

IIT

INSTITUTE FOR
INTERNATIONAL
TRADE

Trade Focus

Vol.14 No.41

수출부진 타개 연구시리즈 4

C.H.I.N.A.로 중국을 공략하라

- 한·중 FTA 계기 유망품목 100선 -

2015년 10월

통상연구실 정혜선 연구원
제현정 연구위원
김나연 연구조원



한국무역협회
국제무역연구원



목차

[요 약]

I. 연구의 배경	1
II. C.H.I.N.A.로 중국을 공략하라	2
1. Clean, 친환경 시장의 성장	2
2. Hygiene, 개인 위생용품 수요의 증가	6
3. Infant, 4차 베이비붐 세대를 노려라	10
4. Nutrition, 14억 식탁에 부는 한류	15
5. Aging, 고령화 시대의 도래	20
III. 결론 및 향후과제	25

☐ 보고서 내용 문의처

정 혜 선 연구원 (☎ 02-6000-5344, hsjung1110@kita.net)

2015년 6월 정식서명을 마친 한·중 FTA를 계기로 중국시장 진출에 대한 관심이 높아지고 있다. 우리의 최대 수출시장인 중국과의 FTA는 중국 소비시장의 중장기적 변화에 대응하는 포석이 될 것으로 기대된다. 한·중 FTA를 활용한 구체적인 중국 시장 진출 전략 마련을 위해서는 양적 성장에서 경제성장의 질을 높이려는 전환기에 접어든 중국의 변화를 예의주시해야 할 것이다. 이를 위해 본 보고서는 중국 소비시장의 미래모습을 전망하는 데 있어 검토해야할 주요 트렌드 5가지(C.H.I.N.A.)와 유망품목을 제시하고자 한다.

Clean, 친환경 시장의 성장

급속한 경제 성장에 따른 도시화, 공업화로 친환경 산업 육성이 중국 정부 정책의 핵심 현안으로 부상하고 있다. 이에 따라 중간재 위주로 관련 인프라에 대한 수요가 지속적으로 발생할 전망이다. 일반 소비자도 환경오염에 대비한 가정용품 수요를 확대 중이다. 향후 한·중 FTA로 동 품목의 관세인하효과를 누리는 한편 하수처리 서비스시장 개방으로 상품과 서비스의 동반진출을 통한 시너지효과 창출이 기대된다.

Hygiene, 개인 위생용품 수요의 증가

SARS가 중국인의 위생관념을 바꿔놓은 계기였다면 도시화와 소득증가는 중국 소비자 사이에서 꾸미고 가꾸는 문화가 정착시켰다. 특히 온라인을 통한 판매가 확산되면서 과거에 비해 소비자들의 구매는 더욱 편리해진 것으로 분석된다. 따라서 향후 동 분야 진출 시 온라인 판매를 고려하는 한편 주요 경쟁국인 미국, 일본, 유럽과 차별되는 한국제품의 특징(한방, 친환경 원료 등)을 부각시킬 필요가 있다.

Infant, 4차 베이비붐 세대를 노려라

중국 정부는 2013.11월 부모 중 한 쪽이라도 독자인 경우, 아이 둘을 가질 수 있도록 허용하는 단두얼타이 정책을 확정하여 사실상 지난 35년 간 유지해 온 1가구

1자녀 정책을 폐지하였다. 1년 동안 서울 인구 규모와 비등한 약 1천만 명의 신생아가 태어나는 중국에서 산아제한정책의 실질적인 폐지는 향후 영유아용품 시장에 호재로 작용할 전망이다. 특히 구매력을 갖춘 바링허우(80后)가 부모세대로 진입하면서 시장규모는 더욱 확대될 것으로 기대된다. 우리 기업들은 한·중 FTA를 계기로 중국과 한국의 유사한 육아문화를 활용한 수출확대 전략을 마련하는 한편, 중국의 강화되는 비관세장벽(인증, 등록제)에 대비해야 할 것이다.

Nutrition, 14억 식탁에 부는 한류

중국은 현재 역사상 가장 강력한 식품안전법을 시행 중임에도 불구하고 식품 안전성 문제는 여전히 심각한 상황이다. 이에 따른 반대급부로 수입식품에 대한 인지도가 높아지는 상황에서 한류열풍이 겹치며 한국 농식품에 대한 중국 소비자의 만족도도 지속적으로 높아져 향후 농식품 수출확대가 기대된다. 특히 한·중 FTA의 48시간 통관원칙이 우리 기업들의 수출애로 해소에 기여할 전망이다. 우리 기업은 이 기회를 발판으로 중국 내에서의 유통 과정에서 발생할 수 있는 안전사고에 대비하는 한편, 경소상을 중심으로 하는 중국 특유의 유통망에 대한 철저한 이해를 바탕으로 판매채널 확보에 나서야 할 것이다.

Aging, 고령화 시대의 도래

중국은 급속한 고령화로 2035년 초고령사회에 진입할 전망이다. 특히 2035년에는 세계 65세 이상 인구의 약 1/4이 중국인일 것으로 나타났다. 인구 규모로는 세계 최대의 실버시장이 형성되는 것이다. 이에 따라 헬스케어 지출 규모도 현재 선진국의 약 10% 수준에 불과하지만 향후 성장 잠재력은 높을 것으로 기대된다. 특히 중국의 노인 전용 상품이 출시 초기단계에 있으므로 향후 건강보조식품, 의료기기 중에서도 높은 수준의 기술력과 품질을 요구하는 품목을 중심으로 한·중 FTA를 활용한 시장 선점이 필요하다.

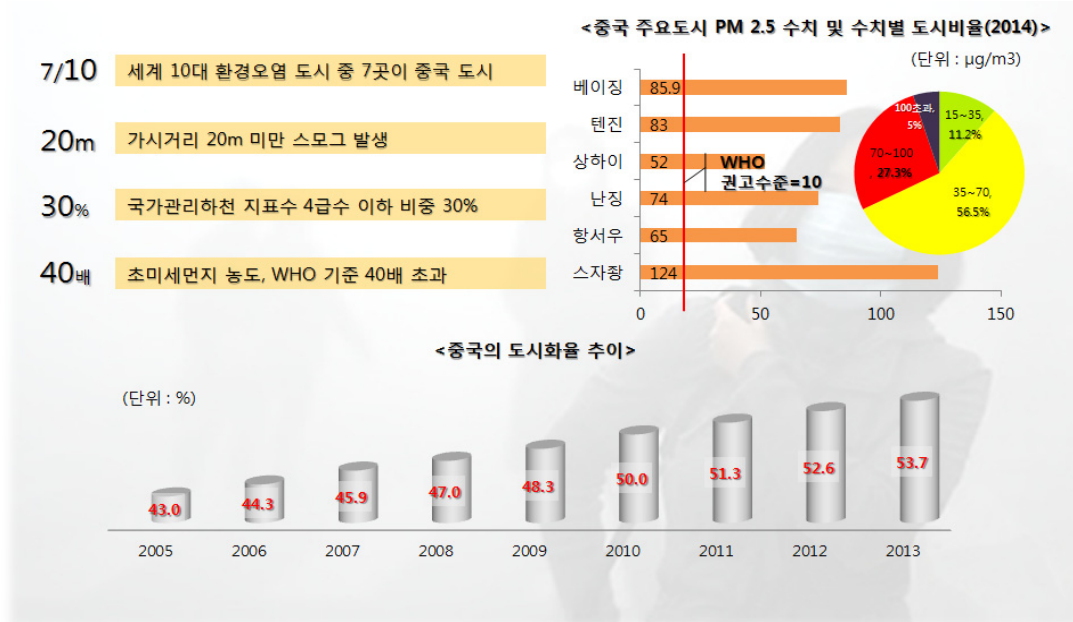
본 문

I. 연구의 배경

- ☐ 한·중 FTA를 계기로 중국시장 진출에 대한 관심이 고조되는 가운데 우리 수출은 중국 수입시장 점유율 10%를 돌파
 - 2014.11월 타결된 한·중 FTA는 2015.6월 정식서명을 완료하여 국회 비준동의 절차만을 남겨두고 있음
 - 전반적인 수출 부진 속에서도 한국의 對중국 수입시장 점유율이 10.5% (2015.1-7월 기준)를 기록하며 선전
 - * 한국의 중국 수입시장 점유율(%) : 9.9(2010)→ 9.3(2011)→ 9.2(2012)→ 9.2(2013)→ 9.7(2014)→ 10.5(2015.1-7월)
- ☐ 중국 정부가 양적 성장에서 경제성장의 질을 높이는 방향으로 구조 전환을 모색함에 따라 경제·인구·환경 등 다양한 분야에 새로운 정책 기조가 등장하여 소비시장 트렌드는 전환기를 맞이할 전망
 - 중국은 최근 임금소득 확대, 소비재 관세 인하, 소비세 인하 검토 등을 통해 내수 진작에 나서고 있음
- ☐ 본 보고서는 중국 정부의 정책 기조 및 소비시장 분석을 통해 향후 중국 시장을 이끌 5대 트렌드를 제시하고 한·중 FTA를 활용한 對중국 수출 유망품목 발굴하고자 함
 - 최근 중국의 가장 큰 변화는 약 35년간 유지해온 산아제한정책 폐지, 도시화, 소득증가에 따른 소비확대를 꼽을 수 있음
 - 이 같은 변화에 직접적인 영향을 받을 것으로 예상되는 ①친환경(Clean), ②개인 위생용품(Hygiene), ③영유아용품(Infant), ④농식품(Nutrition), ⑤고령화(Aging)의 5대 트렌드를 선정하고 한·중 FTA 양허 수준을 고려해 유망품목을 제시

Ⅱ. C.H.I.N.A.로 중국을 공략하라

C Clean, 친환경 시장의 성장



자료 : 중국 환경보호국, 중국 국가통계국, 각종 언론자료 종합

- ☐ 급속한 경제 성장에 따른 도시화, 공업화로 중국의 환경오염 문제가 심각한 수준에 이르자 환경보호 대책이 정책의 핵심 현안으로 부상
 - 2014년 기준 중국의 평균 미세먼지농도($\text{PM}_{2.5}$)가 WHO 권고 기준의 6.2배에 달하고($62\mu\text{g}/\text{m}^3$) 수질오염으로 7대²⁾ 유역의 지하수 70% 이상이 오염된 것으로 나타나는 등 중국은 심각한 환경오염 문제에 직면
 - 환경오염으로 국가경제와 사회 불안이 지속되면서 중국 정부는 환경보호를 위한 구체적인 목표를 제시하여 규제를 강화하는 한편 관련 산업의 투자를 확충
- ☐ 중국 정부는 심각한 수준의 환경오염 실태를 인지하고 국가적 차원의 규제를 강화하는 한편 에너지 절감 및 환경보호 관련 산업을 적극적으로 육성

1) 대기 중 직경 $2.5\mu\text{m}$ 이하 초미세먼지 농도로 대기오염 정도를 파악하는 지표로 널리 활용되고 있음

2) 7대 유역 : 창장, 황허, 주강, 쑹화강, 화이허, 하이허, 랴오허

- 중국 국무원은 12차 5개년 경제계획의 ‘에너지절약 환경보호 산업 발전계획’을 통해 에너지 절감, 환경보호, 자원순환 등 환경 분야의 투자를 강화하였으며 13차 5개년 경제계획에서도 이러한 정책기조는 유지될 전망

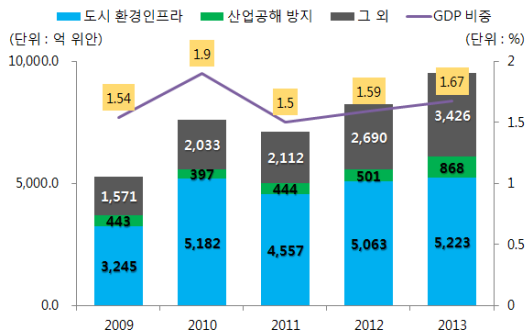
– 대기오염에 대한 국내외의 우려가 심각해지면서 국가이미지 타격까지 우려됨에 따라 기관별로 후속조치들이 쏟아지는 상황임

* 국무원 : 대기오염방지행동계획 발표(2017년까지 미세먼지농도(PM10) 2012년 대비 10% 감축, 대기오염 및 수질개선사업 투자 확대)

** 환경부 : 기업규제 강화(BMW선양 공장 확장신청 반려(사유 : 폐수처리 계획 불충분))

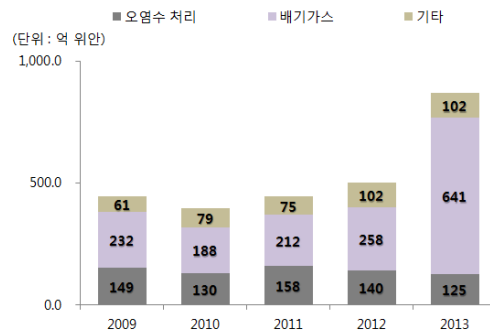
*** 베이징시 : 자체적인 대기오염 방지 예산 1조 위안 투입, 석탄소비량 감축, 차량수 제한

<중국의 환경보호 관련 투자 동향>



자료 : 중국 국가통계국

<중국 분야별 산업공해 방지 투자액>



자료 : 중국 국가통계국

☐ 특히 주요 투자대상인 물산업은 중국 로컬기업이 급성장하고 있으나 분야별, 단계별로 적용기술이 다른 물산업의 특성상 새로운 기술 및 설비 수요가 지속적으로 발생할 전망

☐ 일반 소비자도 대기·수질오염에 대비한 가정용품의 수요를 확대하고 있으나 보급률이 미미하여 향후 성장 가능성이 높은 것으로 판단됨

- 환경오염이 중국인의 생활에 직접적인 영향을 미치는 수준으로 심각해지면서 정수기, 공기청정기 등 환경관련 상품의 수요가 증가

- 중국 내에서도 관련 품목을 생산하고 있으나 대부분 중소형 업체로 현재 수요는 중국에 진출한 외국계 기업 또는 수입에 의존하고 있으며, 보급 초기단계에 있어 향후 수입수요 확대 예상

- 그 외에도 환경오염에 민감한 소비자 트렌드를 고려해 여행, 화장품, 식품 등 생활 전반에 걸쳐 다양한 상품이 출시되고 있음
- 최근 중국 소비자를 겨냥해 공기 좋은 곳을 찾아 떠나는 폐세척 관광, 산소캔, 천연화장품 등이 출시되어 인기를 끌고 있음

<중국의 정수기 및 공기청정기 수입 동향>

(단위 : 백만 달러, 전년 대비 %)

품목	구 분	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증가율 (최근4년)
공기 청정기	對세계 수입액	17.0	26.8	31.6	80.1	190.1	82.8
	(증가율)	(-47.3)	(37.6)	(-10.3)	(37.2)	(35.7)	
	對한국 수입액	10.2	19.0	22.8	62.9	133.1	
	(증가율)	(117.5)	(86.3)	(19.5)	(176.4)	(111.6)	
	한국순위	1	1	1	1	1	
정수기	對세계 수입액	19.1	21.5	22.5	31.1	65.6	36.1
	(증가율)	(58.0)	(12.9)	(4.7)	(38.1)	(110.6)	
	對한국 수입액	2.8	2.4	2.2	3.5	5.0	
	(증가율)	(80.0)	(-15.0)	(-9.6)	(60.2)	(45.2)	
	한국순위	4	4	4	4	5	

주 : 가정용 제품에 한함
자료 : 한국무역협회(K-Stat)

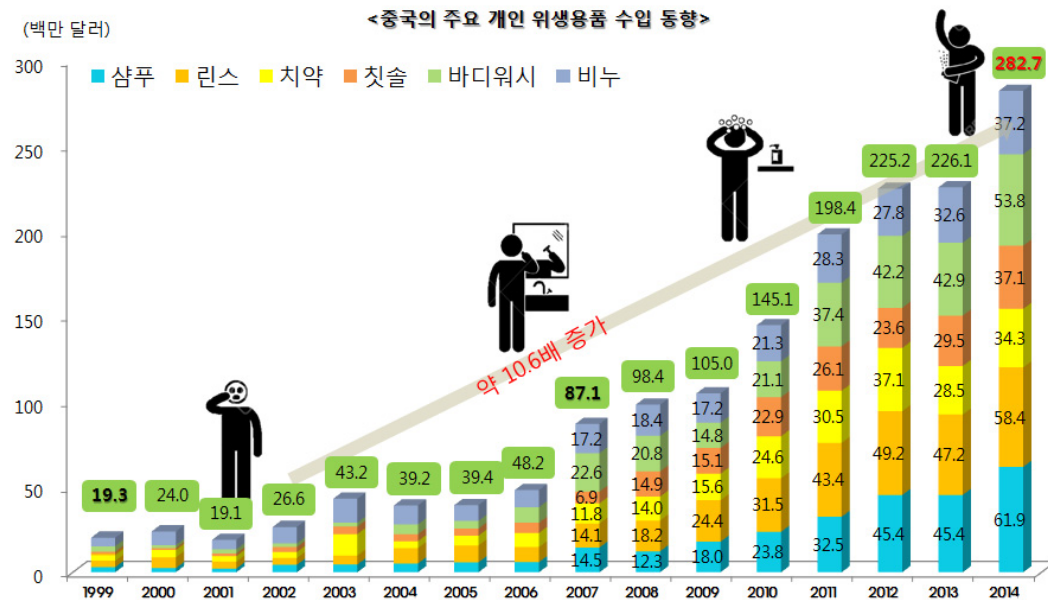
- ☐ 한·중 FTA 발효 시 환경관련 상품의 관세 인하 및 중국의 하수처리서비스 시장이 개방되어 상품과 서비스의 동반진출을 통한 시너지효과 창출 기대
- 정부 정책 및 기술의 영향이 큰 환경산업의 특성상 중국 정부의 확고한 정책기조와 한·중 FTA는 기술력을 보유한 우리 기업들의 중국시장 진출에 유리한 환경을 조성
- 아울러 중국 소비자들의 환경오염에 대한 관심이 지속적으로 증대되고 있어 FTA, 맞춤형 마케팅 등을 활용해 관련 소비재 수출 확대를 위한 전략 마련 필요

<개인 위생 관련 對중국 수출 유망품목>

(단위 : 백만 달러, 비중 %)

HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
22011010	미네랄워터(첨가물이 없는 것)	27.5	24.4	0.5	1.9	20%	20%	20년균등
22019010	천연수	12.8	62.3	0.2	1.8	10%	10%	10년균등
22021000	설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물	18.2	42.8	2.7	14.9	20%	20%	20년균등
56039410	부직포(1제곱미터당 중량 150g초과)	81.8	-0.9	11.1	13.6	10%	10%	5년균등
73043190	철, 비합금강제의 관(무계목, 원형횡단면의 것)	84.4	4.8	2.7	3.2	4%	4%	5년균등
73049000	기타 철강제 관(무계목)	35.8	-2.7	2.8	7.9	4%	4%	5년균등
73063011	기타 철강제 관(오픈심, 리벳방식/두께7mm이하)	17.0	-10.2	6.7	39.4	3%	3%	5년균등
73269090	기타 철강제 제품(기술용)	487.5	1.2	30.6	6.3	8%	8%	5년균등
84137099	기타 원심 펌프(분당 10000r 미만)	836.9	5.4	19.3	2.3	8%	8%	5년균등
84138100	기타 펌프	318.9	-4.0	10.2	3.2	8%	8%	5년균등
84212110	가정용 정수기*	65.6	36.2	5.0	7.7	12%	25%	20년균등
84212990	기타 정수장치	934.9	9.3	33.2	3.6	5%	5%	즉시
84213910	가정용 공기 청정기	190.1	82.7	133.1	70.0	8%	15%	PR-35
84213921	전기집진식 산업용 청정기	15.4	-9.3	1.8	12.0	5%	5%	즉시
84219990	정화기(가정용이 아닌것)	1,033.3	8.2	47.1	4.6	5%	5%	즉시
84818040	기타 밸브류*	2,217.7	4.0	91.0	4.1	3%	7%	즉시
84818090	기타 텀, 코크 및 이와 유사한 장치	233.5	12.1	6.1	2.6	5%	5%	5년균등
84819010	밸브 부분품*	1,119.8	14.2	194.9	17.4	4%	8%	즉시
84819090	텀, 코크 및 유사장치의 부분품	154.6	8.4	2.9	1.9	8%	8%	5년균등
94051000	조명기구(LED 조명 포함)	39.3	12.5	2.1	5.3	10%	10%	10년균등
84213921	산업용 집진기	15.4	-9.3	1.8	12.0	5%	5%	즉시
85076000	리튬이온축전지*	3,420.1	-7.2	1,230	36.0	8%/10% /12%	12%	PR-20
48142000	벽지	113.0	-1.0	12.3	10.9	7.5%	7.5%	양허제외
90271000	가스 및 매연 분석기기	798.9	39.6	103.5	13.0	7%	7%	15년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상
 자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문



자료 : 한국무역협회(K-Stat)

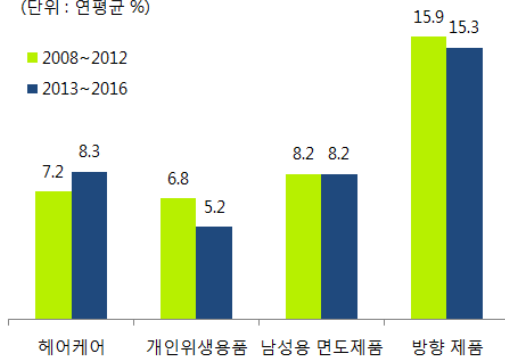
- ☐ 2002년 사스(SARS) 사태를 시발점으로 위생에 대한 인식이 향상되면서 개인 위생용품에 대한 수요가 급격히 증가하기 시작해 관련 수입규모는 약 10.6배 증가
 - 사스 사태 이후 위생용품에 대한 소비자 수요가 급격히 증가하기 시작한 이래 도시화와 소득 증가의 영향으로 관련 위생용품의 수요가 급증
 - 최근에는 보건, 위생관리의 차원을 넘어서 스스로를 가꾸고 꾸미는 미용에 대한 관심이 확대됨에 따라 화장품을 포함한 바디, 헤어케어 제품들의 수요가 확대되는 추세
 - 특히 도시화로 신축건물이 들어서는 과정에서 현대적인 화장실·욕실이 설치되고 도시지역을 중심으로 상업용 시설의 공공 화장실 리모델링이 진행되는 등 개인 위생용품의 시장은 더욱 확대될 것으로 기대
- ☐ 중국 로컬기업의 생산도 확대되고 있으나 프리미엄급 제품은 외국 브랜드가 강세를 보이고 있음

- 중국은 위생 관련 주요 품목에서 무역수지 흑자를 기록하고 있으나 수입단가가 수출단가에 비해 약 1.5~3배 높게 형성되어 있음
- 세면대, 변기 등 시설 측면에서도 2000년대 초반 호텔, 비즈니스 빌딩 고급주택을 중심으로 진출한 미국, 일본, 유럽 기업이 고급제품 시장의 주류를 형성

<품목별 위생용품시장 규모 전망>

(단위 : 연평균 %)

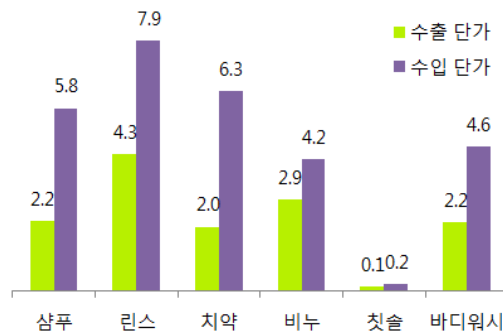
■ 2008~2012
■ 2013~2016



<주요 위생품목 수출입 단가 비교(2014년)>

(단위 : 달러/kg)

■ 수출 단가
■ 수입 단가

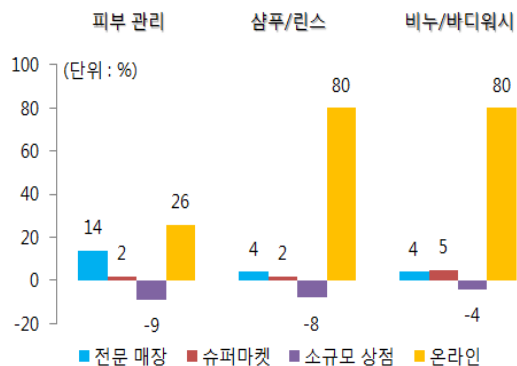


자료 : Datamonitor(2013), 한국무역협회 상해지부 주 : 중국통계상 수출입 금액을 중량으로 나눈 단가임
자료 : 한국무역협회(K-Stat)

□ 수요 확대로 판매 채널이 다양화되면서 소비자들은 오프라인 구매보다 온라인 구매를 선호하는 것으로 나타남

- 구매 경로는 전문매장, 슈퍼마켓, 상점 등 전통적인 오프라인 채널에서 온라인 쇼핑몰을 통한 구매로 빠르게 전이되고 있음

<주요 품목의 판매채널별 매출 증감율(2014년)>



자료 : 닐슨(KOTRA(2015)에서 재인용)

<위생용품 온라인 구매 순위>

순위	품목명	응답률(%)
1	바디워시	48
2	치약	42
3	미용티슈	37
4	샴푸/린스	37
5	세탁세제	36
6	화장품	36
7	화장지	33
8	칫솔	33
9	비누	32
10	식기세척제	29

자료 : 닐슨닐森全球电商和新零售调查

- 2014년 중국의 택배처리량이 약 140억 건에 달해 세계 1위를 기록³⁾하는 등 중국의 전자상거래 시장이 활성화되고 있어 향후 판매경로 개척 시 온라인 판매를 고려할 필요
- 중국 위생용품시장에서 선전해온 다국적기업 유니레버의 2014년 3분기, 4분기 매출이 각각 20% 감소하였으며, 이는 온라인으로 소비패턴이 옮겨지는 환경에 대응하지 못한 것이 가장 큰 원인으로 분석됨(WSJ, 2015.6월)
- 중국의 위생용품시장이 지속 확대되는 한편 판매채널 전환기를 맞은 것으로 분석됨에 따라 향후 한·중 FTA를 활용해 프리미엄급 제품을 중심으로 중국 시장 진출 필요
- 한방, 친환경 원료 등을 활용해 중국인에게 친숙하면서도 미국, 일본, 유럽과 차별화되는 한국제품의 특징을 부각하는 전략 마련이 필요
- 아울러 위생용품이 화장품과 유사한 카테고리로 분류되어 판매되는 만큼 기존 화장품 시장 진출을 통해 축적한 경험과 노하우, 유통망을 적극 활용할 수 있을 것임

사례



<나 일본 비데 샀다?!>

지난 3월, 중국 최대명절인 춘제 기간 동안 중국인들이 일본에서 구입해 온 비데가 "made in China"제품으로 알려져 논란이 되었다. 리커창 총리가 양회에서 해당 사례를 언급할 정도로 사회적으로 큰 이슈가 되었던 이 사례는 중국인들의 해외브랜드 선호 성향과 중국인의 위생관념 변화를 동시에 보여준다. 실제로 중국의 비데 보급률은 0.1% 수준으로 한국이나 일본에 비해 매우 낮은 수준이다. 특히 중국에서는 비데에 정수, 방습 등 다양한 기능들이 추가되어야 하기 때문에 생산원가도 높은 편이다. 그러나 이미 구매력 있는 중산층 이상을 중심으로 비데에 대한 수요가 꾸준히 확대되고 있는 것으로 나타났다. 일반 상점도 이미지를 고려해 깨끗한 화장실을 현대화하는 추세다. 위생수준의 척도인 화장실의 변화는 향후 중국 위생시장의 성장을 암시한다. 중국 정부도 화장실 현대화에 적극적으로 나서고 있는 만큼 우리 기업들도 관련 상품을 중심으로 시장진입 기회를 포착하는 등 진출방안을 모색할 필요가 있다.

3) 중국 국가우정국(2015.3)

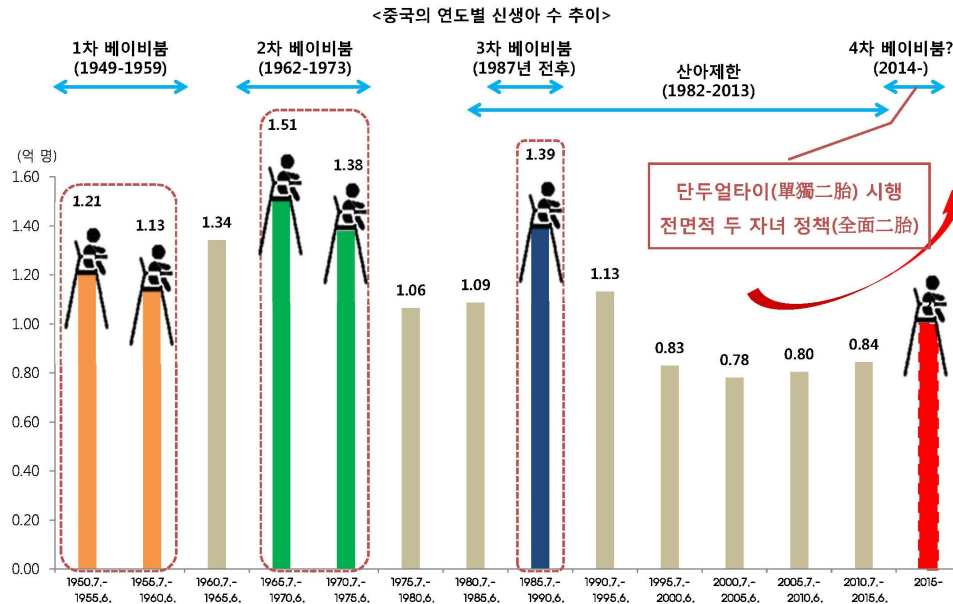
<개인 위생 관련 對중국 수출 유망품목>

(단위 : 백만 달러, 비중 %)

HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
33049900	기타 화장품(스킨케어 포함)	1,923.0	29.4	204.6	10.6	2%	6.5%	PR-20
33051000	삼푸	61.9	27.0	6.9	11.2	6.5%	6.5%	PR-35
33059000	기타 헤어제품	58.4	16.7	6.0	10.3	10%	10%	PR-35
33061010	치약	34.3	8.7	4.9	14.2	10%	10%	10년균등
33069000	구강 위생용품	11.5	22.7	0.9	7.9	10%	10%	10년균등
34011100	비누(세면용)	37.2	15.0	2.9	7.7	10%	10%	10년균등
34011990	비누(기타 용도)*	23.7	19.7	3.7	15.6	10%	15%	10년균등
34022090	조제 세제 및 청정제	175.4	24.4	21.0	12.0	10%	10%	PR-35
34059000	기타 광택제 및 크림 조제품	196.6	22.9	26.9	13.7	10%	10%	5년균등
38089190	살충제(비소매용)	137.2	6.0	27.9	20.3	6%	6%	5년균등
38089290	살균제(비소매용)	310.2	22.3	31.1	10.0	6%	6%	5년균등
38089400	소독제	96.0	26.6	4.1	4.3	9%	9%	5년균등
39229000	비데, 화장실 팬 등	6.5	14.1	0.2	3.4	10%	10%	10년균등
39249000	기타 주방 및 화장실용 위생용품	93.2	17.6	9.8	10.6	10%	10%	10년균등
82122000	안전면도날	100.1	-3.0	6.0	5.9	14%	14%	10년균등
85081100	진공청소기 (전동기를 갖춘 1,500W 이하, 20L 이하)	43.4	39.4	4.8	11.1	10%	10%	10년균등
96032100	칫솔*	37.1	12.8	5.0	13.4	10%	25%	20년균등
96032900	화장용 브러시	17.5	11.8	1.2	6.7	15%	15%	10년균등
96190020	위생용 타올	26.4	55.6	3.0	11.5	10%	10%	10년균등
85098020	가정용 쓰레기 처리기	3.4	3.2	0.2	5.4	20%	20%	20년균등
96190090	여성위생용품(생리대)	4.1	-20.0	0.1	2.3	14%	14%	10년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상
 자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문

I Infant, 4차 베이비붐 세대를 노려라



자료 : UN Population Division

- 중국 정부는 부모 중 한 쪽이라도(單) 독자인 경우(獨) 아이 둘을(二) 가질 수(胎) 있도록 허용하는 단두얼타이(單獨二胎) 정책을 확정(2013.11)
 - 중국 정부가 1979년부터 실시한 '1가구 1자녀'정책에 의해 현재 대부분의 20~30대가 외동이므로 단두얼타이 정책은 사실상 '1가구 1자녀'정책의 폐지를 의미
 - 동 정책은 심사제로 시행되므로 자격을 갖춘 가구가 성(省)·시(市)별로 심사를 신청하여 허가를 획득한 후에 둘째아이를 출산할 수 있음

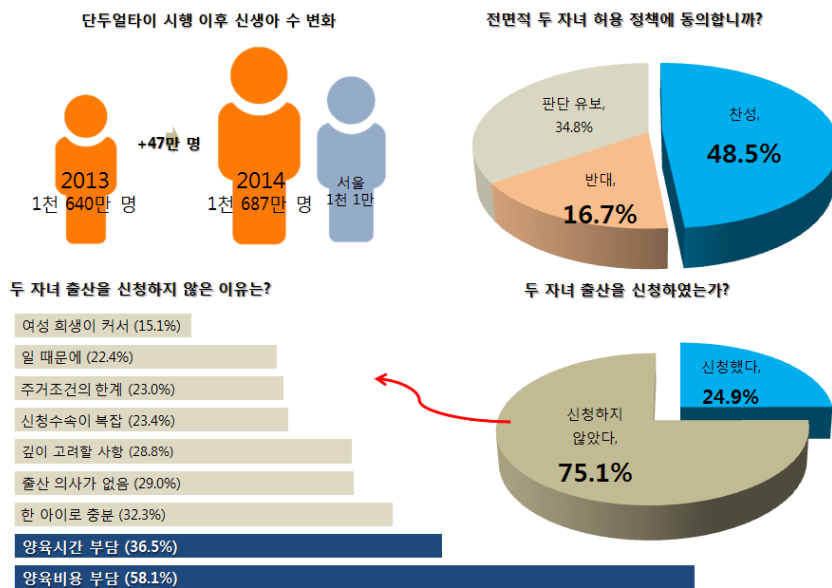
<중국의 인구정책 변화>

시기	주요 내용
1979~2013	- 상하이, 1가구 1자녀 제한 공식 시행(1979) - 전국인민대표회의, 1가구 1자녀 제한 공식 시행(1982) - 부부당 1자녀 출산 권유 - 2번째 자녀 출산에 대한 예외조항(소수민족, 양쪽모두 독자 등) 허용(2000)
2013.11	- 단두얼타이(單獨二胎) 정책 도입 - 부부 중 적어도 한 명이 외자일 경우 둘째 아이 출산 가능 - 심사제 형식
2014~	- 각 성별로 시행 중

자료 : 중국 국가위생계획생육위원회, 한국투자증권(2014)

□ 시행 첫 해인 2014년 신생아 수는 전년대비 47만 명 증가한 수준으로
 동 제도가 안착되고 이후 전면적 두 자녀 허용정책(全面二胎)으로 이어질
 경우 4차 베이비붐 기대

- 중국 정부는 단두얼타이 시행을 통해 연간 약 100만 명의 신생아수 증가를 예상
 했으나 도시지역의 높은 양육비 부담으로 시행 첫 해에는 다소 부진
- 단두얼타이 정책은 각 성(省)·시(市)별로 시행 시기, 적용 기준이 다소 상이하어
 제도 안착에 시일이 소요될 전망
- 향후 제도가 안정되고 전면적 두 자녀 허용정책(全面二胎) 등 추가적인 출산장려
 정책이 추진되면 신생아 수 증가는 가속화될 것으로 예상됨
- 출산장려정책은 노동인구 감소, 급격한 노령화 등 산아제한정책의 부작용을
 해결하고 내수확대의 기반을 마련하기 위한 것으로 중국 정부는 정책 효과를 높이기
 위해 전면적 두 자녀 허용정책을 검토 중임(2015.7, 국가위생계획생육위원회)



주 : n=2,052

자료 : 국가위생계획생육위원회, 중국청년보(中国青年报, 2014)

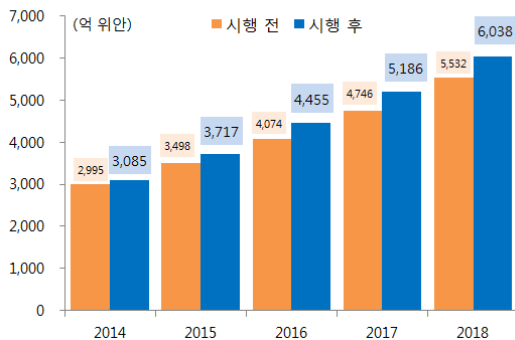
□ 중국 신생아 수 증가 전망에 따라 영유아용품 시장규모도 확대일로에 있으며
 구매력을 갖춘 바링허우(80后)*세대가 부모세대로 진입하여 향후 성장잠재력이
 충분한 것으로 평가됨

- 주요 구매층으로 부상한 바링허우세대는 가격보다는 품질과 안전을 중시하여 수입품을 선호하며 온라인구매에 익숙함

* 바링허우(80后)세대 : '1가구 1자녀'정책 시행 이후 태어난 '샤오황디(小皇帝)'세대로 소비지향적 성격이 강하며, 현재 부모세대 중 약 85%가 바링허우에 해당함

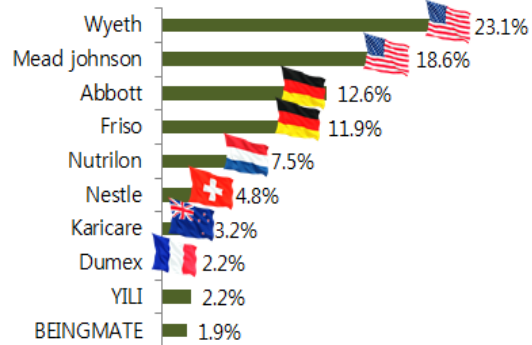
- 중국산 제품의 안전사고가 빈번하게 발생함에 따라 분유, 카시트 등 아동 안전과 직결되는 상품의 해외브랜드 선호 경향이 뚜렷함

<중국 영유아용품 시장규모 전망>



자료 : AC닐슨, 生活用纸行业协会, Frost&Sullivan
(한국무역협회 상해지부(2014)에서 재인용)

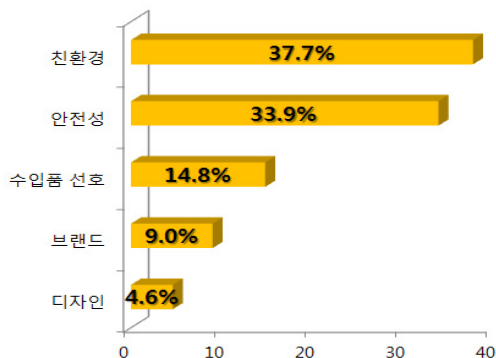
<이하오디엔 관심도 상위 10개 분유업체 >



자료 : iResearch(KOTRA(2015)에서 재인용)

- 특히 영유아 용품일수록 친환경 · 안전성을 중요시하여 중국산 제품보다 수입품을 선호하는 추세이며 최근에는 온라인 직접구매 등을 통해 구매할 정도로 관심도가 높음

<중국 부모세대의 유아용품 소비관>



자료 : 2014年中国母婴研究系列报告

<2014년 중국의 해외구매 10대 인기제품>

- ① 아기용품 - 분유, 기저귀, 젖병, 아동용 의자 등
- ② 화장품 - 스킨케어, 마스크팩 등
- ③ 사치품
- ④ 전자기기 - 태블릿PC 등
- ⑤ 의류
- ⑥ 가방
- ⑦ 보건의료기기
- ⑧ 주방기기 - 녹즙기, 주서기, 보온컵, 수저
- ⑨ 스마트 디지털 기기 - 스마트 시계 등
- ⑩ 생활가전 - 공기청정기, 진공청소기, 정수기 등

2005-2015
중국 해외구매제품
1위!

자료 : 중국전자상거래연구센터, 타오바오

- 중국 소비자를 겨냥한 한국의 역직구 쇼핑몰에서도 기저귀, 물티슈, 영유아 전용 세제, 매트, 아동복 등 영유아 제품이 매출 1위를 차지⁴⁾하는 등 한국산 제품의 인기가 높은 것으로 나타남
- 중국이 미국, EU 등 선진국과의 FTA를 체결하지 않은 만큼 한·중 FTA를 활용해 영유아 관련 수출품목을 다변화하고 시장선점효과를 누리는 한편, 중국의 비관세장벽 변화에 면밀히 대응할 필요
 - 프리미엄급 영유아용품 시장에서는 중국 로컬브랜드보다 미국, 유럽, 일본 등 선진국과의 경쟁이 치열한 만큼 FTA를 발판으로 선점효과를 극대화할 필요
 - 젓가락, 포대기 등 중국과 한국의 유사한 육아문화를 활용한 수출품목 다변화 및 관세인하효과를 활용한 수출 확대 전략 마련
 - 최근 중국이 분유와 관련된 등록제 시행, 포장기준 강화 조치를 발표하였으며, 카시트의 경우 2015년 9월부터 CCC인증 대상에 포함되는 등 비관세장벽을 강화하고 있어 상시적인 모니터링과 한·중 FTA 상의 이행협의를 통해 문제제기 및 개선노력 필요

사례



<어린이용 의약품, 틈새시장을 노리다!(북경한미약품)>

- 성인용 의약품에 치중된 중국 틈새시장 공략(성인약을 어린이에게 나눠 먹이는 문화)
- 중국 지준판과 합작사 설립(1996)
- 마미아이(어린이용 정장제), 이탄징(어린이용 감기약) 등 어린이용 의약품 생산
- 마미아이, 중국 정부로부터 '중국유명상표' 획득(2014)
- 2015년 상반기, 매출 3억 1,110만 위안(약 529억 원) 달성



<중국에 부는 교육열풍, 대륙을 연주하다!(삼익악기)>

- 중산층 확대, 높은 교육열로 피아노 수요 성장
- 한국의 13배가 넘는 시장 공략을 위한 세계적 피아노 업체 인수→브랜드 스토리 텔링
- 대리점이 있는 지역에 전국 순회로 성악공연 및 연주회를 여는 친밀한 마케팅
- 콩쿠르 마케팅 전개(자일라-삼익 콩쿠르 개최 : 상하이시 후원, 약 8만 명 참가)
- 2015년 상반기, 매출 3억 1,110만 위안(약 529억 원) 달성



<육아에 부는 한류 바람!(아이엔젤)>

- 인터넷 쇼핑몰을 중심으로 육아용품에 대한 수요 급성장
- 우수한 품질과 인체공학적인 디자인으로 젊은 부모층 공략
- 온라인 판매를 통해 유통채널을 확보
- 다양한 가격대의 상품군으로 중국 로컬브랜드와의 경쟁

4) 글로벌 롯데닷컴 2015.2월 매출 기준

<영유아 관련 對중국 수출 유망품목>

(단위 : 백만 달러, 비중 %)

HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
19011010	유아용 분유(소매용)	1,548.7	-	67.7	4.4	5%	15%	양허제외
87150000	유모차와 그 부분품	17.3	-9.2	0.0	0.0	20%	20%	15년균등
92011000	업라이트 피아노(전자식 포함)	108.1	26.8	15.6	14.4	17.5%	17.5%	10년균등
94012090	아기용 카시트	46.1	-7.3	0.4	0.8	10%	10%	15년균등
96190010	기저귀	733.9	60.1	130.2	17.7	2%	7.5%	양허제외
40149000	위생, 의료용 고무제품(젓꼭지 포함)	11.7	-0.9	0.1	0.8	17.5%	17.5%	10년균등
61112000	유아용 의류 및 부속품(면/편물만)	76.8	37.4	0.7	0.9	14%	14%	10년균등
62092000	유아용 의류 및 부속품(면/편물제외)	23.8	33.6	0.1	0.3	14%	14%	10년균등
96099000	미술용 파스텔, 초크, 목탄	8.8	19.7	1.0	11.7	15%	15%	10년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상
 자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문

N Nutrition, 14억 식탁에 부는 한류



중국 소비자의 수입 농식품의 국가 선호도

품목	1위	2위	3위
냉동식품	한국 (28.4%)	일본 (25.7%)	미국 (13.5%)
제과 스낵류	한국 (45.4%)	미국 (11.7%)	덴마크/일본 (8.2%)
면류	한국 (39.4%)	미국 (15.2%)	이탈리아 (9.1%)
유제품	덴마크 (20.9%)	뉴질랜드 (19.5%)	미국 (12.7%)
음료	한국 (33.9%)	미국 (33.9%)	영국 (8.9%)
주류	프랑스 (45.8%)	독일 (12.5%)	미국 (8.3%)
양념/소스류	한국 (47.1%)	미국 (23.5%)	이탈리아 (17.6%)
통조림류	태국 (27.2%)	미국 (27.2%)	-

주 : n=750명, 1순위 응답
자료 : 한국농촌경제연구원(2015)

국가별 한식 선호도

<중국>	<일본>	<베트남>
1위 한국	1위 이탈리아	1위 중국
2위 일본	2위 중국	2위 한국
3위 이탈리아	3위 한국	3위 태국

자료 : 농림축산식품부(2015)

□ 최근 중국 내 한류열풍과 중국산 식품의 안전성 문제로 한국 농식품에 대한 중국 소비자의 인지도가 높아지는 추세임

- 주요 가공식품에 대한 수입국 선호도 조사에서 유제품, 주류, 통조림류를 제외한 분야에서 한국이 1위를 차지(농촌경제연구원(2015))
- 신선식품에 대한 중국측 검역기준이 까다로워 신선농식품의 수출은 제한적인 반면 가공식품을 중심으로 인지도를 높여가고 있음

– 중국의 對한국 과채류 수입(견과류제외/신선)실적은 사실상 전무하며, 견과류 및 일부 건조 과채류만 수입

– 신선식품 중 중국으로 수출되는 품목은 사실상 신선우유가 유일하며 살균방식 등 검역기준 문제로 2014년 수출이 일시 중단되었으나 2015.7월 재개됨

□ 식품 안전성 문제 해소에 대한 중국 정부의 강력한 의지에도 불구하고 식품안전 사고가 반복적으로 발생해 중국산 식품에 대한 소비자 불신은 지속됨

- 중국 정부는 2013년 전국인민대표회의 1호 안건으로 친환경농업과 식품 안전문제를 채택하였으며, 2014년 6월 <식품안전법>개정을 통해 안전사고에 대한 단속과 처벌을 강화
- 중국 정부의 강력한 의지에도 불구하고 최근까지 안전사고 발생해 한국산 제품도 중국 내 유통과정에서 발생할 수 있는 안전사고를 방지하는 예방책 강구 필요

<공업용 소금, 식염으로 둔갑(2015.7)>

중국 장쑤성 업체가 공업용 소금을 '요오드 첨가 소금' 등 고급 정제 식염으로 둔갑시켜 약 2만톤의 소금을 베이징, 장쑤, 산둥성, 안휘성에 유통한 것으로 드러났다. 공안 조사 결과에 따르면 해당 소금에는 발암물질인 아질산염이 다량 검출됐으며 식당, 식품가공상 등에서 사용된 것으로 밝혀져 충격을 주고 있다. 그 외 에도 쓰레기가 가득한 우물에서 나온 물을 유명 생수로 둔갑시켜 판매하는 등 정부의 강력한 처벌 의지에도 불구하고 안전사고가 반복적으로 발생함에 따라 소비자 불신은 더욱 확산되는 실정이다.

<만져보고 사세요!(2012.7)>

중국의 진출한 지린성 롯데마트는 위생을 가장 중요하게 생각하는 중국 소비자들을 위한 특별한 진열법을 택했다. 돼지고기 등 육류제품까지 포장하지 않고 진열해 소비자들이 직접 눈으로 보고 만져보고 구입할 수 있도록 한 것이다. 실제로 중국 소비자들은 신선식품일수록 오감으로 위생을 확인하고자 하는 욕구가 강하다. 수입식품의 경우에도 라벨에 기재된 성분과 함량을 꼼꼼히 체크해 구매한다. 따라서 향후 중국 농식품 시장 진출을 원하는 업체는 위생에 대한 소비자 욕구를 파고드는 전략 마련이 주효할 것으로 보인다.

- 수입식품 인기 바람을 타고 對한국 농식품 수입도 증가하여, 천만 달러 이상 수입품목은 2010년 4개에서 2014년 14개를 기록

<중국의 국별 농식품 수입 천만 달러 이상 품목수>

(단위 : 개)

순위	국가	2010	2014
1	미국	37	60
2	호주	19	33
3	인도네시아	14	25
	태국	11	25
	칠레	9	25
4	뉴질랜드	15	23
	말레이시아	12	23
	프랑스	12	22
5	캐나다	11	18
6	한국	4	14
7	네덜란드	6	10
8	베트남	6	9
9	독일	7	8
10	브라질	6	7

주 : HS01-HS22류 중 01,03,05,14류 제외, 8단위 기준
자료 : 한국무역협회(K-Stat)

<중국의 對한국 농식품 수입 천만 달러 이상 품목>

(단위 : 천만 달러)

HS코드	품목명	수입액
17019910	그레인당	11.3
19011010	분유	6.8
22029000	기타 비알콜 음료	5.1
21069090	기타 조제식료품	3.9
20089931	조미 김	3.8
21011200	커피 농축물	3.8
19053100	스위트 비스킷	1.9
04012000	우유(지방 1%초과6%미만)	1.6
12112099	기타인삼뿌리	1.5
08024110	밤(탈각x)	1.4
16042099	저장처리 어류(간 것)	1.4
19023030	인스턴트 면	1.3
22030000	맥주	1.3
21039090	기타 소스류	1.3

주 : 수입액은 2014년 기준
자료 : 한국무역협회(K-Stat)

- 농식품 수입 천만 달러 이상 품목수를 기준 10위권에 속하는 국가 대부분이 세계적인 농식품 수출 강국으로 한국은 인접국인 일본에 비해 선전

– 중국의 對일본 농식품 수입 천만 달러 이상 품목수 : 5개(2010년)→5개(2014년)

□ 중국 농식품시장 공략을 위해서는 라벨에 제공된 정보와 브랜드를 중시하는 중국 소비자의 특성을 감안해 제품 포장과 브랜드 품질 관리를 위한 노력 필요

- 가짜 제품이 많고, 안전 사고가 반복적으로 발생하기 때문에 중국 소비자는 첫 구매 시 라벨을 꼼꼼히 확인하고 구매하는 특성이 있음
- 또한 브랜드로 제품을 식별하기 때문에 중국 내 유통과정에서의 위생관리 뿐만 아니라 유사품, 비정상적 경로를 거친 제품의 유통 등을 미연에 방지하는 노력이 동반되어야 함

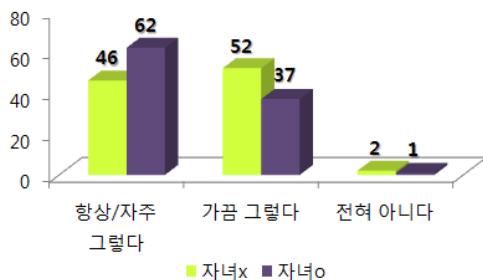
□ 아울러 중국 유통시장에 대한 이해와 이를 바탕으로 한 유통망 확보가 필수

- 중국의 대리상이 광역지역에서 성·현급까지 피라미드 체계로 유통구조를 갖고 있는 반면, 경소상*은 상호 경쟁하는 수평적 체계를 갖춰 대리상에 비해 취급물품이 다양하고 판매채널로의 유통에 직접적인 영향을 미침
- 현재 중국 농식품 유통은 경소상 중심의 체제로 구성되어 있으므로 광범위한 유통망을 보유한 경소상을 공략하는 것이 중국 내 유통의 관건임

* 경소상(經銷商, Vendor) : 중국의 중간 유통상으로 대리상(代理商)이 판매 대금 수수료로 이윤을 취하는 반면 경소상은 자기 자금으로 물품을 구매해 납품하는 독립적인 경영방식을 취함. 중국 내에서 최종 소비자까지 물품이 판매되기 위해서는 경소상을 거쳐 가는 것이 일반적임

<라벨 내용이 구매에 영향을 미치는 정도>

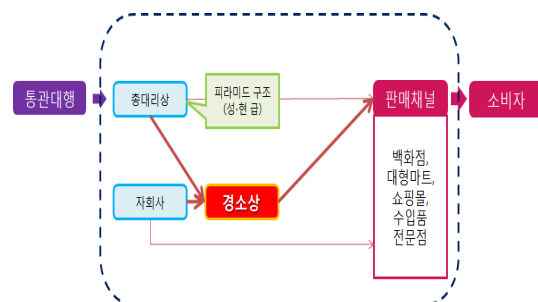
(단위 : %)



주 : n=750

자료 : Weber Shandwick

<중국 농식품 유통 체계>



자료 : 한국무역협회(2014),
한국농촌경제연구원(2015)

- 계절성과 유통기한이 짧은 농식품의 특성상 한·중 FTA의 48시간 통관 원칙이 향후 농식품 수출 애로 해소에 기여할 전망이며 한·중 FTA를 활용해 문화적 특색이 담긴 새로운 수출 품목을 발굴할 필요가 있음
- 한·중 FTA 협정문에 통관 절차의 신속·간소화 및 ‘48시간 내 통관’원칙이 명시되어 계절에 따라 판매 적기가 결정되고 유통기한의 영향을 받는 농식품의 통관 애로가 해소될 전망
- 아울러 한·중 FTA를 활용해 해삼, 굴 등 중국과의 식문화 유사성이 담긴 특색 있는 농식품의 수출을 적극 추진하고 투자를 유치하는 ‘made for China’전략 마련이 필요
- 중국기업은 최근 중국 내 폭발적인 수요를 충족하기 어렵거나 중국 내 환경오염으로 생산에 어려움을 겪는 품목에 대해 해외 농식품 기업을 투자·인수하여 국내수요를 충족시키는 전략을 구사
 - * 중국 육류 가공업체인 슈양후이(雙匯)는 중국의 돼지고기 수요 확대에 대비하기 위해 미국 가공업체인 스미스필드푸드(Smithfield Foods)를 인수(2013.5월)
 - ** 중국 상하이 브라이트푸드그룹이 호주 마나센푸드를 인수(2011.5월)

<농식품 관련 對중국 수출 유망품목>

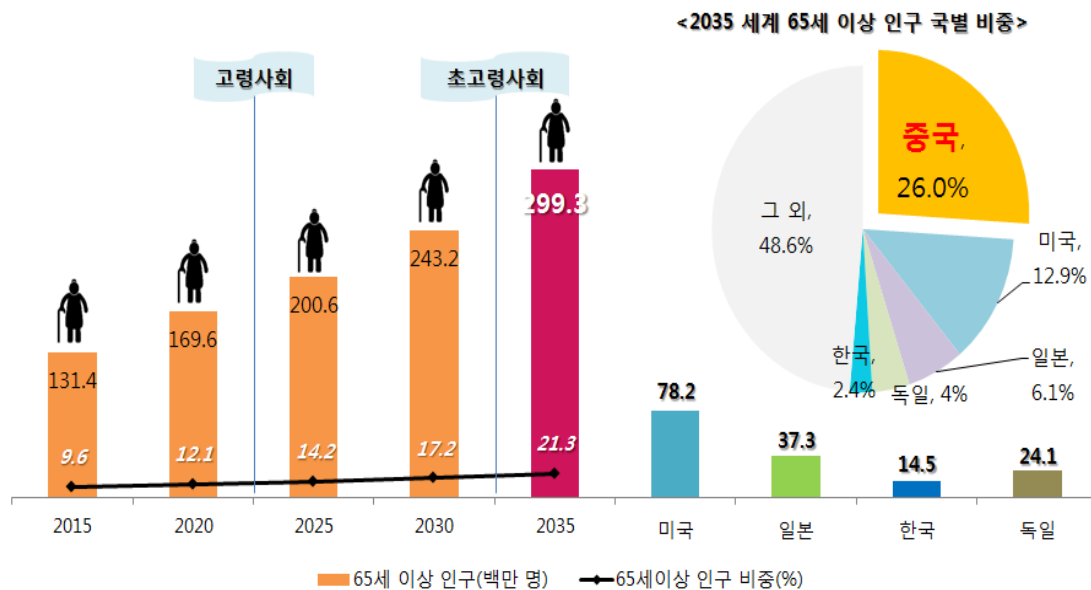
(단위 : 백만 달러, 비중 %)

HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
03071900	가공처리한 굴(냉동, 건조, 염장, 훈제)	3.8	53.6	3.2	84.8	14%	14%	10년균등
03081900	가공처리한 해삼(냉동, 건조, 염장, 훈제)	8.9	-11.9	2.4	26.7	10%	10%	10년균등
16010020	소시지 및 유사 제품	3.1	13.5	1.4	44.3	15%	15%	10년균등
16056100	조제 또는 저장처리한 해삼	4.6	204.6	1.9	41.1	5%	5%	즉시
19023030	인스턴트 면	66.8	47.0	13.4	20.0	15%	15%	20년균등
19053100	스위트 비스킷	240.8	32.7	19.1	7.9	15%	15%	15년균등
20079990	잼, 페이스트 류	29.8	32.6	1.2	4.0	5%	5%	즉시
20083010	저장처리한 감귤류, 유자 등(밀폐용기)	3.6	38.3	3.4	93.4	20%	20%	15년균등
20083090	저장처리한 감귤류, 유자 등(기타)	40.1	-22.7	5.4	13.4	20%	20%	20년균등
20089931	조미 김	51.6	86.9	38.2	74.1	15%	15%	20년균등
20099010	혼합과일주스	25.2	34.5	4.3	17.0	20%	20%	15년균등
20099090	혼합 야채주스 또는 야채+과일 혼합주스	16.6	130.8	0.0	0.1	20%	20%	15년균등
21039090	기타 소스용 조제품	78.7	-1.9	12.8	16.2	21%	21%	20년균등
21069090	기타 조제식료품*	980.6	20.1	39.3	4.0	20%/5%	20%	PR-8
22029000	기타 무알콜 음료	203.3	41.7	50.6	24.9	35%	35%	20년균등
22089090	비변성의 80도 이하 증류주(알코올)	21.2	11.3	9.8	46.1	10%	10%	20년균등
70134200	주방용 유리제품	28.5	28.6	4.8	16.9	10%	10%	10년균등
85094010	주스기 또는 녹즙기*	150.0	153.7	146.2	97.4	6%	10%	20년균등
84193100	농산물 건조기	14.5	7.4	5.4	37.5	8%	8%	10년균등
04090000	천연꿀	58.6	56.8	0.1	0.2	15%	15%	15년균등
03081190	해삼(신선, 냉장, 살아있는 것)	0.1	10.5	0.0	45.4	10%	10%	10년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상
 자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문

A

Aging, 고령화 시대의 도래

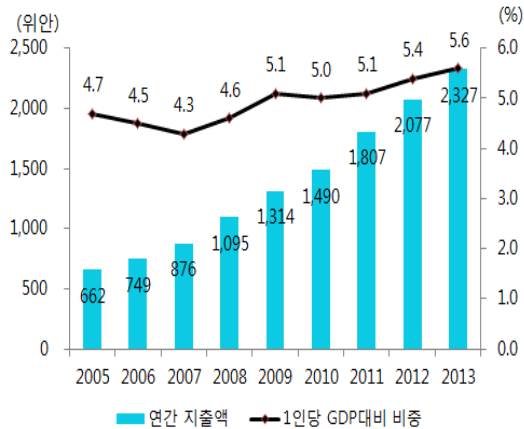


자료 : UN Population Division

- ☐ 중국은 급속한 고령화로 2035년 초고령 사회에 진입하며 세계 65세 이상 인구의 26%를 차지해 인구 규모로는 세계 최대 실버시장 형성
 - 1970년대 말부터 시행한 산아제한정책의 결과로 65세 이상 인구의 비중이 급격히 확대되어 2035년에는 초고령 사회에 진입할 전망
 - 2035년 중국의 65세이상 인구는 약 2억 9,930만 명에 달할 전망이며 이는 미국의 3.8배, 일본의 8배에 달하는 규모
- ☐ 고령화가 심화됨에 따라 헬스케어 관련 지출 규모도 지속적으로 확대되고 있으나 선진국 수준과 비교할 때 헬스케어 지출은 초기단계에 있는 것으로 평가됨
 - 1인당 헬스케어 지출 규모는 2013년 약 2,327위안(약 375달러⁵⁾, 1인당 GDP대비 5.6%)으로 상승세 지속
 - 그러나 선진국과 비교할 때 지출 규모는 일본의 약 11.7%, 미국의 약 8.6% 수준으로 성장 잠재력은 높은 상황임

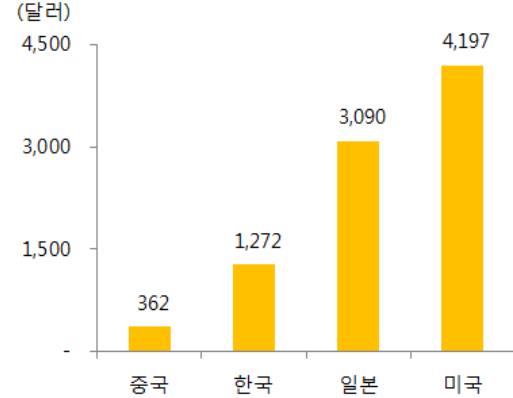
5) 중국 국가통계국 연평균 환율(달러당 6.1932위안) 적용

<중국의 1인당 헬스케어 지출 규모>



자료 : 중국 국가통계국

<주요국 연간 헬스케어 지출 비교(2013년)>

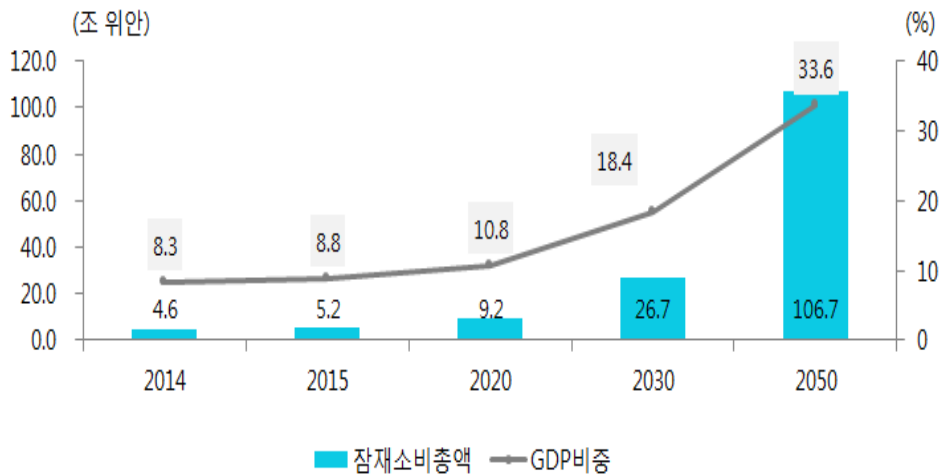


자료 : OECD

□ 향후 관련 인프라 및 시장이 확충되고 구매력을 갖춘 80년대 후반 출생자들이 노인세대에 진입함에 따라 이들의 소비력은 더욱 확대될 전망

- 중국 노인세대의 잠재소비력은 2015년 5.2조 위안(약 8,320억 달러)에서 2050년 106.7조 위안(약 17조 72억 달러)로 확대되어 향후 중국의 주력 소비층으로 자리 잡을 가능성이 높음

<중국 노인인구 잠재소비력 추정(기준가격 : 2010년)>



주 : 가구 1인당 소득과 자산소득, 정부보조금, 사회보장금 등을 합한 수치
 자료 : 중국노령산업발전보고 2014, 사회과학원(한국무역협회(2015)에서 재인용)

□ 중국 내 노인세대를 겨냥한 상품은 출시 초기 단계로 향후 만성질환 관리, 식품 등 노인생활과 관련된 품목과 의약품, 의료기기 수요가 확대될 전망

- 최근 중국의 기대수명 연장 및 식습관의 변화로 당뇨병 등 만성질환 환자수가 증가하고 있어 관련 지출 규모가 지속 확대
- 아울러 중노년층을 겨냥한 분유, 화장품, 관광상품 등이 출시되고 있음
 - * 이리(伊利), 네슬레 : 중노년 전용 분유 출시/노인 전용 화장품 푸안강(福安康) 출시
 - ** 노인전용 쇼핑몰 등장(嘉年乐, 夕乐购中老年用品商城 등)

<중국의 당뇨병 환자 인구 및 관련 지출>
(단위 : 만 명, %, 달러)

연도	환자수	잠재 환자	발병률	관련지출
2011	9,004.5	5,121.8	9.29	194.00
2012	9,228.5	5,422.7	8.82	193.91
2013	9,840.7	5,323.8	9.62	333.00
2014	9,628.8	5,127.3	9.32	421.32

자료 : IDF

<중국의 노인전용 상품(예시)>



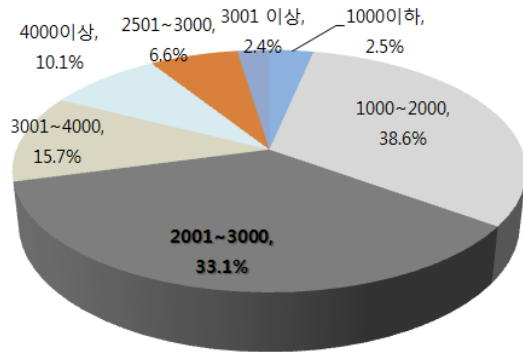
자료 : 네슬레(雀巢), 푸안강(福安康)

- 2014.5월부터 중국 내 7개 도시에 외국 자본이 단독 투자한 병원의 설립이 가능⁶⁾ 해지고 중국정부가 전국 병원을 대상으로 기술개선 투자를 진행하여 고급 의료기기 및 의약품 시장도 확대될 것으로 기대
- 중국은 고급 의료기기를 대부분 수입에 의존하고 있으며, 이는 의료기관 확대에 따른 신규수요와 교체수요의 영향을 받기 때문에 중국 정부의 규제 완화 및 의료 관련 투자가 관련 상품의 수입의 증가로 이어질 가능성이 높음
- ☐ 현재 중국 노인세대의 지출규모는 월 1,000~3,000위안(155~466 달러⁷⁾) 수준이며 일상생활 지출이 가장 많은 가운데 의약품 지출 비중이 높은 것으로 나타나 향후 의약품, 건강기능성식품 등의 수요가 확대될 것으로 기대

6) 외자 독자병원 설립시행 작업에 관한 통지(2014.8)

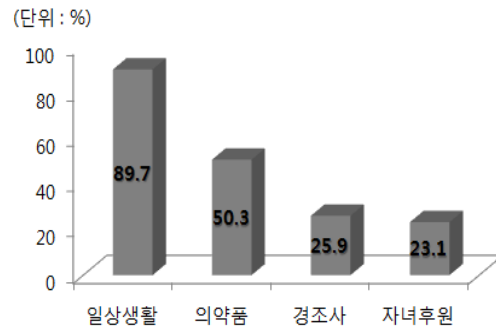
7) 달러당 6.43위안 적용

<중국 노인세대 월 지출 규모 분포>
(단위 : 위안)



주 : n=200
자료 : 중국 국가통계국 하얼빈 조사단

<중국 노인세대 주요 지출 항목>



주 : n=200, 복수응답 가능
자료 : 중국 국가통계국 하얼빈 조사단

- 노인 관련 품목 가운데 비교적 높은 수준의 기술력과 품질을 요구하는 품목을 중심으로 한·중 FTA를 활용해 조기에 시장을 선점할 필요가 있음
- 고령화 심화 및 소득수준 향상으로 의료기기에 대한 수요가 확대되고 있으며 정부주도의 의료서비스 혁신을 통해 관련 제품 수요는 더욱 확대될 전망
- 단, 중국정부가 의료기기 및 의약품에 대한 투자를 확대해 관련 산업의 경쟁력이 강화되고 있는 만큼 고위 기술군 품목을 중심으로 중국 시장 공략 필요
- 의료기기 및 의약품 관련 중국의 인증·허가제도, 지적재산권 보호 문제로 비관세 장벽이 높은 만큼 진출 시 신뢰할 수 있는 현지 파트너를 활용하는 등 철저한 사전 준비를 통해 수출시 문제가 발생하지 않도록 업계의 대응이 필요

<고령화 관련 對중국 수출 유망품목>

(단위 : 백만 달러, 비중 %)

HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
12112099	기타 인삼 뿌리	15.9	25.7	15.2	95.6	20%	20%	양허제외
13021990	식물성 수액과 추출물(홍삼 추출액 포함)*	48.1	24.3	8.0	16.6	20%/3%	20%	15년균등
30049090	기타 소매의약품	8,311.3	28.3	27.2	0.33	4%	4%	즉시
30051090	탈지면, 거즈, 붕대 및 유사한 제품(접착력o)	86.7	27.8	5.5	6.3	5%	5%	5년균등
30064000	치과용 충전재, 시멘트 및 뼈형성용 시멘트	69.6	21.9	1.2	1.8	5%	5%	10년균등
66020000	지팡이류	11.6	114.7	0.1	0.6	10%	10%	10년균등
90013000	콘택트렌즈*	121.9	29.7	28.6	23.5	6%	10%	20년균등
90181291	색도계 초음파진단용장비	1,069.8	16.4	149.7	14.0	5%	5%	PR-10
90181299	기타 초음파진단용 장비	29.0	16.6	4.3	14.8	5%	5%	PR-10
90184100	치과용 드릴 엔진	11.7	-17.2	0.1	0.8	4%	4%	즉시
90184990	치과용 기구 및 장비	97.0	30.2	4.5	4.6	4%	4%	5년균등
90185000	안과용 기구 및 장비	352.8	22.7	2.7	0.8	4%	4%	PR-35
90189030	내시경	493.9	22.1	2.2	0.5	4%	4%	즉시
90211000	정형외과용 장비(골절 관련)	381.0	26.4	2.5	0.7	4%	4%	15년균등
90212900	기타 치과용품(임플란트 포함)	132.3	45.3	33.5	25.3	4%	4%	5년균등
90214000	보청기	56.3	4.7	0.1	0.2	4%	4%	즉시
90219090	인체삽입용 기기 및 부분품*	700.4	10.7	1.3	0.2	4%/0%	4%	5년균등
90221300	치과용 엑스레이 장비	79.1	39.4	16.9	21.4	4%	4%	5년균등
90221400	의학, 수술, 수의학 엑스레이 장비	986.8	12.7	8.4	0.9	4%	4%	5년균등
90229090	엑스레이 장비 부분품*	628.4	9.6	20.4	3.2	6%/1%	6%	15년균등
30021000	면역혈청*	3,440.2	44.6	44.7	1.3	0%	3%	즉시
90189090	기타 의료,수의학 기구 및 장비	1,087.3	21.3	10.0	0.9	4%	4%	5년균등
30042019	세파마이신계 의약품(소매용)	72.9	1.7	31.7	43.5	6%	6%	10년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상
 자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문

Ⅲ. 결론 및 향후과제

- ☐ 향후 중국 소비시장의 5대 트렌드에 맞춰 친환경, 위생용품, 영유아용품, 농식품, 노인용품 시장이 유망할 것으로 기대되며 한·중 FTA를 통해 동 분야의 수출 확대가 기대됨
 - (친환경) 중국 환경오염이 심각해지면서 환경산업 육성을 위한 공공차원 및 개별 소비자의 수요가 확대될 것으로 기대되며 한·중 FTA를 통해 하수처리 서비스 시장이 개방되므로 상품과 서비스의 동반진출을 모색해야 함
 - (위생용품) 중국 소비자 사이에서 꾸미고 가꾸는 문화가 정착되면서 K-뷰티 바람을 타고 개인 위생용품 시장 진출이 유망할 것으로 보이며, 온라인 시장을 통한 전략이 필요함
 - (영유아용품) 중국이 사실상 산아제한정책을 폐지함에 따라 신생아수 증가가 기대되는 가운데 구매력 있는 부모세대의 등장으로 육아한류가 기대됨
 - (농식품) 한·중 FTA의 48시간 통관원칙에 따른 수혜 및 한류를 통한 수출확대가 기대되며 향후 안전성을 중시하는 중국 소비자를 위한 마케팅 전략이 필요함
 - (노인용품) 급속한 고령화로 중국이 세계 최대의 노인용품시장을 형성할 전망이며, 한·중 FTA 관세인하를 활용해 의료기기 및 의약품을 중심으로 진출할 수 있을 것으로 기대됨
 - 한·중 FTA에 따른 관세철폐는 대부분 중장기적으로 나타나지만 관세율이 매년 균등하게 인하되는 구조로 발효 이후 시점부터 효과가 점진적으로 확대될 전망임
- ☐ 아울러 중국시장 진출을 위해 한·중 FTA 활용 뿐만 아니라 차별화된 스토리텔링, 문화적 특색이 돋보이는 상품 개발 등 중국시장 맞춤형 전략을 수립할 필요

〈부록〉

對중국 수출 유망품목 100선

(단위 : 백만 달러, %)

	HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
환경	22011010	미네랄워터(첨가물이 없는 것)	27.5	24.4	0.5	1.9	20%	20%	20년균등
	22019010	천연수	12.8	62.3	0.2	1.8	10%	10%	10년균등
	22021000	설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물	18.2	42.8	2.7	14.9	20%	20%	20년균등
	56039410	부직포(1제곱미터당 중량 150g초과)	81.8	-0.9	11.1	13.6	10%	10%	5년균등
	73043190	철, 비합금강제의 관(무계목, 원형횡단면의 것)	84.4	4.8	2.7	3.2	4%	4%	5년균등
	73049000	기타 철강제 관(무계목)	35.8	-2.7	2.8	7.9	4%	4%	5년균등
	73063011	기타 철강제 관(오픈십, 리벳방식/두께7mm이하)	17.0	-10.2	6.7	39.4	3%	3%	5년균등
	73269090	기타 철강제 제품(기술용)	487.5	1.2	30.6	6.3	8%	8%	5년균등
	84137099	기타 워터 펌프(분당 10000r 미만)	836.9	5.4	19.3	2.3	8%	8%	5년균등
	84138100	기타 펌프	318.9	-4.0	10.2	3.2	8%	8%	5년균등
	84212110	가정용 정수기*	65.6	36.2	5.0	7.7	12%	25%	20년균등
	84212990	기타 정수장치	934.9	9.3	33.2	3.6	5%	5%	즉시
	84213910	가정용 공기 청정기	190.1	82.7	133.1	70.0	8%	15%	PR-35
	84213921	전기집진식 산업용 청정기	15.4	-9.3	1.8	12.0	5%	5%	즉시
	84219990	정화기(가정용이 아닌것)	1,033.3	8.2	47.1	4.6	5%	5%	즉시
	84818040	기타 밸브류*	2,217.7	4.0	91.0	4.1	3%	7%	즉시
	84818090	기타 탭, 코크 및 이와 유사한 장치	233.5	12.1	6.1	2.6	5%	5%	5년균등
	84819010	밸브 부분품*	1,119.8	14.2	194.9	17.4	4%	8%	즉시
	84819090	탭, 코크 및 유사장치의 부분품	154.6	8.4	2.9	1.9	8%	8%	5년균등
	94051000	조명기구(LED 조명 포함)	39.3	12.5	2.1	5.3	10%	10%	10년균등
	84213921	산업용 집진기	15.4	-9.3	1.8	12.0	5%	5%	즉시
	85076000	리튬이온축전지*	3,420.1	-7.2	1,230.2	36.0	8%/10% /12%	12%	PR-20
	48142000	벽지	113.0	-1.0	12.3	10.9	7.5%	7.5%	양허제외
	90271000	가스 및 매연 분석기기	798.9	39.6	103.5	13.0	7%	7%	15년균등
위생	33049900	기타 화장품(스킨케어 포함)	1,923.0	29.4	204.6	10.6	2%	6.5%	PR-20
	33051000	샴푸	61.9	27.0	6.9	11.2	6.5%	6.5%	PR-35
	33059000	기타 헤어제품	58.4	16.7	6.0	10.3	10%	10%	PR-35
	33061010	치약	34.3	8.7	4.9	14.2	10%	10%	10년균등
	33069000	구강 위생용품	11.5	22.7	0.9	7.9	10%	10%	10년균등
	34011100	비누(세면용)	37.2	15.0	2.9	7.7	10%	10%	10년균등
	34011990	비누(기타 용도)*	23.7	19.7	3.7	15.6	10%	15%	10년균등
	34022090	조제 세제 및 청정제	175.4	24.4	21.0	12.0	10%	10%	PR-35
	34059000	기타 광택제 및 크림 조제품	196.6	22.9	26.9	13.7	10%	10%	5년균등
	38089190	살충제(비소매용)	137.2	6.0	27.9	20.3	6%	6%	5년균등
	38089290	살균제(비소매용)	310.2	22.3	31.1	10.0	6%	6%	5년균등
	38089400	소독제	96.0	26.6	4.1	4.3	9%	9%	5년균등
	39229000	비데, 화장실 팬 등	6.5	14.1	0.2	3.4	10%	10%	10년균등
	39249000	기타 주방 및 화장실용 위생용품	93.2	17.6	9.8	10.6	10%	10%	10년균등
	82122000	안전면도날	100.1	-3.0	6.0	5.9	14%	14%	10년균등
	85081100	진공청소기 (전동기를 갖춘 1,500W 이하, 20L 이하)	43.4	39.4	4.8	11.1	10%	10%	10년균등
	96032100	칫솔*	37.1	12.8	5.0	13.4	10%	25%	20년균등
	96032900	화장용 브러시	17.5	11.8	1.2	6.7	15%	15%	10년균등
	96190020	위생용 타올	26.4	55.6	3.0	11.5	10%	10%	10년균등
	85098020	가정용 쓰레기 처리기	3.4	3.2	0.2	5.4	20%	20%	20년균등
	96190090	여성위생용품(생리대)	4.1	-20.0	0.1	2.3	14%	14%	10년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상

자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문

	HS코드	품목명	對세계 수입 (2014)	연평균 증가율 (2010-14)	對한국 수입 (2014)	한국의 점유율	MFN (2015)	기준 세율	양허 유형
영 유 아	19011010	유아용 분유(소매용)	1,548.7	-	67.7	4.4	5%	15%	양허제외
	87150000	유모차와 그 부분품	17.3	-9.2	0.0	0.0	20%	20%	15년균등
	92011000	업라이트 피아노(전자식 포함)	108.1	26.8	15.6	14.4	17.5%	17.5%	10년균등
	94012090	아기용 카시트	46.1	-7.3	0.4	0.8	10%	10%	15년균등
	96190010	기저귀	733.9	60.1	130.2	17.7	2%	7.5%	양허제외
	40149000	위생·의료용 고무제품(젓꼭지 포함)	11.7	-0.9	0.1	0.8	17.5%	17.5%	10년균등
	61112000	유아용 의류 및 부분품(면/편물만)	76.8	37.4	0.7	0.9	14%	14%	10년균등
	62092000	유아용 의류 및 부분품(면/편물제외)	23.8	33.6	0.1	0.3	14%	14%	10년균등
	96099000	미술용 파스텔, 초크, 목탄	8.8	19.7	1.0	11.7	15%	15%	10년균등
농 식 품	03071900	가공처리한 굴(냉동, 건조, 염장, 훈제)	3.8	53.6	3.2	84.8	14%	14%	10년균등
	03081900	가공처리한 해삼(냉동, 건조, 염장, 훈제)	8.9	-11.9	2.4	26.7	10%	10%	10년균등
	16010020	소시지 및 유사 제품	3.1	13.5	1.4	44.3	15%	15%	10년균등
	16056100	조제 또는 저장처리한 해삼	4.6	204.6	1.9	41.1	5%	5%	즉시
	19023030	인스턴트 면	66.8	47.0	13.4	20.0	15%	15%	20년균등
	19053100	스위트 비스킷	240.8	32.7	19.1	7.9	15%	15%	15년균등
	20079990	잼, 페이스트 류	29.8	32.6	1.2	4.0	5%	5%	즉시
	20083010	저장처리한 감귤류, 유자 등(밀폐용기)	3.6	38.3	3.4	93.4	20%	20%	15년균등
	20083090	저장처리한 감귤류, 유자 등(기타)	40.1	-22.7	5.4	13.4	20%	20%	20년균등
	20089931	조미 김	51.6	86.9	38.2	74.1	15%	15%	20년균등
	20099010	혼합과일주스	25.2	34.5	4.3	17.0	20%	20%	15년균등
	20099090	혼합 야채주스 또는 야채+과채 혼합주스	16.6	130.8	0.0	0.1	20%	20%	15년균등
	21039090	기타 소스용 조제품	78.7	-1.9	12.8	16.2	21%	21%	20년균등
	21069090	기타 조제식료품*	980.6	20.1	39.3	4.0	20%/5%	20%	PR-8
	22029000	기타 무알콜 음료	203.3	41.7	50.6	24.9	35%	35%	20년균등
	22089090	비변성의 80도 이하 증류주(알코올)	21.2	11.3	9.8	46.1	10%	10%	20년균등
	70134200	주방용 유리제품	28.5	28.6	4.8	16.9	10%	10%	10년균등
	85094010	주스기 또는 녹즙기*	150.0	153.7	146.2	97.4	6%	10%	20년균등
	84193100	농산물 건조기	14.5	7.4	5.4	37.5	8%	8%	10년균등
	04090000	천연꿀	58.6	56.8	0.1	0.2	15%	15%	15년균등
	03081190	해삼(신선, 냉장, 살아있는 것)	0.1	10.5	0.0	45.4	10%	10%	10년균등
고 령 화	12112099	기타 인삼 뿌리	15.9	25.7	15.2	95.6	20%	20%	양허제외
	13021990	식물성 수액과 추출물(홍삼 추출액 포함)*	48.1	24.3	8.0	16.6	20%/3%	20%	15년균등
	30049090	기타 소매의약품	8,311.3	28.3	27.2	0.33	4%	4%	즉시
	30051090	탈지면, 거즈, 붕대 및 유사한 제품(접착력o)	86.7	27.8	5.5	6.3	5%	5%	5년균등
	30064000	치과용 충전재, 시멘트 및 뼈형성용 시멘트	69.6	21.9	1.2	1.8	5%	5%	10년균등
	66020000	지팡이류	11.6	114.7	0.1	0.6	10%	10%	10년균등
	90013000	콘택트렌즈*	121.9	29.7	28.6	23.5	6%	10%	20년균등
	90181291	색도계 초음파진단용장비	1,069.8	16.4	149.7	14.0	5%	5%	PR-10
	90181299	기타 초음파진단용 장비	29.0	16.6	4.3	14.8	5%	5%	PR-10
	90184100	치과용 드릴 엔진	11.7	-17.2	0.1	0.8	4%	4%	즉시
	90184990	치과용 기구 및 장비	97.0	30.2	4.5	4.6	4%	4%	5년균등
	90185000	안과용 기구 및 장비	352.8	22.7	2.7	0.8	4%	4%	PR-35
	90189030	내시경	493.9	22.1	2.2	0.5	4%	4%	즉시
	90211000	정형외과용 장비(굴절 관련)	381.0	26.4	2.5	0.7	4%	4%	15년균등
	90212900	기타 치과용품(임플란트 포함)	132.3	45.3	33.5	25.3	4%	4%	5년균등
	90214000	보청기	56.3	4.7	0.1	0.2	4%	4%	즉시
	90219090	인체삽입용 기기 및 부분품*	700.4	10.7	1.3	0.2	4%/0%	4%	5년균등
	90221300	치과용 엑스레이 장비	79.1	39.4	16.9	21.4	4%	4%	5년균등
	90221400	의학, 수술, 수의학용 엑스레이 장비	986.8	12.7	8.4	0.9	4%	4%	5년균등
	90229090	엑스레이 장비 부분품*	628.4	9.6	20.4	3.2	6%/1%	6%	15년균등
	30021000	면역혈청*	3,440.2	44.6	44.7	1.3	0%	3%	즉시
	90189090	기타 의료·수의학 기구 및 장비	1,087.3	21.3	10.0	0.9	4%	4%	5년균등
	30042019	세파마이신계 의약품(소매용)	72.9	1.7	31.7	43.5	6%	6%	10년균등

주 : 양허유형 PR-n - 기준관세의 n%만큼 5년 균등 철폐 / * : 2015년 잠정세율 적용 대상

자료 : 한국무역협회(K-Stat), 한·중 FTA 협정문

〈참고문헌〉

농림축산식품부, “2014 해외 외식 및 한식산업 조사결과”, 2015.4.
이봉걸, “중국 실버산업을 주목하라”, Trade Focus Vol.13 No.71, 2014.12.
장현숙, “물산업의 한중 FTA 활용방안”, Trade Focus Vol.14 No.14, 2015.4.
전국노령공작위원회, “중국노령산업발전보고(2014)”, 2014.9.
전형진, “중국의 수입농식품시장 조사 연구”, 해외농업시리즈 9:중국농업, 한국
농촌경제연구원, 2015.8.
한국무역협회 북경지부, “중국 가정용 공기청정기 시장 동향”, 2015.2.
한국무역협회 해외마케팅지원본부, “중국 영유아용품 시장에 한류바람을”, 2014.12.

Nielsen, “尼尔森全球电商和新零售调查”, 2015.5.
Taobao 淘宝全球购, “十年海淘报告”, Taobao, 2015.8.
Weber Shandwick, “FOOD FORWARD TRENDS REPORT”, 2014.7.
一米世界研究院, “2014中国母婴研究系列报告”, 2014.7.

한국무역협회(<http://www.kita.net/>)
농림축산식품부(<http://www.mafra.go.kr/>)
KOTRA 글로벌윈도우(<http://www.globalwindow.org/>)
International Diabetes Federation(<http://www.idf.org/>)
UN Population Division(<http://www.un.org/esa/population/>)

중국 국가통계국(<http://www.stats.gov.cn/>)
중국 환경보호국(<http://www.mep.gov.cn/>)
중국 국가우정국(<http://www.chinapost.gov.cn/>)
중국 국가위생계획생육위원회(<http://www.nhfpc.gov.cn/>)
중국 사회과학원(<http://www.cssn.cn/>)
중국 전자상거래연구센터(<http://www.ec100.cn/>)

한·중 FTA 협정문

C.H.I.N.A.로 중국을 공략하라

– 한·중 FTA 계기 유망품목 100선 –
Trade Focus Vol.14 No.41

발행인 | 김인호

편집인 | 김극수

발행처 | 한국무역협회 국제무역연구원

발행일 | 2015년 10월 23일

인쇄처 | (주)보성인쇄기획

등록일자 | 1960년 5월 26일

등록번호 | 2-97호