시 영주권 신청 가능 - 2021년 Invest HK(홍콩투자청) 내 전담팀이 설치된 후, 2025년까지 200개 이상의 패밀리 오피스(FO) 유치를 목표
저작권 조례 개정(2023.5월)	- 홍콩 저작권 제도를 현대화하고 국제표준에 부합시켜, 홍콩의 법률 시스템과 지재권 보호 제도적 이점을 활용하여 홍콩을 지역 IP 거래 허브로 육성
중재 임시 처분의 본토와 상호 집행	- 홍콩에서 중국 소재 기업이나 개인을 상대로 중재를 진행하는 경우 자산 동결이나 가처분 신청 및 집행 가능
Top Talent Pass Scheme 비자 제도 개편(2023.11월)	- 세계 100대 대학 졸업자에서 184대 대학 졸업자로 비자 신청 기준 완화 (9가지 주요 산업 분야 51개 직군 대상)
홍콩 특허 출원 기업에 대한 중국 본토 특허 우선 심사	- 특정 기준을 만족하는 홍콩 출원인의 발명에 대해 신속하게 중국 본토 특허 등록 가능

자료: 홍콩 정부, KOTRA 홍콩 무역관 자료 종합

• 특히 웨강아오 대만구(GBA) 진출의 거점이자 중국 기업의 연구개발 거점(R&D 센터 등)으로서 혁신 기술과 산업 육성을 위한 홍콩의 전략적 가치 확대

- 전략기업유치국(OASES) 신설 등을 통해 외국계뿐만 아니라 중국 본토 기업 지역본부·R&D 센터\* 및 해외 패밀리 오피스 적극 유치 중

\* 중국 배터리 기업 CATL, 홍콩사이언스파크(HKSTP) 내 R&D 센터 설립 MOU 체결('23.12월)

□ 중국 본토 기업의 해외 진출 거점으로서의 홍콩의 전략적 활용도 증대

• 홍콩 보안법 시행('24.3월), 금융시장 불안정성 등에도 위안화 거래(역외 위안화 예금액 세계 1위), 중국 본토 기업 투자 확대 등으로 금융 중심지 경쟁력 지속

- 중국 본토 기업의 홍콩 오피스 설립이 확대되면서 홍콩 내 중국 기업의 비중 증가

\* 홍콩 내 외국 법인 수(개사): ('19) 9,040 → ('20) 9,025 → ('21) 9,049 → ('22) 8,978 → ('23) 9,039

\* 홍콩 내 중국 본토 기업 지역본부 수(개사): ('19) 216 → ('22) 251 → ('23) 247

자료: 홍콩통계청(2023년 12월)

## 라. 저출산·고령화, 소비 양태 변화 등 트렌드 전환 가속화

### □ 1인 가구 확대, 저출산 심화, 친환경 중시 등이 사회 트렌드 전환을 주도

- 홍콩 1인 가구 비중은 '23년 기준 20.0%이고 출산율은 0.8명으로 역대 최저 수준에 달하고, 기대수명은 세계 1위(85세)로서 65세 이상 인구가 전체의 20% 수준이나 향후 10년 내 33%로 그 비중이 증가할 것으로 전망

\* 홍콩 기대수명은 2023년 기준 남성은 82.5세(+1.8년), 여성은 87.9세(1.1년)

자료: 홍콩통계청(2024년 9월)

- 신생아에 대한 재정적 인센티브 지원 확대, 방과 후 보육 프로그램 확충, 신생아 양육 가정에 대한 공공임대주택 우선 입주 등의 정책 지원 확대

\* HKTDC(홍콩무역발전국)는 2023년 시정연설에 따라 Silver Economy 요인을 국제 전시회 기획 시 적극 반영 중임

\* 2024년 시정연설에 홍콩 행정차관이 주도하는 실버경제촉진작업그룹(促進銀髮經濟工作組)을 설립하여 노인들의 일상적인 필요에 맞춰 실버산업 발전을 가속화하는 내용을 포함

### □ 중국 본토와의 경제 통합 가속화로 新 소비 패턴이 뉴노멀(New Normal)로 고착

- 홍콩과 중국 화남 지역(광저우, 선전 등) 간 소비 경제권의 통합\*이 중국 경제 회복 지연과 맞물리면서 홍콩 내 소비 축소로 이어지는 新 소비 패턴이 고착화

\* 아시아 관광센터에 따르면 2024년 상반기 홍콩 주민 82.7% 이상이 관광, 의료, 음식, 쇼핑 등의 목적으로 연간 최소 1~10회 중국을 방문하는 것으로 나타남 (팬데믹 이전의 약 94%)

자료: 아시아 관광센터(Asia Tourism Exchange Center)(2024년 8월)

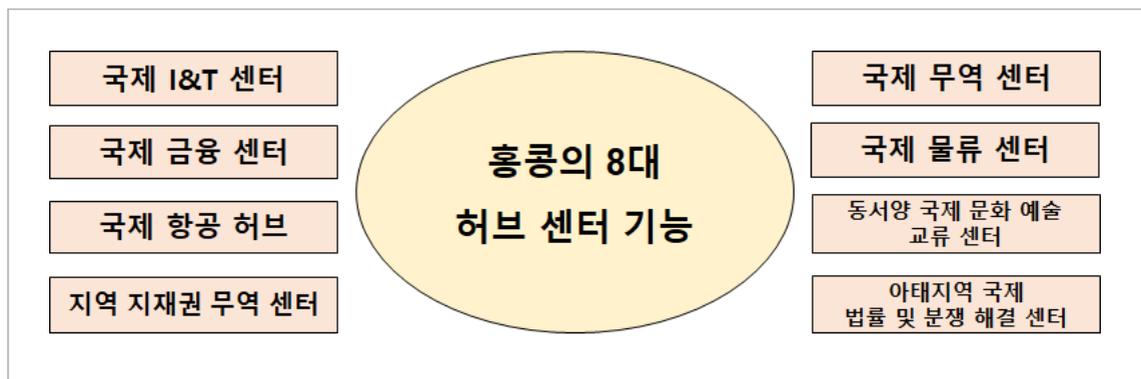
## 1. 정치/경제/산업/정책 환경

- ※ (정치) 일국양제(一國兩制)의 특수성을 활용, 중국의 고품질 발전에 기여
- ※ (경제) 완만한 경제 성장세 지속, 경제활력 제고를 위한 다각적인 노력 강화
- ※ (산업) 친환경·미래산업 등 고부가가치 산업 분야 집중 육성
- ※ (정책) 비즈니스 허브 기능 및 ESG 가치 제고를 위한 규제 완화와 정책 개편 지속

### 가. 정치 환경

#### □ 일국양제(一國兩制)의 특수성을 활용하여 고품질 발전에 기여

- 2024년 7월 존리 행정장관은 일국양제가 홍콩의 안정에 중요한 보호막 역할을 했으며, 안정을 넘어 장기적 번영으로 나아가기 위한 중요한 정책임을 강조
  - 전통적으로 금융, 법률, 무역, 항공, 해운, 과학연구, 문화 및 스포츠 분야 등에서의 고유한 위치와 장점을 강화하고 활용하는 것이 중요
  - 기술 혁신, 인재 양성, 웨강아오 대만구(Greater Bay Area, 홍콩, 마카오, 광둥성 9개 도시) 개발 등 새로운 영역은 물론, 일대일로 구상 등 중국 발전 전략에 적극 참여
- \* 홍콩 정부는 중국의 '제14차 5개년 계획'에 맞추어 금융, 물류, 무역, 법률 서비스 등과 관련된 8대 허브 센터를 강화하는 정책을 발표하고 단계적으로 이행 중 (2023년 시정연설)



- 특히 웨강아오(광둥·홍콩·마카오) 지역의 강점을 타 지역 발전과 유기적으로 연결 및 융합하여 경제·산업 고품질 발전의 원동력으로 활용 추진

- 2024년 양회 內 경제 운영 10대 중점 업무 중의 일부로 고품질 발전(과학기술 혁신능력 제고), 지역 협조 발전(지역의 조화로운 발전 수준을 제고)에 홍콩의 역할 명시

\* 2023년 시정연설에는 ▲웨강아오 대만구 지역 내 금융·의료 서비스 제공 편의 증대, ▲중동, 중앙아시아 및 아프리카 등을 포함한 일대일로 참여 국가와 웨강아오 대만구 지역 기업 간의 협력 증진 ▲지역 간 법률 시스템 차이로 발생하는 분쟁에 대한 해결안 공동 마련 등이 포함

## 나. 경제 환경

### □ 홍콩 정부, 2025~2028년 연평균 3.2%의 경제성장률 전망

- 홍콩 정부는 지정학적 불안, 대외 여건 개선 지연 등으로 2025~2028년 연평균 경제성장률은 3.2%, 연평균 소비자 물가상승률도 2.5% 수준을 전망

- 2024/25 예산에서 전망한 약 481억 달러의 재정적자는 향후 2027/2028 회계연도까지 흑자로 전환될 것으로 전망

\* 재정 확충을 위해 고소득자 대상 개인소득세 1%p 인상, 담배세 32% 인상, 2025년 1월 1일부 호텔 숙박세 부활(약 3%) 등을 통한 세수 확보와 채권 발행 등을 병행

### □ 상품 소비시장 회복 지연, 투자 부문 불확실성 지속 등에도 대외 수출입 부문 호조로 완만한 경제 성장세 지속 전망

- (소비) 2024년 3월부터 소매 매출이 감소세로 전환되며 성장의 걸림돌로 작용

- 2024년 3분기 누적 기준, 전년 동기 대비 7.6% 감소하며 코로나 기간 이후 처음으로 마이너스 성장을 기록했으며, 전년 동월 대비 10% 내외의 감소세를 지속

- 홍콩 시민들의 중국 본토에서의 소비 증가, 홍콩 달러 강세로 인한 여행자들의 소비 감소, 중국 본토 여행자들의 소비 패턴 변화 등이 주요 원인으로 평가

\* 소매 판매 증가율(%): ('23) 16.2 → ('24.1) 0.9 → ('24.2) 1.9 → ('24.3) △7 → ('24.4) △14.7 → ('24.5) △11.4 → ('24.6) △9.7 → ('24.7) △11.7 → ('24.8) △10.0 → ('24.9) △6.9

자료: 홍콩통계청(2024년 11월)

• (투자) '23년 홍콩으로의 투자 유입은 1,115억 달러로 2년 연속 감소세를 보였으며, 해외로의 투자는 1,031억 달러로 감소세로 전환

- '24년 상반기 기준 아웃바운드 FDI는 전년 동기 대비 약 36.7% 크게 감소했으며, 인바운드 FDI는 약 2.6% 감소하면서 감소세가 다소 완화된 모습을 보임

자료: 홍콩통계청(2024년 9월)

\* 한국-홍콩 투자 추이: '23년 홍콩의 對韓 투자 신고액은 11.7억 달러로, 전년 대비 202.6% 급증하여 '20년 수준으로 회복. '23년 對홍콩 투자액은 2.8억 달러를 기록하면서 69% 하락

자료: 홍콩통계청(2024년 9월), 산업통상자원부 외국인투자통계(INSC), 한국수출입은행 해외직접투자통계(2024년 9월)

### 〈홍콩의 투자 동향〉

(단위: 억 USD, 전년 동기 대비 %)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년(잠정치)	2024년 상반기(잠정치)
세계→홍콩(In)	1,168(+99.5)	1,367(+17.0)	1,229(△10.1)	1,115(△9.3)	613(△2.6)
홍콩→세계(Out)	830(+118.8)	931(+12.1)	1,194(+28.3)	1,031(△13.7)	416(△36.7)

자료: 홍콩통계청 / 환율: 1 USD = 7.8 HKD

• (교역) '24년 3분기 누적 기준 총 교역규모는 8.8% 증가, 수출은 10.7%, 수입은 7.1% 증가했으며, 홍콩 정부는 '24년 연간 상품 수출 증가율을 기존 9~11%로 상향 조정

- 수출의 98.7%가 재수출로서 對중국 재수출 비중이 58.7%로 가장 높고 미국이 6.7%로 뒤를 이었으며, 태국, 베트남 등 동남아 국가와의 교역 증가가 두드러짐

\* ('24.3Q 수출) 태국(+27.2%), 베트남(+25%), 중국 본토(+18.2%), 미국(+13.1%) 등

\* ('24.3Q 수입) 베트남(+44.1%), 한국(+41.3%), 싱가포르(+17.5%), 필리핀(-10.5%) 등

자료: 홍콩통계청(2024년 11월)

- 중국 본토에서 생산하는 전자기계장치, 통신 및 녹음기기, 사무용 기계 및 자동 자료 처리 장치 관련 품목의 글로벌 수요 확대로, 중국 본토의 수출 창구 역할을 하는 홍콩의 수출 크게 증가

- '24년 3분기 누적 기준 한국의 對홍콩 수출액은 약 271억 달러로 전년 동기 대비 62.4% 증가를 기록하며 253억 달러의 무역 흑자를 기록

\* '24.3Q 10대 수출 품목별 증가율(전년 동기 대비, MTI 3단위): 반도체(+71.8%), 석유제품(+59.5%), 컴퓨터(+122.6%), 패션잡화(679.5%), 금은 및 백금(+95.8%), 비누치약 및 화장품(+4.7%), 선박, 해양 구조물 및 부품(+33.8%), 기구부품(+13.8%), 항공기 및 부품(+63.1%), 무선통신기기(+31.6%)

자료: 한국무역협회(2024년 11월)

### 〈홍콩 교역 동향〉

(단위: 억 USD, %)

구분	2020년		2021년		2022년		2023년		2024.1~9월		
	금액	증감	금액	증감	금액	증감	금액	증감	금액	증감	
홍콩	수출	5,035	△1.5	6,360	+26.3	5,810	△8.6	5,356	△7.8	4,295	+10.7
	수입	5,474	△3.3	6,805	+24.3	6,317	△7.2	5,955	△5.7	4,641	+7.1

자료: 홍콩통계청(2024년 11월)

## □ 해외 기업의 중국 진출과 중국 기업의 해외 진출의 양방향 거점 기능 강화

### • 외국기업의 중국 본토, 특히 웨강아오 대만구(GBA) 진출의 거점으로서의 기능 확대

- '24년 상반기 홍콩의 투자 유치 프로젝트 건수(322건) 중 중국 본토 기업의 홍콩 투자 비중이 150건(46.5%)을 차지하는 등 해외 진출 거점을 위한 역할 강화

### 〈2024년 상반기 홍콩의 국가별 투자 유치 프로젝트 건수 현황〉



자료: Invest Hong Kong(2024년 7월)

## 다. 산업 환경

### □ 친환경·미래산업 등 고부가가치 산업 분야 집중 육성

#### • 홍콩 정부는 2021년 10월 홍콩 기후행동계획(Hong Kong's Climate Action Plan 2050) 수립을 통해 2050년 '탄소중립(Net Zero)' 달성 목표 선언

- 2035년까지 탄소 배출량을 2005년 수준 대비 50% 이하로 감축하는 것으로 목표로 4가지 핵심 목표를 세우고 세부 정책을 추진

\* ▲탄소중립(Net-Zero) 발전 ▲에너지 절약 및 그린 빌딩 ▲녹색 교통 ▲폐기물 감소

- 정부 주도의 폐기물 처리 시설 확충, 혁신 기술을 활용한 친환경 비즈니스 기회 확대, 그린(Green) 일자리 증가\* 등이 친환경 산업 트렌드가 될 전망

\* '21년 홍콩증권거래소(HKEX)가 상장기업들의 ESG(환경·사회 기여·지배구조) 공시를 의무화한 이후 ESG 컴플라이언스 및 컨설팅 분야 등의 채용 수요 증가 전망

#### • '고품질 발전'의 중요한 수단인 혁신 기술 산업 육성을 위한 지원 강화

- 생명공학, 인공지능, 데이터 사이언스, 신에너지 기술 등 고부가가치 산업 기업 유치와 기술 확보 노력 확대

\* '24년 상반기 프로젝트 중 금융 서비스 및 핀테크가 77개(24%), 혁신 과학기술 관련 기업이 61개(19%)로 전체 322개 중에 가장 높은 비중 차지(약 43%)

자료: Invest Hong Kong(2024년 7월)

### 〈2024/25 예산안 內 혁신 기술 산업 육성 관련 주요 내용〉

- ※ AI 슈퍼컴퓨팅 센터 및 홍콩 마이크로전자 연구개발원을 설립, 대학교 및 연구기관을 대상으로 혁신 기술 연구개발 프로젝트 보조금 지원 추진
- ※ 생명기술 분야 육성 및 GBA 지역 발전을 위해 홍콩-선전 혁신기술 파크(HSITP) 내 InnoLife 헬스테크 허브 설립과 생명과학 분야 스타트업 대상 2억 홍콩 달러(약 2,564만 USD) 규모의 자금 지원 계획 발표

#### □ 디지털 전환(DX), 북부지역 발전계획 이행 등 인프라 부문 투자 지속

- Web 3.0 생태계 구축을 위해 사이버포트(Cyberport)를 중심으로 한 기술 기업 지원, 안정적인 가상자산 거래를 위한 라이선스 제도 운영 등 추진

\* 2023년부터 홍콩통화국(HKMA) 주도로 HSBC, Visa, Alipay 등 대형 은행, 인터넷 결제 플랫폼 사업자 등과 협업해 디지털 화폐 e-HKD 파일럿 프로그램 추진 등 핀테크(Fintech) 정책 추진

- 중점 인프라 개발 지역을 신계(New Territories) 등 북부지역으로 이전

- 웨강아오 대만구(GBA)와의 경제적 시너지 창출을 위한 북부도회구(北部都會區) 신도시 건설 계획 이행을 교통 인프라 확충을 중심으로 가속화

\* 철도 2개 및 주요 도로 1개(Two Railways and One Major Road Projects) 포함 등

## 라. 정책·규제 환경

#### □ 비즈니스 허브 기능 제고를 위한 제도 혁신 지속

- 금융·법률 서비스, 인재 유치 등 비즈니스 허브 기능 고도화

- 웨강아오 대만구(GBA) 지역 내 협력을 중심으로 홍콩을 활용한 해외 기업의 對중국 비즈니스 확대 지원 제도 강화

\* ▲국제 금융 및 중재 센터로서의 홍콩의 이점 ▲홍콩 특허 출원 기업에 대한 본토 특허 우선 심사제도 도입 ▲저작권 조례 개정을 통한 IP 허브 기능 강화 ▲주식 양도 인지세 0.03%p 인하 등

- 우수 인재 확보를 위한 혁신적인 정책 도입 및 강화

- 자본투자 이민제도 개편, 7가지 우수 인재 유치 비자 정책(Talent Admission Schemes) 등으로 우수 인재와 자본 유치를 위한 제도적 인센티브 강화

\* ▲Top Talent Pass Scheme(TTPS) ▲Quality Migrant Admission Scheme(QMAS) ▲Immigration Arrangements for Non-local Graduates(IANG) ▲Admission Scheme for Mainland Talents and Professionals(ASMTP) ▲Technology Talent Admission Scheme(TechTAS) ▲Admission Scheme for the Second Generation Chinese HK Permanent Residents(ASSG) ▲General Employment Policy(GEP)

- 특히 Top Talent Pass Scheme 비자 제도 도입·적용 확대 등으로 2022년 12월 28일부터 2024년 7월 31일 사이에 우수 인재 75,000명(80% 승인) 비자 승인

\* 인재 유치 비자 제도의 평균 승인율인 61.5%에 비해 단기간 내 높은 수준의 승인율 시현  
자료: 홍콩입경처(2024년 9월)

### 〈자본투자 이민제도 개편 및 TTPS 비자 적용 확대 내용〉

- ※ (자본투자 이민제도 개편) 패밀리 오피스 포함 해외자금 유치 확대를 위한 홍콩자본투자비자제도(Capital Investment Entrance Scheme, CIES) 재도입('24.3월)
  - 3천만 HKD(약 53억 원) 이상 투자 시 이주 기회 제공, 7년 거주 시 영주권 신청 가능
  - 중동 국가와 MOU 체결을 통해 상호 국경 간의 자본 이동 및 패밀리 오피스 유치 등 투자 촉진
    - \* 홍콩 금융서비스국-두바이경제관광부('23.9월), Invest HK-이집트 투자자유지역청('23.9월), Invest HK-사우디아라비아 투자부('23.12월), Invest HK-UAE 아부다비 상공회의소('24.7월)
- ※ (TTPS 확대 개편) 9가지 주요 산업 분야\*, 51개 직군의 해외 우수 인재 및 전문 인력 유치를 위해 2022년 10월 동 비자 제도 첫 도입하였으며, 대상 대학교 지속 확대 중
  - 신청 자격 요건은 소득, 경력, 학력 요건에 따라 A, B, C 3개 부문으로 구분, 학력 요건의 경우 세계 100대 대학에서 184대 대학 졸업자로 비자 신청 기준 완화
    - \* 2024년 시정연설에는 TTPS 제도 적용 대상 대학을 198개로 확대하는 내용이 포함
  - 비자 발급일로부터 2년간 체류 및 현지 근무(또는 구직활동)가 가능하며, 비자 만료 4주 전 1년 단위로 비자 연장 신청이 가능 (약 4주 이내로 비자 발급 절차와 시간 단축)

### □ 친환경 시장 육성, 노동환경 제고 등 ESG 허브로서의 위상 제고 노력 확대

- (녹색 금융) IFRS의 지속 가능성 공시 기준(ISSB Standards)의 전면 도입 추진, 탄소중립 프로젝트 금융 지원 프로그램 운영을 통한 녹색 금융 기능 제고
  - 친환경 혁신기업에 대한 자금 지원을 위한 그린 본드 발행 확대, 홍콩증권거래소(HKEX)의 국제 탄소배출권 거래 플랫폼 '코어클라이미츠(Core Climates)' 출범 등 친환경 금융 중심지로서 도약 추진

### 〈2024/25 예산안 내 녹색 금융 지원 제도 주요 내용〉

- ※ '녹색 및 지속가능한 금융 보조금 제도\*'는 2027년까지 연장 시행
  - \* Green and Sustainable Finance Grant Scheme: 홍콩의 녹색채권 발행과 대출을 지원하는 보조금 제도
- ※ '녹색 및 지속가능한 금융 기술 개념 인증 검사 보조금 제도\*'는 2024년 6월부터 시행 중임
  - \* Green and Sustainable Fintech Proof of Concept Subsidy Scheme: 잠재력이 있는 녹색 금융 기술의 연구 추진을 위해 초기 자금(최대 HKD 150,000까지)을 보조하는 제도

- (출산율 제고) 2023년 시정연설에서 저출산 문제 해결을 위해 신생아 부모에 대한 재정 지원 등 다양한 출산 지원 정책 추진 제시

### 〈홍콩 정부의 출산 지원 정책 주요 내용〉

- ※ 2023년 10월 25일부터 향후 3년간 태어난 신생아의 적법한 부모(부모 한쪽은 영주권자 보유 필수)에게 2만 홍콩 달러(약 2,600USD)의 재정적 인센티브 지급(Newborn Baby Bonus)
- ※ 방과 후 보육 프로그램 확대 등 맞벌이 가정을 위한 육아 지원 정책 추진
- ※ 난임 부부를 위한 공공병원 체외수정(IVF) 시술 서비스 제공 횟수를 1,100회에서 1,800회까지 확대
- ※ 신생아 양육 가정에 공공임대주택 아파트 우선 입주 지원

- (근로 여건 개선) 2025년 5.1일부로 고용주가 납부해온 MPF\* 납입금을 공제하여 퇴직금 지급이 가능하지 않고 고용주는 MPF 납입금 외에 별도의 퇴직금 적립 의무가 발생하여 피고용인 입장에서는 퇴직금 수령액이 증가

\* Mandatory Provident Fund로서 고용주와 근로자는 각각 급여의 5%를 납입할 의무 존재

- (친환경 시장 육성) 북부 도시 개발 외에도 친환경 인프라 투자 지속 확대
  - 글로벌 친환경 트렌드에 맞춰 소형 경전철 원바(雲巴, Sky Shuttle), 자동 궤도 쾌속 수송(Autonomous Rail Rapid Transit, ART) 및 간선 급행버스 체계(Bus Rapid Transit, BRT)를 참고하여 카우룽이스트(Kowloon East), 카이탁(Kai Tak) 및 흥서이키우/하추인(Hung Shui Kiu/Ha Tsuen) 3개 지역에 최신 친환경 교통 시스템을 시범 적용하는 등 편리하고 지속가능한 교통 네트워크 구축 예정

## 2. 시장 분석

- ※ (시장 특성) 무역·물류 부문은 다소 위축되며 금융·전문 서비스의 GDP 비중 확대
- ※ (교역) 중국의 공급망 재편 및 무역구조 고도화 등으로 대외교역 확대 추세
- ※ (투자) 글로벌 3위의 금융 허브이자 아·태 지역 최대의 금융 센터로의 위상 회복

### 가. 시장 특성 및 전략적 가치

□ 서비스 부문이 GDP의 93.5%, 금융·전문 서비스, 무역·물류, 관광 산업이 56.3% 이상 차지

- 관세 및 부가가치세가 없으며, 금융소득(이자, 배당, 양도소득) 및 증여 소득 비과세와 ‘先통관·後신고’ 제도 등 비즈니스 친화적 환경을 보유한 자유 무역항

- 4대 서비스 산업(금융, 무역·물류, 전문 서비스, 관광: Four Pillar Industry) 중심의 경제구조로, 2022년 기준 무역·물류 부문이 가장 큰 비중 차지

\* 금융 및 보험(22.4%), 무역·도소매(18.1%), 공공행정(21.3%), 전문 서비스업(5.3%), 운수·창고·배달(7.5%), 건설(4.3%), 제조(1.0%) 등

자료: 홍콩통계청(2024년 5월)

- 최근 해상 물류 거점 기능 약화\*에도 금융 및 전문 서비스 경쟁력을 중심으로 해외 기업의 중국 진출과 중국 기업의 해외 진출의 양방향 거점 기능 강화\*\*

\* 2023년 기준 항공 화물처리 물동량은 세계 1위를 유지 중이나 항만 물동량 및 해운 컨테이너 처리량은 약 10년 동안 꾸준히 감소하면서 2023년 처음으로 10위권 밖으로 밀려남

자료: Alphaliner(2024년 4월)

\*\* 2024년 상반기 투자 유치 Top 5 국가(건수 대비 비중): 중국(46.8%), 미국(9.3%), 영국(5.9%), 싱가포르(5.6%), 프랑스(4.6%) 순  
자료: Invest Hong Kong(2024년 7월)

## 나. 교역

□ 중국의 공급망 재편, 무역구조 고도화 등이 홍콩의 수출입 회복에 긍정적으로 작용

- 2024년 3분기 누적 기준 홍콩의 총 교역규모는 8,936억 달러로, 전년 동기 8,212억 달러 대비 약 8.8% 증가, 상품 수출과 수입은 각각 전년 동기 대비 10.7%와 7.1% 증가
- 수출입 증가 원인으로는 對중국 재수출 비중이 높고\* 본토 제품의 수출 창구 역할을 하는 홍콩의 특성상 중국 내 생산 산업재 품목의 대외 수요 증가에 기인
  - 특히 중국 본토의 아세안, 중남미 등 신흥국과의 교역이 확대\*\*되고, 배터리·전기차·반도체 장비 등의 교역 증가가 홍콩의 수출입 교역 활성화에 기여
  - \* '23년 홍콩은 수입 대비 재수출 비중이 89%에 달했으며, 총교역에서 중국 비중은 49.2% 차지  
자료: 홍콩통계청(2023년 12월)
  - \*\* '23년 중국 수출시장에서 미국 비중이 14.8%로 사상 최저치 기록, 아세안(16% 비중)은 중국 최대 수출 파트너로 부상 ('20년부터 4년 연속 최대 교역파트너)
- 수출은 반도체 등 전자 분야를 중심으로 태국, 베트남, UAE 증가, 수입은 한국, 베트남, 싱가포르 등으로부터 확대되며 역내 전략시장과의 교역 확대 심화 추세
  - 2024년 3분기 누적, 홍콩의 최대 교역파트너는 중국 본토(4,537억 달러), 대만(650억 달러), 미국(483억 달러), 싱가포르(418억 달러), 한국(343억 달러) 순
  - (수출) 말레이시아, 태국, 베트남 등 아세안 지역 주요 국가로의 수출이 크게 증가세를 보이고 있으며, 인도, 한국으로의 수출은 감소
  - (수입) 한국 외 베트남, 싱가포르로부터 증가하면서 공급망 다변화 노력 심화
  - \* 수출 증가율('24.9월 누적 기준): 태국(+27.2%), 베트남(+25%), 중국 본토(+18.2%), 미국(+13.1%), 인도(△12.1%), 한국(△6.8%) 등
  - \* 수입 증가율('24.9월 누적 기준): 베트남(+44.1%), 한국(+41.3%), 싱가포르(+17.5%), 중국 본토(+8.5%), 일본(+2.0%), 미국(+1.1%), 대만(+1.5%), 필리핀(△10.5%), 태국(△3.8%) 등
  - 자료: 홍콩통계청(2024년 11월)

## 〈2024년 1~9월 홍콩의 주요 국별 수출입 동향〉

(단위: 백만 USD, % / 환율: 1 USD = 7.8 HKD)

순위 (금액)	국가	수출입		수출		수입	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	중국 본토	453,713	13.6	250,834	18.2	202,880	8.5
2	대만	64,952	1.4	13,318	1.0	51,634	1.5
3	미국	48,328	7.9	28,793	13.1	19,535	1.1
4	싱가포르	41,758	14.0	5,949	-3.4	35,808	17.5
5	한국	34,267	28.3	6,720	-6.8	27,547	41.3
6	베트남	29,300	34.7	13,327	25.0	15,973	44.1
7	일본	29,280	0.8	7,892	-2.3	21,388	2.0
8	인도	19,457	-12.5	13,342	-12.1	6,116	-13.5
9	말레이시아	19,174	7.9	4,383	24.9	14,791	3.7
10	태국	15,420	9.4	7,606	27.2	7,814	-3.8
<b>총계</b>		893,566	8.8	429,474	10.7	464,092	7.1

자료: 홍콩통계청(2024년 11월)

## 다. 투자

### □ 글로벌 및 아·태 지역 금융 허브로서의 위상 회복

- 2024년 영국의 Z/Yen&선전 중국개발원이 발표한 글로벌 금융센터 지수에서 2년 만에 3위로 순위가 상승, 아·태 지역 최대의 금융센터로 위상 회복

- 상위 5개 금융센터 지역 중 가장 높은 상승 폭을 기록했으며, 핀테크 순위에서 5단계가 상승하며 9위를 차지, 글로벌 10대 핀테크 허브 도시에 포함

- \* 투자 관리, 보험, 은행, 전문 서비스 등 다양한 금융 산업 부문에서 순위가 크게 상승했으며, 그 중 투자 관리(홍콩의 자산 및 부유층 관리 사업 포함) 부문에서는 세계 1위로 평가

자료: Z/Yen&선전 중국개발원(2024년 9월)

- \* 2023년 말 기준으로 관리 자산이 전년 대비 약 2% 증가하면서 31조 홍콩 달러를 넘어섰으며, 순 펀드 유입액은 3.4배 이상 증가하여 3,900억 홍콩 달러에 달함

자료: 홍콩 재무부(2024년 7월)

- 자본투자 이민제도 개편, 패밀리 오피스 유치 확대\*, 중국 자본과 본토 기업의 홍콩 투자 증가, 핀테크 산업 육성 등으로 국제 금융 센터로서의 강점 여전

- \* '21년 Invest HK 내 전담팀이 설치된 후, '25년까지 200개 이상의 패밀리 오피스(FO) 유치를 목표로 '24.3월까지 중국 본토, 아세안, 중동, 유럽, 미국으로부터 총 650건 이상의 패밀리 오피스(FO) 설치에 관한 인콰이어리 접수 지원 중

자료: 홍콩입법의회, Invest Hong Kong(2024년 3월)

〈지역별 패밀리 오피스(FO) 유치 현황 (‘24년 3월 기준)〉

구분(개사)	중국 본토	아시아	북아메리카	유럽	중동	오세아니아	북아프리카	합계
신규설립·확장完	49	8	4	3	-	-		64
신규설립·확장中	82	13	-	27	9	4	1	136

자료: Invest Hong Kong, SCMP, KOTRA 홍콩 무역관 종합(2024년 3월)

□ 해외 투자는 관망세, 투자 유치는 中 기업 투자 확대 등으로 안정화

- 2024년 상반기 아웃바운드 FDI는 전년 동기 대비 36.7% 감소하면서 감소세를 지속했으나, 인바운드 FDI는 3분기 연속 증가세를 보이며 점진적 회복세로 평가

\* (IFDI, 억 HKD) (‘23.2Q) 2,690 → (‘23.3Q) 1,824 → (‘23.4Q) 1,962 → (‘24.1Q) 2,269 → (‘24.2Q) 2,514

자료: 홍콩통계청(2024년 9월)

- 또한 홍콩은 해외 기업에 대한 지분 투자 및 M&A 등 재무적 투자자들의 활동이 활발한 곳으로 글로벌 LP, PE, VC의 오피스가 다수 소재

- 테크 스타트업, 해외 혁신 기술 및 인프라 기업 등 여러 부문에 있어서 해외지역의 다양한 M&A 바이아웃 등 대체(지분) 투자 기회를 모색하는 움직임은 지속 확대될 전망

### 3. 한국과의 경제교류 및 주요 경험 의제

#### 가. 교역

□ 한국의 4위 수출국, 7위 교역 대상국 및 2대 무역 흑자국으로 위상 회복

- '24년 3분기 누적 기준 한국의 對홍콩 수출의 70% 이상을 차지하는 반도체 수출이 회복되면서 對홍콩 수출액은 271억 달러로 전년 동기 대비 62.4% 증가

#### 〈한국의 對홍콩 교역 동향〉

(단위: 억 USD, %)

구분	2020년		2021년		2022년		2023년		2024. 1~9월	
	금액	증감	금액	증감	금액	증감	금액	증감	금액	증감
수출	307	△3.9	375	22.2	277	△26.2	252	△8.9	271	62.4
수입	15	△13.4	22	45.9	19	△16.5	18	△2.4	18	32.3

자료: 한국무역협회(2024년 11월)

- 품목별로는 2024년 9월 누적 기준, 중국 본토의 수출 확대 기조로 반도체(전체의 74.3%, 이하 MTI 3단위 기준), 컴퓨터 등 산업재, 정부의 소비 진작 정책에 따른 일부 소비재 등의 수출이 확대

- 다만, 일부 관광시장 회복세\*에도 불구하고, 소비 패턴 변화로 한국의 對홍콩 소비재 수출은 품목별로 차이\*\* 존재

\* 2024년 상반기 기준 인바운드 방문객은 전년 동기 대비 64.2% 증가한 2,115만 명을 기록, 이는 코로나 이전의 60.7% 수준 (중국 본토 관광객이 전체의 76.3%를 차지)

\*\* 소비재 품목별 수출증가율(%): 패션잡화(+679.5%), 컴퓨터(+122.6%), 금은 및 백금(+95.8%), 기호식품(+5.7%) 등은 증가세, 광학기기(△11.1%), 의류(△28.2%) 등은 감소세

#### 〈한국의 對홍콩 20대 수출 품목 현황〉

(단위: 백만 USD)

순번	MTI	품목명	2023년		2024년 1~9월	
			수출액	증감률	수출액	증감률
		총계	25,194	-8.9	27,076	62.4
1	831	반도체	18,091	-6.8	20,139	71.8
2	133	석유제품	980	9.6	943	59.5
3	813	컴퓨터	545	-70.1	914	122.6
4	518	패션잡화	200	81.6	884	679.5
5	111	금은및백금	498	8.5	787	95.8

순번	MTI	품목명	2023년		2024년 1~9월	
			수출액	증감률	수출액	증감률
6	227	비누치약및화장품	503	27.1	391	4.7
7	746	선박해양구조물및부품	570	376.4	333	33.8
8	834	기구부품	253	-1.0	213	13.8
9	747	항공기및부품	215	1,244.9	180	63.1
10	812	무선통신기기	177	9.2	161	31.6
11	015	기호식품	224	40.2	159	5.7
12	214	합성수지	168	-35.2	151	23.2
13	243	유리제품	217	-15.4	138	-18.6
14	715	광학기기	190	1.8	128	-11.1
15	833	수동부품	130	-5.7	105	5.6
16	815	계측제어분석기	125	50.5	75	-13.0
17	441	의류	131	12.2	71	-28.2
18	622	동제품	80	-27.1	56	-2.7
19	310	플라스틱 제품	82	-24.9	55	-13.4
20	511	신변잡화	65	42.9	54	1.0

자료: 한국무역협회(2024년 11월)

#### □ 수출 성공/실패 사례

구분	내용
성공 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍콩의 주요 신선란 수입국에서 발생한 조류독감으로 현지 신선란 공급 부족에 따라 대체 수입 수요 증가(공급선 다변화) 기회가 시장에서 발생</li> <li>- 신선란의 경우 홍콩은 수출 농장 등록제로서 절차가 간소화되어 있어, 대형 유통망 바이어의 OEM 수요에도 적극 대응하여 6개월 내 초도 수출에 성공</li> <li>- (시사점) 시장 여건 변화에서 틈새 기회를 포착(홍콩 시장은 변화에 민감), 바이어의 OEM 수요에도 적극적으로 대응, 비교적 단기간에 해외 유통망에 진출 가능</li> </ul>
실패 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- B사는 홍콩 내 K-푸드에 대한 인기 및 식품 수입이 자유로운 측면 등을 고려하여 자사 제품에 대한 확신을 가지고 단기 성과를 기대하며 무역사절단 사업에 참가</li> <li>- 그러나 바이어와 상담 과정에서 한국인들에게는 효능이 인정되고 있으나, 홍콩에서 익숙하지 않은 식자재(나물 등) 등의 재료가 포함되어 있어 수출 성사 애로</li> <li>- (시사점) 현지에서 선호되거나 익숙한 식자재가 다르기 때문에 홍콩 진출 시 해당 제품에 사용된 재료 등을 치밀하게 확인하고 접근하는 것이 필요</li> </ul>

## 나. 투자 진출

□ 2023년 홍콩의 對韓 투자 신고액은 11.7억 달러로, 2022년 3.9억 달러 대비 202.6% 급증하여 2020년 수준으로 회복

### 〈한국-홍콩 투자 동향〉

(단위: 억 USD, %)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년 상반기
홍 → 한(In)	11.2(△41.6)	6.4(△43.1)	3.9(△39.4)	11.7(+202.6)	8.3(+25.3)
한 → 홍(Out)	14.5(△47.5)	8.8(△39.3)	9.1(+3.4)	2.8(△69.2)	3.6(+162.5%)

자료: 산업통상자원부(2024년 7월), 한국수출입은행(2024년 10월, 신고금액 기준)

- '23년 홍콩의 서비스업(금융 포함) 투자 신고 금액\*은 7.8억 달러로, 전체 투자 신고액의 67.2%로 낮아지면서, 현지 재무적 투자자의 제조업 부문으로의 투자 비중이 전년 대비 증가한 것으로 평가  
\* 서비스업(금융 포함) 투자 비중 : ('20) 70% → ('21) 79% → ('22) 89% → ('23) 67.2%
- '23년 對홍콩 투자액은 2.8억 달러를 기록하면서 전년 대비 크게(69%) 하락하였으나 '24년 상반기 투자액은 전년 대비 162% 급증

□ 글로벌 및 홍콩계 재무적 투자자의 對한국 M&A 투자 관심 지속

- 글로벌 및 홍콩계 재무적 투자자들이 대체투자(Alternative Investment) 포트폴리오 비중을 확대하면서 K-뷰티, 헬스케어, 인프라 부문 등 한국이 경쟁력이 있는 분야에 대한 다양한 형태\*의 '밸류업(Value-up) M&A' 투자 확대 전망

\* ① Series B 또는 C 스타트업 Growth Fund 투자, ② IPO 전후 스타트업 및 중소·중견기업 대상 Buyout 투자 ③ 국내 PEF 포트폴리오와 홍콩 내 Secondary 전문 투자가 등과의 매칭 투자 등

□ 투자 진출 성공/실패 사례

구분	내용
성공 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 뷰티제품을 제조·판매하는 A사는 피부에 맑은 윤광을 더해주며 자연스러운 화장법의 기본이 되는 쿠션과 보습력이 뛰어난 물크림 등 자연스러운 화장법을 SNS를 통해 홍보하면서 소비자 인지도 확산</li> <li>- 명품 화장품 브랜드가 들어서 있는 Lane Crawford 백화점에서 팝업스토어 운영부터 시작해 입점에 성공하였으며, 그후 현지 지사를 설립하여 밀착 마케팅 강화</li> <li>- (시사점) 차별화된 제품과 마케팅 채널을 활용, 한국과 동남아에서의 인기를 토대로 프리미엄 브랜드 이미지 제고를 위해 명품 백화점을 타깃, 진출에 성공한 사례</li> </ul>
실패 사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍콩에 판매법인을 두고 화장품을 판매하는 국내 B사는 그간 중국 본토 관광객의 매출 비중이 높았으나, 최근 소비 패턴의 구조적 변화로 '24년 2분기부터 매출이 급감하면서 일부 매장 및 품목군 조정 등 마케팅 전략을 수정하여 매출 회복 노력</li> <li>- (시사점) 중국 본토와의 통합 가속화, 홍콩 달러 강세 지속, 젊은 여행객들의 구매 패턴 변화 등 홍콩 소비시장의 트렌드가 급변하는 측면을 감안, 유연한 대응 중요</li> </ul>

## 다. 협력 유망 분야

- **(정책 협력) 규제 완화(의료·바이오) 및 혁신적인 제도 여건을 기회 요인으로 활용, 양국 기업 간 협력 확대와 성과 제고의 기회로 삼음**
  - (등록·심사 완화) 한국산 신약과 의료기기에 대한 심사 절차가 간소화\*되면서 헬스케어 분야 제품의 홍콩 시장 진출 기회가 확대될 전망
    - \* 신약 허가('22.11월) 및 의료기기('24.1월) 참조 국가에 한국이 추가되어 등록 및 심사 제약이 완화되었으나, 홍콩의 협소한 내수시장 등에 따른 MOQ 이슈 해결 등이 걸림돌로 작용
  - (우수인력 교류 확대) 해외 우수 인재에 대한 TTPS 등 다양하면서 완화된 기준의 비자 제도를 적용하면서 전문 서비스 및 R&D 협력 등 강화 기대
- **(정책 협력) 한류를 매개한 K-소비재 및 K-푸드 인기로 관광·소비시장 활성화**
  - 중화권 한류의 거점으로서 젊은 관광객들이 문화, 예술, 전시 활동에 참여하거나 대규모 콘서트 등을 관람하기 위해 홍콩을 방문하는 사례 증가
  - KCON 개최의 연례화 등 대형 한류 문화행사와 연계한 K-소비재 및 K-푸드 홍보 사업 확대 노력 다대

### 〈케이콘 홍콩 (KCON Hong Kong)〉

- ※ CJ ENM이 개최하는 글로벌 이벤트로, 케이팝 콘서트에 한국형 라이프스타일을 체험할 수 있는 컨벤션을 융합하여 한류 문화 페스티벌 형태로 진행
- ※ '12년 미국 개최를 시작으로 일본, 아랍에미리트, 프랑스, 멕시코, 호주, 태국, 사우디아라비아 등에서 개최되었으며 '24년 홍콩에서 최초 개최, '25년 3월 29~30일 개최 예정

- **(기업 협력) 홍콩에서 개최되는 국제 전시회와 콘퍼런스 플랫폼 활용 확대**
  - 신규 트렌드 타깃 또는 신성장 산업 분야\* 전시회 참여 확대를 통해 홍콩의 MICE 산업 부가가치를 제고하면서 우리 기업의 수출시장 다변화에도 기여
    - \* HK Baby Products Fair('25.1월), HK International Lighting Fair and HKTDC Smart Lighting Expo(3~4월, 혁신적인 조명 디자인 및 기술), InnoEX(4월, 친환경 및 스마트시티 등), HK International Medical and Healthcare Fair(5월), Eco Expo Asia(10월), HK International Optical Fair(11월)
- **(기업 협력) 홍콩 내 재무적 투자를 활용한 강소·중견기업 밸류업 지원 강화**
  - 대체투자 수요를 타깃하여 IT, 헬스케어, 인프라 혁신 기업(이상 Buyout 또는 CVC 투자), 구조개혁 수요 기업(Corporate Carved-out) 등과의 유력 M&A 투자 협력을 통한 한국 산업과 기업의 밸류업(value-up) 지원 강화
- **(기업 협력) 中 기업과의 협력 확대를 위한 교두보로서의 홍콩의 활용도 제고**
  - 최근 증가하는 중국 본토 기업의 對홍콩 투자 및 오피스 설립 확대를 한국기업과 중국 본토 기업 간의 우회 협력의 기회로 활용 추진

- ※ (K-소비재) 한류 마케팅 확대, 유통 채널 다변화, 전시회 통합화·대형화 등 추진
- ※ (전략품목) 헬스케어(바이오·의료), 탄소중립, ICT 등 신산업 분야 협력 기회 발굴
- ※ (투자협력) 재무적 투자 유치, 프랜차이즈(F&B), 인프라 개발 등 양방향 협력 제고
- ※ (지역 거점화) 중국 본토 진출 및 글로벌 기업과의 협력 거점으로 전략적 활용

### 1. PEST 분석

<b>Political 정치정책</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (정치) 일국양제 기반 中 기업과 해외 기업 간 양방향 거점 기능 강화</li> <li>• (대외) RCEP 가입 노력 등 역내 경제협력 네트워크 강화</li> <li>• (대내) 고품질 생산력 제고를 위한 혁신 기술 산업 육성 강화</li> <li>• (규제) 다양한 비즈니스 허브 기능 제고를 위한 제도 개혁 가속화</li> <li>• (ESG) 탄소중립, 사회적 가치 제고 등을 위한 ESG 정책 지속 도입</li> </ul>
<b>Economic 경제</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (경제성장률) 대외교역 부문이 견인하는 완만한 경제성장 지속 전망</li> <li>• (물가) 달러화 페그에 따른 연평균 2.5%대의 안정적 유지</li> <li>• (고용) 3% 미만의 안정적인 실업률로 우수 인재 유치 수요 다대</li> <li>• (투자) 중국 본토 기업의 홍콩 內 투자 및 오피스 설립 확대</li> <li>• (소비) 관광 및 MICE 산업 활성화를 통한 소비 진작 노력 확대</li> <li>• (프로젝트) 북부지역 발전계획 이행 등 인프라 투자 지속</li> </ul>
<b>Social 사회문화</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (저출산) 역대 최저 수준의 출산율 지속에 따른 정부 지원 대책 확대</li> <li>• (고령화) 기대수명 1위, 향후 10년 내 65세 인구 비중 33%까지 증가 전망</li> <li>• (K-Wave) 한류에 대한 높은 인기로 한국에 대한 긍정적 인식 팽배</li> <li>• (트렌드) 中 본토와 경제통합 가속화, 위안화 약세로 소비 패턴 변화</li> </ul>
<b>Technological 기술</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (핀테크) 금융 서비스 경쟁력과 연계된 핀테크 스타트업 지원 강화</li> <li>• (탄소중립) 혁신 기술을 활용한 친환경 비즈니스 지원 중시</li> <li>• (고품질 발전) 생명공학, AI, 데이터 사이언스, 배터리, 반도체 등 GBA 지역 內 고부가가치 기술(R&amp;D) 및 인재 확보 노력 확대</li> <li>• (디지털 전환) 스마트시티, Web 3.0, 가상자산 거래 생태계 육성</li> </ul>

## 2. SWOT 분석 및 전략 도출

### 강 점(Strength)

- 한국 제품에 대한 선호도 높음
- 글로벌 PE/VC와 협력을 통한 밸류업 가능
- 글로벌 비즈니스 허브로서 사업 확대 용이

### 약 점(Weakness)

- 높은 물가 및 운영비용에 따른 경영 부담
- 본토와의 경제통합 가속화로 의존도 증가
- 시장 규모가 협소하고 트렌드 변화가 빠름

### 기 회(Opportunity)

- 높은 한류 인기, 소비 진작 정부 지원 확대
- 높은 자유화 수준으로 대기업 환경 보유
- 中 본토 기업 對홍콩 투자 및 진출 확대

### 위 험(Threat)

- 소비 패턴 변화로 민간 소비 회복 지연
- 아세안, 중동 등 전략시장과 교역 다변화
- 미래산업 분야 투자 확대로 경쟁 심화

전략방향	세부전략	진출전략
SO 전략 (역량 확대)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 높은 한류 인기와 정부의 소비 진작 정책을 수출 마케팅 확대의 기회로 연계</li> <li>• 중국 및 글로벌 재무적 투자 유지를 통한 강소·중견기업 밸류업 지원</li> </ul>	한류 및 新 소비 트렌드 맞춤형 마케팅 지원
ST 전략 (강점 활용)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비 패턴 변화 등 新 소비 트렌드에 대응한 맞춤형 마케팅 지원 강화</li> <li>• 아세안, 중동 등과의 비즈니스 협력 확대를 통한 수출시장 다변화 지원</li> </ul>	수출시장 다변화 거점으로 활용
WO 전략 (기회 포착)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중화권 한류 거점으로서의 강점을 활용하여 中 본토 소비자 우회 공략 확대</li> <li>• 새로운 트렌드 변화에 대응하는 테스트마켓으로의 전략적 위상 제고</li> </ul>	미래 산업 분야 틈새 수출·협력 기회 발굴
WT 전략 (위험 대응)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中 본토 시장과의 경제통합이 가속화되면서 中 시장 진출의 테스트 마켓 기능 부각</li> <li>• 바이오·의료, 친환경 등 혁신 기술 산업 분야 틈새 수출 기회 및 협력 수요 발굴</li> </ul>	中 본토 시장과의 슈퍼 커넥터 기능 활용도 제고

### 3. 주요 이슈·산업별 진출전략

주요 이슈·산업별 진출전략	
<p><b>新 소비 트렌드 공략</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (新 소비 트렌드) 소비 패턴 변화에 능동적으로 대응               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전자상거래 부상에 따라 유통 채널 및 마케팅 전략 다변화 필요</li> <li>- 한류 이벤트, 소비 진작 정책과 연계한 맞춤형 마케팅 강화</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>수출 시장 다변화 지원</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (수출 시장 다변화) 아세안·중동 등 수출 지역 다변화 지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경제외교 다변화 노력을 수출시장 다각화의 기회로 활용</li> <li>- 홍콩의 Flagship 국제 전시회 등을 활용한 파트너 발굴 확대</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>미래 산업 기회 발굴</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (新 산업 기회) 미래 혁신 분야 수출·협력 기회 발굴               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 저출산, 고령화, 탄소 제로 등 사회적 이슈를 비즈니스 기회로 연결</li> <li>- 바이오·의료, 친환경 등 혁신 분야 수출 기회 발굴 확대</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>슈퍼 커넥터 기능 활용</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (슈퍼 커넥터) 중국 기업과의 협력 확대를 위한 허브로 활용               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 본토 시장 진출 및 기업 협력 확대 거점으로 활용</li> <li>- 상품·서비스, 자본, 인력 등 다양한 분야로 협력 확대</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>재편 및 정책 수요 대응</b></p>	<p>홍콩의 강점을 전략적으로 활용하여 중국 시장과 글로벌 시장 진출 기회 동시 확대</p>

### 3-1. (新 소비 트렌드 공략) 소비 패턴 변화에 능동적으로 대응

#### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ 팬데믹 이후 중국 본토와의 경제통합 가속화로 新 소비 패턴이 뉴노멀(New Normal)로 고착
  - \* 홍콩 주민의 본토 방문 및 소비 확대, 홍콩 소매 판매 회복 지연 등이 복합적으로 작용
- ※ 전자상거래 활용도 증가, 한류 인기 등을 활용하여 유통채널 및 마케팅 전략 다변화 추진
  - \* 한류 문화행사(KCON 등) 연계 소비재, 서비스(프랜차이즈 등) 수출 확대 여력 존재

#### □ 주요 이슈 및 트렌드

##### • (뉴노멀) 中 화남 경제권과의 교류 확대, 관광객 지출 감소 등 소비 양태 변화

- 북상소비(北上消費): 홍콩과 중국 화남 지역(선전, 광저우 등) 간 소비 경제권 통합으로 홍콩인들의 중국 본토 쇼핑 열기 지속
  - \* 설문 응답자 약 27%가 주 1회, 약 73%가 월 1회 선전 방문 (자료: 선전시 소매상업협회, 2024년 1월)
- 관광객 수는 회복세이나 관광객 1인당 지출은 팬데믹 이전보다 낮은 수준
  - \* 2024년 상반기 인바운드 방문객: 전년 동기 대비 64% 증가(21,00만 명), 팬데믹 이전('19) 60% 수준  
자료: 홍콩통계청(2024년 8월)
  - \* 2023년 인바운드 방문객 1인당 소비규모: '13년의 85.4%(1박 이상), 55% 수준(당일 출국)  
자료: 홍콩통계청(2024년 6월)

##### • (소비 트렌드) 전자상거래 활용도 확대, 한류 인기 지속 등 新 트렌드 주목

- 팬데믹 기간을 거치면서 홍콩 소매시장 온라인 쇼핑 매출은 패션, 뷰티·건강 제품, 식품 등을 중심으로 크게 성장
- 한류의 인기와 맞물리면서\* 홍콩 내 다수 온·오프라인 채널 내 한국 제품 입점 및 소비도 증가세이며, K-푸드 관련 서비스 부문의 진출도 증가
  - \* 팬데믹 이후 쇼핑보다는 문화, 예술, 전시, 이벤트 등 활동 참여를 위한 일시 방문 사례 증가
  - \* 2024년 9월 누적 기준, 한국의 對홍콩 수출품목 중 패션잡화(+679.5%), 컴퓨터(+122.6%), 금은 및 백금(+95.8%), 기호식품(+5.7%) 등이 크게 증가  
자료: 한국무역협회(2024년 11월)

## □ 진출전략 및 유망품목

- (선택과 집중) 민간 소비 회복이 지연되고 가격을 중시하는 가치 소비 경향을 감안, 타깃 소비 계층별 수요와 유망시장 대상 차별화된 마케팅 추진
  - (프리미엄) 고소득 소비계층을 겨냥한 프리미엄 브랜드 마케팅 강화
  - (가치소비) 가성비를 중시하므로 독특한 컨셉의 트렌디한 제품, 스토리가 있는 명확한 브랜드 아이덴티티 구축 등 트렌드 변화가 빠른 홍콩 시장의 틈새시장을 노려 소비자 이목을 끌 수 있는 판매·홍보전략 필요
- (진출 채널·마케팅 다변화) 온·오프라인 병행, 한류 마케팅 등 전략 다변화
  - (유통채널) 제품 기능 및 브랜드 이미지에 맞춰 D2C(자사몰), 오픈마켓 입점 등 적합한 온라인 유통채널 선정
    - \* (팝업스토어) 고객에게 직접 체험 기회를 제공하고, 새로운 고객층 확보에도 도움이 될 수 있어 테스트 마케팅 수단으로 활용 가능
  - (온라인 마케팅) 타깃 고객군 맞춤형 디지털 마케팅이 가능하며, 브랜드 인지도가 낮은 우리 기업은 SNS 마케팅 등 고객과의 직접적인 소통 확대\* 강화
  - (한류 마케팅) 현지 한류 문화행사와 연계한 제품 홍보 기회 활용 확대
    - \* 2024년 KCON이 중화권 지역 최초로 홍콩에서 개최되었으며, 2025년에도 개최될 예정

### 〈진출 유망품목〉

유망품목	기회 요인
화장품	- 프리미엄 제품 수요 증가(수분 크림, 마스크팩, 클렌징 제품, 립케어 등) - 한국 스킨케어 수입 '16년부터 '23년 1위 유지(점유율 39%) * 최근 10년간 상위 3개 홍콩 스킨케어 수입국 시장 중 한국만 점유율 확대
식품(간편식)	- 홍콩 내 K-푸드 인기 상승, 팬데믹 거치면서 다이어트식, 건강식과 간편 조리식품 등을 선호하는 방향으로 소비 패턴 변화
패션잡화	- 높은 품질과 세련된 디자인 덕분에 홍콩 소비자들 수요 증가 추세 * 2024년 9월 누적 기준, 한국의 對홍콩 수출 증감률이 가장 큰 품목은 패션잡화(+679.5%, MTI 518 기준)

## 3-2. (수출시장 다변화) 아세안·중동 등 수출시장 다변화 거점으로 활용

### 시장 여건 및 전략적 가치

※ RCEP 가입 추진, 일대일로(BRI) 확대를 위한 경제외교 다변화 노력 지속

\* 홍-페루 FTA 협상 타결('24.5월) 등 아세안, 중남미, 중동 등 글로벌 사우스(Global South) 협력 확대

※ MICE 산업의 중심지\*로서 국제 전시회와 컨퍼런스 참가 및 방문 국가의 다양성이 높음

\* 홍콩전시컨벤션센터(HKCEC)에서는 2023년 7월부터 2024년 6월까지 122개의 전시회, 81개의 컨퍼런스 및 컨벤션 등을 비롯해 823건의 MICE 관련 행사가 개최

### □ 주요 이슈 및 트렌드

• **(역내 협력 강화) RCEP 가입 노력, 일대일로 경제권과의 협력 확대 등으로 중국 본토와 아세안, 중동, 중남미 등과의 역내 경제협력 제고**

- 국제금융 중심지, 고품질의 전문서비스 제공 역량 등을 기반으로 RCEP 회원국의 경제적 이익 극대화 가능

- 홍콩 정부에 따르면 일대일로 경제권과 홍콩 간 무역 규모는 정책 시행 이래에 약 60% 증가\*했으며, 홍콩의 총수출에서 아세안 지역이 차지하는 비중도 증가

\* 같은 기간 홍콩의 대세계 교역 성장률의 4배에 달하는 수준이며, 내용 측면에서도 인프라 프로젝트 투자 중심에서 공급망 분산, ESG, 디지털 경제 및 혁신 기술, 인력 교류 등으로 다각화

자료: Belt and Road Summit 2024, 홍콩 정부

• **(MICE 거점) MICE 산업의 중심지 공고화 및 신규 전시회 개최 확대**

- 홍콩에는 연간 약 120개의 국제 전시회가 개최되고 있으며, 최근 일반 소비자 품목 외에도 실버산업, 친환경, 헬스케어, 스마트시티 등으로 분야 다변화

\* 홍콩무역발전국(HKTDC)은 스마트 조명, 친환경 제품, 바이오·의료 등 신성장 분야 전시회 육성 中

## □ 진출전략 및 유망품목

### • (글로벌 바이오프로세스 활용) 홍콩에 아시아 소싱 본부가 소재한 글로벌 바이어와의 네트워크 구축을 통한 홍콩 및 제3국 수출 성과 제고

- 글로벌 기업의 홍콩 내 아시아 바이오프로세스 상시 관리·네트워킹을 통해 한국 소싱 추가 수요에 기반한 제품 매칭 및 對홍콩 및 제3국 수출 확대

\* 사례: 미국·유럽 등에 600개 이상의 오프라인 매장을 보유한 유통기업 A사의 아시아 소싱 오프스와 국내 기업(화장품) 간 매칭 후 제3국 진출(직수출) 확대(한→미, 한→유럽)

#### <홍콩 소재 글로벌 바이오프로세스 협력 프로세스(안)>



- 바이오·의료 등 헬스케어 분야 등 신성장 분야의 경우 홍콩에서 개최되는 다양한 산업별 전문 컨퍼런스에 참가함으로써 제품 인지도 제고 및 수요 확대 추진

\* 2023.7월~2024.6월 81개의 컨퍼런스 행사 등이 홍콩전시컨벤션센터(HKCEC)에서 개최되었으며, 여러 기관과 단체에서 현지 호텔 등에서 다양한 전문 컨퍼런스를 개최하고 있음

### • (전시회 활용도 제고) 홍콩 전시회를 수출 확대 및 테스트 마케팅 기회로 활용

- (한국관 참가) 홍콩에서 개최되는 대표(flagship) 국제 전시회 및 신산업 분야 전시회 한국관 참여를 통한 신규 바이어 발굴 및 거래선 관리 강화

\* 2023년 코스모프루프 뷰티 홍콩 전시회(11월)에는 119개국 65,582명의 관람객이 방문

- (B2C 전시회 활용) B2C 전시회가 많이 개최되는 홍콩의 특성을 활용, 전시회 연계 판촉전 개최를 통한 우리 기업의 테스트 마케팅 기회 확대

### 3-3. (미래산업 기회 발굴) 미래 혁신 분야 수출·협력 기회 발굴

#### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ 1인 가구 확대(20.2%), 역대 최저 수준의 출산율 지속(0.8명), 기대수명 세계 1위 및 65세 이상 인구의 높은 증가율 등이 사회적 이슈로 대두되면서 파생 비즈니스 기회 증가
- ※ 바이오, 인공지능, 친환경 등 미래산업 등 고부가가치 산업 분야 집중 육성 등 고품질 발전을 위한 혁신 기술 산업 육성을 위한 정책 지원 강화

#### □ 주요 이슈 및 트렌드

##### • (사회 변화) 저출산 및 고령화 심화가 새로운 산업과 비즈니스 기회를 창출

- 홍콩 정부는 65세 이상 인구가 2023년 164만 명에서 2043년 267만 명(35% 비중)으로 증가하면서 고령층이 중요한 소비층으로 부상할 것으로 전망
- 실버경제(Silver Economy) 육성\*, 저출산 대책 등 다양한 정부 정책을 지속 발표하면서 관련 산업에 경제적 활력을 불어넣고 있음

\* 홍콩상무국(CEDB)은 2024년 2월 실버경제 자문 패널을 설립하고 실버경제 관련 산업(예: 문화, 관광, 통신 및 전시 산업)의 시장 수요와 발전을 위한 심층 연구를 수행

##### • (혁신 산업) 혁신 기술과 산업 육성을 위한 허브로서의 홍콩의 가치 증대

- AI 슈퍼컴퓨팅 센터(AISC) 개소, 3억 홍콩 달러 규모의 AI 보조금 도입, 100억 홍콩 달러 규모의 혁신 산업 발전계획 등 다양한 홍콩 정부의 정책 지원 확대
- 웨강아오 대만구(大灣區·Great Bay Area)\* 발전 차원에서 홍콩·선전 혁신 및 과학 기술원(HSITP)을 통해서 생명과학, 핀테크, AI 등의 분야 혁신 기술 개발 지원 확대

\* 광둥성 9개 주요 도시와 홍콩, 마카오를 잇는 거대 경제권인 웨강아오(광둥성·홍콩·마카오) 지역

## □ 진출전략 및 유망품목

### • (파생 기회 활용) 실버산업 관련 전시회 확대 등 파생 진출 기회 발굴 강화

- 건강 중시 분위기로 헬스케어 및 홈·뷰티기기 시장 수요 견고하고, 1인 가구 확대로 펫(pet) 용품 등 여러 파생 비즈니스 수요도 증가
- 바이오·의료\*, 헬스케어, 건강식품, 반려동물 제품 등과 관련된 홍콩 전시회 개최 확대 및 해당 전시회 참가를 통한 바이어 발굴 수요 증대

\* 의료기기 제조·수입·판매에 관한 구체적인 법규가 없고, 위험도 분류 규정만 존재

- 홍콩 내 의약품 및 의료기기 안전 및 성능 인증 참조 국가에 한국이 추가되어 관련 분야 바이어·벤더의 한국산 제품에 대한 관심 확대

\* 미국, EU, 일본, 호주, 캐나다, 중국으로부터 안정성이 인증된 제품은 별도의 적합성 평가인증이 필요하지 않으며 해당 참조 국가 목록에 한국이 추가되어 수입 절차 간소화

\* 홍콩에 등록된 의료기기(의약품 포함) 중 긴급 승인이 필요한 제품에 한하여 중국 본토 진출 승인신청도 가능(홍콩·마카오 의약품-의료기기 패스 정책)

### • (정책 활용) 홍콩 정부의 혁신 기술 육성 관련 지원 정책 연계 및 활용

- 홍콩 정부는 핀테크와 AI 등 신기술 육성을 위해 사이버 포트(Cyberport), 홍콩사이언스파크(HKSTP)\* 등을 통해 다양한 재정적 및 인프라 지원 제공

\* 초기 스타트업을 위해 최대 129만 홍콩 달러(약 2억 원)의 시드 펀딩을 제공하고, 이후 혁신 기술 펀드(Innovation and Technology Fund·ITF)를 통해 기술 개발 프로젝트를 수행할 수 있도록 지원

- 이에 따라 바이오 테크, IT 등 혁신기술 분야 틈새 수출 및 R&D 협력 기회와 연계가 가능하여 국내 혁신기술 기업의 중국\* 및 글로벌 기업 공급망 참여 가능

\* HKSTP는 입주 선정이 된 스타트업 대상 아스트라제네카, 지멘스, 베링거인겔하임 등 글로벌 기업들과 네트워킹 및 협업할 수 있는 다양한 기회를 제공 )

### 3-4. (슈퍼 커넥터 기능 활용) 中 기업과의 협력 확대를 위한 허브로 활용

#### 시장 여건 및 전략적 가치

- ※ 해외 기업의 중국 진출과 중국 기업의 해외 진출의 양방향 거점으로서의 기능 증대
  - \* 금융 및 법률 서비스 개선, 우수 인재 확보 정책 등으로 중앙정부의 홍콩 허브 정책 이행
- ※ 중국 기업의 홍콩 투자가 확대되면서 중국 기업과의 글로벌 협력을 위한 허브로서의 중요성 부각
  - \* '24년 상반기 홍콩의 투자 유치 프로젝트의 약 절반을 중국 본토 기업이 차지

#### □ 주요 이슈 및 트렌드

- (슈퍼 커넥터) 홍콩 정부는 해외 기업의 중국 시장 진출과 중국 기업의 해외 시장 진출의 양방향 거점 역할인 'Super-connector'로서의 역할 강조
  - (정책 활용) 금융, 무역, 인력, 법률(IP 포함) 등 전문 서비스 인프라를 육성하여 중국과 글로벌 시장을 연결하는 관문(Gateway)으로서의 다양한 정책과 제도\* 활용
    - \* 저작권 조례 개정(2023년 5월), 중재 임시처분의 본토 상호 집행 조치, Top Talent Pass Scheme 비자 제도 확대 운영, 홍콩 특허 출원기업에 대한 중국 본토 특허 우선 심사제도 운영 등
  - (중국 기업과의 협력 교두보) 중-홍 CEPA를 활용한 대만구 지역 및 중국 본토 진출, 중국 기업의 역내 공급망 재편 참여 등을 위한 홍콩의 전략적 활용
    - \* 홍콩의 금융, 법률, 회계 등 전문서비스 인프라를 활용, 중국기업의 글로벌 경쟁력 제고를 도모하여 해외 시장 및 기업과의 R&D, 투자 협력 등 고품질 발전을 위한 협력의 장 제공

※ CEPA(Closer Economic Partnership Agreement, 포괄적 경제 동반자 협정)

- 2003년 6월 중국-홍콩 간 CEPA 체결 (중-홍 간 FTA격에 해당하는 협정, 2004년 1월 발효)
- 체결 후 보충 협정을 지속 진행하여자유화 단계 및 범위를 확대
- 상품 분야에서는 모든 홍콩산 제품(단, CEPA의 원산지 리스트에 포함된 품목에 한함, 2020년 3월 기준 1,900여개 품목)에 대해 무관세 적용
- 2015년 11월, 본토와 홍콩 간 CEPA 체제하에서 서비스 무역 협정(서비스 협정)에 서명, 1차 개정 협의가 2020년 6월에 발효(153개 서비스 분야 추가 개방)되었고, 2차 개정 협의가 2024년 10월에 완료되어 2025년 3월 1일부터 시행될 예정임

□ 진출전략 및 유망품목

• (원스톱 거점화) 중국 본토와 제3국 시장 모두 '원스톱(one-stop)'으로 진출하기 위한 전략적 '거점'으로서의 활용도 제고

- (테스트베드) 시장 진입 장벽이 낮으면서 트렌드 변화에 민감한 홍콩 시장에 先진출하여 테스트 마켓으로 활용 후, 중국 본토로 추가 진출 모색

\* 홍콩 내 다수 소비자는 중국 본토 여행객이며, 홍콩 전시회에는 중국 바이어가 대거 참여하여, 중국 시장 진출을 위한 테스트베드(Test-bed)로 적합

\*\* 중국 본토 여행객 소비 비중: 전체 홍콩 소비시장의 약 20~30% 차지 / \*\*\* 중국 본토 기업의 2024년 홍콩 선물 전시회 참가 비중: 약 60% (1,227개/1,995개)

〈홍콩 중소기업의 본토 전자상거래 시장 진출 지원 정책〉

※ 2024년 시정연설에는 중소기업(SME)의 디지털 전환을 지원하기 위해 홍콩 정부가 사이버포트의 디지털 전환 지원 선도 프로그램을 활용하여 일대일 매칭 보조금을 제공한다는 내용이 포함

※ '홍콩 쇼핑 페스티벌'을 개최하여 홍콩 중소기업들이 본토 전자상거래 시장에 진출할 수 있도록 지원하여 홍콩 브랜드를 본토 및 해외 전시회에서 홍보하는 게 목적

- (자유무역항) 자유무역항\*으로서의 강점을 살려 중국 본토 및 글로벌 시장 진출을 위한 수출입·물류 거점으로 활용

\* ① 대부분 수입 제품에 대해 무인증 및 무관세 ② '先통관·後신고' 제도에 따라 통관 지연 문제 발생 낮음 ③ 별도 외국인 투자법이 없어 회사 설립 과정 간단

• (복합 비즈니스 플랫폼) 홍콩 시장을 수출 외에도 금융·투자, 법률 서비스, 인력 교류, 서비스 등 韓 기업의 글로벌화를 위한 복합 비즈니스 플랫폼으로 활용

- 홍콩 내 재무적 투자자와의 협력(바이아웃 M&A, VC 투자 등)을 통한 韓 기업의 밸류업(value-up), 중국 기업과 협력을 통한 해외 진출 등 다양한 협력 기회 발굴

- 또한 한류 인기기에 기반한 F&B 프랜차이즈 진출, 현지 법인 설립을 통한 홍콩 및 중국 본토 마케팅 강화 등 종합적 접근을 통한 홍콩시장 활용도 제고

〈진출 유망 품목 및 서비스〉

유망 품목/서비스	기회요인
전문 서비스 분야 (프랜차이즈 포함)	- 대만구 개발계획 내 홍콩 중요 역할 중 하나는 국제법률·분쟁해결(중재) 서비스 제공으로 전반적인 서비스 분야 수요 증대가 기대됨에 따라 IT, 자산관리, 법률, 회계, 지적권 보호 등 전문 서비스 분야에 대한 우리 기업과의 협력 기회 증대
식품/음료, 플라스틱 제품 등	- 홍콩 내 CEPA 원산지 증명서 발급분야 중국으로 무관세 수출이 비교적 용이한 품목 중심
바이오·의약품 및 의료기기	- 의약품 및 의료기기 안전 및 성능 인증 용이(한국이 참조 국가로 추가), 실버산업 육성에 따른 반사적 기회 요인 증대

□ (소재·부품·장비) 중국 정책 활용, GVC 진입 확대

1	전기차 산업의 블루오션, 전고체 배터리	
 <p>전고체 배터리</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국은 2026년 전고체 배터리를 탑재한 전기차 양산 예정으로 향후 전고체 배터리 소재·부품 시장도 성장 전망</li> <li>• 전고체 배터리는 이차전지에 비해 성능이 우수, 이에 따라 전고체 배터리를 개발하는 기업이 많아지면서 시장 규모는 계속 커질 전망</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 기업에서 개발한 반고체와 전고체 배터리를 탑재한 자동차는 각각 '24년, '26년부터 양산 예정</li> <li>• 액상 전해질을 대체하는 전고체 전도체 소재는 주로 황화물계, 산화물계와 폴리머계로 분류할 수 있으며, 이 중 황화물계 배터리의 상용화가 가장 많이 진행됨. 한국과 일본 기업의 황화물계 배터리 생산 기술 수준이 높은 편임</li> <li>• 전고체 배터리 시장은 전지 원료부터 전기차 탑재 솔루션까지 밸류체인 규모가 비교적 크며 전해질 소재, 알루미늄 필름 분야의 산업이 빨리 발전할 것으로 예측되고 있음</li> <li>• 이외에도 산화지르코늄, 산화란탄 등 다양한 부품과 소재의 시장이 향후 빠르게 커질 것으로 전망</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 배터리 부품·소재 업체 중 고선하이테크(GOTION), CATL(宁德时代)이 전고체 배터리 생산 중이며, 양·음극재 생산 기업인 당성커지(当升科技), 베이터루이(贝特瑞·BTR)도 전고체 배터리용 양·음극재를 개발 중</li> <li>• 중국에서 전고체 배터리의 연구, 개발, 양산 등의 구체적 계획을 공개한 자동차 기업은 광저우자동차(广汽), 상하이자동차(上汽)가 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전고체 배터리는 자동차, 휴대폰, 드론 등 다양한 분야에 사용될 수 있으므로 수요 증가 예상</li> <li>• 전고체 배터리 시장은 황화리튬과 같은 원료 생산 업체가 많지 않아 가격이 높고 상용화하기 어려움</li> <li>• 시장 선점을 위한 현지 조사, 생산 공정 기술 개발 및 가격경쟁력 확보 방안에 중점을 두고 진출 필요</li> </ul>
2	중국 제조업계 핫 이슈, 산업용 로봇	
 <p>산업용 로봇 부품</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국은 전자·전기 산업의 경쟁력과 전통 제조업의 고도화 수요에 힘입어, 산업용 로봇 분야에서 중국 제조사의 영향력이 확대되는 추세</li> <li>• 중앙·지방 정부의 체계적이고 지속적인 로봇 산업 육성정책과 거대 내수시장에 힘입어 로컬 브랜드의 신제품 개발 및 상용화가 활발해지며 중국 로봇 산업 경쟁력이 급속히 성장</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년 이후부터 중국 산업용 로봇의 자국산 비율은 17.5%에서 35.7%로 증가, 특히 협동 로봇과 DELTA 로봇 분야에서 중국 제조사의 점유율은 70% 이상으로 확장</li> <li>• 기술과 인재 부족으로 이송, 적재, 원료 주입, 단순 용접 등에 한정됐던 중국산 산업용 로봇은 현재 조립, 연마, 접착, 도장 등 고도의 기술력이 있어야 하는 분야로 범위를 넓혀가는 중임</li> <li>• 그럼에도 불구하고, 중국의 산업용 로봇 산업은 선진국과 비교해 핵심 기술에서 뒤처지고 혁신 능력이 취약한 것이 현실</li> </ul>

	<p>경쟁동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 산업용 로봇 시장은 글로벌 기업이 시장 주도, 현재 로컬 브랜드가 가격경쟁력 우위로 점유율을 지속적으로 늘려가고 있어 경쟁이 매우 치열한 상황</li> <li>• 산업용 로봇 시장은 FANUC(일본), ABB(스위스), Yaskawa(일본), KUKA(독일) 등 글로벌 기업이 주도, 중국 시장에서도 해외 브랜드 비중이 60% 이상 차지</li> <li>• 중국 제조사는 ESTUN(埃斯顿), INOVANCE(汇川) 등</li> </ul>
	<p>진출방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 급격한 성장은 우리 기업에 분명한 위협요인이지만, 협소한 국내 로봇 시장의 한계를 극복하기 위해서는 중국의 거대한 내수시장을 전략적 기회의 요인으로 적극 활용 필요</li> <li>• 감속기, 서보모터, 서보 드라이버 등 높은 기술력이 요구되는 부품은 70% 이상 수입에 의존하고 있으므로 우리가 경쟁 우위를 점하고 있는 제품을 중심으로 현지 제품 수요처 파악, 적극적인 홍보 채널을 발굴하는 등 중국 시장 진출을 위한 적극적인 판로 개척이 요구</li> </ul>
<p>3</p>	<p><b>공업산업의 핵심부품, 고품질 하이테크 베어링 수요 증가</b></p>	
 <p style="text-align: center;"><b>베어링</b></p>	<p>선정사유</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고급 자동차, 고정밀도 설비 분야에서 고급 베어링 수요는 매년 증가하는 추세로, 베어링은 공업 산업 기계설비 핵심 부품 중 하나임</li> <li>• 중저가 일반 베어링 및 부품은 중국 기업 제품이 시장 수요를 만족할 수 있는 수준으로 발전했으나 중고급의 경우 중국 제품은 수입품과 비교해 아직 큰 차이를 보이며 고급 베어링 수입/개발에 총력 중</li> </ul>
	<p>시장동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 베어링 시장도 지속 성장세를 보이는 가운데 경제 안정과 기술 발전에 따라 고품질 하이테크 베어링 수요가 더 큰 폭으로 증가할 것으로 보임. 또한 신흥 시장의 제조업 발전 및 산업 고도화로 베어링 시장은 더욱 확대될 전망</li> <li>• 중국 베어링 생산도 최근 지속적으로 증가하고 있으나, 핵심 기술의 지재권 및 R&amp;D 능력이 부족해 저가 모방 제품 위주로 생산 중에 있음</li> <li>• 저가 베어링은 과잉생산으로 심각한 가격경쟁이 발생하는 한편 고성능, 고정밀, 고내구성 베어링 수요처의 기술 요구를 만족시키지 못하는 단점을 보임</li> <li>• 2023년 중국의 볼베어링 주요 수입 국가는 일본, 태국, 독일, 대만, 한국 등</li> </ul>
	<p>경쟁동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계 베어링 시장에서 스웨덴, 독일, 일본, 미국 4개국의 8대 기업이 선두를 차지하며 경쟁 우위에 있음</li> <li>• 세계 8대 베어링 기업은 스웨덴의 SKF, 독일 Schaeffler, 일본 NSK, 일본 JTEKT, 일본 NTN, 미국 TIMKEN 등. 이들이 글로벌 시장에서 점유율 70% 이상을 차지</li> <li>• 중저가 시장의 중국 로컬 기업은 규모가 작고 집중도도 높지 않은 편임. 대표 기업으로는 C&amp;U(人本集团), WANXIANG(万向钱潮), TMB(浙江天马), ZWZ(瓦房店轴承), LYC(洛阳LYC), XCC(五洲新春) 6개사로, 점유율 총합이 중국 전체 로컬 베어링 시장의 24.1%에 불과함</li> </ul>
	<p>진출방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 베어링은 중국 로컬 제품보다 품질 우수성 및 안정성이 좋고 R&amp;D와 기술 방면에서 경쟁력이 있음.</li> <li>• 중국 자동차, 정밀기계 등 산업이 고급화 단계로 진입하면서 신기술, 고품질 베어링 수요가 증가하는 추세</li> <li>• 향후 우리 기업은 현지 하이테크 업체와 협력을 통해 시장과 수요처를 발굴할 필요가 있으며, 경쟁력 확보를 위한 적절한 가격 책정이 중요함</li> </ul>

□ (소비재) 新 소비 트렌드, 新 유통 방식 활용 내수시장 공략

1	홈 트레이닝 선호와 함께 성장 중인 피트니스 기구 시장	
 <p data-bbox="238 850 371 878">피트니스 기구</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 주요 소비층으로 떠오르고 있는 2000년대생인 Z세대들의 앱을 활용한 실내 트레이닝을 선호하는 추세에 따라 피트니스 기구 수요 확대</li> <li>• 중국 피트니스 기구 시장 규모는 2029년 1,000억 위안, 2026년 운동 인구 4억명 이상 돌파 전망, 홈 트레이닝 선호도 상승에 따른 가정용 피트니스 기구 수요도 확대될 전망</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 피트니스 기구 시장은 제품의 전문화 및 스마트화가 주요 추세가 될 것으로 보임</li> <li>• 주 소비층 Z세대들은 피트니스 앱을 활용해 개인 공간에서 자유롭게 운동하면서 전문적이고 정확한 운동방법을 익히고, 앱과 스마트 제품을 연동해 운동량을 기록할 수 있는 것을 선호</li> <li>• 또한 건강관리에 관심이 있고 운동을 통해 체중 관리를 하는 중국 소비자 중 대다수는 실내 트레이닝, 홈 트레이닝을 선호하는 것으로 나타남</li> <li>• 그 이유는 개인 시간과 상태에 맞춰 자유롭게 시간과 운동강도를 조절할 수 있고 가족과 함께 운동할 수 있는 점을 꼽으며, 가정용 제품 위주로 성장하고 있는 모습을 보임</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 피트니스 기구 브랜드 1위인 슈화체육주식회사(舒华体育股份有限公司)는 실내 피트니스 기구 위주로 판매하고 있으며, 가정용, 상업용, 교육시설용, 노인용 등 목적에 따라 세분화된 제품을 판매 중에 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-Life로 대표되는 한국 제품의 인지도와 신뢰도를 마케팅에 적극 활용하여 전문화되는 소비자 요구에 대응한 제품을 선보이는 것을 추천</li> <li>• 가정용 제품의 수요가 증가함에 따라 가정에서 사용할 수 있는 아령, 가정용 사이클, 러닝머신, 벤치 프레스 등 유산소기구, 근력기구, 물리치료 마사지 기구 등이 현지에서 인기</li> </ul>
2	스포츠와 레저 융합 바람으로 급성장하는 아웃도어 시장	
 <p data-bbox="264 1661 347 1721">아웃도어 패션의류</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 아웃도어 시장은 소득수준 향상과 함께 급성장 중이며 스포츠와 레저 융합 바람에 힘입어 아웃도어 플러스 생태계 구축을 통한 新소비 수요 창출 중</li> <li>• 특히 젊은 소비층의 이성 소비(합리적 소비), '나'에 대한 소비에 비용을 아낌없이 투자하면서 기능성과 디자인을 갖춘 아웃도어 패션 의류 소비 증가 추세</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 아웃도어 용품 시장 규모는 2019년 1,591억 위안에서 2023년 2,116억 위안까지 성장하였으며, 특히 온라인 시장을 중심으로 성장 중에 있음</li> <li>• 중국 아웃도어 패션 시장 TOP 10 브랜드의 시장점유율이 '14년 32%에서 '23년 82%까지 확대됨</li> <li>• 18~29세의 젊은 소비자들 사이에서 가장 인기 있는 아웃도어 스포츠는 하이킹이며, 그 외 캠핑, 낚시, 수상스포츠, 사이클링이 있음. 이들은 모두 비교적 쉽게 접근할 수 있다는 게 특징</li> <li>• '24년 상반기 자외선 차단 의류, 요가 바지, 바람막이 의류가 인기를 끌며 트렌디한 일상 패션 스타일로 자리 잡음. 즉, 기능과 디자인을 모두 갖춰 일상과 아웃도어 활동을 두루 만족시키는 아웃도어 스포츠 제품이 주목받고 있음</li> </ul>

	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 10년간 브랜드 쏠림 현상이 심화되었고, 국내와 해외 브랜드 간 경쟁도 치열한 편임</li> <li>• 글로벌 아웃도어 브랜드인 노스페이스(The North Face)는 지난 10년간(2014~2023년) 등락을 거듭했지만, 점유율이 2배 가까이 상승(9→17%)</li> <li>• 한국의 프리미엄 브랜드인 코오롱스포츠(Kolon Sport)는 동 기간 0%였던 점유율을 8%까지 상승함</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 아웃도어 트렌드를 활용해 기능과 디자인을 겸비한 제품을 적극적으로 개발하고, 일상과 아웃도어 활동 모두 활용할 수 있는 제품 라인 확대</li> <li>• 특히 자외선 차단 의류, 요가복, 바람막이와 같은 인기 아이템에 한국의 디자인 감각과 기술력을 접목하면 중국 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것으로 전망</li> <li>• '아웃도어 플러스' 생태계 연계 마케팅 전략을 통해 단순 스포츠용품을 넘어 일상생활 필수 아이템으로 브랜드 인지도를 높이고 시장점유율 확대 필요</li> </ul>
<b>3</b>	<b>중국 감성소비의 새로운 트렌드 시장, 반려동물 산업</b>	
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 생활 수준 향상, 1인 가구 및 독거노인 인구 증가에 따라 반려동물을 통한 '정신적인 동반'이라는 개념이 지속 확산되며 펫코노미 시장 규모도 성장 추세</li> <li>• '23년 중국 반려동물 시장 규모는 5,928억 위안으로 '25년 8,114억 위안까지 성장할 것으로 예측되며 연간 성장률 20%를 상회하는 급성장 시장</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 반려동물을 가족의 일원으로 여기고 자신의 분신으로 생각하는 펫미족(pet=me·웬츄파이·宠派)이 증가함에 따라 소비자의 감성적 투자가 반영됨</li> <li>• 중국의 반려동물 애호가는 주로 젊은 소비층이며 도시별로 1선(베이징, 상하이, 광저우, 선전), 신1선 도시(청두, 충칭, 항저우, 우한, 쑤저우, 시안, 난징 등)가 반려동물을 키우는 집중 지역으로 부상</li> <li>• 중국 반려동물 시장의 소비구조는 주로 식품(52.3%)과 의료(28.5%) 분야에 집중되어 있음</li> <li>• 최근 중국 주요 도시 위주로 반려동물 동반 가능 장소 증가, 반려동물 테마파크, 반려동물 의료, 반려동물 위탁 양육 서비스, 반려동물 오락 서비스, 반려동물 장례 서비스 등이 증가하는 추세</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 내 가장 인기를 얻고 있는 브랜드는 RoyalCanin(皇家), Purina(普瑞纳), Pedigree(宝路) 등으로 반려동물의 영양 및 건강까지 고려한 프리미엄 펫푸드 브랜드가 가장 신뢰를 받는 것으로 나타남</li> </ul>
 <b>반려동물 (펫코노미)</b>	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 급성장하고 있는 반려동물과 삶의 질 향상을 위한 소비 증가 추세에 맞춰 중국 시장 진출 고려 시 주요 1, 2선 도시를 중심으로 부가가치가 높은 제품 및 서비스 위주로 시장을 공략하는 것이 바람직</li> <li>• 프리미엄 시장을 겨냥한 고품질 제품과 차별화된 서비스 제공이 경쟁력을 확보하는 데 유리</li> <li>• 중국 소비자들은 독창적이고 세련된 디자인을 선호하는 경향이 있어, 한국의 감성과 우수한 디자인 감각을 반영한 특별 제품 개발도 브랜드 인지도를 높이는 데 도움이 될 것</li> <li>• 중국의 반려동물 보호자들은 오프라인에서 체험하고 온라인을 통해 구매하는 경향이 강한 편으로 온·오프라인을 연계한 통합 마케팅 전략도 필요</li> </ul>

4	아우터 뷰티를 넘어 내적 아름다움을 겨냥한 이너 뷰티 시장	
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 몇 년 동안 건강을 중요시하는 인식과 비주얼 경제(顔值經濟)의 부상으로 전 세계 이너뷰티 시장이 급속하게 발전했으며, 이너 뷰티 산업의 소비자는 1990년 이후 출생자 연령대로 점점 젊어지는 추세</li> <li>• '23년 중국 이너 뷰티 시장 규모는 240억 위안으로, '25년에는 255억 위안에 달할 것으로 예상</li> </ul>
 <p data-bbox="259 909 353 935">이너 뷰티</p>	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이너 뷰티 제품은 흔히 '먹는 화장품'이라고 할 수 있으며 액체 콜라겐 음료 시장이 가장 큰 편임</li> <li>• 콜라겐 음료가 콘텐츠 전자상거래에서 큰 인기를 끌면서 액체 제품이 다른 제품을 뛰어넘어 판매 비중의 최대 45%를 차지</li> <li>• 중국에서 출시되는 이너 뷰티 제품 중 항노화·미백·수분보충·여드름 4가지 기능의 이너 뷰티 제품이 특히 소비자들에게 인기가 많음</li> <li>• 현재 건강식품, 의약품, 스킨케어, 식품 등 각 분야의 중국 내 이머징 브랜드가 이너 뷰티 제품을 개발하고 있으며 중국 국내 브랜드 제품이 해외 브랜드 못지않게 인기를 끌고 있음</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 몇 년 동안 크로스보더 전자상거래가 발전함에 따라 POLA, Shiseido, Swisse 등 유명 해외 브랜드가 중국 시장에 진출</li> <li>• 지속적인 발전으로 이너 뷰티 시장에 점점 더 많은 중국 국내 브랜드가 등장</li> <li>• 2018년 BY-HEALTH(湯臣倍健)는 이너뷰티 하위 브랜드 Yep을 출시해 세분화 시장의 선두 브랜드가 됨</li> <li>• 2019년에 Bloomage Biotech(華熙生物), WonderLab 등 이머징 브랜드가 시장에 진출하면서 이너 뷰티 제품의 기술과 성분이 지속해서 발전 중에 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠 전자상거래가 이너 뷰티 산업에서 중요한 역할을 하고 있어 앞으로 이너 뷰티 브랜드가 중국 시장에서 성공하기 위해서는 콘텐츠 전자상거래 플랫폼 스터디 및 활용이 필수</li> <li>• 새로운 콘텐츠 플랫폼을 사용해 정확하고 가성비 높은 마케팅을 수행하는 것이 브랜드의 빠른 성장을 실현하는 키포인트</li> </ul>

□ (그린산업) 탄소중립 프로젝트 수주 지원

1	중국 수소산업 발전의 주요 돌파구, 수소충전소 통합장비	
 <p>수소 충전소 통합장비 (압축기, 수소 충전장비, 수소 저장시설 등)</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계 최대 수소 충전소 보유국으로 글로벌 1위 차지</li> <li>• 정책적 지원과 시장 확장 모두에 힘입어 중국의 수소 충전소 건설과 상용화는 수소 산업 사슬의 핵심 고리이자 향후 중요한 돌파구로서 더욱 가속화될 것으로 예상</li> <li>• 특히 국유/민간 자본의 투자 활성화로 향후 수소 충전용 통합장비 시장의 성장 기대</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계에 총 1,262개 수소 충전소가 건설되었으며, 이 중 중국이 456개로 36.1%(세계1위) 차지('24.6월 기준)</li> <li>• 2025년까지 중국의 수소연료전지 차량은 10만 대에 달하고 수소 충전소 수는 1,000개에 육박할 것으로 예상</li> <li>• 중국에 건설된 수소 충전소 유형을 보면, 통합 에너지 충전소가 58%를 차지, 중국 내 수소 충전소 건설의 주요 방식으로 대두</li> <li>• 그다음으로 '수소 생산 + 수소 충전' 거점(19%), 고정식 수소 충전소(18%), 스키드 장착형 수소 충전소(5%)</li> <li>• 중국 국내 수소 충전소에 대한 투자 규모가 큰 편으로, 압축기, 수소 충전장비 등 통합장비 시장 성장 유망</li> <li>• 2024~2025년 동안 593개의 수소 충전소를 새로 건설해야 하는 중국 각 지방정부의 목표로 추산하건대 수소 충전소 장비 시장 규모는 9억 달러에 육박</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 국내 TOP 5 장비 통합업체의 시장점유율은 90%에 육박하며 시장집중도가 높은 편에 속함</li> <li>• 수소 충전소 장비업체는 크로우 하이드로젠, SUNWIS(舜华新能源), Hydrosys(海德利森) 기업 등이 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 수소에너지 기술은 상당히 발전했지만 대부분 수소 저장·충전 및 상용화에 집중되어 있는 편임</li> <li>• 한국은 수소연료전지 기술 분야에 경쟁력을 갖추고 있어 수소 충전소 건설과 설비 통합능력을 통해 현지 장비 제조업체 협업 '시범 프로젝트' 구축을 통한 공급망 진입</li> <li>• 중국 수소 충전소 시장은 응용범위 한계로 시장성은 있지만 상업적으로 몇 가지 도전과제에 직면해 있음.</li> <li>• 중국 시장 진출 전 충분한 사전 시장 분석과 조사 필요 및 핵심 지적재산권 보호를 위한 협력방식 채택 필요</li> </ul>
2	중국 친환경 선박산업의 확대, 친환경 조선기자재 수요 증가	
 <p>친환경 전동선박 기자재</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전동선박은 전기자동차 산업 정착, 배터리와 선박 제조 역량에 힘입은 것으로 향후 전동선박 산업 발전 기대</li> <li>• 중국 전동선박 시장규모는 2019년 이후 연평균 10% 성장세를 보이고 있으며 판매량도 지속 증가 중에 있음</li> <li>• 향후 선박기술 발전과 중국 정부의 친환경 선박 확대 정책에 따라 지속적인 발전이 전망됨</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전기자동차 산업 정착에 따라 해당 산업 관련 배터리 기술과 운영 방식이 전동선박 산업 발전의 토대가 됨</li> <li>• 현재 전동선박은 주로 내지 하천, 연·근해 지역에 투입되며, 여객차량 도강선, 여객선, 항구인도선, 항구업무선 및 해양공정선 등의 형태로 활용됨</li> <li>• 중국 전동선박 산업은 아직 시작 단계이고 활용 규모가 작은 편이나, 최근 해상운송 관련 노후 선박을 교체할 때 전동선박의 도입을 적극 장려 중에 있음</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국은 이미 첨단장비 분야에서 돌파구를 마련했지만, 부대설비 자국화 제품 선적률은 아직 상대적으로 낮은 편으로 중국 독자 브랜드 제품의 성능, 품질, 신뢰성, 원가 등의 측면에서 국제 선진 수준에 비해 여전히 차이가 있어 핵심 부품은 수입에 많이 의존하는 추세</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 주요 친환경 선박 제조 기업으로는 扬州中远海运重工有限公司, 中船赛思亿(福建)电气科技有限公司, 福建省马尾造船股份有限公司, 厦门船舶重工股份有限公司 등이 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국의 선박산업은 디자인 정밀도가 높으며 용접, 곡면 가공, 배관 검사 청소 로봇 등 분야에서 자동화를 실현함.</li> <li>• 향후 중국 친환경 자동선박 산업은 고품질 발전과 함께 선박 부대설비에 대한 수요가 더욱 최적화되고 프리미엄, 스마트 설비에 대한 수요가 증가할 것으로 전망</li> <li>• LNG/메탄올/수소연료 동력 시스템과 같은 녹색 동력, 스마트화, 디지털화가 선박산업의 주요 발전방향으로 중국의 시장 수요와 변화를 파악하고 적절한 기회를 포착하여 중국 시장 진출방안을 모색하는 것이 유리</li> </ul>
<b>3</b>	<b>중국 탄소섬유 산업, 응용 분야 확대와 함께 시장 성장 중</b>	
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 탄소섬유는 탄소 원소로 구성된 탄소 함량 90% 이상의 고성능 신소재로, 강도는 높고, 중량은 가볍고, 장력에 견디며 유연하고, 형태 유지가 양호하고, 고온과 부식에 견디는 성능을 보유하고 있어, 항공우주·자동차·선박·건축·에너지 등 다양한 영역에 광범위하게 응용되고 추세</li> <li>• 중국의 탄소섬유 시장은 2018년 47억 6,000만 위안부터 2022년 128억 1,000만 위안까지 2.7배 규모로 확대되었으며, 28.8%의 연평균 성장률 기록. 향후에도 지속 성장해 2024년에는 171억 4,000만 위안 규모가 될 것으로 전망</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 탄소섬유는 스포츠 용품(26.1%), 풍력발전기 날개(24.6%), 항공우주산업(11.6%), 탄소복합소재(10.9%), 압력용기(6.2%) 등 다양한 분야에 널리 응용되고 있음</li> <li>• 최근 풍력 및 태양광 발전, 드론, 신에너지 자동차, 항공우주 등의 산업 발전이 탄소섬유 및 복합소재에 대한 수요를 견인해 생산량은 2019년의 1만 2,000톤에서 2023년 6만 9,600톤으로 5.8배의 성장을 보였고, 시장수요량은 2019년 3만 7,900톤에서 2023년 6만 9,100톤까지 확대</li> <li>• 신에너지 산업 발전과 육지 및 해상 풍력발전 규모가 더욱 확대될 것으로 전망되며, 중국의 탄소섬유 응용 분야에서 풍력발전기 날개가 약 1/4 (24.6%)의 비중을 차지, 풍력발전기 날개 생산용으로 기존 유리섬유 복합소재도 향후 점차 탄소섬유 복합소재로 교체될 예정</li> <li>• 탄소중립은 탄소섬유 산업에 새로운 기회를 제공하고 신에너지 자동차 등 영역에서 새로운 수요 창출 예정. 기업들은 탄소섬유 복합재료를 경량화 추세에 대응할 것으로 보이며, 광범위하게 연료 배터리와 저장장치에 응용될 수 있음</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 탄소섬유 관련 기업으로는 厦门鸿基伟业复合材料科技有限公司, ZGL神鹰, 威海光威能源新材料有限公司, 江苏天鸟高新技术股份有限公司 등이 있음</li> <li>• 현재 고급 탄소섬유는 대부분 해외 수입에 의존하고 있는 상태로 고급 소재는 여전히 부족한 상황</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 탄소섬유 시장에서 제품 성능과 공정 효율 제고, 원가 감축, 중고급 소재 경쟁력 제고는 중요한 과제임</li> <li>• 중국 탄소섬유 시장의 발전 현황을 참고하고 현지 산업 및 기업들의 개선 필요사항 및 과제를 포착해 기술 협력의 기회로 삼고 세부적인 파트너 협력 비즈니스 및 마케팅 전략 모색 필요</li> </ul>



탄소섬유

□ (헬스케어) 인구구조 변화 대응, 시장 선정

1	고령사회 가속화에 따른 의료기기 시장 잠재력 보유	
 <p style="text-align: center;"><b>의료기기</b></p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>고령화 추세, 만성병 환자 증가 등의 요인으로 의료기기에 대한 수요는 지속 증가 추세</li> <li>2024년 중국의 의료기기 시장 규모는 전년 대비 9.1% 늘어난 1조 1,300억 위안</li> <li>글로벌 의료기기 기업은 중국에 연구시설과 공장을 설립하여 운영하는 현지화 전략을 추진 중임</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 정부는 의료 장비를 '첨단장비'로 보고 신형 산업으로 분류해 국내외 연구개발기관이 중국산 설비 구매 시 부가가치세를 전액 환급해주고 있음</li> <li>중국 의료기기의 주요 수입국은 미국, 독일, 일본으로 전체 수입 비중 중 절반 이상 차지</li> <li>주요 수입 품목은 측정용 시약, 고가 소모품, 고가 의료장비, 핵심 부품 위주로 구성됨. 이 중 수입 증가율이 높은 품목은 치아 고정 재료(40.6%), 심장 박동기(38.1%), 신장 투석 장비(38.8%) 등</li> <li>글로벌 의료기기 기업은 중국에 연구소와 공장 설립을 하여 중국 현지화를 시작하고 있음</li> <li>대표적으로 Philips는 10여 년 전부터 중국 현지화를 시작해 현재 초음파, CT 등 정밀 진단 제품 라인을 100% 중국에서 생산 중임. 필립스(Philips)의 중국 매출은 필립스 전체 매출의 15%를 차지함</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 의료용 전자부품 제조업체는 Mindray(迈瑞), Shinva(新华医疗) 등이 대표적임</li> <li>해외 기업은 필립스, GE헬스케어, 올림푸스, 지멘스 등이 중국 주요 도시에 투자를 결정하거나 생산공장을 구축하여 중국 진출을 시도하고 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 국가재정부(国家财政部)는 2024년에도 인공 치아, 스프링 코일, 인공관절 등 13개 품목에 대해 잠정 수입관세를 적용. 이 중 12개 품목은 잠정 수입관세율보다 한·중 FTA 세율이 더 낮으므로 한·중 FTA 세율 적용 여부 검토 필요</li> <li>중국 기술력 한계로 고가 시장에는 대외의존도가 비교적 높은 편으로 기술 협력 프로젝트 참여 및 의료 협력 강화 필요</li> </ul>
2	보톡스·콜라겐 필러 시술 인기, 미용의료 시장	
 <p style="text-align: center;"><b>비수술적 미용의료</b></p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 연령으로 소비층 확대, 비수술적 시술 시장의 성장, 고령화에 따른 의료 인프라 개선, 삶의 질 향상, 미용의료에 대한 인식 제고에 따라 중국 미용의료 시장은 지속 성장할 전망</li> <li>중국의 비수술적 미용시술 시장 규모는 2017년 이후 꾸준한 증가세를 유지하고 있으며, 2025년 4,108억 위안에 이를 것으로 예상</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>비수술적 미용시술은 외과적 성형수술에 비해 저렴하고 회복기간이 짧아 소비자들에게 부담이 적음. 효과가 단기간(3~12개월)만 유지되므로 재시술을 받는 경우가 많아 재소비 가능성이 높음</li> <li>다양한 연령대에서 히알루론산 필러, 보톡스 주사 등에 대한 선호도가 높아지고 있음. 최근 미백·피부 재생 효과로 알려진 콜라겐 시장도 새로운 트렌드로 주목받고 있는 추세</li> <li>비교적 경제적으로 풍요로운 동부 연안 도시에서 미용의료 상품과 서비스에 대한 수요가 증가</li> <li>경메이(更美), 신양(新氧), 위에메이(悦美), 메이다이라(美黛拉) 등 미용의료 O2O 플랫폼이 활성화되면서 소비자들은 미용의료 관련 정보를 비교하고 구매하는 것이 트렌드</li> </ul>

	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 미용의료 시장에는 공립병원 정형미용과, 대형 프랜차이즈, 중소형 개인숍, 소형 보건소 등 중국 내 약 8만 개의 미용기관이 존재</li> <li>의료 인프라가 개선되면서 공립병원뿐만 아니라 개인 피부관리숍도 증가하는 추세</li> <li>아이메이커, 화시바이오, 쓰환메디컬, 노상발전, 산시진보바이오 등 중국 내 대표 기업이 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>합법적이고 안전한 프리미엄 기술을 적용한 시술 개발과 부담 없는 가격으로 다양한 연령층의 고객을 포섭하기 위한 전략이 요구됨</li> <li>정식 인증 취득을 철저히 준비해 중국 관리·감독 대비 필요. 정식 인증에는 시간과 비용이 소요되지만, 기술력을 인정받은 한국 제품으로 거듭나기 위해서는 꼭 필요한 절차임을 유의</li> </ul>
<b>3</b>	<b>간편하게 건강 챙기는 소비 트렌드, 건강기능식품 시장</b>	
 <p>건강기능식품</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강관리 열풍, 소비수준 상승에 따른 소비자층 확대로 기능성 식품 시장은 더욱 성장하는 추세</li> <li>연령층별 선호하는 식품이 다양하여 계층별 소비 특징을 파악하여 공략 필요</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>젊은 세대는 체중 관리에 가장 높은 관심을 보이며, 장 건강과 수면 관리에도 관심이 많은 편. 다른 세대와 비교해 접근이 쉬운 건강 유지 방식을 선호하며 약을 먹는 느낌을 주는 기능성 식품은 선호하지 않음. 이러한 수요에 따라 캔디, 젤리, 음료 등 스낵 형태의 기능성 제품이 인기</li> <li>여성 경제로 일컫는 중국 20~60세 여성은 가정 소비의 절대적 주력군으로 면역력 증진, 피부미용과 다이어트 등 기능성 식품에 수요가 높은 편. 가격 보다는 효과, 품질, 성분을 가장 중요하게 보며 종합 이커머스 플랫폼에서 주로 구매하고 있음</li> <li>고령층 소비자들은 뼈 건강에 도움을 주는 제품이나 근육 강화, 관절 관리, 기억력 강화에 도움을 줄 수 있는 다양한 제품에 관심이 높은 편으로 최근 우유나 요구르트 제품에서 칼슘 보충 기능이 추가되는 등 유제품 개발이 강화되는 추세</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 주요 건강기능식품 제조기업으로 Biobor(贝欧宝), Wonderlab(万益蓝), 동인당(同仁堂), 러리(乐力), ffit8, 양생당(养生堂) 등이 있음</li> <li>해외 제품으로는 스위스 제품이 인기가 높음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>연령별 선호 트렌드를 파악하여 제형, 효능별 개성화된 제품과 서비스를 타깃 소비군에 제공할 수 있는 능력이 관건</li> <li>기능성 식품은 제품의 제형과 효과 외에 포장 디자인도 중요, 제품의 기능 정보를 명확하게 전달하면서도 사용 용이성을 고려해야 함</li> </ul>

1	중국 MZ세대 사이에서 가장 핫한 놀이문화, 셀프 포토 부스	
 <p>셀프 포토 부스</p>	<p>선정사유</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 셀프 포토 부스에서 그날의 추억을 남기는 한국의 MZ세대 문화가 최근 중국에서도 유행하기 시작</li> <li>• 이제 막 성장하기 시작한 중국의 셀프 포토 부스 시장에서 한류 아이돌과 IP 콘텐츠의 힘으로 우리 브랜드들이 중국 MZ 소비자들의 많은 관심을 받을 수 있어 해당 트렌드를 주목할 필요가 있음</li> </ul>
	<p>시장동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 셀프 포토 부스 시장은 이제 막 성장을 시작하는 단계로 2021년 중국 내 셀프 포토 부스는 총 2,673개에 불과했고, 시장 규모는 31억 7,000만 위안 정도로 매우 작은 시장이었음</li> <li>• 그러나 2023년 중국의 셀프 포토 부스 업계의 전체 매출액은 7,097억 위안까지 증가하였고, 이는 글로벌 셀프 포토 부스 시장 매출액의 78.5%에 해당됨</li> <li>• 최근 유행하는 셀프 포토 부스는 기존 스티커 사진과 달리 브랜드화·프리미엄화를 시도하고 있음. 몇몇 업체들이 연예인 및 IP 캐릭터들과 콜라보한 한정판 프레임 출시해 소비자들에게 다양한 체험을 제공하면서 셀프 포토 부스의 새로운 붐을 일으킴</li> </ul>
	<p>경쟁동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 셀프 포토 부스 시장의 TOP 4 브랜드는 한국의 '인생네컷(Life4Cuts)', '포토이즘(Photoism)', 중국의 'JUST.FOTO', 'FOTOBOX(拍立方)' 임</li> <li>• 인생네컷은 한국 시장뿐만 아니라 해외 사업도 활발하게 추진하여 2023년부터 연예인 및 각종 브랜드와 콜라보를 시도하면서 중국 시장에 진출함. 현재 광저우, 항저우, 난징, 톈진 등 대도시에 매장을 오픈함</li> </ul>
	<p>진출방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 셀프 포토 부스 고객의 88.5%가 여성이며 매출액은 주로 1선 도시 및 新1선 도시의 비중이 43%로 대도시 위주의 타기팅 필요</li> <li>• 셀프 포토 부스가 다시 인기를 얻은 이후, 과거 스티커 사진과 달라진 소비 트렌드는 연예인과 콜라보한 프레임에서 자신이 좋아하는 아이돌과 같이 사진을 찍는다는 점으로, 한류 콘텐츠와 다양한 콜라보를 진행한다면 우리 브랜드도 중국에서 많은 기회를 확보할 수 있을 것으로 기대</li> </ul>
2	소비재 및 요식업 브랜드와의 콜라보 활성화, 한국 캐릭터 열풍	
 <p>한국 캐릭터 (IP 라이선스)</p>	<p>선정사유</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2024년 중국 MZ세대 소비자들 사이에서 한국 캐릭터인 '잔망루피', '몰티즈&amp;리트리버' 등이 인터넷 밈(MEME, 유행하는 콘텐츠)을 통해 빠르게 확산되는 추세</li> <li>• 2024년 중국 IP 라이선싱 시장 규모는 1,500억 위안(약 28조 원)으로 성장할 것으로 전망</li> </ul>
	<p>시장동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 캐릭터의 성공 비결은 MZ세대의 심리를 포착해 다양한 브랜드와 협업하고 개발자와 소비자가 함께 소통하며 만들어가는 캐릭터 이미지화, 온·오프라인 신상품 마케팅 지속, 소비자의 접근성을 높이는 저렴한 가격으로 파악됨</li> <li>• 최근 한국 캐릭터인 '잔망루피', '몰티즈&amp;리트리버' 등이 중국에서 큰 인기를 끌고 있으며, 온라인에서 잔망루피 굿즈는 매월 600개 이상 판매되고 있으며 현지 밀크티 브랜드 러러차(乐乐茶)와 협업해 출시 첫날 6만 5,000잔을 판매</li> <li>• 이러한 캐릭터 굿즈 제작, 브랜드 협업(2개 브랜드가 공동으로 제품을 제작) 마케팅은 모두 IP 라이선싱 업체를 통해 진행되며 쇼핑몰, 전자상거래플랫폼, 테마파크 등에서 굿즈로 상품화됨</li> </ul>

	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 캐릭터가 인기가 높으며, 보로로 친구 분홍색 비버인 잔망루피, 한국의 Moonlab Studio에서 디자인한 강아지 캐릭터 몰티즈&amp;리트리버, LINE FRIENDS 패밀리, '꼬마버스 타요', '아기 상어' 등이 있음</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2024년 중국의 IP 라이선스 산업이 더욱 빠르게 발전하고 있어 국내 캐릭터 기업은 중국 진출을 검토할 필요가 있음</li> <li>• 캐릭터를 직접 제작하는 콘텐츠 기업뿐만 아니라 식품, 화장품 분야의 우리 기업도 한국 캐릭터와의 협업을 통해 현지 마케팅을 강화하는 방법 고려</li> <li>• 한국 캐릭터는 MZ세대 소비자들에게 많은 환영을 받고 있으나 상업적인 가치를 얻기 위해서는 현지 전문 IP 회사와 협력이 필요함. 한국의 콘텐츠 제작사는 현지에서 온라인 마케팅과 브랜드 라이선싱 경험이 풍부한 IP 라이선싱 업체를 찾는 것이 매우 중요</li> </ul>
3	<b>중국 의료 빅데이터 구축과 스마트 의료 산업의 융합</b>	
 <p>스마트 의료</p>	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 스마트 의료 산업은 빅데이터, AI 등 첨단 기술과 접목해 응용 범위를 지속 확대 중으로, 스마트 의료는 국민 건강관리와 복지 서비스 향상에 매우 중요한 산업이 되고 있는 추세</li> <li>• 중국 전체 스마트 의료 시장 규모는 2019년 11억 3,600만 위안에서 2023년 62억 8,500만 위안으로 지속 증가 추세. 2024년 중국 스마트 의료 시장 규모는 111억 3,700만 위안까지 성장할 것으로 예상</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 의료 자원은 주로 선진 대도시에 집중돼 있으며, 고급 의료인력은 주로 도시와 동부 연해 지역에 집중된 것으로 나타남</li> <li>• 이에 중국 정부는 지역 간 의료보건 서비스 격차를 줄이고자 AI 등 정보기술을 도입해 각종 진단 및 치료 지원 시스템을 구축하고 원격의료 서비스 등을 제공함으로써 의료 자원이 부족한 농촌 지역에 의료보건 서비스 접근도를 높이고 있음</li> <li>• 스마트 의료 시장은 크게 스마트 병원과 스마트 의약품 개발 분야로 나누어 살펴볼 수 있음</li> <li>• 스마트 병원은 전통적인 병원시설에 최신 정보통신기술 등을 접목해 환자 진료 및 후속 관리를 효율적으로 수행하는 것을 목적으로 함</li> <li>• 스마트 의약품은 인공지능 기술을 의약품 연구·개발에 적용하는 것부터 실제 의료 분야에 적용하는 것까지를 아우르며 의약품 개발, 임상실험, 생산 및 판매에 이르기까지 전 단계에 다양하게 적용되고 있음</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 스마트 의료 서비스 제공 업체 TOP 5 기업은 이두커지(医渡科技), 알리건강(阿里健康), 평안건강(平安健康), 동완그룹(东软集团), 웨이닝젠강(卫宁健康)임</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 내 민간병원과 외국계 병원의 협업을 통한 스마트 의료 시범 프로젝트를 추진하는 것 고려</li> <li>• 우리 바이오텍 기업 및 병원 등이 동반 진출하는 것도 향후 중국의 의료산업 개방과 더불어 추진해볼 만함</li> </ul>

4	한국, 중국의 2위 골프 시뮬레이터 수입대상국	
 <p data-bbox="224 999 376 1030">골프 시뮬레이터</p>	<p>선정사유</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 실내에서 즐기는 스크린 골프가 인기를 끌고 AI, VR, AR 등 기술이 발전함에 따라 맞춤형 연습 솔루션 제공, 자동 채점, 데이터 분석 등 기능을 결합한 스마트 골프 시뮬레이터 수요가 증가하는 추세</li> <li>• 2030년 중국의 골프 시뮬레이터 산업 규모는 25억 위안을 돌파할 것으로 예상되며, 기술발전과 생활수준 향상에 따른 골프 시뮬레이터 수요의 지속적인 증가 예상</li> </ul>
	<p>시장동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베이징, 상하이, 선전, 광저우, 청두 등 경제 발달 지역에서 스크린 골프장과 골프 시뮬레이터 산업이 빠르게 성장 중</li> <li>• 중국 골프 시뮬레이터 산업의 시장 규모는 2018년 6,800만 위안에서 2022년 3억 8,100만 위안으로 성장했으며, 2023년에는 전년 대비 43.6% 증가한 5억 4,700만 위안 기록</li> <li>• 중국의 골프 시뮬레이터 시장은 초기 발전 단계에 있으며, 중국 골프 산업 관련 제조업체 수는 안정적으로 성장하고 있는 추세. 이렇게 중국의 골프 보급에 힘입어 많은 골프장과 골프클럽이 골프 시뮬레이터 도입 시작</li> <li>• 2023년 중국 골프 시뮬레이터 산업에서 한국은 2위 수입 대상국으로 2016년부터 7년간 연속 증가세</li> </ul>
	<p>경쟁동향</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 중국 골프 시뮬레이터 시장은 주로 글로벌 기업이 주도하고 있음. 세계 유명 브랜드는 GolfBoos(한국), SG(한국), TUP(한국), Golfzon(한국), GC2(미국), about(미국), TrackMan(덴마크) 등이 있음</li> <li>• 중국 골프 기업은 대부분 ODM 기업과 중소형 기업이며, 저가 제품을 위주로 판매하고 있고 업계 이윤도 비교적 낮은 편임. 중국 내 골프 시뮬레이터 핵심 제품은 모두 수입하고 있음. 중국의 주요 브랜드는 GREENJOY, Rungolf, wingStar, EXTEND 및 PGM 등이 있음</li> </ul>
	<p>진출방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 골프 애호가들이 언제든지 집에서 편리하게 골프를 즐기고, 개인 맞춤형 연습을 할 수 있는 기능이 점점 더 중요해지면서 가정용 골프 시뮬레이터 산업의 시장잠재력이 커질 것으로 보임</li> <li>• 우리 기업은 이러한 성장 가능성을 염두에 두고 중국 소비자들의 수요와 트렌드에 맞춘 기술 혁신, 제품 품질 및 서비스 향상에 집중할 필요가 있음</li> <li>• 현지 기업이나 유동 인구가 많은 백화점 및 스포츠 전문점과의 파트너십을 통해 브랜드 인지도를 높이는 전략도 중요한 포인트</li> </ul>

## 첨부 4

## '25년도 KOTRA 주요 사업 (잠정)

구분	주요 사업명	일시/장소
소부장 · ICT	CIBF 연계 한·중 배터리 플러스 사업	3~12월/선전
	Han's Laser Day	4~12월/선전
	홍콩 춘계 전자 전시회	4월/홍콩
	한-중(길림성) 차세대 모빌리티 협력 플라자	4월/창춘
	GP Changsha (창사 공정기 계전시회 연계)	5월/창사
	지방정부 협업 수요맞춤형 핀포인트 상담회	6월/난징
	WIC 환경기계 스마트 제조 수출상담회	6월/톈진
	2025 한·중 항공 GP 상담회	7월/톈진
	국제 배터리 및 에너지 저장 산업 전시회 (WBE)	8월/광저우
	동북아 박람회 공동 한국관 수출상담회	8월/창춘
	(산업용·농업용·의료기기) 로봇 수출 글로벌 파트너링 상담회	3분기/뤄양
	한-중 복합소재 GP 사업	9월/상하이
	2025 중국 해양장비 박람회 연계 수출상담회	11월/샤먼
	(주저우 궈도교통 박람회 연계) 2025 한-후난 미래 협력 플라자	12월 초/주저우
	한국 조선해양 기자재 푸젠성 수출상담회	하반기/샤먼
	한-산동성 조선 파트너링 상담회	하반기/칭다오
하이테크 커넥트 in 청두	연중/청두	
中 전정특신 기업 비즈니스 매칭 사업	연중/선양	
소비재	중국 동북3성 빙설경제 활용 겨울 소비재 마케팅	1~2월/동북3성
	2025년 미니 한류 박람회	3월/홍콩
	국제 소비재 박람회 (CICPE)	4월/하이커우
	하이커우 미니 한류 박람회	4월/하이커우
	중국 국제 수출입 교역 박람회 (CANTON FAIR)	4월, 10월/광저우
	한국 문화 상품 판촉전	4월, 10월/창춘, 연변
	차이나 텍스처즈 디지털 마케팅 사업	상반기/이우
	건강보조식품 OEM·ODM 핀포인트 상담회	3분기/서울
	국제 식품 음료 전시회 (FOOD2CHINA EXPO)	9월/광저우
	홍콩 코스모프루프 뷰티 전시회	11월/홍콩
	칭다오 K-굿즈 위크	3분기/칭다오
	글로벌 패션 물류·FTA 특화사업	연중/상하이
	(MZ세대 타겟) 중국 수출 첫걸음 디지털 리뷰 DB 만들기	연중/정저우
	후난 7-ELEVEN 입점 및 판촉 지원사업	연중/창사
	내륙지역 창고형 회원제 마트 입점 및 판촉 지원사업	연중/화이하
	중국 펫 용품 특화 진출 지원사업	연간/충칭
그린 · 친환경	친환경 비즈니스 플라자	4월/베이징
	충북(청주)-후베이 신산업 협력 플라자	6월/우한
	2025 중국 다렌 조선해양 기자재 협력 플라자	상반기/다렌
	한-중 친환경 조선 기자재 GP 사업	상반기/상하이
	한-섬서성 친환경 비즈니스 플라자	9월/위린
	친환경 섬유 기술협력 및 수출상담회	9월
	한·중 스마트 서비스 협력 플라자	9월
	국제 수소에너지 및 연료전지 전시회 (CHFE)	10월/포산
바이오 헬스	IKEA SOURCING DAY	연중/상하이
	中 중부 헬스케어 전시회 한국관	4월/우한
	하얼빈을 통한 중국 의료기기 시장 진입 지원	5월/하얼빈
	K-헬스케어 in Beijing 유망사절단	5월/베이징
	한-산동성 바이오 메디컬 교류회	2~3분기/칭다오
K-의료 중국 서부시장 진출 패키지 사업	2~3분기/충칭	

## 첨부 5

## '25년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더

### □ 주요 정치 일정

구분	주요 행사	일시(잠정)	비고
중국 본토	양회(兩會) (전국인민대표대회, 전국인민정치협상회의)	3월	당해 연도 정치·경제 운영 방침 결정
	중국공산당 21기 4중전회	10월	당 발전 방향, 인사 등 이슈 논의 및 기본 방향 확정
홍콩	홍콩 입법회 선거	12월	-

### □ 주요 경제·통상 일정

구분	주요 행사	일시(잠정)	비고
중국 본토	보아오 포럼	3.25~3.28	하이난
	중앙경제공작회의(中央經濟工作會議)	12월	거시경제정책 방향 결정
홍콩	홍콩-페루 FTA	잠정	발효
	2025/2026 홍콩 재정 예산안 발표	2월	-
	중국-홍콩 CEPA 서비스 무역 2차 개정 협정	3월	발효
	홍콩-이집트 투자 협정	잠정	협상 개시
	홍콩-페루 투자 협정	잠정	협상 개시
	2026년 홍콩 행정장관 시정연설	10월	-

### □ 유망 전시회 캘린더

구분	주요 행사	일시(잠정)	비고
중국 본토	광저우 국제 스마트 제조 기술 및 장비 전시회	2월	광저우
	베이징 춘계 의료 전시회	3월	베이징
	중국 가전 전시회 (상하이 AWE, 2025 AWE)	3월	상하이
	춘계 중국 수출입상품 교역 전시회	3월	푸저우
	중국(상하이) 국제 의료기기 전시회 CMEF	4월	상하이
	중국 베이징 국제 모형 전시회 (HECHobby Expo China)	4월	베이징
	중국 선전 전자정보 박람회 CITE	4월	선전
	우한 국제 반도체 산업 및 전자 기술 박람회	5월	우한
	광저우 국제 제빵 전시회	5월	광저우
	제16회 중국 자동차 부품 및 산업 서비스 박람회	5월	정저우
	중국 선양 항공우주, 저고도 경제 및 드론 전시회	6월	선양

구분	주요 행사	일시(잠정)	비고
	산동 국제 신에너지 기술 및 에너지 저장 배터리 전시회	6월	산동
	베이징 스마트 테크놀로지 산업 박람회	6월	베이징
	심천 국제 인공지능 전시회	6월	선전
	제6회 중국 국제 드론 및 무인 시스템 박람회	7월	베이징
	중국 광저우 추계 수출입상품 교역 전시회	8월	광저우
	CBE 항저우 국제 미용 박람회	8월	항저우
	제22회 상하이 화학공업 전시회 (ICIF China 2025)	9월	상하이
	2025 아시아 국제 식품 박람회	9월	창사
	CIEME 2025 제23회 중국 국제 장비 제조업 박람회	9월	선양
	우한 국제 자동차 제조 기술 및 스마트 장비 박람회	10월	우한
	2025년 대만 국제 스마트 에너지 주간	10월	대만
	(AUTO TECH 2025) 광저우 국제 신에너지 자동차 반도체 기술 전시회	11월	광저우
홍콩	2025 국제 유아용품 전시회	1월	HKTDC
	2025 국제 보석 전시회	3월	HKTDC
	2025 춘계/추계 컨슈머 전자 전시회	4월/10월	HKTDC
	2025 춘계/추계 컨슈머 전자 전시회	4월/10월	Global Sources
	2025 국제 조명 전시회	4월/10월	HKTDC
	2025 국제 선물 전시회	4월	HKTDC
	HOFEX 2025	5월	Informa Markets
	2025 메디컬 & 헬스케어 전시회	5월	HKTDC
	2025 FOOD EXPO	8월	HKTDC
	Bet and Road Summit 2025	9월	HKTDC
	2025 코스모프로프 뷰티 전시회	11월	Informa Markets
	2025 국제 광학 전시회	11월	HKTDC
	2025 춘계/추계 모바일 전자 전시회	4월/10월	Global Sources

#### 〈작성자〉

연번	작성자	직책	소속	Tel
1	신민제	부장	중국지역본부	+86-10-6410-6162(33)
2	엄선혜	과장	중국지역본부	+86-10-6410-6162(56)
3	성희현	과장	베이징 무역관	+86-10-6410-6162(19)
4	이나현	과장	상하이 무역관	+86-21-5108-8771(107)
5	성현정	과장	광저우 무역관	+86-20-2208-1605
6	김영석	과장	홍콩 무역관	+852-3465-2922(922)

# 2025 중국 진출전략

시장 평가 및 주요 이슈

비즈니스 환경 분석

진출전략



ISBN : 979-11-402-1086-2 [93320]  
979-11-402-1087-9 [95320](PDF)