

**IIT**

INSTITUTE FOR  
INTERNATIONAL  
TRADE

# TRADE FOCUS

2019년 36호

## 세계 소비재시장 잠재력 분석 및 우리나라 수출 경쟁력 현황 경쟁력 현황

2019.10  
이유진 연구원

 한국무역협회  
국제무역연구원

[iit.kita.net](http://iit.kita.net)



# CONTENTS

[요 약]	i
I. 소비재 수출에 주목해야 하는 이유	01
II. 품목별 · 시장별 수출 잠재력 분석	04
III. 우리나라 소비재 수출 현황	08
IV. 신흥시장 내 수출경쟁력 비교	10
V. 결론 및 시사점	26

보고서 내용 문의처  
이 유 진 연구원

(☎ 02-6000-5649, yjl2002kr@kita.net)

## 요 약

지난 해 우리나라는 사상 최초로 수출액 6,000억 달러를 돌파하는 등 높은 수출 성장세를 이어가고 있으나, 2000년대 중반 50%대에 불과하던 중간재 수출 비중이 2018년 71.5%에 이르며 중간재 편중도가 점차 심해지고 있다. 특정 품목에 치우친 수출 구조는 경기 변동에 민감할 뿐만 아니라 특히 우리나라의 경우 중국을 거쳐 미국으로 최종 소비되는 중간재 수출이 많아 통상 분쟁에 따른 수출 타격이 클 것으로 우려된다.

반면 소비재는 1차 산품이나 중간재, 자본재에 비해 경기 변동에 따른 수출액 변동성이 낮아 중간재에 편중된 우리 수출의 안정성을 제고하기 위해 소비재 수출을 확대할 필요가 있다. 특히 아시아퍼시픽을 중심으로 중산층 인구가 빠르게 성장할 것으로 예상되는 만큼 신흥국을 대상으로 한 소비재 수출의 중요성이 보다 강조되는 상황이다.

실제로 전 세계 소비재 수입액 총 규모 자체는 성장세가 두드러지지 않았으나 연평균 수입액 증가율이 중국 5.9%, 아세안 7.2%, 중앙유럽 9.6%으로 주요 신흥국에서 소비재 수요가 빠르게 증가하는 것으로 나타났다. 인도의 경우 연평균 증가율 자체가 높지는 않으나 2000년대부터 세계 수입 시장에서 차지하는 비중이 꾸준히 늘어온 것으로 파악됐다.

\* 인도 점유율 : ('05) 0.19% → ('10) 0.40% → ('15) 0.56% → ('16) 0.55% → ('17) 0.61%

### < 주요국 소비재 수입 동향 >

(단위: 억 불, %)

	2016년		2017년		2018년		연평균 증감률
	수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	
전 세계	36,702	(0.9)	36,894	(0.5)	-	-	(0.7)
중국	1,499	(1.7)	1,552	(3.5)	1,752	(5.2)	(5.9)
ASEAN(6)	1,226	(8.8)	1,295	(5.6)	-	-	(7.2)
중앙유럽	1,269	(10.3)	1,326	(4.5)	1,517	(14.3)	(9.6)
인도	202	(-0.9)	224	(10.8)	205	(-8.3)	(0.2)

주 : 2018년 데이터가 없는 경우는 2년치, 그 외에는 3년치 연평균 증감률을 계산  
자료 : UN Comtrade, ITC

우리나라의 경우 최대 시장인 미국에서의 부진과 '17년 사드갈등에 따른 對중국 수출 타격으로 소비재 수출이 4년 연속 감소세에 있는 것으로 드러났다. 품목별로 보면 2018년 기준 소비재 수출의 59.4%를 차지하는 승용차 수출이 해외 생산 확대로 꾸준히 하락(최근 3년 연평균 증감률 -2.9%)하고 있어 전체 소비재 수출 감소를 초래하였다. 한편 화장품은 연평균 26.3%씩 성장하며 우리나라의 대표 소비재 수출품목으로 자리매김 하였다.

주요 시장별로 살펴보면 중국 소비재 시장은 중국으로의 생산기지 이전과 수요의 프리미엄화를 특징으로 하고 있다. 특히 유럽을 필두로 한 선진국과 아세안 등의 신흥국이 각각 프리미엄과 범용 시장을 양분하는 양상이 두드러졌다. 반면 우리나라는 자동차, 가전의 생산 공장 중국 이전에 따른 영향과 유럽, 미국, 대양주를 중심으로 한 선진국 대비 부족한 경쟁력으로 중국 시장 점유율이 5%대에서 '18년 3.1%까지 크게 하락하였다.

아세안과 인도 시장에서는 중국 등 신흥국의 점유율이 두드러지는 와중에 우리나라의 점유율도 완만한 상승 추세를 보이는 것으로 드러났다. 다만 아세안 국가별로 살펴보면 싱가포르와 태국 등 경제 규모가 크고 성숙된 국가일수록 유럽 등 선진국 제품에 대한 수요가 높다는 점에서 경제 성장과 함께 신흥국 소비재 수요의 프리미엄화가 진전될 것으로 보인다.

이에 대비하여 우리나라는 신흥국 경제 성장에 앞서 소비재 수출 고급화를 통해 적절한 포지셔닝을 확보하며 소비재 수출 경쟁력 향상에 힘써야 할 것으로 판단된다. 더불어 우리나라의 비중이 미미한 중앙유럽 시장을 공략해 소비재 수출의 양적 성장에도 힘써야 할 것이다.

---

# 본 문



## 【연구 목적 및 방법】

### 1. 연구목적

- 전 세계 소비재 수출 유망 시장과 품목을 파악하고, 유망 소비재 시장 내 국가별 수출경쟁력 비교·분석
- 수출경쟁력은 해당 수입 시장 내 점유율로 판단(재수출 효과를 상쇄하기 위해 원산지 기준으로 집계되는 수입액 점유율을 활용)
- 본 보고서의 소비재 품목 분류는 HS 6단위를 기준으로 연구자의 판단에 따라 이루어진 것으로 산업통상자원부의 ‘5대 유망소비재’ (HS 10단위 기준)와는 다른 개념임

### 2. 연구방법

- UN Comtrade(UN Commodity Trade Statistics)를 활용해 분석
- 분석기간 : 2005년-2018년
- 품목분류 : ① BEC Code를 기준으로 소비재 추출  
② 2017년 HS Code 6단위를 기준으로 소비재 분류

품목명	분류 기준
농·축·임·수산물	HS 02-24 (단, HS 190110 제외)
승용차	HS 8703
섬유·패션	HS 4015 HS 42-43 HS 481850, HS 50-65, 67 HS 900410 HS 9101-2
의약품·의료용품	HS 30 HS 9021
가전	HS 8415, 8418, 8422, 8450-1, 8508-9, 8528
의약외품/위생용품	HS 3305-7, 3401-2, 3808, 4014 HS 481820
플라스틱제품	HS 39
귀금속	HS 71
화장품	HS 3303-4
유아용품	HS 190110 HS 6111, 6209, 8715, 9619
항공기/요트	HS 88 HS 8903
기타 생활용품	그 외

주: 본 품목 분류는 소비재만을 대상으로 하고 있어, 해당 HS Code 하위에 있는 1차 산품, 자본재, 중간재, 기타 품목은 포함되어 있지 않음 (예: 냉난방기(HS 8415) 중 자동차 부품으로 쓰이는 자동차용 냉난방기(HS 841520)는 제외)



# I. 소비재 수출에 주목해야 하는 이유

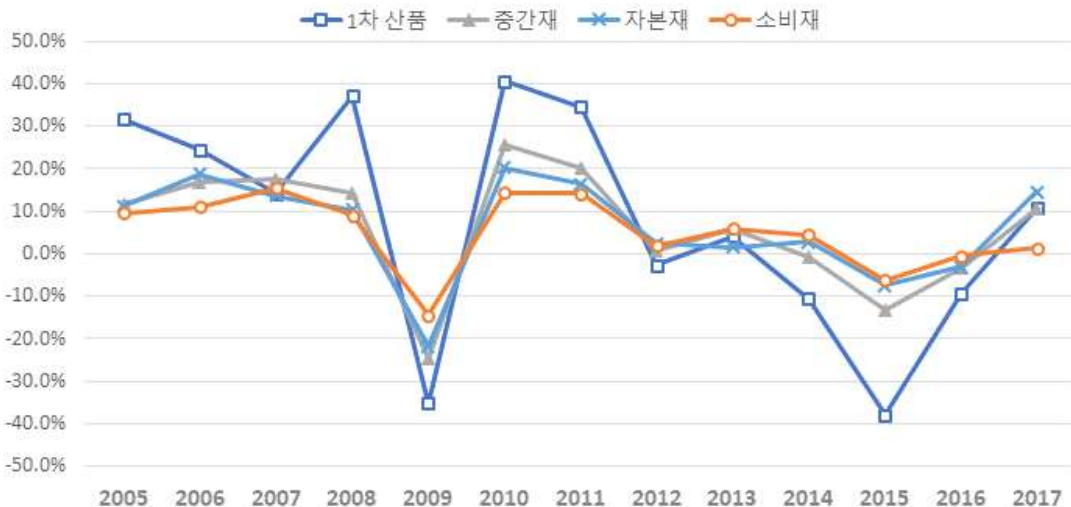
■ 소비재 수출은 변동성이 상대적으로 작게 나타나, 가공 절차 상 다른 단계에 있는 품목에 비해 수출 안정성이 높을 것으로 예상됨

● 수출액 증감률이 경기 방어적으로 움직이고 있어 경기 하락 시 수출액 감소 폭이 다른 품목에 비해 더 작을 것으로 보임

\* 2009년 수출액 증감률: 1차 산품(-35.1%), 중간재(-24.7%), 자본재(-21.7%), 소비재(-14.4%)

\*\* 2015년 수출액 증감률: 1차 산품(-37.9%), 중간재(-13.2%), 자본재(-7.4%), 소비재(-6.1%)

< 가공단계별 세계 수출액 증감률 추이 >



자료 : UN Comtrade, ITC

■ 보호무역주의 확대로 국가 간 통상 마찰이 잦아지면서 중간재 수출에 미치는 타격이 우려됨

● 제3국 간 통상 분쟁이 국내 중간재 교역에까지 연쇄적으로 영향을 미칠 수 있다는 점에서, 최종재인 소비재에 비해 가공 절차 상 이전 단계에 있는 품목에서 수출 리스크가 크게 나타남

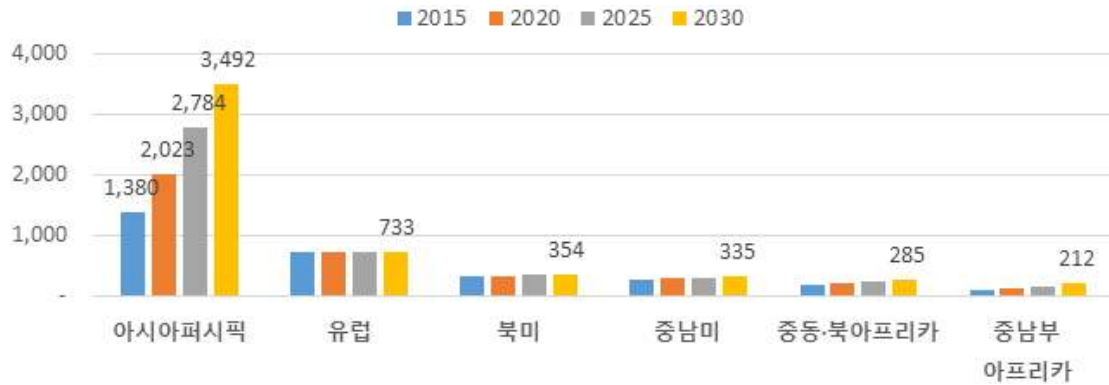
- 우리나라가 직접 개입되지는 않았지만 미·중 무역분쟁은 ‘한국→중국→미국’ 순으로 이어지는 가공단계에 악영향을 주어, 반도체와 석유화학 제품을 중심으로 한 우리나라의 對중국 중간재 수출에 타격을 미침

■ 아시아퍼시픽을 중심으로 중산층 인구의 폭발적인 성장이 전망되고 있어 소비력 증대에 따른 소비재 수출 확대가 기대됨

● 아시아퍼시픽 중산층 인구는 '20년 20.2억명에서 '30년 34.9억명까지 증가할 것으로 전망됨

< 중산층 인구 성장 전망 >

(단위: 백만 명)



자료 : Statista(2019)

■ 그러나 우리나라 수출은 중간재에 편향되어 있어 소비재 수출 비중이 높지 않으며, 중간재 비중이 점차 늘어나는 중

● '18년 우리나라 중간재 수출 비중은 대만 다음으로 높은 71.5%를 기록하였으며 시간의 흐름에 따라 중간재 집중도가 점차 높아지고 있음

< 중간재 수출 비중 상위 10개국 >

< 우리나라 중간재 수출 추이 >

(단위: %, 백만 달러)

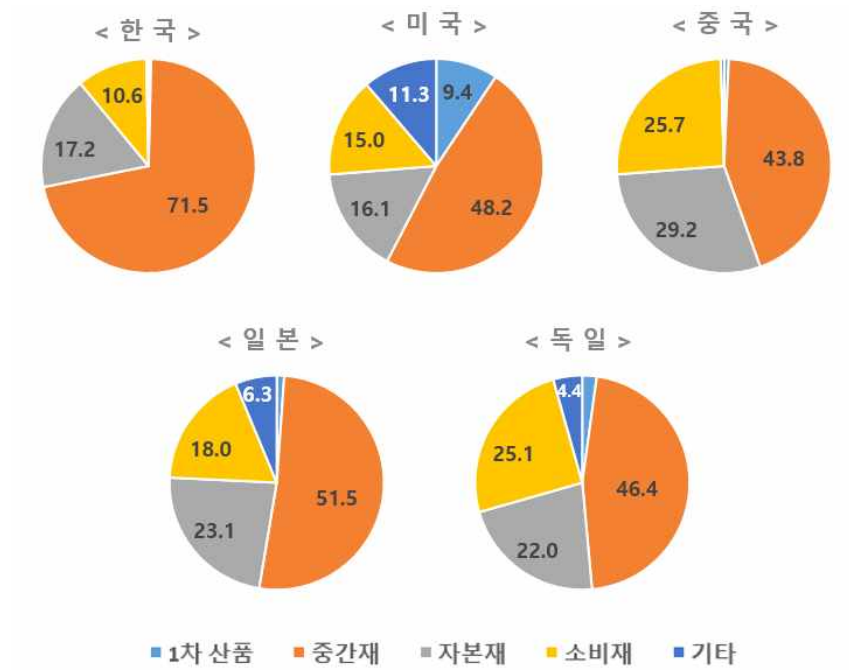
순위	국가	중간재 비중	중간재 수출액	총 수출액	년도	중간재 비중	중간재 수출액
1	대만	78.6	2,496	3,177	2005년	57.0	1,622
2	한국	71.5	4,321	6,048	2010년	59.2	2,759
3	싱가포르	68.9	2,837	4,117	2011년	61.0	3,387
4	말레이시아	68.8	1,702	2,473	2012년	63.2	3,460
5	홍콩	65.4	3,723	5,691	2013년	63.9	3,577
6	아일랜드	61.0	1,018	1,670	2014년	64.2	3,678
7	인도	59.3	1,910	3,223	2015년	62.6	3,300
8	벨기에	54.2	2,527	4,667	2016년	64.0	3,172
9	스위스	54.1	1,680	3,105	2017년	66.2	3,798
10	오스트리아	52.2	924	1,770	2018년	71.5	4,321

주 : 2018년 기준 수출액 천억불 이상인 35개국을 대상으로 분석, 대만은 2017년 기준  
 자료 : UN Comtrade

- 한국, 중국, 일본, 미국, 독일 등 제조업 기반 주요 수출국 중 우리나라의 중간재 수출 비중이 가장 높고, 소비재 비중은 가장 낮게 나타남

\* 2018년 소비재 수출 비중: 한국(10.6%), 미국(15.0%), 중국(25.7%), 일본(18.0%), 독일(25.1%)

< 주요국 가공단계별 수출 비중 비교(2018년) >



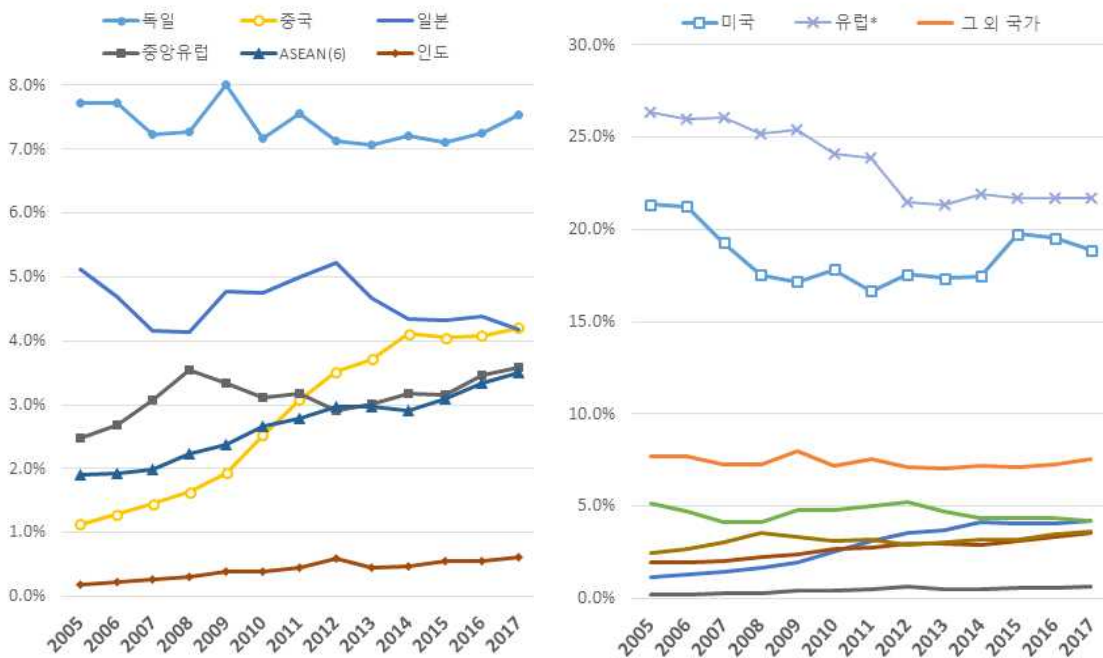
주 : 중국은 2017년 기준  
 자료 : UN Comtrade

## II. 품목별·시장별 수출 잠재력 분석

### 1. 시장별 분석

- 중국, 아세안, 중앙유럽, 인도 등 주요 신흥국의 소비재 수입 수요가 빠르게 증가하며 주요 소비재 시장으로 떠오르고 있음

< 세계 소비재 시장 국가별/경제권별 수입 점유율 > (단위: %)



- 주1 : 수입 점유율은 세계 소비재 총 수입액에서 개별 국가의 소비재 수입액이 차지하는 비중을 가리킴
- 주2 : 유럽\*은 독일을 제외한 유럽의 주요 수출국으로 편의상 네덜란드, 이탈리아, 영국, 프랑스, 스위스, 스페인 6개국을 대상으로 함 (이하 동일)
- 주3 : ASEAN(6)은 아세안 10개국 중 경제규모가 크고 수출입 통계의 신뢰성이 높은 싱가포르, 태국, 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 필리핀 6개국을 대상으로 함 (이하 동일)
- 주4 : 중앙유럽은 폴란드, 헝가리, 체코, 슬로바키아, 루마니아 5개 국가를 가리키는 명칭으로, 제조업을 기반으로 최근 높은 성장세를 보이고 있음 (이하 동일)

자료 : UN Comtrade, ITC

- 중국은 2010년대 초반에, 중앙유럽\*과 아세안\*\*은 후반에 성장세가 두드러지고 있으며, 인도도 꾸준히 증가세를 보이고 있음

\* 중앙유럽은 폴란드, 헝가리, 체코, 슬로바키아, 루마니아

\*\* 싱가포르, 태국, 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 필리핀

■ 세계 소비재 수입 시장에서 유럽\*과 미국이 차지하는 비중이 압도적으로 높으나, 성숙된 시장으로 성장세가 두드러지게 나타나지는 않음

- 미국(18.9%)과 유럽 주요 6개국\*\*\* (21.7%)이 세계 소비재 시장에서 차지하는 비중이 40.6%에 이룸

\*\*\* 네덜란드, 이탈리아, 영국, 프랑스, 스위스, 스페인

- 반면 일본의 경우, '08년 글로벌 경제위기에도 증가세를 보였던 소비재 수입 점유율이 2010년대에 들어 크게 감소하며 중국에 역전

■ 이들 신흥국 소비재 수요는 세계 전체 소비재 수입 증가율을 크게 웃도는 수준으로 나타남

- '16년, '17년 기준 세계 소비재 수입 증가율은 1%가 채 되지 않지만 아세안과 중앙유럽의 최근 3년 증감률은 각각 7.2%, 9.6%에 달함

- 특히 필리핀과 베트남, 루마니아와 폴란드의 증가율이 두드러짐

- 대표 신흥국인 중국과 인도는 최근 소비재 수입 증가율이 크게 높지는 않으나 세계 수입 시장에서 차지하는 비중이 2000년대부터 꾸준히 늘어옴

\* 중국 점유율 : ('05) 1.13% → ('10) 2.53% → ('15) 4.05% → ('16) 4.09% → ('17) 4.21%

인도 점유율 : ('05) 0.19% → ('10) 0.40% → ('15) 0.56% → ('16) 0.55% → ('17) 0.61%

< 주요국 소비재 수입 동향 >

(단위: 억 불, %)

	2016년		2017년		2018년		연평균 증감률
	수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	
전 세계	36,702	(0.9)	36,894	(0.5)	-	-	(0.7)
중국	1,499	(1.7)	1,552	(3.5)	1,752	(5.2)	(5.9)
ASEAN(6)	1,226	(8.8)	1,295	(5.6)	-	-	(7.2)
싱가포르	344	(2.8)	364	(5.8)	356	(-2.1)	(2.1)
태국	226	(5.6)	215	(-5.2)	240	(12.0)	(3.9)
베트남	177	(12.8)	213	(20.3)	-	-	(16.5)
말레이시아	205	(1.8)	194	(-5.4)	214	(10.4)	(2.0)
필리핀	152	(33.6)	179	(17.3)	193	(8.0)	(19.2)
인도네시아	122	(15.6)	132	(8.0)	162	(22.9)	(15.4)
중앙유럽	1,269	(10.3)	1,326	(4.5)	1,517	(14.3)	(9.6)
폴란드	474	(8.9)	500	(5.5)	605	(21.0)	(11.6)
체코	312	(11.4)	311	(-0.4)	332	(6.8)	(5.8)
루마니아	171	(18.5)	187	(9.9)	218	(16.0)	(14.7)
헝가리	160	(7.3)	171	(6.7)	196	(14.7)	(9.5)
슬로바키아	152	(7.2)	156	(3.2)	165	(5.5)	(5.3)
인도	202	(-0.9)	224	(10.8)	205	(-8.3)	(0.2)

주 : 2018년 데이터가 없는 경우는 2년치, 그 외에는 3년치 연평균 증감률을 계산

자료 : UN Comtrade, ITC

## 2. 품목별 분석

### ■ 품목별로 보면 전체 소비재 수입에서 차지하는 비중이 승용차와 화장품에서 빠르게 증가하는 것으로 나타남

- 승용차는 신흥국 현지 생산 증가로 2000년대 수입 비중이 감소하였으나 2010년 이후 다시 꾸준히 증가하고 있는 반면, 마찬가지로 현지 생산 비중이 높은 가전의 경우에는 수입 비중이 꾸준히 감소
- 화장품은 최근 2년 연평균 증감률 10.4%로 항공기/요트(14.4%) 다음으로 높을 뿐만 아니라 높은 증가세가 2000년대부터 꾸준히 이어져오고 있어 소비재 수출 확대를 위해 중점을 두어야 할 중요 품목으로 판단됨

< 소비재 품목별 세계 수입 동향 (금액·비중) >

(단위: 억 달러, %)

	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증감률 (최근 2년)
농·축·임·수산물	4,915 (21.1)	7,176 (23.1)	9,088 (24.5)	9,390 (24.4)	8,643 (23.8)	8,867 (24.2)	9,159 (24.8)	2.9%
승용차	4,810 (20.6)	5,432 (17.4)	6,720 (18.1)	7,046 (18.3)	6,743 (18.5)	6,978 (19.0)	7,470 (20.2)	5.2%
섬유·패션	4,463 (19.1)	5,702 (18.3)	6,865 (18.5)	7,232 (18.8)	6,921 (19.0)	6,787 (18.5)	7,037 (19.1)	0.8%
의약품·의료용품	2,260 (9.7)	3,643 (11.7)	4,039 (10.9)	4,149 (10.8)	3,990 (11.0)	4,061 (11.1)	4,121 (11.2)	1.6%
가전	898 (3.8)	1,399 (4.5)	1,357 (3.7)	1,369 (3.6)	1,247 (3.4)	1,204 (3.3)	1,158 (3.1)	-3.6%
의약외품/ 위생용품	469 (2.0)	706 (2.3)	917 (2.5)	948 (2.5)	870 (2.4)	864 (2.4)	924 (2.5)	3.1%
플라스틱 제품	455 (2.0)	620 (2.0)	752 (2.0)	793 (2.1)	763 (2.1)	776 (2.1)	843 (2.3)	5.1%
귀금속	350 (1.5)	502 (1.6)	780 (2.1)	839 (2.2)	760 (2.1)	754 (2.1)	792 (2.1)	2.0%
화장품	261 (1.1)	390 (1.3)	519 (1.4)	555 (1.4)	535 (1.5)	585 (1.6)	652 (1.8)	10.4%
유아용품	186 (0.8)	271 (0.9)	336 (0.9)	359 (0.9)	352 (1.0)	349 (1.0)	361 (1.0)	1.3%
항공기/요트	93 (0.4)	97 (0.3)	86 (0.2)	95 (0.2)	94 (0.3)	104 (0.3)	123 (0.3)	14.4%
기타 생활용품	4,181 (17.9)	5,192 (16.7)	5,570 (15.0)	5,691 (14.8)	5,455 (15.0)	5,374 (14.6)	4,254 (11.5)	-11.7%
합계	23,341 (100.0)	31,129 (100.0)	37,026 (100.0)	38,467 (100.0)	36,373 (100.0)	36,702 (100.0)	36,894 (100.0)	0.7%

주 : 괄호 안은 당해 전 세계 소비재 수입액 중 해당 품목의 수입이 차지하는 비중을 나타냄  
 자료 : UN Comtrade, ITC

■ 대표적인 자동차 생산 국가인 미국과 중국은 대규모의 자체 생산에도 불구하고 승용차 수입이 높게 나타남

● 자동차 수입 시장에서 미국과 중국이 차지하는 비중은 각각 18.9%와 4.2%로 전체 소비재 시장 내 비중(각 24.0%, 6.7%)에 비해 높았음

■ 독일을 비롯한 유럽과 미국에서는 섬유·패션 수입 비중은 비교적 높게 화장품, 의약품/위생용품 및 유아용품의 비중은 낮게 나타남

■ 그밖에 중국은 화장품과 유아용품, 아세안은 화장품과 플라스틱 제품에 대한 수입 수요가 두드러졌음

< 2017년 기준 국가별 품목 수입 동향(금액·비중) >

(단위: 백만 달러, 점유율 %)

	유럽*	독일	미국	중국	아세안	중앙유럽	인도	그 외	합계
<b>합계</b>	801,076 (21.7)	278,008 (7.5)	696,037 (18.9)	155,159 (4.2)	129,506 (3.5)	132,644 (3.6)	22,367 (0.6)	1,474,636 (40.0)	3,689,433 (100.0)
농축임수 산물	200,428 (21.9)	66,562 (7.3)	113,075 (12.3)	40,553 (4.4)	43,751 (4.8)	33,529 (3.7)	9,054 (1.0)	408,975 (44.7)	915,925 (100.0)
승용차	150,798 (20.2)	58,960 (7.9)	179,598 (24.0)	49,946 (6.7)	10,672 (1.4)	22,059 (3.0)	232 (0.0)	274,707 (36.8)	746,972 (100.0)
섬유·패션	168,741 (24.0)	60,522 (8.6)	150,611 (21.4)	16,033 (2.3)	18,091 (2.6)	23,991 (3.4)	2,333 (0.3)	263,356 (37.4)	703,679 (100.0)
의약품· 의료용품	101,721 (24.7)	31,840 (7.7)	78,215 (19.0)	20,543 (5.0)	10,054 (2.4)	16,171 (3.9)	1,530 (0.4)	152,055 (36.9)	412,130 (100.0)
가전	18,853 (16.3)	7,609 (6.6)	26,652 (23.0)	1,151 (1.0)	5,627 (4.9)	5,462 (4.7)	1,677 (1.4)	48,797 (42.1)	115,828 (100.0)
의약품/위생용품	16,540 (17.9)	5,521 (6.0)	5,509 (6.0)	2,328 (2.5)	5,494 (5.9)	5,757 (6.2)	1,554 (1.7)	49,727 (53.8)	92,430 (100.0)
플라스틱 제품	13,806 (16.4)	6,357 (7.5)	15,252 (18.1)	3,573 (4.2)	6,230 (7.4)	6,023 (7.1)	916 (1.1)	32,110 (38.1)	84,267 (100.0)
귀금속	23,734 (30.0)	2,234 (2.8)	11,152 (14.1)	1,210 (1.5)	3,966 (5.0)	568 (0.7)	2,152 (2.7)	34,154 (43.1)	79,171 (100.0)
화장품	11,644 (17.9)	4,341 (6.7)	7,285 (11.2)	6,082 (9.3)	5,064 (7.8)	2,724 (4.2)	225 (0.3)	27,846 (42.7)	65,211 (100.0)
유아용품	6,485 (18.0)	2,309 (6.4)	3,844 (10.6)	5,660 (15.7)	1,411 (3.9)	1,612 (4.5)	107 (0.3)	14,685 (40.7)	36,112 (100.0)
항공기/ 요트	2,806 (22.9)	306 (2.5)	2,005 (16.3)	174 (1.4)	878 (7.2)	81 (0.7)	9 (0.1)	6,016 (49.0)	12,276 (100.0)
기타 생활용품	85,520 (20.1)	31,446 (7.4)	102,840 (24.2)	7,907 (1.9)	18,269 (4.3)	14,667 (3.4)	2,577 (0.6)	162,208 (38.1)	425,433 (100.0)

주 : 괄호 안은 해당 품목의 전 세계 수입액 중 개별 국가의 수입이 차지하는 비중을 나타냄  
 자료 : UN Comtrade, ITC



### Ⅲ. 우리나라 소비재 수출 현황

- 우리나라 소비재 수출은 2010년대 초반 급격한 증가세를 보인 후 '14년부터 4년 연속 감소하며 지난 해 644억 달러 기록

< 우리나라 소비재 수출 현황 >

(단위: 백만 달러, 증감률 %)



연도	수출액	증감률
2005년	46,172	1.3
2010년	52,039	32.1
2014년	69,240	2.6
2015년	67,248	-2.9
2016년	66,198	-1.6
2017년	65,202	-1.5
2018년	64,388	-1.2

자료 : UN Comtrade

- 신흥 소비재 시장인 중국, 아세안, 중앙유럽, 인도로의 수출은 비교적 증가율이 높으나, 세계 제1 소비재 수입 국가인 미국으로의 수출은 감소

- 특히 중국, 베트남으로의 수출은 '17년을 제외하고 두 자리 수 증가율을 기록하고 있으며, 중앙유럽으로의 수출도 최근 3년 높은 증가세를 보임

\* '17년 對중국 수출이 전년대비 33.2%까지 감소한 것은 사드 갈등에 따른 영향

\*\* 인도 정부가 '17년 고액 구권의 통용을 금지하자 실물자산인 금 수요가 폭발적으로 증가하면서 일시적으로 對인도 금 수출도 크게 증가하였으나, '18년 이전 수준으로 복귀

< 우리나라 소비재 수출 추이 (대상 국가별) >

(단위: 백만 달러, %)

	2014년		2015년		2016년		2017년		2018년	
	수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률
미국	18,764	16.2	21,878	16.6	20,115	-8.1	19,064	-5.2	18,185	-4.6
중국	5,490	10.5	6,069	10.5	7,021	15.7	4,687	-33.2	5,507	17.5
일본	3,845	1.3	3,360	-12.6	3,488	3.8	3,319	-4.8	3,483	4.9
독일	1,728	-20.5	1,412	-18.3	1,451	2.7	1,932	33.2	1,876	-2.9
ASEAN(6)	3,608	2.9	3,877	7.5	4,679	20.7	4,354	-7.0	4,854	11.5
↳ 베트남	1,367	16.5	1,685	23.3	1,987	18.0	1,902	-4.3	2,300	20.9
유럽*	4,218	9.8	4,051	-4.0	4,365	7.8	5,472	25.4	5,838	6.7
중앙유럽	524	-10.5	515	-1.7	599	16.2	623	3.9	742	19.2
인도	175	-11.5	215	23.2	373	73.2	1,650	342.4	231	-86.0

자료 : UN Comtrade



■ 우리나라 소비재 수출 중 절반 이상이 자동차 수출이나 최근 생산 공장 이전 등으로 인해 하락세가 지속되고 있음

- 가전도 해외생산 확대로 수출 비중이 '05년 13.1%에서 '18년 4.6%로 대폭 하락
- 화장품은 '05년 2.3억 달러에서 '18년 49억 달러로 20배 이상 대폭 증가하여 수출 비중 7.7%의 대표적인 소비재 수출품목으로 자리매김 함

< 우리나라 소비재 수출 품목별 동향 (금액·비중) >

(단위: 백만 불, %)

	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 증감률 (최근 3년)
승용차	27,256 (59.0)	31,782 (61.1)	44,816 (64.7)	41,721 (62.0)	37,496 (56.6)	38,831 (59.6)	38,248 (59.4)	-2.9%
농·축·임·수산물	2,894 (6.3)	4,759 (9.1)	5,936 (8.6)	5,878 (8.7)	6,401 (9.7)	6,585 (10.1)	6,673 (10.4)	4.3%
화장품	233 (0.5)	706 (1.4)	1,601 (2.3)	2,450 (3.6)	3,446 (5.2)	3,924 (6.0)	4,934 (7.7)	26.3%
섬유·패션	3,617 (7.8)	2,531 (4.9)	3,467 (5.0)	3,193 (4.7)	3,150 (4.8)	3,069 (4.7)	3,214 (5.0)	0.2%
가전	6,038 (13.1)	5,111 (9.8)	5,481 (7.9)	4,679 (7.0)	4,298 (6.5)	3,669 (5.6)	2,966 (4.6)	-14.1%
의약품/위생용품	183 (0.4)	369 (0.7)	798 (1.2)	1,009 (1.5)	1,342 (2.0)	1,696 (2.6)	2,142 (3.3)	28.5%
플라스틱 제품	539 (1.2)	752 (1.4)	1,079 (1.6)	1,118 (1.7)	1,285 (1.9)	1,410 (2.2)	1,558 (2.4)	11.7%
의약품·의료용품	242 (0.5)	603 (1.2)	969 (1.4)	996 (1.5)	1,095 (1.7)	1,197 (1.8)	1,304 (2.0)	9.4%
귀금속	547 (1.2)	398 (0.8)	411 (0.6)	374 (0.6)	507 (0.8)	1,853 (2.8)	364 (0.6)	-0.9%
유아용품	132 (0.3)	247 (0.5)	335 (0.5)	374 (0.6)	371 (0.6)	251 (0.4)	203 (0.3)	-18.4%
항공기/요트	12 (0.0)	4 (0.0)	8 (0.0)	8 (0.0)	7 (0.0)	8 (0.0)	5 (0.0)	-12.5%
기타 생활용품	4,482 (9.7)	4,777 (9.2)	4,339 (6.3)	5,450 (8.1)	6,801 (10.3)	2,710 (4.2)	2,777 (4.3)	-20.1%
합계	46,172 (100.0)	52,039 (100.0)	69,240 (100.0)	67,248 (100.0)	66,198 (100.0)	65,202 (100.0)	64,388 (100.0)	-1.4%

주 : 괄호 안은 당해 우리나라 소비재 수출액 중 해당 품목의 수출이 차지하는 비중을 나타냄  
 자료 : UN Comtrade

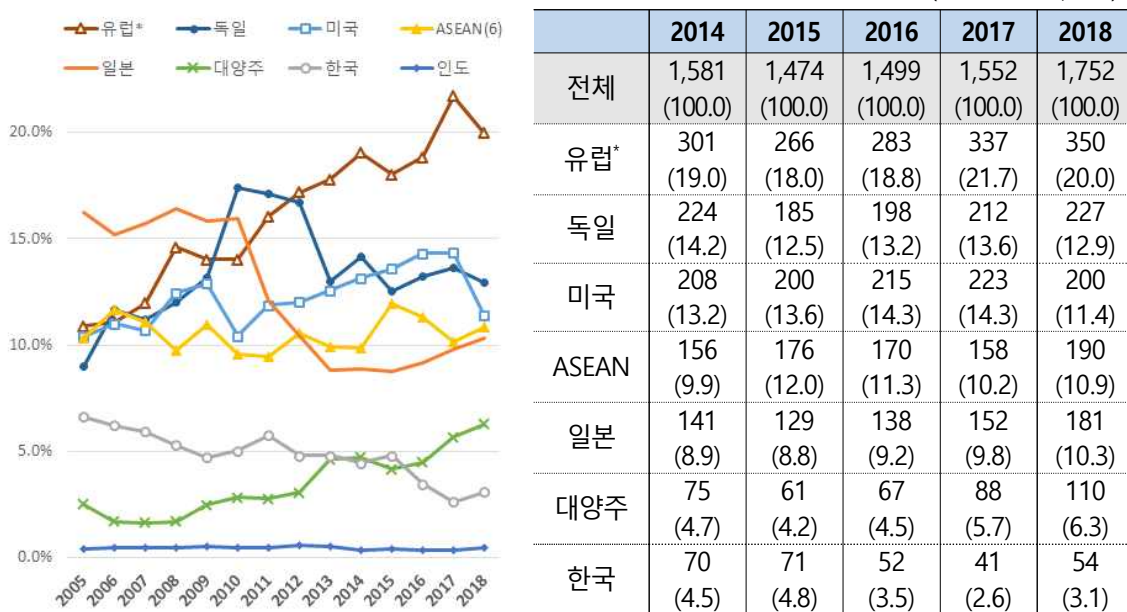
## IV. 신흥시장 내 국가별 경쟁력 비교

### 1. 중국 소비재 수입 시장

- 중국 소비재 수요는 3년 연속 증가하고 있으나, 우리나라의 점유율은 '18년 소폭 상승에도 불구하고 장기적으로 하락하는 추세를 보이고 있음
- 일본의 경우 2000년대에 비해 점유율이 크게 하락하였으나 '15년부터 회복세를 보이며 성장하고 있는 반면, 우리나라는 점유율 하락이 지속되어 '17년에는 2.6%로 최저치를 기록하기도 함
  - '18년 점유율은 3.1%로 전년 대비 0.5%p 소폭 상승하였으나, 장기적으로 하락하는 추세에 있음
- 미-중 무역갈등 여파로 '18년 미국, 유럽 등의 선진국 점유율이 일시적으로 하락했으나, 2010년 이후 독일을 제외한 여타 유럽 국가 및 미국, 대양주 등 선진국 점유율은 장기적인 상승 추세를 보임

< 중국 소비재 시장 국가/경제권별 수입 (금액·점유율) >

(단위: 억 불, %)



주 : 호주와 뉴질랜드를 일컬어 대양주로 칭함  
 자료 : UN Comtrade

■ 생산기지 이전으로 중국 현지에서 생산되는 자동차가 늘어났으나, 중국의 소비재 시장에서 승용차 수입 비중은 '18년 28.3%로 여전히 높은 수치를 기록

● 승용차 수입 비중이 장기적으로 하락세이긴 하나, 주요 자동차 생산기지인 여타 신흥국에 비해 승용차 수입이 월등히 높게 나타남

\* 총 수입 중 자동차 수입 비중: 아세안('17년, 8.2%), 인도('18년, 1.3%)

● 대표적인 현지생산 제품인 가전의 경우도 최근 3년 간 연평균 수입 증가율이 17.6%에 달하며 빠르게 증가하고 있음

■ 최근 중국의 화장품 수입은 연 평균 46.9% 증가하여 다른 어느 품목보다 폭발적인 성장세를 보이고 있음

< 중국 소비재 수입 시장 품목별 추이 (금액·비중) >

(단위: 백만 불, %)

	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 증감률 (최근 3년)
승용차	4,691 (17.8)	28,921 (36.7)	59,730 (37.8)	44,212 (30.0)	44,005 (29.4)	49,946 (32.2)	49,614 (28.3)	3.9%
농축임수산물	6,306 (23.9)	15,688 (19.9)	33,959 (21.5)	35,362 (24.0)	40,061 (26.7)	40,553 (26.1)	48,849 (27.9)	11.4%
의약품 의료용품	2,027 (7.7)	6,659 (8.5)	15,443 (9.8)	15,959 (10.8)	17,100 (11.4)	20,543 (13.2)	22,101 (12.6)	11.5%
섬유·패션	3,011 (11.4)	6,438 (8.2)	13,012 (8.2)	13,760 (9.3)	13,931 (9.3)	16,033 (10.3)	19,248 (11.0)	11.8%
화장품	219 (0.8)	874 (1.1)	2,385 (1.5)	3,250 (2.2)	4,179 (2.8)	6,082 (3.9)	10,296 (5.9)	46.9%
유아용품	167 (0.6)	912 (1.2)	2,445 (1.5)	4,025 (2.7)	4,548 (3.0)	5,660 (3.6)	6,308 (3.6)	16.2%
플라스틱 제품	1,671 (6.3)	2,484 (3.2)	3,154 (2.0)	3,166 (2.1)	3,252 (2.2)	3,573 (2.3)	3,916 (2.2)	7.3%
의약외품/ 위생용품	332 (1.3)	790 (1.0)	1,718 (1.1)	2,053 (1.4)	2,027 (1.4)	2,328 (1.5)	2,873 (1.6)	11.9%
귀금속	166 (0.6)	398 (0.5)	1,609 (1.0)	1,442 (1.0)	1,121 (0.7)	1,210 (0.8)	1,630 (0.9)	4.2%
가전	203 (0.8)	329 (0.4)	769 (0.5)	776 (0.5)	936 (0.6)	1,151 (0.7)	1,261 (0.7)	17.6%
항공기/요트	30 (0.1)	106 (0.1)	211 (0.1)	239 (0.2)	172 (0.1)	174 (0.1)	165 (0.1)	-11.6%
기타 생활용품	7,576 (28.7)	15,170 (19.3)	23,693 (15.0)	23,118 (15.7)	18,596 (12.4)	7,907 (5.1)	8,946 (5.1)	-27.1%
합계	26,399 (100.0)	78,769 (100.0)	158,129 (100.0)	147,363 (100.0)	149,929 (100.0)	155,159 (100.0)	175,207 100.0	5.9%

주 : 괄호 안은 당해 중국의 소비재 총 수입액 중 해당 품목의 수입이 차지하는 비중을 나타냄  
자료 : UN Comtrade, ITC

■ 승용차는 우리나라의 대표 수출 품목이자 중국의 대표 수입 품목이  
나, 우리나라에서 중국으로 수출되는 승용차는 전무한 수준

\* 우리나라 소비재 수출 중 승용차 비중(2018년) : 59.4%

\*\* 중국의 소비재 수입 중 승용차 비중(2018년) : 28.3%

- 독일과 일본의 자동차 업체도 중국에 진출하여 현지생산을 실시하고 있으나, 중국에서 차지하는 비중이 각각 28.1%와 20.3%로 높은 수준 유지
- 우리나라 승용차의 경우 공격적인 해외 진출에 따른 현지 생산의 수출 대체 효과 외에도 경쟁력 약화로 인한 수요 감소가 중국 시장 점유율 하락으로 이어짐

■ 가파른 성장세를 보이는 중국의 화장품 시장에서 우리나라는 25.6%의  
높은 점유율로 1위(국가 기준)를 기록하였으며, 그 밖에도 의약외품/위  
생용품 및 플라스틱 제품에서 선전

\* '18년 화장품 점유율(%) : 한국 (25.6%), 일본(22.6%), 프랑스(22.2%), 미국(9.2%), 영국(4.4%)

■ 주요 유럽 국가들의 경우 의약품·의료용품 및 항공기/요트 등 상당한  
수준의 기술이 요구되는 품목 외에도 섬유·패션, 화장품, 유아용품  
등 다양한 품목군에서 고르게 높은 점유율을 기록

< 중국의 품목별·국가별 수입 비중(2018년) >

(단위: 점유율 %)

	한국	일본	유럽*	미국	ASEAN	독일	대양주	그 외	합계
승용차	0.0	20.3	15.0	20.5	0.9	28.1	-	15.3	100.0
농·축·임·수산물	1.7	1.5	12.1	7.5	19.2	2.9	18.2	37.0	100.0
의약품·의료용품	1.0	4.1	29.7	10.6	1.1	20.6	3.4	29.4	100.0
섬유·패션	2.0	1.6	34.2	2.4	29.3	0.5	0.1	29.9	100.0
화장품	25.6	22.6	31.8	9.2	1.6	1.8	1.7	5.8	100.0
유아용품	1.8	17.5	34.3	1.6	1.0	8.0	16.5	19.3	100.0
플라스틱 제품	9.9	18.3	8.3	14.2	4.9	15.5	1.1	27.9	100.0
의약외품/위생용품	13.2	22.1	15.6	15.1	13.4	8.7	2.2	9.6	100.0
귀금속	0.3	0.8	44.3	11.1	23.7	0.8	0.4	18.6	100.0
가전	6.9	8.2	10.1	6.1	36.4	9.8	0.2	22.4	100.0
항공기/요트	0.1	1.2	34.7	27.4	0.2	6.7	5.8	24.0	100.0
기타 생활용품	3.9	12.9	15.8	11.1	18.5	11.1	0.3	26.3	100.0

주 : 상기 표는 2018년 중국의 품목별 수입액에서 해당 국가로부터의 수입액이 차지하는 비중을 나타냄  
자료 : UN Comtrade

■ 중국 소비재 수입의 프리미엄화와 함께 소비재 시장이 범용과 프리미엄으로 양분되고 있으나, 우리나라는 명확한 경쟁 우위 포지션을 확보하지 못한 상황

- 독일, 일본 등 주요 자동차 생산국의 승용차 점유율 감소는 중국 내 현지 생산에 따른 결과이지만 우리나라의 점유율 하락이 특히 두드러짐
  - \* 일반적으로 범용 자동차는 관세 부과 후 가격경쟁력이 떨어져 현지 생산이 보다 선호된다는 점에서 우리나라 자동차 브랜드의 활발한 현지 진출 및 수출 감소를 프리미엄 라인의 부재로 이해할 수 있음
- 가전과 섬유·패션의 경우 2000년대에 비해 미국, 독일, 일본 등 주요 제조국의 점유율은 크게 감소하였으나, 아세안과 유럽의 비중은 증가하며 각각 범용과 프리미엄 수요를 담당
- 유럽과 대양주 등 선진국 제품에 대한 수요가 크게 증가하는 유아용품에서 우리나라 점유율은 큰 폭의 하락세를 보임

< 중국의 품목별·국가별 수입 비중 변화 추이 > (단위: 점유율 %)

	승용차							가전						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	9.2	5.5	3.0	2.5	0.3	0.1	0.0	22.9	25.1	40.6	35.3	22.2	11.5	6.9
일본	31.4	23.5	14.4	15.6	17.2	18.3	20.3	11.8	11.7	8.7	9.0	6.7	7.1	8.2
유럽*	5.6	8.2	19.2	16.8	16.9	19.3	15.0	6.0	7.7	6.9	7.9	6.9	9.0	10.1
미국	9.6	11.0	20.5	26.0	27.0	25.6	20.5	6.8	7.1	7.1	7.3	7.0	6.2	6.1
ASEAN	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	1.2	0.9	4.8	5.3	6.8	8.8	17.0	31.2	36.4
독일	33.5	39.3	28.3	27.2	27.2	25.4	28.1	9.9	11.5	9.5	12.5	8.8	14.2	9.8
대양주	3.2	-	-	-	0.0	0.0	-	0.2	0.3	0.2	0.1	0.3	0.0	0.2
	섬유·패션							유아용품						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	9.6	4.6	2.6	2.6	2.3	2.0	2.0	10.3	10.7	8.3	6.4	6.0	2.9	1.8
일본	7.9	4.2	1.9	1.7	1.8	1.6	1.6	15.5	6.9	22.5	27.6	23.1	21.7	17.5
유럽*	23.3	44.2	40.7	35.3	33.4	33.2	34.2	3.5	9.6	26.3	25.8	28.2	30.2	34.3
미국	4.1	2.5	1.5	1.5	2.3	1.5	2.4	1.9	2.4	1.4	2.0	1.8	1.5	1.6
ASEAN	6.1	10.5	17.1	21.9	25.0	27.1	29.3	30.0	40.2	8.4	4.8	2.5	1.4	1.0
독일	1.1	0.9	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.2	1.7	2.7	7.7	7.5	7.7	8.0
대양주	0.4	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	15.8	19.0	8.5	8.6	11.1	15.6	16.5
	화장품							의약품·의료용품						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	5.5	5.4	9.0	21.7	25.8	24.8	25.6	2.5	4.3	7.8	10.1	13.4	12.2	13.1
일본	21.5	25.9	14.7	15.0	16.1	19.9	22.6	12.2	14.3	14.1	21.4	16.6	20.2	22.1
유럽*	42.4	47.3	52.4	41.1	38.4	36.1	31.8	17.9	17.4	14.4	12.8	13.9	14.7	15.7
미국	23.6	11.5	14.1	11.2	9.7	9.7	9.2	18.8	14.4	14.3	16.3	14.9	14.7	15.1
ASEAN	0.8	1.0	0.5	0.4	0.4	0.7	1.6	28.4	25.1	25.5	19.6	18.8	16.5	13.5
독일	1.2	2.2	1.4	1.4	1.3	1.4	1.8	8.2	10.9	10.4	8.5	9.3	8.7	8.7
대양주	0.2	0.3	0.9	1.3	1.9	2.0	1.7	0.9	0.9	1.2	1.7	2.5	2.5	2.2

자료 : UN Comtrade, ITC

## 2. 아세안 소비재 수입 시장

### ■ 아세안 소비재 시장에서는 중국의 선전이 두드러지는 가운데 인도의 점유율도 꾸준히 상승하고 있음

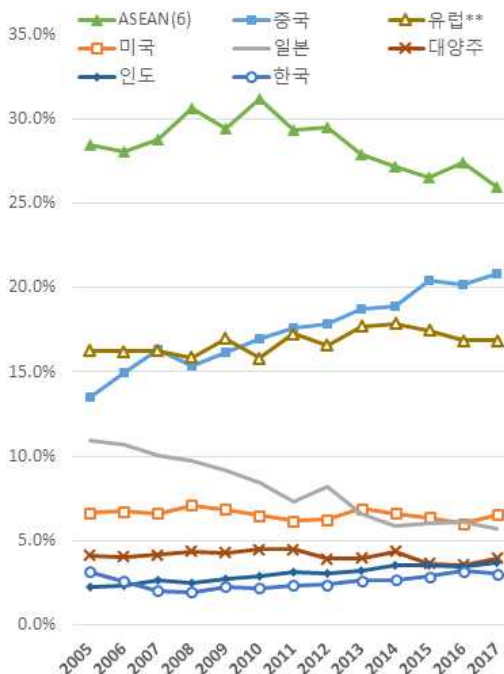
- 중국의 점유율은 '05년 10%대 초반에서 꾸준히 상승하여 '17년 20.8%까지 기록하였으며, '10년부터 독일을 비롯한 유럽 주요 7개국의 점유율을 상회

### ■ 반면, 아세안 국가 간 이루어지는 수입 거래는 지속적으로 하락하고 있으며, 일본의 점유율도 가파른 하락세를 보이고 있음

- 아세안 국가 간 수입 거래가 가장 활발하기는 하나 2010년대 초부터 큰 폭의 감소 추세를 보이며, 중국과의 점유율 격차가 점차 줄어드는 중
- 일본의 점유율도 '05년부터 꾸준히 하락하여 10%를 초과하던 점유율이 5%대까지 떨어짐

< 아세안 소비재 시장 국가/경제권별 수입 (금액·점유율) >

(단위: 억 달러, %)



	2013	2014	2015	2016	2017
전체	1,103 (100.0)	1,116 (100.0)	1,126 (100.0)	1,226 (100.0)	1,286 (100.0)
ASEAN	307 (27.9)	303 (27.2)	299 (26.6)	336 (27.4)	334 (26.0)
중국	206 (18.7)	211 (18.9)	230 (20.4)	247 (20.1)	267 (20.8)
유럽	195 (17.7)	199 (17.9)	197 (17.4)	207 (16.9)	217 (16.8)
미국	76 (6.9)	74 (6.6)	72 (6.4)	74 (6.0)	84 (6.5)
일본	72 (6.5)	66 (5.9)	68 (6.0)	75 (6.1)	74 (5.7)
대양주	43 (3.9)	49 (4.3)	41 (3.7)	43 (3.5)	51 (3.9)
인도	36 (3.2)	40 (3.5)	40 (3.5)	42 (3.5)	48 (3.7)
한국	29 (2.6)	30 (2.7)	32 (2.9)	39 (3.2)	39 (3.0)

주 : 유럽\*\*은 유럽\* 6개국(네덜란드, 이탈리아, 영국, 프랑스, 스위스, 스페인)에 독일까지 포함한 그룹(유럽 6개국과 독일의 점유율이 비슷한 움직임을 보여 편의상 같은 그룹으로 분류함)

자료 : UN Comtrade, ITC



- 독일을 비롯한 주요 유럽 국가 및 미국, 대양주 등 선진국으로부터의 수입은 큰 변화 없으나 향후 중국에서와 같이 선진국 비중이 늘어날 가능성이 있음
- 아세안 6개국의 수입 상대국을 각각 살펴보면, 경제 규모가 크고 성숙된 싱가포르에서 유럽을 비롯한 선진국 소비재 수요가 높게 나타남

< 아세안 6개국 상대 국가별 수입 점유율(2017년) >

(단위: %)

상대국	수입국					
	싱가포르	태국	말레이시아	베트남	인도네시아	필리핀
ASEAN(6)	23.3	21.1	24.3	23.2	21.7	45.2
중국	14.7	24.7	26.1	19.4	32.8	15.8
유럽*	26.1	12.0	9.0	7.4	6.4	6.0
독일	3.6	3.4	5.5	3.0	2.3	2.7
미국	7.3	9.8	5.1	4.9	5.2	5.6
일본	5.9	7.5	5.4	4.1	5.4	5.8
대양주	3.4	3.2	5.3	2.4	7.2	3.7
인도	2.5	3.1	5.5	4.3	4.9	3.3
한국	1.5	3.3	2.0	6.7	2.9	2.7
기타	11.6	11.9	11.6	24.5	11.3	9.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- 선진국	40.4	28.4	17.8	25.0	18.0	21.1

주 : 유럽\*(네덜란드, 이탈리아, 영국, 프랑스, 스위스, 스페인)과 독일, 미국, 대양주(호주, 뉴질랜드) 점유율의 합을 선진국 점유율로 표기

자료 : UN Comtrade, ITC

- 우리나라의 점유율은 꾸준히 상승하다 '17년 주춤하였으나, 베트남 자료가 아직 공시되지 않아 2018년 상황은 판단이 어려운 상황
- 소비재 수입 금액이 가장 큰 국가는 싱가포르이지만, 우리나라에서 수출되는 금액이 가장 많은 곳은 베트남, 태국 순('18년 한국 기준)

< 아세안 소비재 수입 對한국 비중 >

(단위: 백만 달러, %)

	對세계 수입			對한국 수입			한국 비중		
	'16	'17	'18	'16	'17	'18	'16	'17	'18
싱가포르	34,384	36,375	35,568	615	560	614	1.8%	1.5%	1.7%
베트남	17,664	21,254	-	1,531	1,423	-	8.7%	6.7%	-
태국	22,635	20,511	24,036	662	667	783	2.9%	3.3%	3.3%
말레이시아	20,468	19,448	21,369	311	388	355	1.5%	2.0%	1.7%
필리핀	15,242	17,886	19,322	482	484	448	3.2%	2.7%	2.3%
인도네시아	12,189	13,169	16,190	315	385	390	2.6%	2.9%	2.4%
총계	122,581	128,644	-	3,916	3,907	-	3.2%	3.0%	-

자료 : UN Comtrade, ITC

< 아세안 소비재 수입 시장 품목별 추이 (금액·비중) > (단위: 백만 불, %)

	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증감률 (최근 2년)
농·축·임·수 산물	13,090 (29.3)	26,778 (32.3)	35,208 (31.9)	37,121 (33.3)	36,648 (32.5)	40,128 (32.7)	43,751 (33.8)	9.3%
섬유·패션	5,882 (13.2)	9,143 (11.0)	14,150 (12.8)	14,656 (13.1)	16,425 (14.6)	17,159 (14.0)	18,091 (14.0)	5.0%
승용차	4,610 (10.3)	7,852 (9.5)	9,406 (8.5)	8,373 (7.5)	8,492 (7.5)	10,760 (8.8)	10,672 (8.2)	12.1%
의약품· 의료용품	2,880 (6.4)	5,902 (7.1)	8,093 (7.3)	8,199 (7.3)	8,509 (7.6)	9,159 (7.5)	10,054 (7.8)	8.7%
플라스틱 제품	2,334 (5.2)	3,721 (4.5)	4,732 (4.3)	4,888 (4.4)	5,070 (4.5)	5,590 (4.6)	6,230 (4.8)	10.9%
가전	1,877 (4.2)	3,651 (4.4)	4,809 (4.4)	4,600 (4.1)	5,023 (4.5)	5,640 (4.6)	5,627 (4.3)	5.8%
의약품/위생용품	1,880 (4.2)	3,423 (4.1)	4,750 (4.3)	4,787 (4.3)	4,636 (4.1)	4,766 (3.9)	5,494 (4.2)	8.9%
화장품	1,261 (2.8)	2,363 (2.9)	3,499 (3.2)	3,598 (3.2)	3,641 (3.2)	4,195 (3.4)	5,064 (3.9)	17.9%
귀금속	1,405 (3.1)	3,569 (4.3)	5,455 (4.9)	5,372 (4.8)	4,453 (4.0)	4,457 (3.6)	3,966 (3.1)	-5.6%
유아용품	612 (1.4)	1,057 (1.3)	1,395 (1.3)	1,350 (1.2)	1,242 (1.1)	1,325 (1.1)	1,411 (1.1)	6.6%
항공기/ 요트	53 (0.1)	265 (0.3)	282 (0.3)	250 (0.2)	236 (0.2)	172 (0.1)	878 (0.7)	93.0%
기타 생활용품	8,801 (19.7)	15,149 (18.3)	18,541 (16.8)	18,402 (16.5)	18,247 (16.2)	19,232 (15.7)	18,269 (14.1)	0.1%
합계	44,685 (100.0)	82,872 (100.0)	110,320 (100.0)	111,597 (100.0)	112,622 (100.0)	122,581 (100.0)	129,506 (100.0)	7.2%

자료 : UN Comtrade, ITC

< 아세안 품목별·국가별 수입 비중(2017년) > (단위 : 점유율 %)

	한국	ASEAN	중국	유럽*	미국	일본	대양주	인도	독일	그 외	합계
농·축·임·수 산물	1.8	25.9	14.4	10.7	7.3	1.8	10.3	5.4	1.2	21.3	100.0
섬유·패션	1.6	16.0	38.9	24.7	2.3	1.5	0.2	2.0	0.5	12.3	100.0
승용차	4.9	45.5	0.6	4.5	1.8	22.7	0.0	2.8	14.4	2.9	100.0
의약품·의료용품	2.8	8.6	3.2	29.3	13.3	2.2	2.3	7.0	12.7	18.5	100.0
플라스틱 제품	10.0	16.6	36.0	3.1	5.9	16.9	0.3	0.3	2.2	8.7	100.0
가전	2.3	68.5	23.6	0.5	0.7	1.1	0.0	0.3	0.5	2.3	100.0
의약품/위생용품	2.8	8.6	3.2	29.3	13.3	2.2	2.3	7.0	12.7	6.1	100.0
화장품	6.9	7.2	6.3	47.5	12.4	8.4	0.6	0.8	3.1	6.8	100.0
귀금속	0.5	34.4	6.6	21.9	4.8	1.5	0.4	11.0	0.7	18.2	100.0
유아용품	1.4	50.1	19.8	7.9	0.8	6.8	3.0	0.8	2.4	7.2	100.0
항공기/요트	0.5	3.1	1.3	5.9	84.8	0.4	0.8	0.0	0.3	2.8	100.0
기타 생활용품	3.7	24.7	38.6	4.2	5.7	9.5	1.1	1.5	2.8	8.2	100.0

자료 : UN Comtrade, ITC



## ■ 중국과 유럽\*/미국은 강세를 보이는 품목이 서로 상반되게 나타남

- 중국은 플라스틱, 가전, 유아용품에서 강세를 보였으며, 유럽\*과 미국은 의약품과 의약외품, 화장품, 항공기/요트에서 선전
- 유럽\*과 미국의 경우 비교적 높은 수준의 기술이 요구되는 품목에서 경쟁력이 있는 것으로 분석됨

## ■ 승용차의 경우 아세안 내 현지생산으로 수입 비중(8.2%)이 비교적 높지 않았으며, 수입의 절반 정도인 45.5%가 아세안 국가 간 내부 교역에 의한 것

\* 세계 소비재 수입 중 승용차 비중(2017년) : 20.2%

\*\* 중국의 소비재 수입 중 승용차 비중(2018년) : 28.3%

- 럭셔리 승용차 생산지인 유럽(독일 제외)로부터의 수입 비중은 4.5%에 그쳤으며, 미국산 제품도 1.8%에 불과
- 태국을 중심으로 아세안 내 자동차 생산을 확대하고 있음에도 일본의 점유율은 22.7%로 여전히 높게 나타남

## ■ 아세안의 경제 성장이 지속될 경우 중국 수입 시장과 마찬가지로 향후 유럽 등 선진국으로부터의 수입 비중이 확대될 수 있음

- 승용차 총 수입에서 영국, 이탈리아 등 고급차 생산지인 유럽의 비중은 싱가포르, 태국과 같이 경제 수준이 높은 국가에서 높게 나타남
- \* '17년 전체 승용차 수입 중 유럽 비중: 싱가포르(14.6%), 태국(8.7%), 말레이시아(4.2%), 베트남(4.3%), 인도네시아(1.2%), 필리핀(0.8%)

## ■ 우리나라는 플라스틱 제품(10.0%)과 화장품(6.9%)에서 비교적 선전하는 것으로 나타남

- 아세안 소비재 수입 시장 전체에서 우리나라가 차지하는 비중은 3.0%로, 두 품목에서의 점유율이 이를 크게 상회하는 것으로 드러남
- 다만, 최근 우리나라의 대표 수출 품목으로 부상한 화장품의 경우 중국 시장 내 점유율이 25%에 이른다는 점에서, 아세안 시장 내 점유율 제고를 위해 보다 분발해야 할 것으로 보임

■ 대부분 품목에서 중국의 성장세가 두드러지고 있으나, 품질의 중요성이 강조되는 품목에서 일부 프리미엄화가 진행되기도 함

- 유아용품에서 독일을 비롯한 유럽과 미국 등 선진국 점유율이 최근 상승하고 있으며, 의약품에서도 독일과 미국이 소폭 선전
- 우리나라는 '15년을 기점으로 점유율 상승세가 꺾이며 하락세로 돌아섬

■ 아세안 지역의 경제 성장이 진전될 경우 선진국 수입 비중이 늘어날 수 있어 우리나라 또한 고급화 전략을 통해 경쟁력 강화에 힘써야 함

< 아세안 품목별·국가별 수입 비중 변화 추이 >

(단위 : 점유율 %)

	승용차							섬유·패션						
	'05	'10	'13	'14	'15	'16	'17	'05	'10	'13	'14	'15	'16	'17
한국	13.3	5.7	6.7	6.4	6.4	5.3	4.9	2.6	1.9	2.1	1.8	1.7	1.9	1.6
일본	38.7	30.7	26.0	24.2	27.8	25.9	22.7	2.9	2.4	1.9	1.8	1.5	1.7	1.5
ASEAN	27.2	35.8	35.1	34.0	33.3	41.7	45.5	20.5	16.5	17.7	15.8	15.4	15.2	16.0
미국	0.8	2.1	2.2	2.6	2.1	1.9	1.8	2.5	2.7	2.2	2.3	2.0	2.0	2.3
독일	10.1	16.5	18.3	19.2	17.6	15.4	14.4	1.1	0.8	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5
중국	0.2	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.6	25.8	34.9	34.8	34.8	38.1	39.3	38.9
유럽*	3.6	4.3	7.3	8.3	6.3	4.9	4.5	21.7	26.2	26.3	27.3	26.0	25.0	24.7
인도	0.1	1.1	1.3	1.9	2.8	1.9	2.8	2.1	2.3	2.0	2.1	1.9	2.0	2.0
	의약품·의료용품							유아용품						
	'05	'10	'13	'14	'15	'16	'17	'05	'10	'13	'14	'15	'16	'17
한국	2.9	3.0	2.8	2.7	2.9	3.0	2.8	0.7	0.9	1.0	1.4	1.8	1.6	1.4
일본	2.2	2.4	1.9	2.1	2.0	2.2	2.2	1.8	6.1	6.2	5.5	5.2	6.1	6.8
ASEAN	8.9	11.1	10.3	10.2	8.8	9.1	8.6	53.1	61.2	54.1	53.9	52.7	49.7	50.1
미국	11.0	10.6	13.0	11.7	12.6	13.1	13.3	1.0	1.0	1.2	0.7	0.6	0.8	0.8
독일	8.8	10.0	10.3	11.9	11.9	12.8	12.7	1.4	1.4	1.9	2.3	2.3	2.2	2.4
중국	3.6	3.5	3.6	3.6	3.7	4.0	3.2	5.3	7.8	11.2	13.9	15.5	18.2	19.8
유럽*	35.7	31.0	30.3	29.5	29.4	28.2	29.3	13.9	5.2	6.1	6.7	7.7	7.3	7.9
인도	4.0	5.5	6.4	7.0	7.4	6.9	7.0	0.4	1.0	1.4	1.1	0.6	0.6	0.8
	화장품							플라스틱						
	'05	'10	'13	'14	'15	'16	'17	'05	'10	'13	'14	'15	'16	'17
한국	1.0	2.5	3.1	3.7	5.0	6.7	6.9	3.2	4.7	7.2	9.2	10.1	12.0	10.0
일본	7.7	9.8	8.5	8.4	7.9	8.5	8.4	29.3	25.0	20.2	17.8	17.4	17.0	16.9
ASEAN	11.7	12.8	10.1	9.3	9.3	7.9	7.2	24.6	22.9	21.1	20.2	18.2	17.2	16.6
미국	14.5	13.6	13.6	13.9	14.2	13.3	12.4	9.2	8.1	7.5	6.9	6.6	6.2	5.9
독일	2.7	2.4	3.6	2.3	2.6	2.4	3.1	2.3	2.6	2.8	2.8	2.6	2.4	2.2
중국	4.0	4.0	3.8	5.3	6.2	6.2	6.3	14.9	22.1	27.1	28.1	31.4	32.0	36.0
유럽*	51.6	47.6	49.8	49.9	46.9	46.9	47.5	3.8	3.4	3.5	3.9	3.4	3.1	3.1
인도	0.7	0.5	0.8	0.6	0.9	0.7	0.8	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3

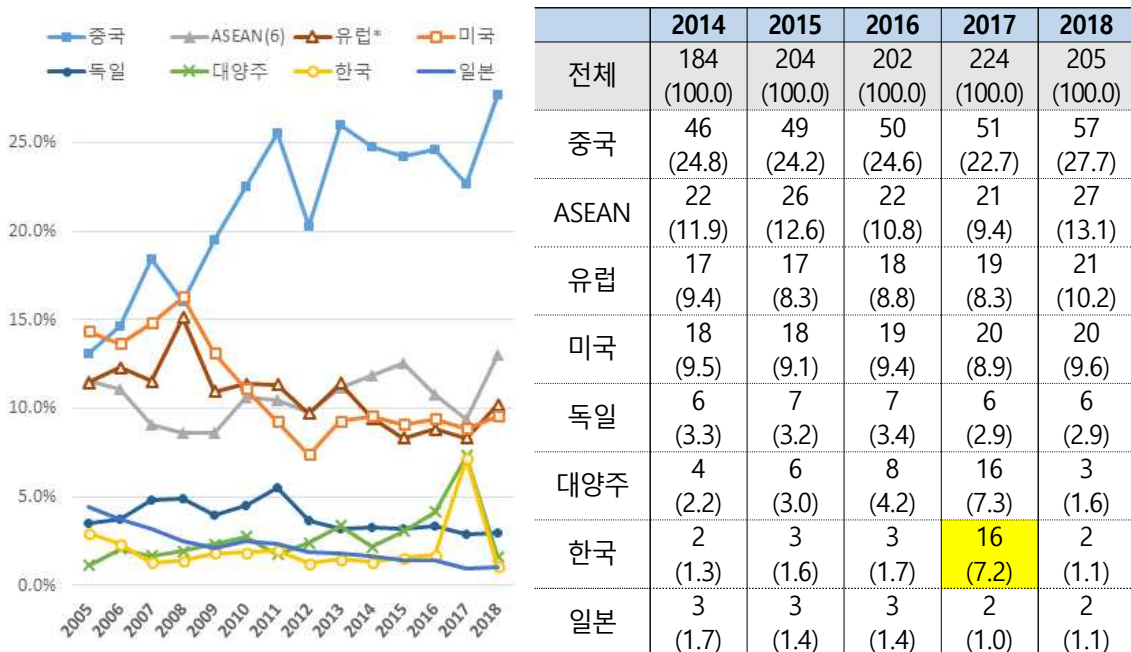
자료 : UN Comtrade, ITC

### 3. 인도 소비재 수입 시장

- 점유율 변동이 심하나 가장 높은 비중을 차지하고 있는 중국의 점유율은 최근 들어 소폭 증가하고 있는 반면, 독일과 일본은 하락세
- 장기적으로 보면 2000년대에는 중국, 미국, 유럽의 비중이 비슷한 수준이었으나, 시간이 지날수록 중국의 경쟁력은 크게 성장한 반면 미국과 유럽의 점유율은 서서히 하락한 뒤 정체
- 최근 주춤하기는 하나 아세안의 경쟁력도 과거에 비해 높아졌음
- '17년 한국에서 수출된 소비재가 전년대비 363.9% 증가하며 7.2%의 점유율을 달성하기도 하였으나 관세율 인하에 따라 금 수입이 일시적으로 증가한 것에 따른 영향
- '17년 GST(통합간접세) 도입으로 금 제품에 부과되던 12.5%의 상계관세가 3% GST 세율로 변경되면서 對한국 귀금속 수입이 2,062.5% 증가
  - \* 이후 인도 정부가 금 관련 제품에 긴급 수입제한조치를 발동하면서 '18년도 우리 수출은 다시 이전 수준으로 회귀

< 인도 소비재 시장 국가/경제권별 수입 (금액·점유율) >

(단위: 억 달러, %)



자료 : UN Comtrade

< 인도 소비재 수입 시장 품목별 추이 (금액·비중) >  
(단위: 백만 불, %)

	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 증감률 (최근 3년)
농·축·임·수 산물	1,774 (39.2)	4,296 (34.6)	6,710 (36.5)	8,290 (40.7)	8,429 (41.7)	9,054 (40.5)	6,669 (32.5)	-7.0%
섬유·패션	278 (6.2)	926 (7.5)	1,837 (10.0)	2,061 (10.1)	2,044 (10.1)	2,333 (10.4)	3,021 (14.7)	13.6%
가전	303 (6.7)	1,295 (10.4)	1,803 (9.8)	1,765 (8.7)	1,770 (8.8)	1,677 (7.5)	2,149 (10.5)	6.8%
의약품/위생용품	271 (6.0)	804 (6.5)	1,258 (6.8)	1,148 (5.6)	1,210 (6.0)	1,554 (6.9)	1,707 (8.3)	14.1%
의약품· 의료용품	319 (7.1)	1,072 (8.6)	1,312 (7.1)	1,287 (6.3)	1,398 (6.9)	1,530 (6.8)	1,595 (7.8)	7.4%
플라스틱 제품	200 (4.4)	499 (4.0)	775 (4.2)	816 (4.0)	893 (4.4)	916 (4.1)	966 (4.7)	5.8%
귀금속	154 (3.4)	285 (2.3)	834 (4.5)	778 (3.8)	425 (2.1)	2,152 (9.6)	726 (3.5)	-2.3%
승용차	132 (2.9)	461 (3.7)	190 (1.0)	228 (1.1)	210 (1.0)	232 (1.0)	264 (1.3)	5.0%
화장품	23 (0.5)	113 (0.9)	188 (1.0)	182 (0.9)	175 (0.9)	225 (1.0)	288 (1.4)	16.4%
유아용품	20 (0.4)	91 (0.7)	89 (0.5)	86 (0.4)	90 (0.4)	107 (0.5)	195 (0.9)	31.1%
항공기/ 요트	2 (0.0)	97 (0.8)	6 (0.0)	9 (0.0)	3 (0.0)	9 (0.0)	9 (0.0)	0.6%
기타 생활용품	1,046 (23.1)	2,461 (19.8)	3,387 (18.4)	3,723 (18.3)	3,545 (17.6)	2,577 (11.5)	2,919 (14.2)	-7.8%
합계	4,521 (100.0)	12,401 (100.0)	18,388 (100.0)	20,375 (100.0)	20,192 (100.0)	22,367 (100.0)	20,509 (100.0)	0.2%

자료 : UN Comtrade

< 인도의 품목별·국가별 수입 비중(2018년) >  
(단위 : 점유율 %)

	한국	독일	일본	중국	유럽*	미국	ASEAN	그 외	합계
농·축·임·수·산물	0.1	0.4	0.1	1.7	7.0	15.5	9.6	65.6	100.0
섬유·패션	0.2	0.6	0.4	47.0	12.9	1.2	11.7	25.9	100.0
가전	1.0	0.4	0.2	59.0	0.4	0.3	34.2	4.4	100.0
의약품/위생용품	2.6	6.2	3.7	45.6	5.8	8.1	15.9	12.1	100.0
의약품·의료용품	1.3	10.8	0.3	2.6	32.9	19.2	6.7	26.3	100.0
플라스틱 제품	7.6	7.8	4.8	37.5	9.2	8.7	6.3	18.1	100.0
귀금속	0.1	0.8	0.3	4.3	10.5	23.8	6.3	54.0	100.0
승용차	0.6	21.6	3.8	7.3	26.1	2.4	8.9	29.2	100.0
화장품	2.5	8.8	0.3	18.6	35.4	6.4	9.0	19.1	100.0
유아용품	0.3	0.6	0.8	34.6	5.9	0.5	38.2	19.2	100.0
항공기/요트	-	0.7	3.0	2.6	12.9	47.8	0.9	32.1	100.0
기타 생활용품	1.2	3.7	2.2	52.4	8.8	5.3	11.6	14.7	100.0

자료 : UN Comtrade

- 주요 자동차 생산지 중 하나인 인도의 승용차 수입 비중은 1%대에 불과하며, 일본과 한국 기업이 주로 진출해 있어 이들 국가로부터의 승용차 수입 비중이 특히 낮음
  - 독일과 여타 주요 유럽 국가로부터 수입하는 승용차 비중은 각각 21.6%, 26.1%이나 수입 금액 자체는 크지 않은 편
- 가장 큰 비중을 차지하는 농축임수산물의 수입이 감소하였으나, 나머지 품목은 수입액과 비중이 꾸준히 늘어나고 있음
  - 유아용품과 화장품, 의약외품/위생용품, 섬유패션은 최근 3년 연평균 증가율이 두 자리 수를 기록
- 인도 소비재 시장은 선진국 비중이 높은 품목과 신흥국 비중이 높은 품목으로 양분되는 양상을 보이고 있음
  - 기술력이 중요한 의약품과 항공기/요트에서는 유럽과 미국을 비롯한 선진국의 비중이 높게 나타남
  - 중국 및 아세안 등 신흥국의 비중이 높은 품목으로는 섬유·패션, 가전, 의약외품/위생용품, 유아용품이 있음
    - 특히 가전의 경우 중국과 아세안으로부터 수입하는 비중이 인도 전체 가전 수입의 93.2%에 달함
    - 유아용품도 중국과 아세안의 비중이 72.8%로 신흥국의 비중이 높았음
  - 다만 인도의 화장품 시장은 전반적으로 선진국이 우세하기는 하였으나, 신흥국 비중도 낮지 않음
    - 독일을 비롯한 유럽과 미국의 비중이 50.6%로 두드러지는 가운데, 중국과 아세안도 각각 18.6%, 9.0%를 기록
    - 우리나라 비중도 2.5%로 다른 품목에 비해 인도시장에서 비교적 선전하고 있는 것으로 나타남

■ 전반적으로 중국을 중심으로 한 신흥국의 비중 확대가 두드러짐

- 한국 기업의 현지생산 확대로 승용차와 가전에서 한국의 비중이 크게 줄어든 반면, 중국과 아세안 비중은 증가

■ 우리나라는 화장품과 의약품에서 점유율이 꾸준히 증가하고 있으며, 유아용품 점유율은 '17년 일시적으로 7.1%까지 상승하기도 함

< 인도의 품목별·국가별 수입 비중 변화 추이 >

(단위 : %)

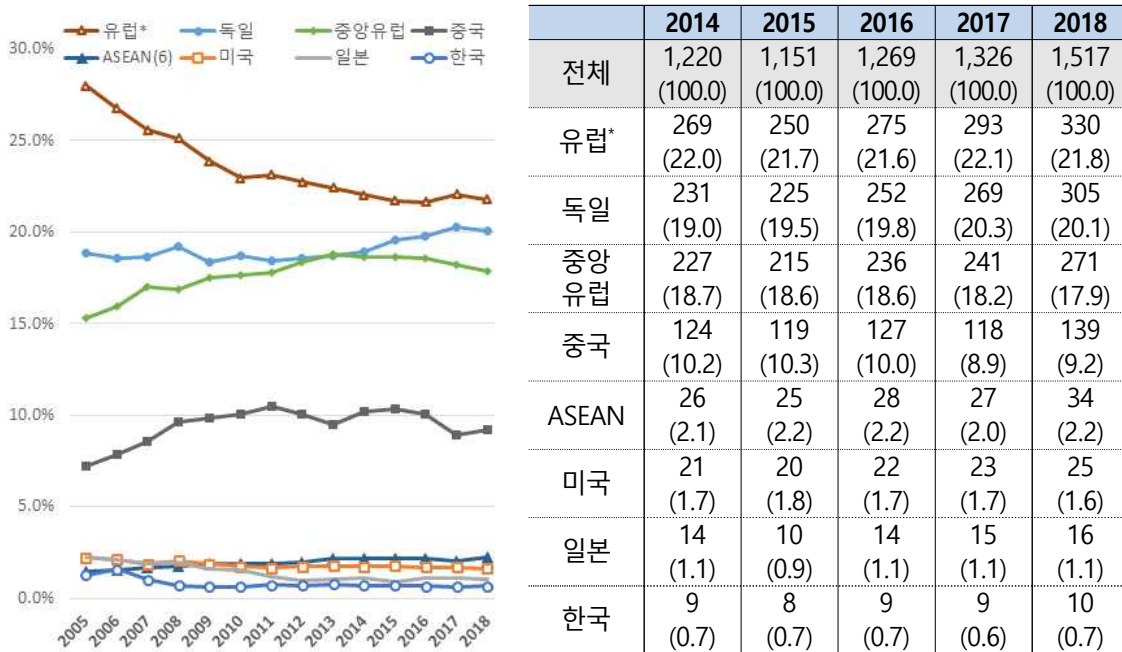
	승용차							가전						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	25.6	6.1	0.8	0.6	0.4	0.5	0.6	16.2	6.8	3.1	2.3	3.2	1.0	1.0
독일	26.6	49.6	47.9	49.7	37.0	20.5	21.6	0.8	0.5	0.3	0.4	0.4	0.6	0.4
일본	38.1	12.8	3.2	3.3	6.4	9.7	3.8	0.8	0.5	0.3	0.4	0.4	0.6	0.4
중국	0.0	0.2	0.8	0.6	0.3	3.3	7.3	23.0	41.5	41.3	49.0	51.0	51.6	59.0
유럽*	4.8	13.9	28.1	19.0	30.5	30.0	26.1	2.3	1.0	0.7	0.4	0.5	0.6	0.4
미국	1.0	9.6	1.8	2.9	5.2	6.9	2.4	2.7	1.2	0.8	0.5	0.4	0.5	0.3
ASEAN	0.1	0.1	4.0	3.5	2.7	9.6	8.9	40.9	36.9	50.7	44.8	41.6	42.3	34.2
	화장품							의약품						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	0.4	2.5	1.6	1.8	1.3	2.1	2.5	1.0	0.5	0.6	1.0	1.1	1.3	1.3
독일	6.8	7.6	15.2	13.1	15.1	14.1	8.8	12.2	9.1	13.0	14.3	13.5	12.1	10.8
일본	0.4	1.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	1.8	1.1	0.8	0.6	0.6	0.3	0.3
중국	13.6	9.5	9.6	11.9	9.7	12.1	18.6	1.7	2.1	3.3	3.9	3.2	2.7	2.6
유럽*	44.6	35.0	35.9	38.6	39.7	41.3	35.4	46.2	48.1	26.0	24.7	23.8	23.0	32.9
미국	13.3	11.8	12.6	11.0	12.9	11.3	6.4	15.5	20.9	24.9	25.4	26.3	24.7	19.2
ASEAN	6.5	17.9	12.7	12.0	7.8	6.4	9.0	1.6	1.5	2.2	1.8	3.5	4.9	6.7
	유아용품							섬유패션						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	3.4	0.0	2.4	0.1	2.5	7.1	0.3	0.6	1.1	0.5	0.4	0.4	0.2	0.2
독일	5.6	0.1	0.4	0.2	0.3	0.4	0.6	2.6	1.6	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6
일본	0.1	6.0	9.8	0.6	1.1	0.5	0.8	1.6	0.7	0.2	0.2	0.3	0.7	0.4
중국	15.9	21.7	43.4	45.5	47.1	53.6	34.6	34.1	45.7	50.1	52.0	52.3	54.4	47.0
유럽*	2.7	1.7	2.6	3.1	2.6	3.8	5.9	20.6	20.5	19.7	16.3	14.9	13.6	12.9
미국	2.2	0.6	1.3	3.3	2.5	1.4	0.5	6.5	3.7	2.2	1.8	1.6	1.2	1.2
ASEAN	32.7	49.7	26.2	36.2	31.8	23.1	38.2	10.6	8.2	8.5	10.0	10.5	11.6	11.7

자료 : UN Comtrade

#### 4. 중앙유럽 소비재 수입 시장

- 지리적으로 가까운 유럽 국가들로부터의 수입 비중은 높으나, 중국 (9.2%)을 제외하고 아시아 수입 비중은 미미함
- 국가별로 보면 우리나라의 비중은 0.7%로 낮으나 승용차 시장에서의 점유율은 2.4%로 다른 품목에 비해 비교적 우수한 성적을 보임

< 중앙유럽 소비재 시장 국가/경제권별 수입 (금액·점유율) >  
(단위: 억 달러, %)



자료 : UN Comtrade

< 중앙유럽의 품목별·국가별 수입 비중(2018년) >  
(단위 : 점유율 %)

	한국	유럽*	독일	중앙유럽	중국	ASEAN	미국	일본	그 외	합계
농축임수산물	0.1	25.2	20.5	22.2	1.1	1.1	1.3	0.0	28.5	100.0
섬유·패션	0.2	12.5	11.1	9.0	25.4	6.9	0.2	0.0	34.6	100.0
승용차	2.4	22.7	29.0	20.0	0.2	0.0	2.1	5.4	18.2	100.0
의약품·의료용품	0.1	33.2	18.1	11.5	0.8	0.7	3.7	0.2	31.8	100.0
플라스틱 제품	1.9	18.6	35.4	14.8	10.8	1.5	1.8	0.9	14.4	100.0
의약외품/위생용품	0.0	32.5	24.1	19.3	1.1	0.5	1.3	0.3	20.8	100.0
가전	1.8	6.4	7.7	45.0	20.4	1.5	0.4	0.3	16.5	100.0
화장품	0.8	43.4	17.0	14.2	2.8	0.1	3.9	0.3	17.6	100.0
유아용품	0.0	14.3	19.2	31.2	10.1	0.4	0.2	0.0	24.5	100.0
귀금속	0.1	25.2	7.0	7.6	18.9	13.0	1.4	0.0	26.9	100.0
항공기/요트	0.0	21.2	7.8	7.8	7.3	0.6	18.0	0.2	37.0	100.0
기타 생활용품	0.3	15.3	20.9	18.1	21.4	3.0	2.1	0.8	18.2	100.0

자료 : UN Comtrade

- 중앙유럽 소비재 수입 시장은 가전과 기타 생활용품을 제외하고 최근 들어 비교적 높은 수준의 성장률을 보이고 있음
- 화장품의 최근 3년 연평균 증가율이 19.7%로 중앙유럽 수입 시장에서도 빠른 증가세를 보이는 중요 품목 중 하나
- 체코와 슬로바키아를 중심으로 활발하게 자동차 생산이 이루어지고 있음에도 불구하고 승용차 수입액과 증가율이 높게 나타남
- '18년 전체 소비재 수입 중 승용차 수입 비중은 16.3%였으며, 최근 3년 연평균 증가율이 19.7%에 달하여 주요 품목들 중 가장 높은 성장세를 보였음

< 중앙유럽 소비재 수입 시장 품목별 추이 (금액·비중) >

(단위: 백만 불, %)

	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 증감률 (최근 3년)
농·축·임·수 산물	12,906 (22.2)	23,677 (24.4)	30,438 (25.0)	28,069 (24.4)	30,126 (23.7)	33,529 (25.3)	38,029 (25.1)	10.7%
섬유·패션	7,946 (13.7)	14,002 (14.4)	20,403 (16.7)	19,535 (17.0)	21,872 (17.2)	23,991 (18.1)	28,556 (18.8)	13.5%
승용차	10,214 (17.6)	12,198 (12.6)	14,855 (12.2)	14,389 (12.5)	18,139 (14.3)	22,059 (16.6)	24,649 (16.3)	19.7%
의약품· 의료용품	8,036 (13.9)	14,884 (15.3)	16,512 (13.5)	14,437 (12.5)	15,065 (11.9)	16,171 (12.2)	18,033 (11.9)	7.7%
플라스틱 제품	2,707 (4.7)	3,940 (4.1)	5,350 (4.4)	5,005 (4.3)	5,405 (4.3)	6,023 (4.5)	7,067 (4.7)	12.2%
의약외품/ 위생용품	2,759 (4.8)	4,188 (4.3)	5,773 (4.7)	5,233 (4.5)	5,297 (4.2)	5,757 (4.3)	6,634 (4.4)	8.2%
가전	2,728 (4.7)	5,888 (6.1)	6,452 (5.3)	6,028 (5.2)	5,790 (4.6)	5,462 (4.1)	5,816 (3.8)	-1.2%
화장품	738 (1.3)	1,510 (1.6)	2,045 (1.7)	1,911 (1.7)	2,338 (1.8)	2,724 (2.1)	3,274 (2.2)	19.7%
유아용품	600 (1.0)	1,140 (1.2)	1,330 (1.1)	1,259 (1.1)	1,545 (1.2)	1,612 (1.2)	1,795 (1.2)	12.6%
귀금속	232 (0.4)	413 (0.4)	461 (0.4)	505 (0.4)	571 (0.4)	568 (0.4)	661 (0.4)	9.4%
항공기/ 요트	40 (0.1)	57 (0.1)	76 (0.1)	57 (0.0)	64 (0.1)	81 (0.1)	86 (0.1)	14.7%
기타 생활용품	9,113 (15.7)	15,140 (15.6)	18,276 (15.0)	18,669 (16.2)	20,728 (16.3)	14,667 (11.1)	17,058 (11.2)	-3.0%
합계	58,019 (100.0)	97,036 (100.0)	121,971 (100.0)	115,098 (100.0)	126,940 (100.0)	132,644 (100.0)	151,659 (100.0)	9.6%

자료 : UN Comtrade



- 우리나라 자동차 업계가 체코와 슬로바키아로 진출하면서 2000년대에 비해 승용차 점유율이 떨어졌으나, 최근 다시 상승세로 돌아섬
- 일본과 중국의 승용차 점유율도 최근 늘어나는 추세를 보이고 있어 예의주시할 필요가 있음
- 우리나라는 화장품 시장에서 점유율이 꾸준히 상승하며 호조를 띄고 있는 반면, 유아용품 시장에서는 큰 변화가 없음

< 중앙유럽의 품목별·국가별 수입 비중 변화 추이 > (단위 : 점유율 %)

	승용차							화장품						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	5.3	14	23	24	21	22	24	0.1	0.1	0.2	0.2	0.4	0.6	0.8
일본	6.2	5.7	5.5	4.3	5.0	5.6	5.4	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3
유럽*	27.8	23.4	23.4	24.3	22.2	23.2	22.7	41.5	42.9	44.3	45.6	41.5	41.9	43.4
독일	29.6	35.8	28.8	29.5	30.2	30.2	29.0	25.0	21.4	19.4	18.7	23.1	23.0	17.0
중앙유럽	15.0	16.4	20.4	20.1	20.7	18.6	20.0	19.2	12.5	15.1	13.6	14.8	11.8	14.2
중국	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.2	0.8	2.3	3.2	3.2	3.0	3.1	2.8
ASEAN	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
미국	1.9	2.5	2.4	2.9	2.9	2.4	2.1	2.9	3.2	4.0	4.3	4.0	3.8	3.9
	가전							유아용품						
	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18	'05	'10	'14	'15	'16	'17	'18
한국	2.9	2.8	3.8	2.6	2.2	2.2	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
일본	0.9	1.2	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
유럽*	29.3	9.0	6.0	6.3	6.5	5.5	6.4	17.5	14.9	16.8	15.1	13.6	14.6	14.3
독일	6.6	4.2	6.7	7.6	5.4	5.9	7.7	15.7	17.3	17.8	18.4	20.2	21.2	19.2
중앙유럽	28.2	53.8	48.4	46.9	45.4	49.5	45.0	37.8	38.9	35.6	36.3	28.2	31.2	31.2
중국	8.4	11.8	15.2	16.8	19.9	17.7	20.4	6.3	11.0	9.2	8.9	8.8	10.0	10.1
ASEAN	1.0	1.2	2.1	2.1	2.5	1.5	1.5	0.6	0.4	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4
미국	0.6	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3	0.9	0.5	0.2	0.2	0.1	0.2

자료 : UN Comtrade

## IV. 결론 및 시사점

- 우리나라는 전체 수출 중 중간재 비중이 71.5%로, 편중된 수출 구조의 안정성 제고를 위해 소비재 수출 확대가 필요
  - 소비재는 다른 품목에 비해 수출액 변동성이 작고 통상 분쟁에 따른 영향이 적어 미·중 무역 갈등에 따른 경기 하강에도 비교적 타격이 크지 않을 것으로 분석됨
  - 신흥국을 중심으로 중산층 인구가 지속적으로 늘어나고 있어 소비력 증대를 기반으로 향후 소비재 수출 확대가 기대됨
- 전 세계 소비재 수입 총 규모 자체는 크게 성장이 두드러지지 않는 나 중국, 아세안, 인도, 중앙유럽 등 주요 신흥국을 중심으로 소비재 수입 수요가 빠르게 증가하고 있음
  - \* 전 세계 소비재 수입 증감률은 '16년과 17년 각각 0.9%와 0.5%에 불과
  - 소비재 수입액의 연평균 증가율은 중국은 5.9%, 아세안 6개국은 7.2%, 중앙유럽 5개국은 9.6%를 기록하며 높은 성장률을 보임
  - 인도의 경우 최근 3년 연평균 증가율이 0.2%로 높지 않으나 세계 수입 시장에서 차지하는 비중은 2000년대부터 꾸준히 상승해 옴
- 품목별로 살펴보면 화장품의 성장률이 두드러지고 있으며, 현지 생산 진전에도 불구하고 승용차 수입은 꾸준히 늘어나고 있음
  - 2017년 기준 전체 소비재 수입 최근 2년 연평균 증감률은 0.7%이나, 화장품과 승용차는 각각 10.4%와 5.2%를 기록
  - 승용차와 함께 현지 생산이 활발하게 이루어지는 품목인 가전제품의 경우 수입액이 매년 3.6%씩 크게 감소하고 있음
- 우리나라 소비재 수출은 2014년부터 4년 연속 감소하여 지난 해 644억 달러를 기록
  - 최대 시장인 미국에서의 부진과 사드갈등으로 인한 對중국 수출 타격에

따른 결과로 해석되나, 아세안 수출은 비교적 빠른 성장세를 보이고 있음

- 품목별로 보면 화장품 수출에서 크게 호조를 보이고 있으나 우리 소비재 수출의 절반 이상(59.4%)을 차지하는 승용차에서의 부진은 전체 소비재 수출 감소를 초래
- 특히 승용차와 가전에서의 수출 하락이 두드러지는데, 중국과 아세안을 비롯해 비교적 임금이 저렴한 곳으로 생산 시설이 이전되면서 나타난 현상

### ■ 세계에서 가장 가파른 성장세를 보인 중국의 소비재 시장은 중국 내 생산기지 이전과 수요의 프리미엄화를 특징으로 함

- 우리나라의 경우 화장품에서 중국 시장 내 1위를 차지하고 있으나, 나머지 품목에서는 유럽을 필두로 한 선진국과 아세안에 밀려 중국 시장 내 점유율이 2000년대 5% 이상에서 '18년 3.1%까지 하락
- 자동차 공장의 중국 이전으로 주요 자동차 생산국인 독일, 일본, 한국의 중국 시장 점유율이 2000년대에 비해 크게 하락
- 승용차뿐만 아니라 가전, 섬유·패션, 유아용품 등의 품목에서 독일을 제외한 주요 유럽 국가들과 미국, 대양주 등의 비중이 2000년대에 비해 크게 늘고 있어 소비재 수요의 고급화를 확인할 수 있음

### ■ 아세안 소비재 시장에서는 중국과 인도 등 신흥국의 점유율 상승이 두드러지고 있으나, 개별 국가별로 살펴보면 경제규모가 크고 성숙될수록 선진국 수입 비중이 높았음

- 아세안 소비재 시장 내 중국의 점유율은 '05년 10%대 초반에서 꾸준히 상승하여 '17년 20.8%까지 기록
- 전체 소비재 수입 중 유럽과 미국, 대양주 등 선진국의 비중이 싱가포르에서는 40.4%로 높게 나타난 반면, 인도네시아와 필리핀에서는 각각 18.0%, 21.1%로 낮았음

### ■ 인도 소비재 시장은 중국을 중심으로 한 신흥국 비중 확대가 두드러지며, 인도 내 활발한 자동차 생산으로 인해 전체 소비재 수입 중 승용차 비중은 1%대에 불과

- 중앙유럽 소비재 시장은 지리적 인접한 유럽으로부터의 수입이 활발한 것으로 보이며, 유럽 내 주요 자동차 생산국임에도 불구하고 승용차 수입이 활발한 것으로 나타남
- 우리나라는 승용차를 제외하고 점유율이 1%대나 그 미만으로 미미하였으며, 승용차 자체도 2.4%로 비중이 높지 않음
- 경제 성장과 함께 신흥국 수요의 프리미엄화가 진행될 경우 향후 우리나라 소비재 수출의 경쟁력 하락이 우려됨
- 중국의 선진국 수입이 늘어나면서 중국 시장 내 우리나라 점유율은 크게 하락하였으며, 아세안 내 국가별로 비교 시 경제 성숙도가 높을수록 선진국 수입 비중이 높게 나타남
- 아세안과 인도는 현재 중국을 중심으로 신흥국 수입 증가가 두드러지고 있으나, 향후 경제 발전이 지속되면서 수요의 프리미엄화가 진전될 가능성이 있음
- 소비재 수출 감소를 회복하기 위해서는 우리나라 비중이 미미한 중앙유럽 시장 공략과 더불어 선진국과 신흥국 사이에서의 명확한 포지션 확보를 통해 경쟁력 제고에 힘써야 함
- 중국의 승용차 및 섬유·패션 시장처럼 신흥국 소비재 시장 내 수요가 프리미엄과 범용으로 양분될 수 있어 소비재 수출 고급화를 통한 적절한 대응방안 마련이 필요함

#### [참고문헌]

##### 데이터베이스

ITC Trade Map(<https://www.trademap.org/Index.aspx>)

UN Comtrade(<https://comtrade.un.org/db/>)

##### 웹사이트

Statista, 'Forecast of the global middle class population from 2015 to 2030, by region (in millions)' (2019)