



차이나

CHINA Market Watch

마켓 워치



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672

이메일 : beijingk@kita.net

1 中 양회(两会)로 본 지역별 관심 산업

- 올해 양회(两会, 전국인민대표대회 및 전국인민정치협상회의, 3/5~11) 기간 양회 대표들은 해당 지역의 관심 산업을 소개, 구체적인 내용은 아래와 같음
 - 쑤저우 공업단지는 첨단제조업 클러스터를 육성 중이며, 2023년 쑤저우시의 바이오 의약품, 나노기술 응용, 인공지능 등 3대 신산업의 생산액은 4,000억 위안(한화 약 73조 원)을 돌파, 3세대 반도체 기술 혁신센터 본사 건설 등도 가속화됨
 - ‘상하이 푸둥(浦东) 신구 종합개혁 시범 실시방안(2023~2027)’에 따르면 ‘린강(临港) 신편구’는 설립 4년 이래 개혁과 발전을 거듭해 왔으며, 향후 금융 분야에서 ‘상하이국제금융자산거래 플랫폼’, ‘상하이국제재보험센터’ 등 건설 예정
 - 그 외 △광시성 친저우(钦州) 지역은 ‘중국-아세안(ASEAN) 산업협력구 친저우(钦州) 편구’를 건설할 계획으로, 2023년 친저우시의 수출입은 전년 대비 18.7% 증가한 750억 위안(한화 약 14조 원) 달성, △장쑤성 렌윈강(连云港)시 하이저우(海州)구는 디지털 기술을 활용한 농기구 사용, 농산물 전자상거래 라이브 방송, 농촌 문화관광 등을 통해 농촌경제 발전 추진, △랴오닝성 푸신(阜新)시는 신구 성장동력 전환 및 기업 경영환경 개선을 통해 동북지역 발전에 일조할 것이라고 밝힘

자료원 : 경제참고보

http://www.jjckb.cn/2024-03/06/c_1310766563.htm

2 中, 높은 수준의 대외개방 확대 통한 공동 발전 제안

- 3월 5일, 양회 정부업무보고에서 리창(李强) 총리는 높은 수준의 대외 개방을 확대하고 상호 이익과 공동 발전을 촉진할 것을 제안
 - (외자 진입 네거티브 리스트 축소) 외자 진입 네거티브 리스트 조항은 2013년 기준 190개 였으나 현재 전국적으로 적용되는 조항은 31개, 자유무역시험구에 적용되는 조항은 27개로 축소, 이를 기반으로 다수의 대규모 외자 프로젝트를 유치

- (대외개방 범위 확대 및 제도 개선) 제조업과 서비스업의 대외개방 범위 확대, 제조업 분야 외자 진입 제한조치 전면 철폐, 제도적 개방 및 외자기업에 대한 내국민 대우, 데이터 국경 간 전송 등 방면에서 개방 확대 발표
- 제조업은 외자 유치의 중점 분야로, 해당 분야에 대한 외자 진입 제한조치의 전면 철폐는 중국 첨단제조업의 글로벌 경쟁력 제고에 유리할 전망
- 서비스업은 정보통신, 의료 등 서비스업 업종의 시장진입 문턱을 완화하고, 전국 및 자유 무역시험구에 대한 국경 간 서비스무역 네거티브 리스트를 출범하여 서비스 수출입 확대 장려, 서비스업 대외개방 관련 자본·인재·데이터 등 방면에서 상응한 조치를 마련할 계획
- 자유무역시험구와 하이난 자유무역항 등에는 자주권을 확대 부여할 것을 제안

자료원 : 증권일보

<http://www.zqrb.cn/finance/lianghui/2024-03-06/A1709653079921.html>

3 재중 외자기업, 징진지(京津冀) 지역 발전 양호하게 전망

- 2024년은 ‘징진지(京津冀, 베이징·톈진·허베이) 협력 발전 전략’이 국가 전략으로 격상된 지 10주년이 되는 해로 2023년 징진지 지역의 GDP는 2013년의 두 배에 근접
- 반도체, 신에너지 분야의 핵심 부품 공급업체인 SMC(중국)유한회사는 베이징시의 연구개발(R&D) 우위를 기반으로 톈진시와 허베이성의 여러 도시에서 제품을 생산하고 있으며, 향후 중국 시장에 대한 투자를 지속 확대할 계획
- 징진지 지역은 신업종과 신소비의 응용 플랫폼으로, 톈진시 우칭(武清)구는 이탈리아 스타일의 쇼핑거리와 자동차 경주장 등을 포함한 상권을 조성, 상권 투자업체인 미국 Waitex 그룹 리쉐하이(李学海) 회장은 향후 우칭구에 30건 이상의 프로젝트를 추진할 계획이라고 밝힘
- 중국 국제경제교류센터 수석연구원 장연성(张燕生)은 과거 다국적 기업의 중국 시장 전략은 제품 생산과 경영 위주였으나, 현재는 연구개발, 설계 및 투자, 생산관리 등 방면에서 모두 현지화 전략을 추진하고 있다고 분석



〈베이징시 다싱(大兴)구 SMC(중국)유한회사의 베이징시 제2공장 작업 현장〉



〈Waitex 그룹이 톈진시 우칭구에 건설한 'V1 자동차 세계' 프로젝트(건축면적 60만 평방미터)〉

자료원 : 인민망

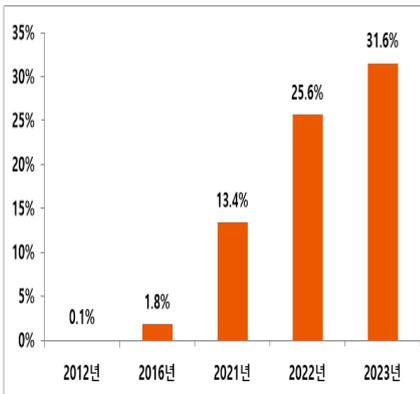
http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2024-03/04/content_26045030.htm

https://www.tjqw.gov.cn/ztl/ztl1/jwjdygk/202311/t20231128_6466979.html

4 中, 신에너지차 생산 및 판매량 9년 연속 글로벌 1위 유지

- 2023년 중국은 세계 최대 자동차 수출국으로 부상, 본토 브랜드 승용차 판매량이 합자 브랜드 판매량을 최초 추월함. 2023년 자동차 수출량은 491만 대(완성차 485만 대)로 최초로 일본을 넘어섬. 신에너지차 수출은 120만 대이며, 이 중 비야디(比亚迪)가 24만 대를 수출
- 2023년 중국의 신에너지차 생산량과 판매량은 전년 대비 각각 30.8%, 37.9% 증가한 944만 대, 950만 대로 9년 연속 글로벌 1위를 유지. 2023년 신에너지차 보급률은 31.6%이며 2024년에는 40%에 달할 전망
- 중국의 신에너지차 시장은 전면적 경쟁에 돌입했으며 기존 자동차 기업들이 신에너지차 시장을 공략하기 시작, 비야디는 2023년 신에너지차 연간 판매량 300만 대로 글로벌 1위를 기록했고, 리상(理想), 웨이라이(蔚来), 샤오핑(小鹏) 등 브랜드의 시장점유율도 상승세로 리상의 2023년 매출은 1,000억 위안(한화 약 18조 원)을 돌파
- 2023년 신에너지차의 리튬인산철 배터리 탑재 비중은 67.2%에 달했고, 2023년 말 기준 충전기(공공, 민간 포함) 수량은 860만 개로 광둥, 저장, 장쑤, 상하이 등 4개 지역의 충전기 보유량이 중국 전체의 40% 이상을 차지, 신에너지차 보유량은 2,041만 대에 달함

〈중국 신에너지차 보급률〉



*출처: 증권시보

〈중국 신에너지차 충전기 현황〉

연도	충전기 수량 (만 개)	신에너지차 대 충전기 비율(배)
2017년	45	3.4
2018년	78	3.4
2019년	124	3.1
2020년	168	2.9
2021년	262	3.0
2022년	521	2.5
2023년	860	2.4

*출처: 증권시보

〈2023년 브랜드별 신에너지차 판매량〉

전통 브랜드		신규 브랜드	
브랜드명	판매량 (만 대)	브랜드명	판매량 (만 대)
비야디 (比亚迪)	302	리상(理想)	38
상치(上汽)	112	니오(蔚来)	16
동평(东风)	52	링파오(零跑)	14
지리(吉利)	49	샤오핑(小鹏)	14
광치아이안 (广汽埃安)	48	너자(哪吒)	13
창안(长安)	47	아이토(问界)	6
창청(长城)	26		
베이치란구 (北汽蓝谷)	9		

*출처: 증권시보

- 선전, 상하이, 창저우(常州, 장쑤성 소재), 허페이 등지는 신에너지차 산업 클러스터의 전국 선두로, 2023년 선전, 상하이, 허페이의 신에너지차(완성차)의 제조업 생산액은 전년 대비 각각 85.3%, 32.1%, 60.7% 성장
- 구정 연휴 영향으로 2월 승용차 판매량은 전년 동기대비 21% 감소, 전월 대비 47% 감소한 109만 대, 신에너지차 판매량은 전년 동기대비 9%, 전월 대비 41% 감소한 40만 대임

자료원 : 증권시보, 36Kr

http://epaper.stcn.com/col/202403/06/node_A001.html

<https://36kr.com/newsflashes/2677769373021703>

5 中, 식이보충제 시장 빠른 성장세

- 중국 전자상거래 플랫폼 통계 데이터에 따르면 식이보충제 시장이 빠른 성장세를 보이며 비타민·칼슘·미네랄 보충제, 위장 영양제 등의 판매량이 상위권을 차지. 고령화에 대한 사회적 관심, 영양 보조제에 대한 수요 증가 등을 시장 성장세의 주요 원인으로 분석
- 설문조사에 따르면 소비자들은 영양제 구매 시 안전성(66.3%), 효능(55.6%)을 우선 고려, 가격(41.5%), 브랜드(32.9%), 성분 함량(31.4%)을 주목한다고 밝혔고, 영양제 섭취 원인은 면역력 향상(50%), 뼈 관리(42.3%), 수면 보장(41.8%), 위장 관리(35.7%), 체중 관리(32.9%) 등으로 꼽음
- 주로 복용하는 영양제는 비타민(57.9%), 칼슘 정제(49.6%), 프로바이오틱스(42.4%) 등이며, 코엔자임 Q10, 멜라토닌, 철분 보충제, 식이섬유제 등도 선호함

자료원 : 중국경제망

http://fashion.ce.cn/news/202403/06/t20240306_38922732.shtml

6 中, 인공지능(AI) 산업 빠른 성장세

- 3월 2일 중국 국가발전개혁위원회 관계자는 인공지능(AI) 산업의 발전을 위해 즈위안(智源) 연구원, 바이두, 포패러다임(第四范式), 바이촨지능(百川智能) 등 기관 및 기업 관계자와의 교류를 통해 인공지능 산업의 질적 성장을 도모함
- 중국정보통신연구원에 따르면 2022년 중국의 인공지능 산업 규모는 전년 대비 18% 성장한 5,080억 위안(한화 약 93조 원)이며, 2023년 예상치는 13.9% 증가한 5,784억 위안(한화 약 106조 원)으로 예상
- 국가산업경제학회 관계자는 중국의 인공지능 산업 성장은 기술력 제고, 정책 지원, 다양한 응용환경 구축 등과 밀접히 연관되며, 현재 스마트 제조, 의료건강, 핀테크, 신소비 등 분야에 대한 인공지능 기술 보급률이 상승하고 있다고 분석

자료원 : 증권일보

<http://www.zqrb.cn/finance/hangyedongtai/2024-03-05/A1709570244047.html>

7 中, 2023년 의약품 O2O 판매액 124억 위안(약 2.3조 원) 달성

- 중국의 헬스산업 데이터·컨설팅 서비스 플랫폼인 중강(中康) CMH에 따르면 2023년 중국 의약품의 O2O(온·오프라인 결합) 판매액은 전년 대비 22% 증가한 124억 위안(한화 약 2.3조 원) 달성

- 의약품 O2O 시장의 3대 품목은 감기약, 위장약, 피부약이며, 이 중 감기약의 시장 규모가 1위로 부상. 처방약의 매출 비중은 2023년 4분기 44.6% 상승하여 비처방약 비중에 근접
- 2023년 4분기 기준, 약국 프랜차이즈 10대 기업의 판매 비중은 전체의 60%를 차지

자료원 : 광저우일보

http://www.ce.cn/cysc/yy/hydt/202403/12/t20240312_38930732.shtml

8 中, 2023년 업종별 가맹점 점포 수 현저히 증가

- 지난 3월 4일, 30여 년간 직영점만 고수하던 샤브샤브 브랜드인 하이디라오(海底捞)가 가맹 사업을 추진한다고 발표, 중국 내 프랜차이즈 브랜드의 확장 속도에 모두가 주목
- 2023년 차음료·아이스크림 브랜드인 미쉐빙청(蜜雪冰城)의 가맹점 수는 2.5만 개에서 3.2만 개, 루이싱(瑞幸) 커피의 가맹점 수는 8,000개에서 1.5만 개, 햄버거 브랜드인 타스팅(塔斯汀)의 가맹점 수는 3,000개에서 6,000개, 간식 브랜드인 자오이밍(赵一鸣)의 가맹점 수는 100개에서 2,500개, 밀크티 브랜드인 구밍(古茗), 차바이다오(茶百道), 후상아이(沪上阿姨)의 가맹점 수는 1만 개로 확대. 과거 루이싱 커피는 설립 1년 반 만에 약 2,300개의 가맹점을 오픈, 지난해 쿠디(库迪) 커피는 1년간 7,000개의 가맹점을 오픈함
- 그 외 편의점 브랜드인 711·로손(罗森), 알리바바 택배보관소인 차이나오이짠(菜鸟驿站), 택배수령점, 헬스장, 미용실 브랜드인 선메이(审美)·무베이(木北), 실내스키장, 고속철역의 마사지기기, 영화관, 저가형 잡화 브랜드인 미니소(名创优品), 가구 브랜드인 이지훙(居然之家), 익스프레스 호텔 브랜드인 한팅(汉庭)·진장즈싱(锦江之星) 뿐만 아니라 고급 호텔도 가맹 사업을 적극 추진 중

〈가맹사업 추진 중인 브랜드 현황〉



하이디라오 (海底捞, 샤브샤브 브랜드)



후상아이 (沪上阿姨, 밀크티 브랜드)



자오이밍 (赵一鸣, 간식 브랜드)



타스팅 (塔斯汀, 햄버거 브랜드)

자료원 : 재경잡지

<https://www.huxiu.com/article/2761139.html>