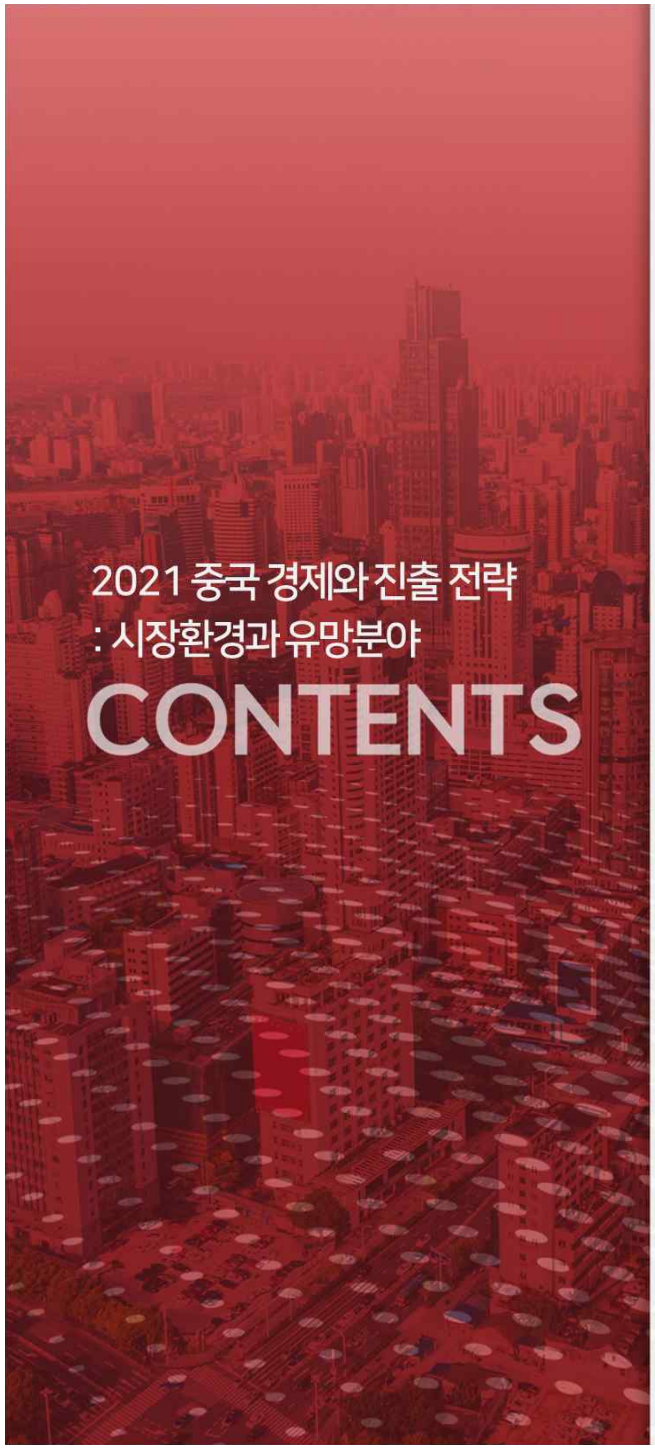
2/0/2/1 세계시장 진출전략 설명회

"달라지는 중국시장, 코트라와 함께"

2021 중국 경제와 진출 전략 :
시장 환경과 유망분야

KOTRA 중국지역본부 | kotra



2021 중국 경제와 진출 전략
: 시장환경과 유망분야

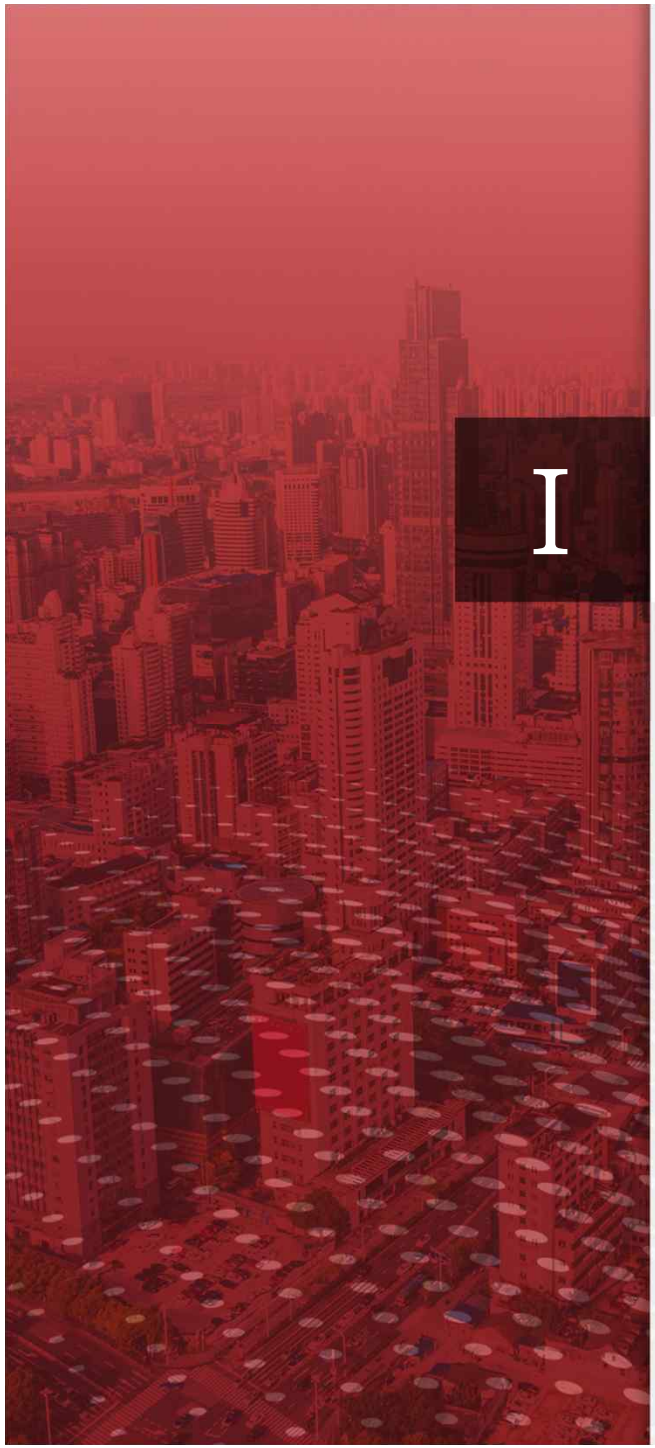
CONTENTS

Ⅰ 2021년 중국 경제 전망

Ⅱ 경제모델의 전환과 정책적 착안점

Ⅲ 트렌드와 유망 분야

Ⅳ KOTRA 지원 사업



I 2021년 중국 경제 전망

1. 추세 : 거시경제 환경 전망

01 [글로벌 경제 인식] 신중 낙관

☑ 중국의 2021년 글로벌 경제 판단은 신중 낙관이며 14.5 규획('21~'25) 개혁개방에 초점

미국	EU	일본	신흥국
바이든 정부 코로나 통제 기대감 상승 회복 추세 계속되나 정상화 시기 불투명	2차 코로나 충격 영향 정책 공간 제한적 회복 여부 불확실	코로나 소비 타격 호전되나 회복 난관 재정지출 확대 필요	코로나 충격에 민감 국별 내부분화 심화 세계 수요회복에 의존

1. 추세 : 거시경제 환경 전망

01 [글로벌 경제 인식] 신중 낙관

☑ 코로나 이후 中 경제 회복 두각, 동아시아 국가와의 협력 강조

- 48개 국가·지역에서 中 유일하게 Q2 GDP '19년 말 수준 상회
- 8월 이후 中 거시·실물경제(생산·소비·투자, 대중소기업) 동반 회복
- 순환경제전략으로 대응(내순환 → 외순환 → 내·외 쌍순환)
- 한-중 경제교류협력 모델 전환 호기, 제2차 중국시장 붐 기대

☑ 美 대선 결과에 따른 득실 계산 (단기 : 불확실성, 이후 : 대응)

- 바이든 對中 정책 "같은 진단, 다른 처방" 인식
  … 구조조정, 개혁개방 속 관망
- 국제협력, 관세·무역, 제조업, 시장경제, 정치, 디커플링 측면에서 대중 강경책 지속 가능성 대비
- 예측 가능성·협상 공간 측면은 트럼프보다 바이든 당선자 다소 유리 판단 다자주의 틀 속에서 타협점 모색

02 [미중 관계] 탐색과 절충

▸▸▸ 단기 전망

- 美대선 후 미중 관계 '카드' 효력 약화 추세
- 미중 제1단계 무역협정 이행 과정
- 美 신행정부 초기 탐색 모드 가능성
- 리스크 : 미국의 코로나 상황과 反中 여론

▸▸▸ 중장기 전망

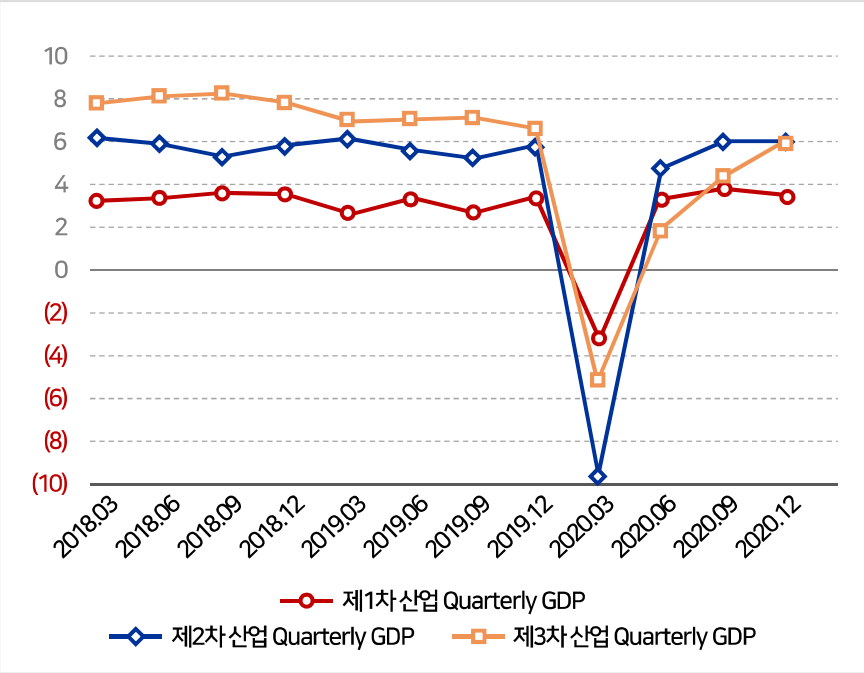
- '17년부터 시작된 美 중국전략* 불변
  * 전방위적인 전략적 경쟁자로 인식
- 中 '투키디데스' 회피하며 국내경제 치중
- 대형 직접 충돌 피하려 양국간 절충 노력
- 과거 회귀(우호무드) 가능성은 극히 미미

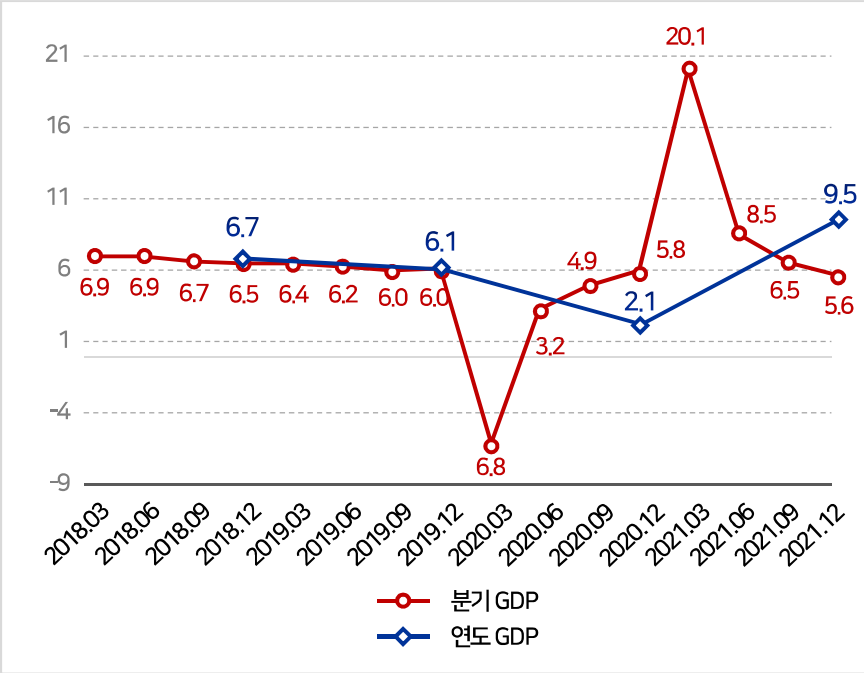
1. 추세 : 거시경제 환경 전망

03 [경제성장] 전고후저

[GDP] 前高後低, '21 연말 잠재성장률 수준 회복 예상

- '20년 예상 상회하며 V자 회복 후 '21년 Q1. 20% 내외(기저효과), 연간 5%대 성장
- 실질성장률 : 11.3%(11.5규획, '06~'10) → 8%(12.5규획, '11~'15) → 6.5%(13.5 규획, '16~'20)

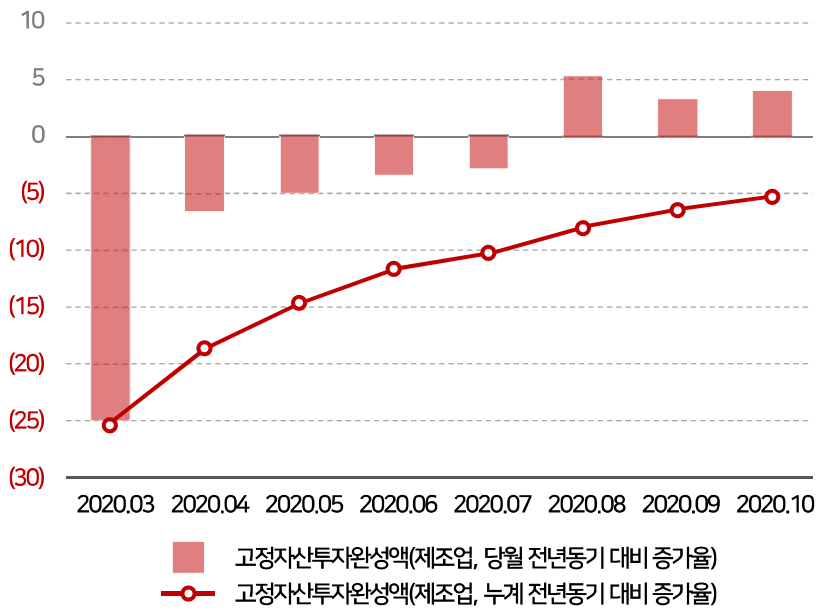




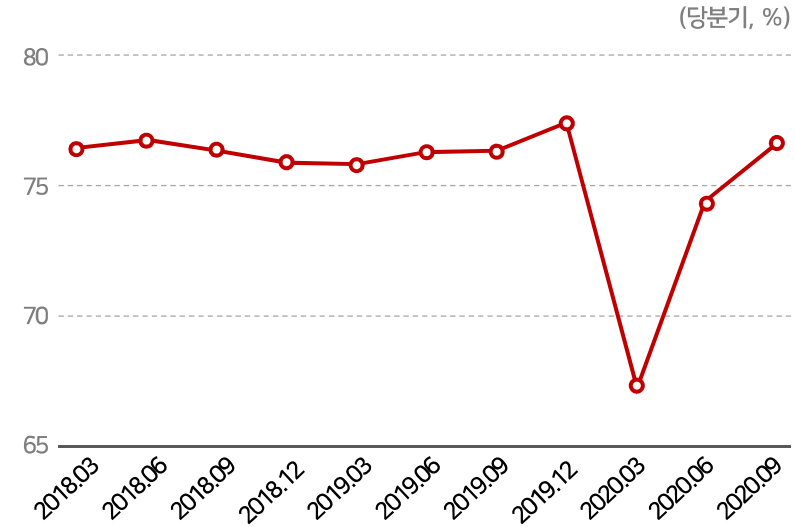
* 자료원 : Wind, CHINA SECURITIES

04 [투자] 안정 유지

- [제조업] '20년 대비 8~10% 증가 확정적, 기업투자심리 최소 '21년 상반기 상승세
- [부동산] '20년 대비 5% 내외 증가 예상, 정부 과열방지 노력하나 '21년 시장 충격조치 없을 듯
- [SOC] 소폭 증가(2%), 특별국채-지방채 발행 공간 크지 않고 기 추진 프로젝트 관리에 무게 중심



▶ 공업생산이용률

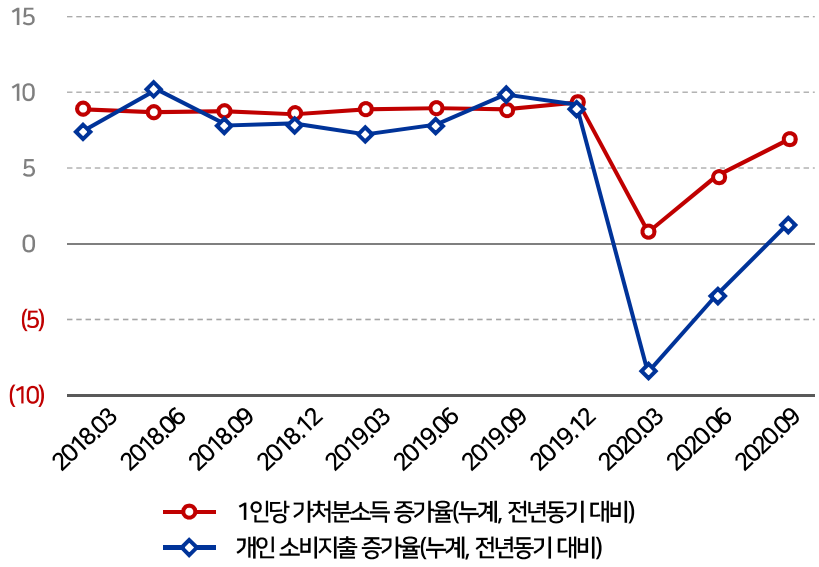


* 자료원 : Wind, CHINA SECURITIES

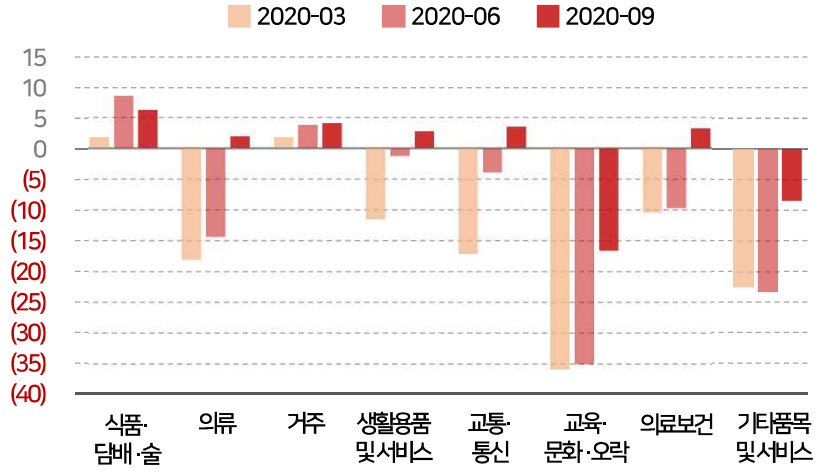
05 [소비] 안정 성장

☑ '20년 소득 감소분 < 지출 감소분이나, V자형 회복으로 '21년 소비재소매총액 15% 증가 예상
'21년은 14.5 규획 첫 해이자 전면적 경제 정상화 시기, 소비 제고 정책 다수 예상

▶ 중국의 개인소득과 소비지출 증가율(%)



▶ 중국의 부문별 개입 소비지출 증가율(%)



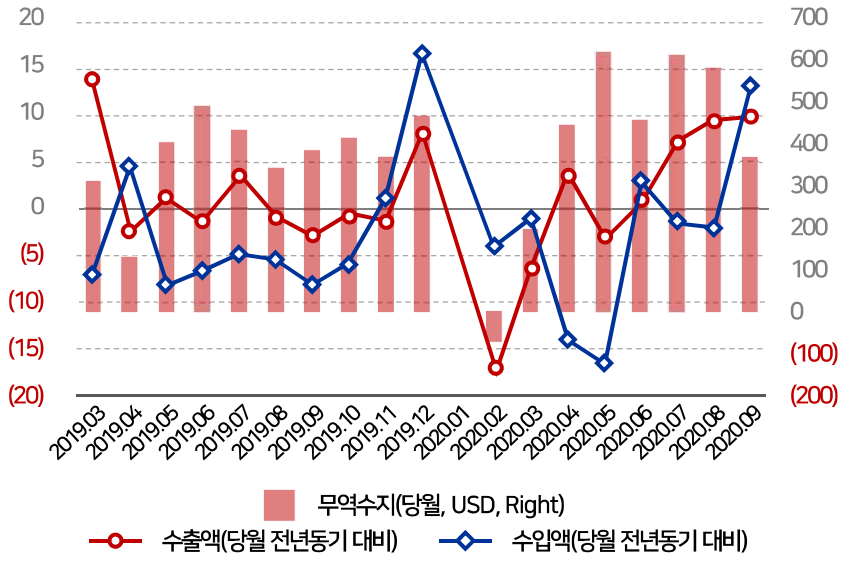
* 자료원 : Wind, CHINA SECURITIES

06 [수출] 전고후저

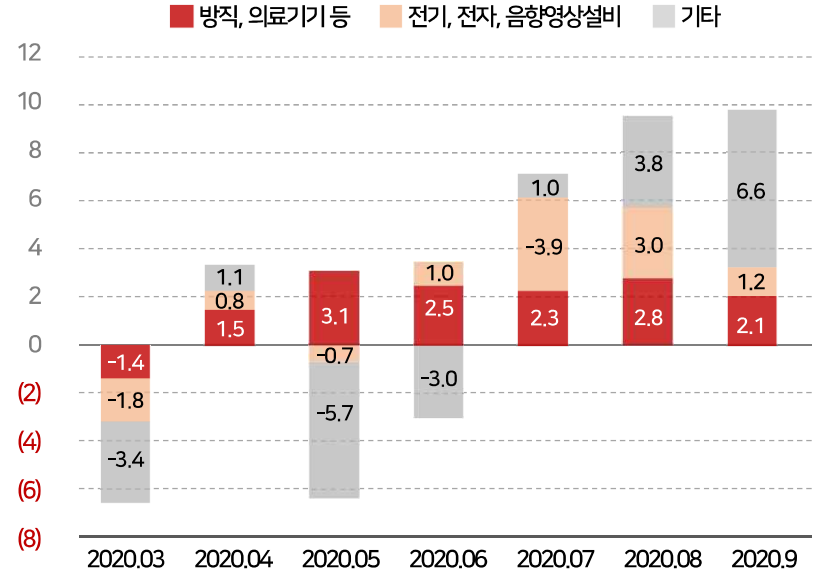
☑ 해외 각국의 공급망 회복에 시일 소요돼 '21년 당장 중국산 대체 가능성 크지 않음

상반기 높은 성장률 후 위안화 평가절상 효과로 하반기 일시적 마이너스 가능성(年 2% 예상)

▶ 중국의 수출입과 무역수지(%)



▶ 중국의 부문별 수출 증가율(%)



* 자료원 : Wind, CHINA SECURITIES

1. 추세 : 거시경제 환경 전망

07 [정책] 정상회귀

☑ **[재정정책]** 융자(13% → 10%), 총통화(M2, 10% → 7.5%) '20년 대비 하락, 레버리지 관리

[통화정책] 경제 전반 정상화 추세, 환율 관리 고려 안정적 유지(통화당국 수시 '안정' 강조)

08 [개혁개방] 더 넓게 더 깊게

☑ 질적 성장 추진, 선진국 중간단계 진입(2035 장기 규획) 위해 개방형 내수위주 경제 전방위 추진 총요소 생산성(TFP, 토지·데이터·기술·자본·노동력 수준 및 유연성 제고) 향상 위한 개혁조치 심화

09 [산업] 모델 전환

☑ 14.5 규획의 산업발전 전략 : 인터넷 강국, 디지털 차이나, 산업기초 고도화, 산업사슬 현대화 대외의존도 경감, 국내 밸류체인, 아시아 역내 공급망 및 산업망 육성 박차(RCEP 적극 활용)

* 자료원 : Wind, CHINA SECURITIES

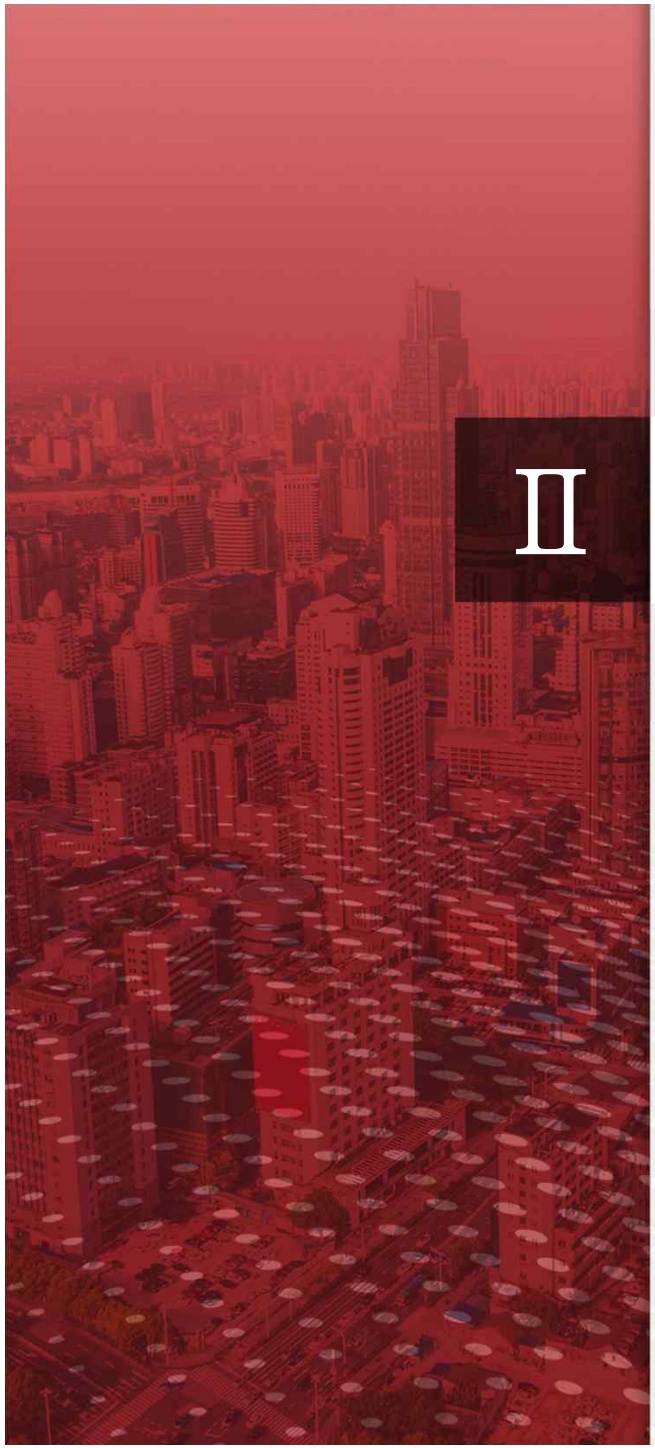
2. 2021년 주요 지표 추세 예측

중 국

'20년 코로나 충격 → '21년 정상화, 질적 도약

주 요 지 표	단 위	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년E
실질성장률	%	7.4	7.0	6.8	6.9	6.7	6.1	2.1	9.5 *주
실 업 률	%	4.1	4.1	4.0	3.9	3.8	3.6	3.9	3.8
소비자물가상승률	%	2.0	1.4	2.0	1.6	2.1	2.9	2.6	2.2
재정수지(GDP대비)	%	-1.1	-2.4	-2.8	-3.7	-4.1	-5.5	-5.8	-
총수출	백만 달러	2342293	2273468	2097631	2263345	2486682	2499482	2474255	2649928
총수입	〃	1959235	1679565	1587926	1843793	2135734	2078409	1973449	2251705
무 역 수 지	백만 달러	383058	593904	509705	419552	350948	421073	500806	398223
경 상 수 지	〃	184653	-129982	-214211	304562	197600	178800	-	-
환율(연평균)	현지국/US$	6.12	6.45	6.92	6.59	6.89	7.01	6.85	6.50~6.75
해외직접투자	억 달러	1231	1457	1961	1583	1430	1171	1080	960
외국인직접투자	억 달러	1285	1358	1337	1363	1383	1412	1416	1450

* 주 : 9.5%는 중국 주요 증권사 전망치의 중간 수준(World Bank 등에선 7%대 전망)
* 자료원 : WIND, 中国国家统计局, KOTRA



Ⅱ 경제모델의 전환과 정책적 착안점

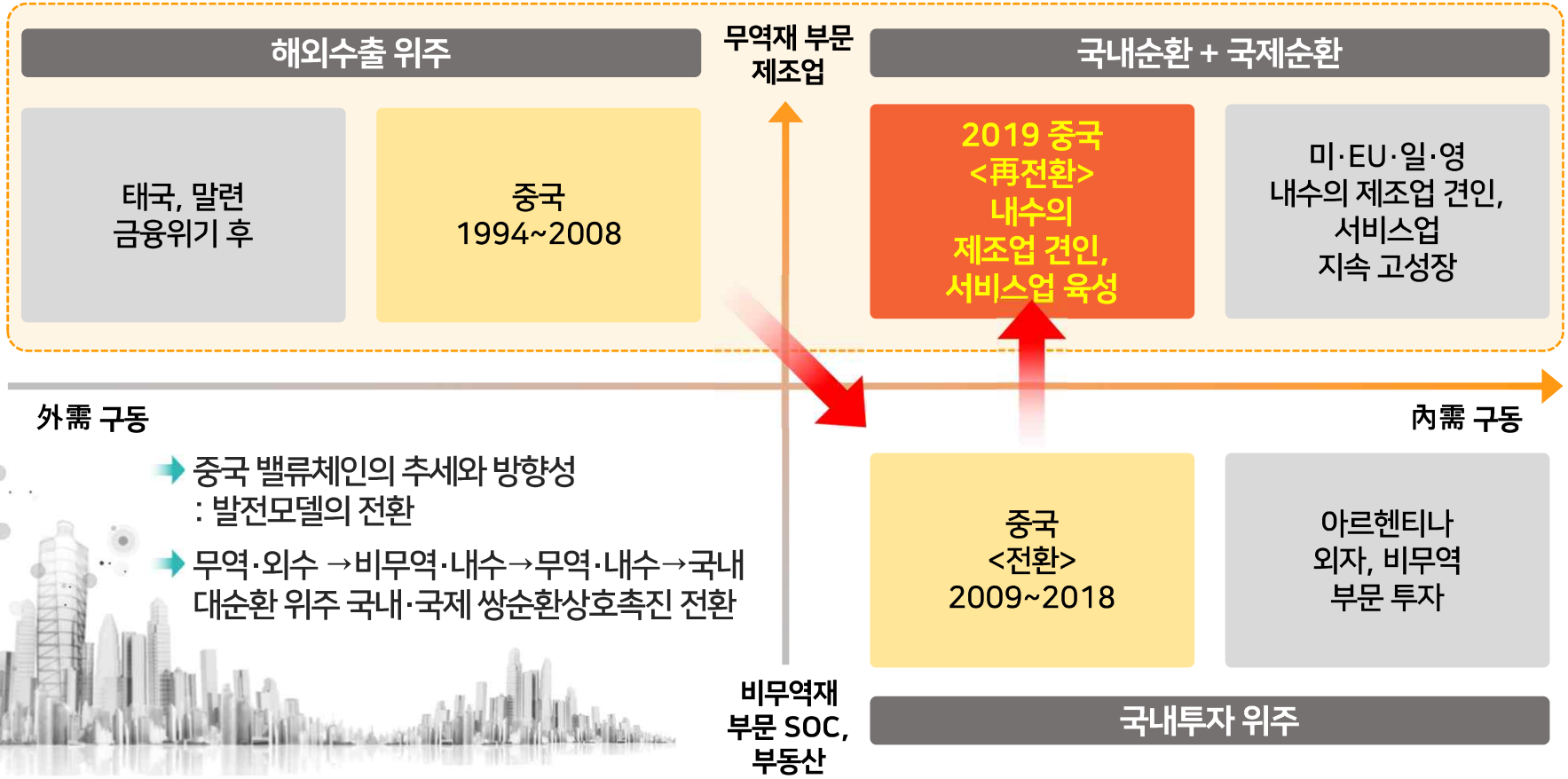
1. 경제 추세와 전망

내-외순환의 단계

* 자료원 : FT中文網

1. 경제 추세와 전망

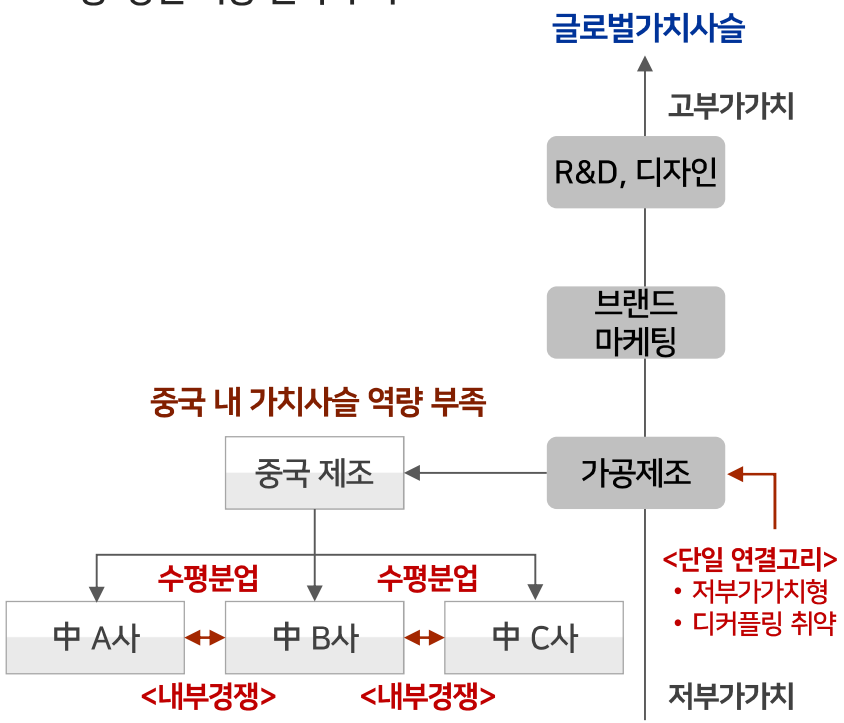
발전모델의 전환



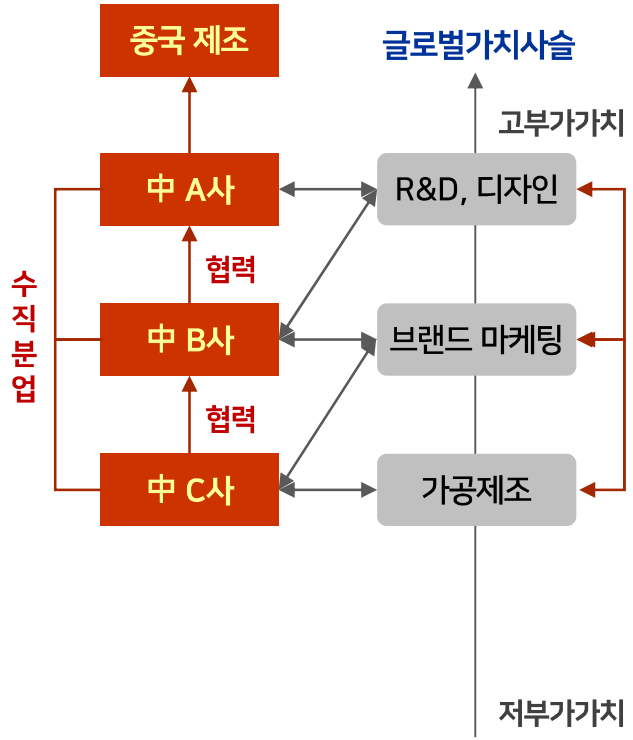
* 자료원 : SWS Research, KOTRA

쌍순환 전략의 가치사슬

가치사슬(스마일곡선) 하단에서 중·상단 이동 전략 구사

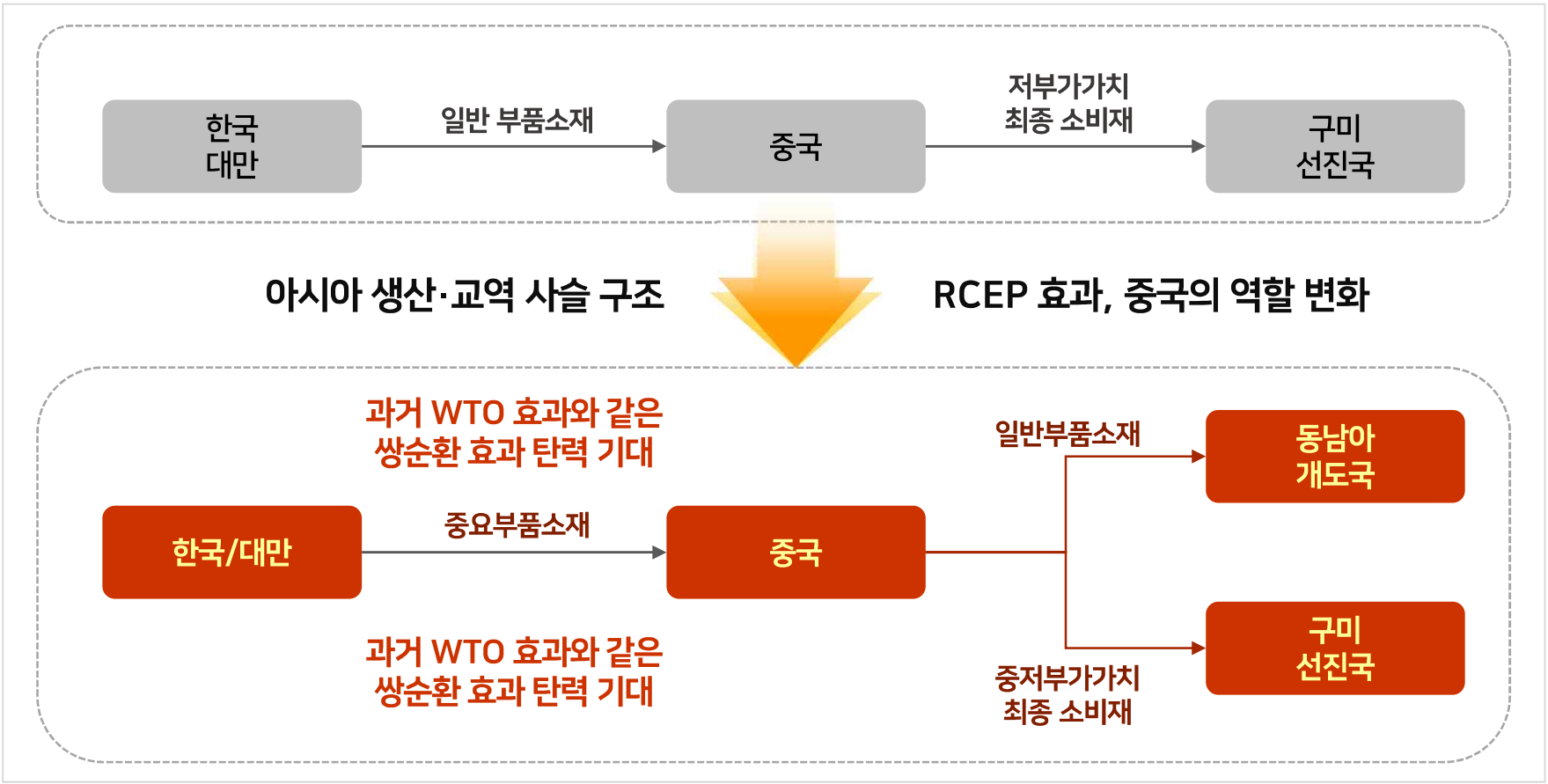


중국 내 가치사슬 역량 발휘



* 자료원 : ICBC, KOTRA

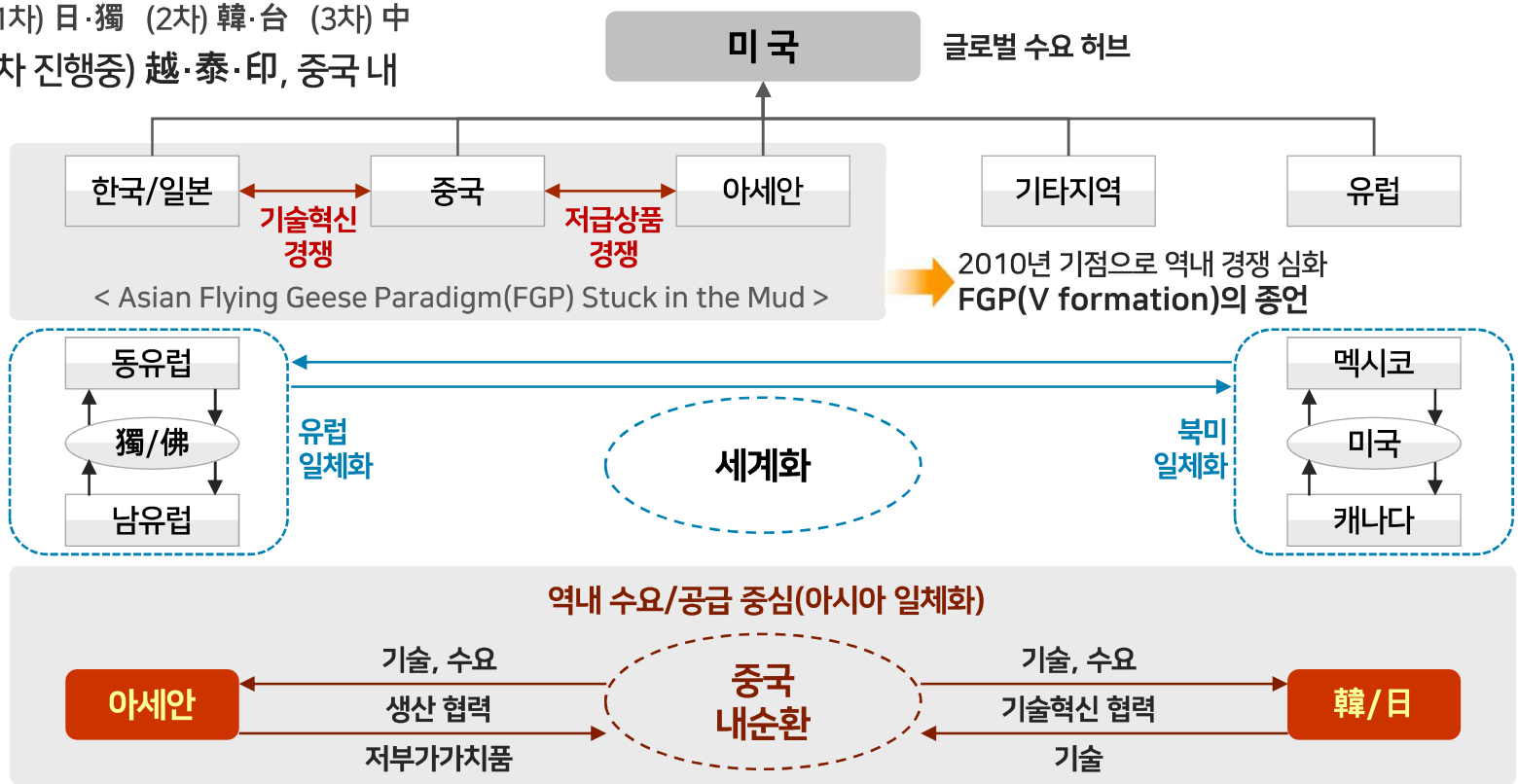
RCEP 이후 중국경제의 기대효과



* 자료원 : SWS Research, KOTRA

미국 중심의 세계화와 多峰分布의 新세계화 (Multi-modal distribution)

- 3차에 걸친 글로벌 산업이전
  - (1차) 日·獨 (2차) 韓·台 (3차) 中
- (4차 진행중) 越·泰·印, 중국 내



* 자료원 : ICBC, KOTRA

2. 정책적 방향과 수요, 기대 분야

포스트 코로나 주요 기회 요인과 경기 부양책

정책적 방향과 신규 수요

경기부양 + 소비진작 + 新인프라 확충 정책

- 소비 바우처·보조금, '언택트·스마트 소비' 확대
- 수혜분야 : 홈코노미, 新SOC*, 스마트시티, 의료바이오

* 新SOC 7대 분야 : ❶ 5G ❷ 특고압송전설비 ❸ 고속철 ❹ 전기차 충전 ❺ 데이터센터 ❻ AI설비 ❼ 산업 인터넷망

경기 부양책과 기대 분야

경기부양책

- **[인프라]** 新SOC 7(미래형SOC) + 공공위생(민생SOC) 지방 정부별 산업육성 정책·프로젝트 확대
- **[소비진작]** 온라인소매·자동차·가전, 의약·경공업 설비

기대분야

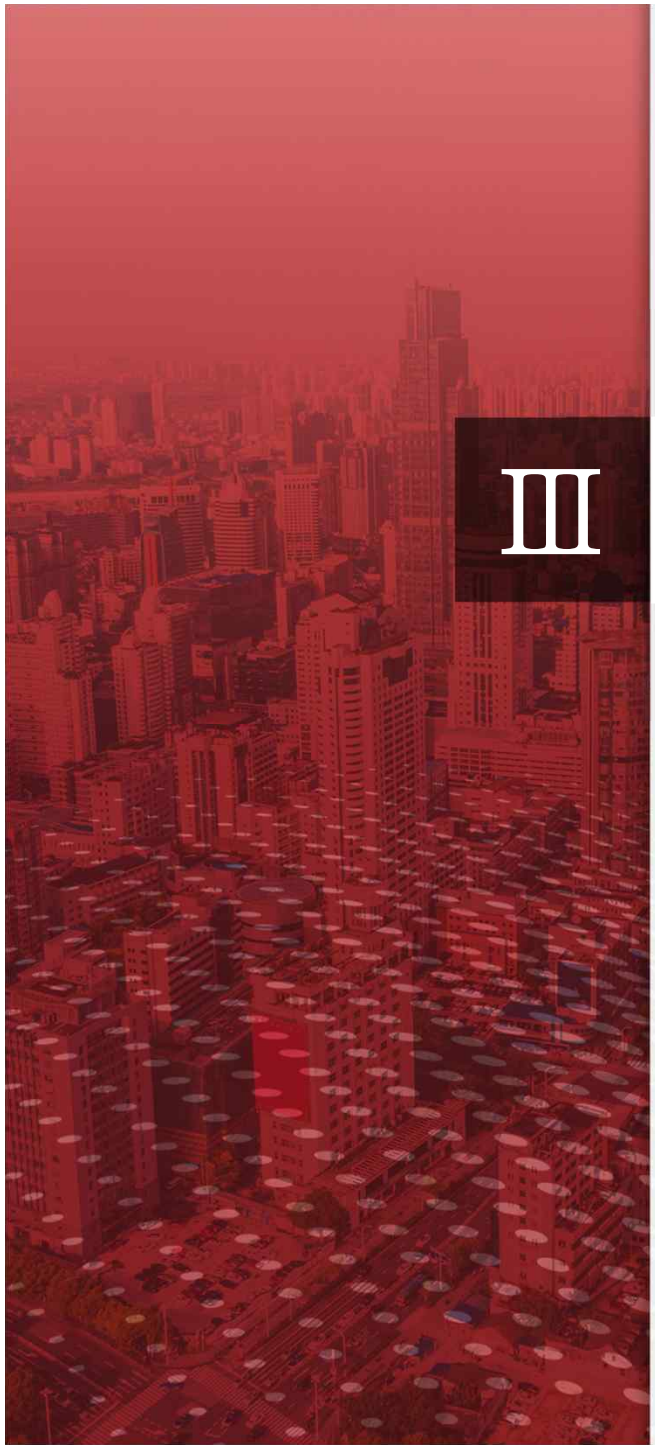
※ 선택적 소비재 + 미래산업 + 의료위생

- **[인프라]** 홈코노미·생활가전*, 화장품, 가공식품** 등
  * 노트북, 프린터, 홈쿡 아이템, 살균기능 공기청정기, 살균세척기, 정수기 등
  ** 인스턴트면, 가정간편식, 조미김, 햇반, 컵밥 등
- **[의료용품]** 비접촉식 체온계, 인공호흡기, 스마트헬멧(열화상 발열체크), 열감지 카메라·모니터
- **[비대면서비스]** 원격의료, 이러닝, 스마트회의기기 등
- **[로봇 산업]** 병원용·서비스·AI 로봇 등
- **[新SOC]** 관련 소재·부품·설비, 스마트시티 등

3. 소비활성화 정책

2020년 상반기 집중 발표된 소비시장 활성화 정책

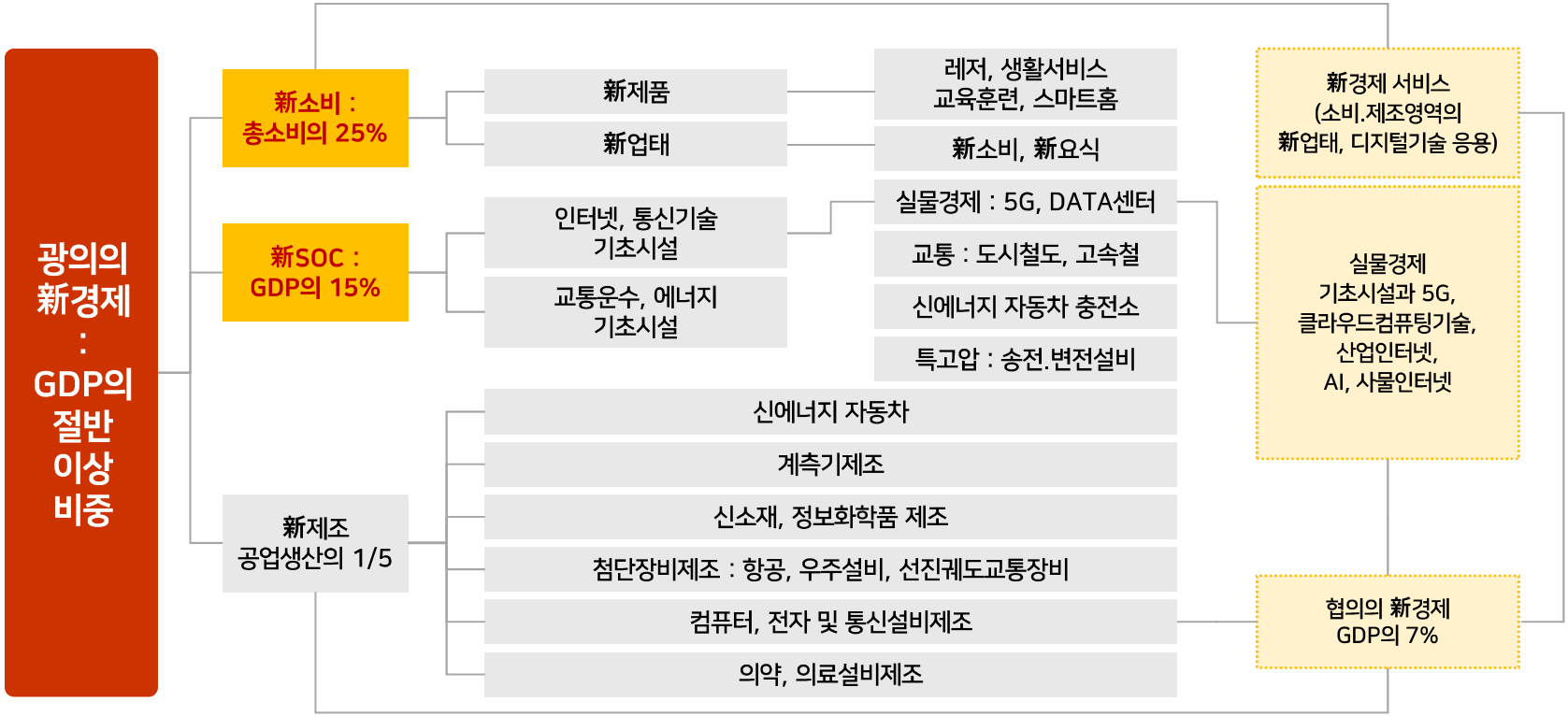
내 용	출 처 (발표시기)
• 상무부, 코로나19 대응 자동차 소비 진작책 및 수출지원책 강구	상무부(2.20)
• 23개 부처 공동 '소비확대를 통한 국내시장 강화 실시 의견' 공포	국무원(2.28)
• 23조 위안 규모 9개 대형 프로젝트 발표 - 인프라, 공공보건위생시설 및 유통망 구축에 집중	21세기경제보도(3.5)
• 중국 방역기간 침체된 소비수요 발굴, 新소비 관련 산업육성	중국정부망(3.6)
• 자동차·가구·가전 소비 진작책 검토	상무부(3.20)
• 新소비 육성, 양로·육아서비스 공급확대, 3~4선 도시 및 농촌 소비수요 발굴 조치	발개위(3.20)
• 리커창 총리, 소비 新업태 육성 발표 - 중소기업, 개인사업자 지원, 해외주문 위축 대응 온라인 상담·전시 강화	국무원(3.25)
• 저장, 랴오닝, 장시, 허베이 등 중국 10여 개 성시 소비쿠폰 발급 계획(총 10억 元)	차이징자오찬(3.30)
• 국무원 상무회의, 자동차 소비촉진 3개 조치 결정	중국정부망(3.31)
• 상무부 소비촉진 8대 지원 방안 (1) 조업재개 추진 (2) 도시소비 촉진(쇼핑거리 개선, 브랜드 편의점 육성 (3) 농촌소비 제고(농산품 전자상거래 판매) (4) 상품소비 확대(중고차 교체 등) (5) 서비스소비 촉진 (6) 신형소비 육성(온라인, 디지털·플랫폼, 신업종 등) (7) 소비활성화(지방 소비쿠폰 등) (8) 소비환경 개선	상무부(4.2)
• 상무부, 코로나19 대응 자동차 소비 진작책 및 수출지원책 강구	상무부(2.20)
• 23개 부처 공동 '소비확대를 통한 국내시장 강화 실시 의견' 공포	국무원(2.28)



Ⅲ 트렌드와 유망 분야

1. 코로나 이후 중국의 新경제

유효수요 자극 모색 : 新SOC-新소비-新제조



* 자료원 : WIND, 国泰君安证券研究

2. 트렌드별 유망 분야

포스트 코로나 유망 분야 : 홈(H.O.M.E.)

트렌드	특 징
헬스케어 Healthcare	➔ 헬스케어 분야 소비자 관심 증대 및 지출 증가, 정부 차원의 의료분야 투자 확대 • (제약 R&D) 중국정부, 질병 치료 및 백신 개발 위한 기술개발 및 의료인력 육성에 박차 • (건강환경) 사무실 방역장비, 가정용 공기정화기, 공기소독기 등 시장 확대 전망 • (방역용품) 마스크, 방호복, 소독액 등 가정 상비용품 및 정부 전략적 비축물량 수요 증대 전망
온라인 Online	➔ 쇼핑, 교육 및 연수, 업무, 의료진료 등 오프라인 → 온라인으로 빠르게 대체 • (온라인 쇼핑) 모바일 쇼핑 성장. 신선식품 온라인 구매 및 배송 폭발적인 성장세 • (온라인 교육) 각급 학교 개학 연기로 다양한 온라인 교육 플랫폼 부상 • (원격근무) 재택근무, 화상회의 관련 소프트웨어 및 하드웨어 보급 활성화 • (원격진료) 코로나19 상황 안정 후에도 원격진료를 응급관리시스템 일환으로 활용 예상 • (온라인 엔터테인먼트) 게임, 동영상, 온라인 방송 및 관련 콘텐츠 제작 수요 확대
무인화 Manless	➔ 무인 배달, 무인택배 등 무인 물류시스템 유망 • 무인 물류화는 생산설비 업그레이드, 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI) 등 기술혁신이 전제 ➔ 무인편의점, 무인식당 등 각종 무인 서비스와 로봇산업 유망
홈코노미 Economy at Home	➔ 코로나19 이후 외출 곤란, 홈코노미 산업 주목받기 시작, 향후 다양한 비즈니스 모델로 파생 예상 • 간편식 제품, 신선식품, 스마트 회의기기 등 재택근무 시 필요한 전자기기, 홈뷰티케어 제품 각광 • O2O 배송서비스, 온라인 교육, OTT, 애플리케이션 등 서비스 유망

3. 기회요인과 불확실성

SWOT 결합, 시장 패러다임 전환-산업 생태계 변화를 고려한
정책 및 수요 기반형/한중 공존형 진출전략 필요

Strength

- 한국제품 이미지, 선호도 지속
- K-방역 등 의료보건위생 수요
- 기술력 우위(첨단, 콘텐츠)
- 서비스, 프로젝트 경쟁력

Weaknesses

- 중국 산업기술 경쟁력 강화
- 한국 중간재 중심 수출구조
- 제조, 가공무역형 진출구조
- 디지털경제 분야 중국 경쟁력

Opportunities

- 중국 디지털 전환 수요
- 지방정부 산업육성, 소비진작
- 대외개방, 대내개혁 심화
  (RCEP 체결 등 다자협력 구도)
- 미래 신성장 산업 적극 육성

Threats

- 글로벌 통상분쟁, 수요 감소
- 중국시장 내 경쟁 심화
- 법제화 심화, 경영 난이도 상승
- 자국산업 보호정책 강화
  (경영리스크 확대)

4. SWOT 분석 및 진출전략

SWOT 분석에 따른 방향 설정

전략방향	세부전략	진출전략
▸▸▸ SO 전략 (역량 확대)	프리미엄 소비재 통한 내수시장 공략 中 지방정부 프로젝트 협력 서비스 시장 개방에 능동적 대응	新밸류체인 진입 위한 글로벌 파트너링 고도화
▸▸▸ ST 전략 (강점 활용)	내륙지역 미개척시장 소비재 수출 GVC 재편에 따른 공급선 다변화 수요	지방정부, 프로젝트 협력 수요 발굴·활용
▸▸▸ WO 전략 (기회 포착)	중간재 → 고부가가치재 수출 전환 가속화 역내 경제협력 활용한 서비스시장 진출	고부가가치 서비스시장 진출
▸▸▸ WT 전략 (위협 대응)	디지털경제 전환 협력 수요 적극 대응 미래 유망산업, 혁신산업 분야 협력	혁신 산업 생태계 협력 체계 구축

5. 유망 품목

중 국

▸▸▸ 주방용 살균소독기(HS 85167990)

- 코로나 19 이후 안전성, 위생 강조 경향으로 필수 가전제품 부상 중
- '20년 춘제 기간 온라인 플랫폼별로 200~300% 판매 증가, 화남지역 주목
- 감각적·실용적 디자인과 스마트 기능 접목 제품 등으로 차별화 필요

▸▸▸ 피부의료기기(HS 901320)

- 점 제거기, 피부과와 미용원 수요 꾸준히 성장(매년 두자리수 성장세)
- 외국 브랜드 강세이나 한국은 K-뷰티로 인지도, 신뢰도 제고 시 유망
- 수입관세율(2%), 중소형 진료병원 등은 사후 서비스 중시 경향

▸▸▸ 재활의료기기(HS 95069119)

- 소득수준 향상과 건강인식 제고로 향후 5년 3배 이상 시장확대 전망
- 한국산은 수입제품 중 7위이나 '19년 80% 대폭 증가하는 등 성장 중
- 미인증 기업의 경우 인증보유 중국 기업과 협력(CKD) 통한 우회진출 필요

5. 유망 품목

중국

▸▸▸ 인스턴트라면(HS 190230)

- 코로나 19 이후 재택 시간 증가로 인스턴트 라면 수요 급증
- 한국산은 중국 인스턴트라면 수입시장 점유율1위(전체의 54%)
- 다양한 재료 활용 및 중국 트렌드 변화에 대한 지속적 연구 필요

▸▸▸ 반려동물용품(HS 230910)

- 소(小)가족화와 딩크족, 고령화 증가로 연간 복합성장률 20% 내외
- 2019년 중국 반려동물 양육인 6,120만 명으로 탄탄한 고객군
- 아이디어 상품, 팬시 제품 온라인 마케팅에 집중할 필요

▸▸▸ 색조화장품(HS 330499)

- 프리미엄급 색조화장품 급성장 추세(연평균 20% 증가)
- 특히 페이셜 메이크업, 립 제품군이 폭발적 성장
- 신규 브랜드는 온라인 생방송, 숏클립 통한 브랜드 포지셔닝 수립 중요

6. 유망 서비스

중 국

온라인 교육서비스

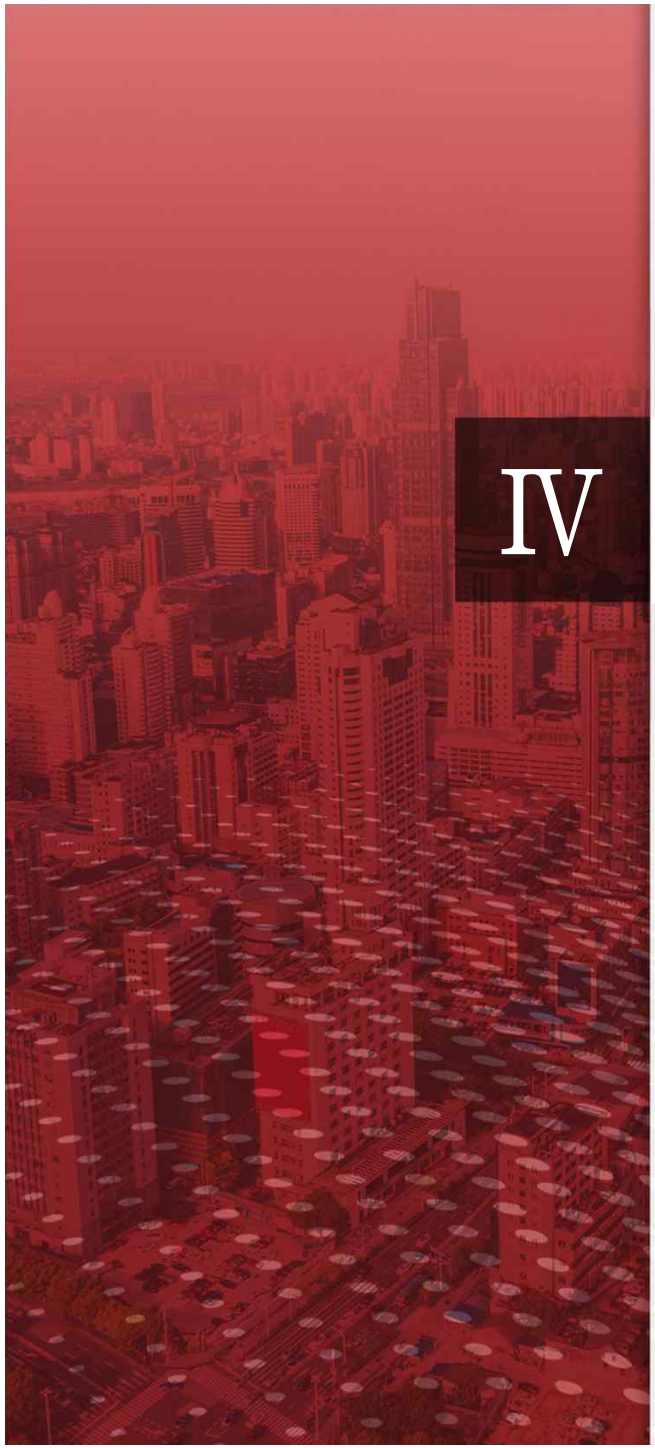
- 코로나19 이후 ICT와 교육 콘텐츠 결합 e러닝 서비스 수요 급증
- '20년 중국 e러닝 교육 서비스 가입자 수는 4억 5000만 명
- 중국 교육기관과의 운영.관리 협력 파트너십, 지방 소비자 개척 등 중요

VA/AR 콘텐츠

- 5G 상용화 추세로 교육, 게임, 의료, 공연영상 등 다방면 응용
- 시장 규모 '19년 150억 위안에서 '21년 544억 위안으로 급증 전망
- 중국 유력 파트너와의 협력과 분업을 통한 진출 필요

홈트레이닝 서비스

- 코로나 19 이후 오프라인 피트니스 대신 헬스영상을 찾는 소비자 급증
- 가정용 헬스 바이크, 러닝머신에 온라인 콘텐츠 결합한 서비스 각광
- 고객층 세분화(학생, 직장인, 노인층, 환자) 통한 맞춤형 서비스 제공 중요



Ⅳ KOTRA 지원 사업

KOTRA 지원 사업

중 국

구분	주요 사업명	일시/장소
온라인 상담회	WeChat 미니프로그램 활용 소비재 마케팅	연중/중국지역본부
상담회/판촉전	2021 K-Global@China	하반기/베이징
유통망 입점	TikTok 활용 중국 유통망 플랫폼 입점 지원	연중/베이징
상담회/판촉전	2021 온라인 소비재 대전	하반기/베이징
온라인마케팅	K-왕홍 패키지	연중/칭다오
온라인 마케팅	2021 온라인 차이나 100	연중/칭다오
상담회	한중 조선기자재 연계 소비재 마케팅 지원	6월/다롄
상담회	한-쓰촨 기계부품 프로젝트 협력 상담회	상반기/청두
상담회	중국 중서부 의료기기 박람회	상반기/충칭
설명회/상담회	한-중 스마트 제조 파트너링 상담회	9월/항저우

* 자료원 : KOTRA 중국지역본부, 중국지역 무역관

KOTRA 지원 사업

중 국

구분	주요 사업명	일시/장소
상담회	2021 메디컬 코리아 수출상담회	3분기/광저우
상담회	2021 Fashion Zoo 한국 유망소비재 팝업스토어	3분기/상하이
상담회	2021 알리바바 타오바오 한국소비재 수출상담회	상반기/상하이
설명회/상담회	ICT Innovation Plaza 2021	3분기/선전
상담회	한-푸젠 사이버 수출 상담회	2분기/샤먼
상담회	한중 Aero Partnering in Tianjin	9월/텐진
상담회	2021 한중 스마트제조 프로젝트 플라자	6월/난징
취업/창업	2021 베이징 맞춤형 취업 박람회	미정/베이징
취업상담회	2021 대만 취업 상담회	상반기/타이베이
기타	제 26회 KOTRA-TAITRA 정기 업무 협의회	3분기/타이베이

* 자료원 : KOTRA 중국지역본부, 중국지역 무역관

감 사 합 니 다

중국지역본부장 | kotra