



한국무역협회
국제무역연구원

한국무역협회 국제무역연구원

서울시 강남구 영동대로 511 무역센터 트레이드타워 4801호

Tel: 02)6000-5159 Fax: 02)6000-6190 홈페이지: <http://iit.kita.net>

소비재 격전지 중국, 아시아 문화 특색이 반영된 고급화 전략으로 승부해야

최근 중국의 소비재 수입 규모 확대에 따라 선진국의 점유율은 확대된 반면 우리나라의 점유율이 하락세를 지속하고 있다. 특히 우리나라의 중국 수입시장 1등 품목은 2007년 59개에서 2014년 43개로 감소하였고, 대부분은 유럽국가에 자리를 내어준 것으로 나타나 선진국과의 경쟁이 심화되고 있는 것으로 분석된다. 향후 중국 소비재 수입시장에서 점유율을 회복하고 對중국 소비재 수출 경쟁력 확보를 위해서는 한·중 FTA를 활용해 관세절감혜택을 누리는 한편, 주요 경쟁국인 유럽과 차별화되는 아시아의 문화특색이 반영된 고급화 전략이 요구된다.

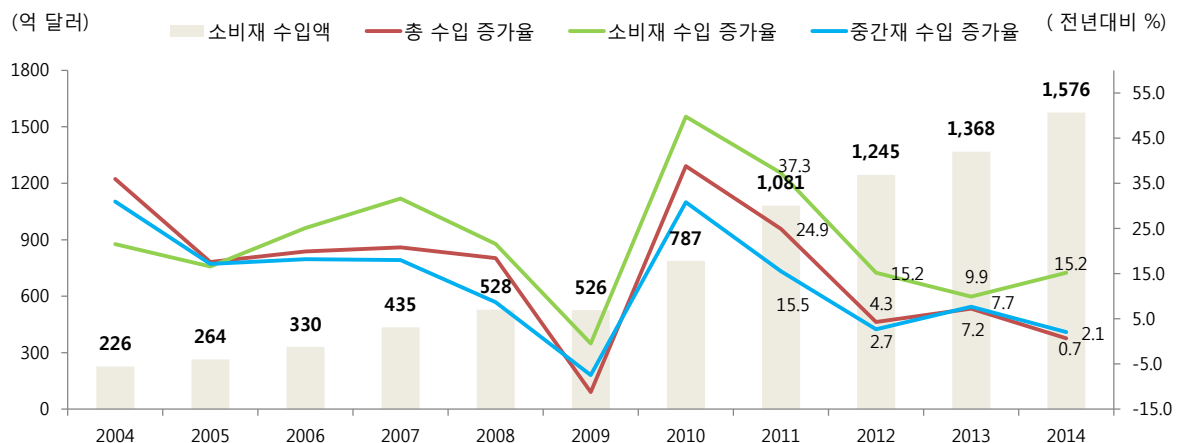
1 중국의 소비재 수입 동향

□ 2014년 중국의 소비재 수입은 전년대비 15.2% 증가한 1,576억 달러를 기록

- 최근 중국의 중간재 수요 감소로 총 수입 증가세가 둔화되고 있으나 소비재 수입 수요는 지속적으로 확대되어 총 수입 증가율을 상회하면서 수입 비중도 2002년 4.5%에서 지난해에는 8%로 상승

* 중국 수입시장 소비재 비중(%) : 4.5(2002)→4.0(2004)→5.6(2010)→8.0(2014)

중국의 소비재 수입 동향



주 : HS코드 6단위 기준, BEC 코드를 활용해 재분류(골동품 제외)

자료 : UN Comtrade, 중국해관총서

□ 전체 소비재 수입에서 가장 큰 비중을 차지하던 반내구성¹⁾·내구성 소비재의 비중은 감소한 반면 식음료 제품과 비내구성 소비재 수입이 증가하여 소비재 수입에서 가장 큰 비중을 차지

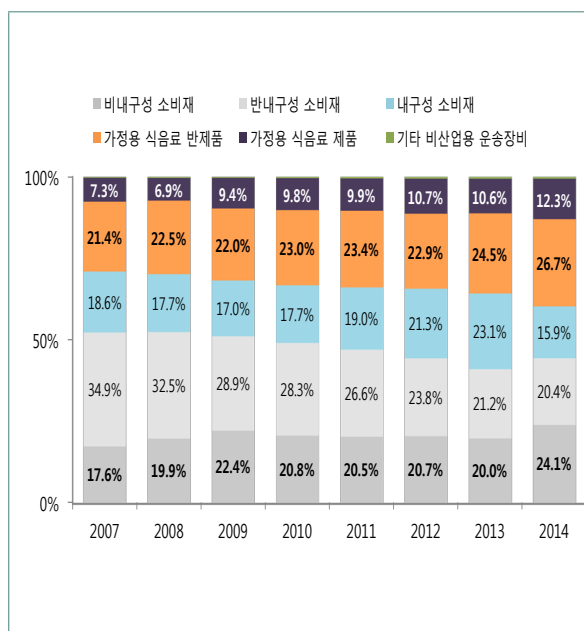
○ 소득 증가에 따른 식습관 변화와 식품안전성에 대한 우려 증가로 수입 식품에 대한 수요는 지속적으로 확대되는 추세

– 중국이 2014년에 수입한 품목 가운데 2007년에 수입되지 않았던 신규 품목은 총 19개이며 이 가운데 17개가 가정용 식음료군에 포함(HS 6단위 기준)

* 2007년 대비 2014년 신규 식음료 수입품목 : 아보카도, 참다랑어, 딸기, 오디 등

○ 화장품, 의약품 등 정밀 제조기술을 필요로 하는 비내구성 소비재를 중심으로 중국의 수입 수요 확대

중국의 품목별 소비재 수입 추이



주 : 승객용 자동차 제외
자료 : UN Comtrade, 중국해관총서

주요 품목 수입 동향

(단위 : 억 달러, %)

구분	HS코드 2007	품목명	對세계 수입액 (2014)	연평균 증가율 ('07-'14)
비내구성 소비재	330499	스킨케어 화장품	19.2	31.7
	300490	소매의약품(기타)	86.9	26.7
	300420	소매의약품(항생제제)	10.2	17.5
반내구성 소비재	392690	플라스틱 부분품, 틀 등	26.3	5.4
	852340	광학식 기록, 저장 매체	19.4	3.5
내구성 소비재	902190	정형외과용 기기 기타	10.9	26.2
	910221	손목시계(전기구동)	10.8	20.7
	852580	TV 카메라, 레코더 등	59.3	10.4
가정용 식음료	071410	타피오카 전분	21.2	18.6
	040221	우유, 크림(고형)	33.1	54.8
	220421	포도주	13.6	33.7
	190110	유아용 조제식료품(분유)	15.7	30.5
	100630	정미(맷쌀, 찰쌀)	10.3	25.9
	210690	기타 조제식료품류	10.1	24.0

주 : HS 6단위 기준 2014년 수입 10억 달러 이상 품목
자료 : UN Comtrade, 중국해관총서

2

한국의 중국 소비재 시장점유율은 지속 감소

□ 한국은 중국의 5위 소비재 수입국(2014년, 점유율 기준)으로 2007년 이후 점유율은 1.5%p, 1위 품목수(HS 6단위 기준)는 16개 감소

1) 반내구성(Semi-durable) 소비재 : 1년 이내 사용할 수 있는 제품으로 의류(면제 편물의류, 남성자켓 및 여성 블라우스 등)와 플라스틱제품, 조명기구, 주방용품 등을 포함

- 2014년 중국의 對한국 수입액은 전년 대비 6.4% 증가한 70.4억 달러를 기록하였으나 중국의 소비재 수입 상위 10대 국가 중에서는 가장 낮은 증가율을 나타냄

* 對주요국 수입액 증가율('14, 전년대비 %) : 독일(25%), 미국(17.1%), 영국(41.3%), 이탈리아(25.9%)

- 중국의 소비재 수입액이 가장 많은 국가는 독일(14.2%)이며, 1위 품목이 가장 많은 나라는 이탈리아(156개)로 최근 유럽 선진국이 중국 소비재 수입시장에서 상위권을 차지하고 있어 고급 소비재 수요가 확대되고 있음을 시사

□ 주요국의 중국 소비재 수입시장 점유율 추이 분석 결과, 최근 이탈리아, 뉴질랜드, 독일 등 선진국의 시장점유율과 1위 품목수는 모두 확대된 반면, 과거 중국의 주요 수입국이던 일본, 홍콩, 한국의 점유율과 1위 품목수는 감소

- 독일(3%p, +3개), 이탈리아(1.8%p, +14개), 뉴질랜드(2.3%p, +7개)의 중국 소비재 수입 시장 내 위상이 지속적으로 강화되고 있는 것으로 나타나 중국 수입시장에서 선진국과의 경쟁이 심화되고 있음

- 반면 일본, 홍콩 등은 점유율과 1위 품목수 모두 하락세

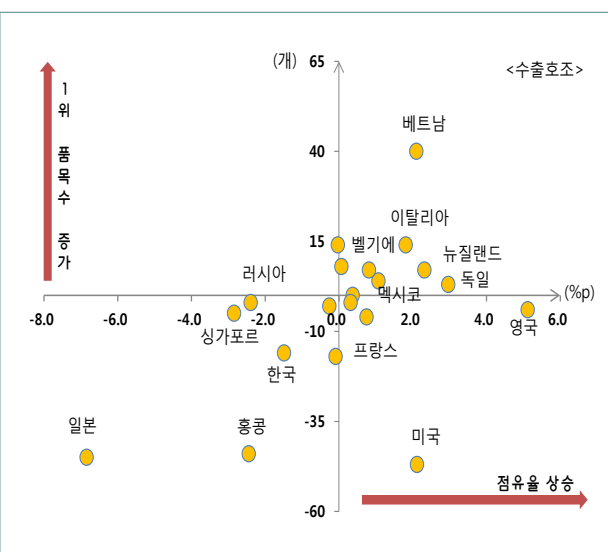
- 한국은 2007년 이후 시장점유율과 1위 품목수가 모두 하락해 중국의 소비재 시장 확대 및 수요 고급화 등 중국 시장 변화에 적극 대응하지 못하는 것으로 나타남

* 한국의 중국 소비재 수입시장 점유율 및 1위 품목 : 6.0%, 59개('07)→ 5.8%, 48개('11)→ 4.5%, 43개('14)

중국 소비재 수입시장 국별 점유 현황(2014)

순위	점유율		1위 품목	
	국가	점유율(%) '07 '14	국가	개수(개) '07 '14
1	독일	11.2 14.2	이탈리아	142 156
2	미국	10.7 12.8	미국	164 117
3	일본	15.8 8.9	일본	130 85
4	영국	2.7 7.8	베트남	31 71
5	한국	6.0 4.5	독일	59 62
6	이탈리아	2.2 4.0	태국	44 52
7	프랑스	3.5 3.4	한국	59 43
8	베트남	1.2 3.3	북한	24 42
9	뉴질랜드	0.9 3.3	프랑스	57 40
10	태국	3.1 3.2	인도네시아	16 30

중국 소비재 수입시장 국별 점유 추이 변화('07~'14)



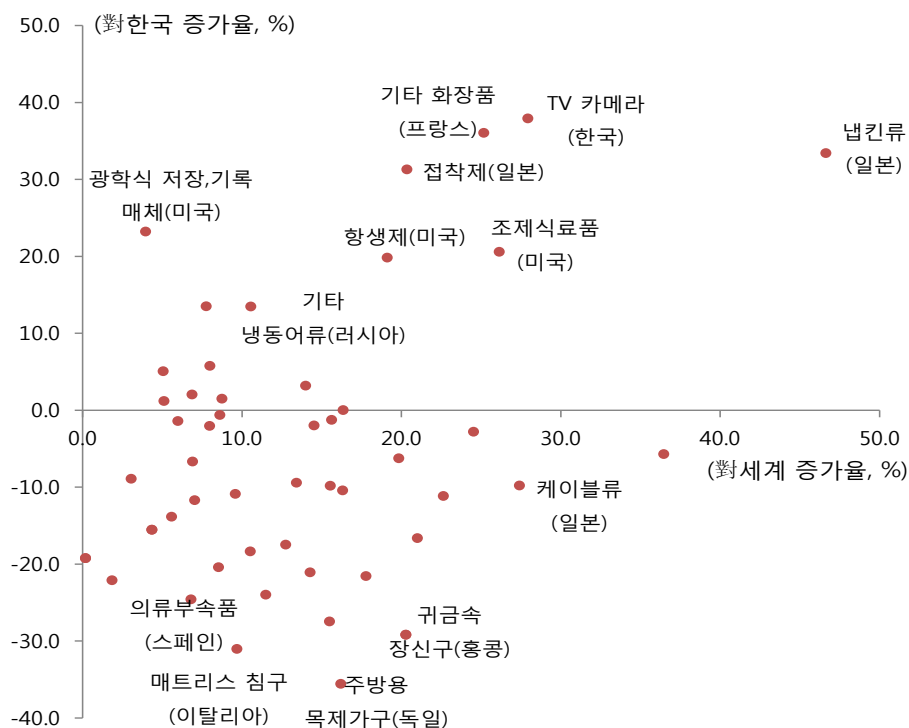
주 : 순위는 2014년 기준
자료 : 중국해관총서

자료 : UN Comtrade, 중국해관총서

3 중국의 對한국 소비재 수입 비중 하락 원인

- 중국의 對세계 수입 수요는 반내구성·비내구성 소비재 중심으로 확대되고 있으나 화장품, TV 카메라 등을 제외한 상당수 품목에서 對한국 수입 수요는 오히려 감소
- 중국의 對세계 수입 10억 달러 이상 품목 중 2007년 이후 對세계 수입이 증가한 52개 품목 가운데 36개 품목의 對한국 수입이 감소
 - 對한국 수입 : 주방용 목재가구(-35.6%), 귀금속 장신구(-29.2%), 매트리스 침구(-31.0%)
- 對한국 수입이 감소한 품목들(36개)에서 유럽(13개), 북미(4개), 일본(4개) 등 선진국이 대부분 점유율 1위를 기록하고 있어 선진국과의 경쟁 심화를 시사

중국의 소비재 주요품목 對세계·對한국 수입액 연평균 증가율('07~'13)



주 : 중국의 對세계 수입 10억 달러 이상 품목 기준(HS 6단위, 2013년)

자료 : UN Comtrade

- 한국의 2007년 중국시장 점유율 1위 품목 가운데 48개가 2014년에는 1위 지위를 상실하였으며, 이들 대부분은 2014년 이탈리아(11개), 프랑스(4개), 기타 EU국가(5개) 등 유럽에 의해 추월당한 것으로 나타남

- 반면 새롭게 1위로 올라선 품목은 총 32개로 일본(10개), 미국(6개), 홍콩(4개)을 제치고 점유율을 확대

품목별 중국 소비재 수입시장 국별 1위 품목수 추이

(단위 : 개)

국가	가정용 식음료*			내구성 소비재			반내구성 소비재			비내구성 소비재		
	2007	2010	2014	2007	2010	2014	2007	2010	2014	2007	2010	2014
한국	11	12	13	3	9	10	33	30	12	10	8	7
일본	24	30	11	22	21	12	28	27	21	51	59	39
이탈리아	18	15	10	11	11	13	89	103	105	22	28	27
독일	11	7	13	18	20	16	14	14	11	12	11	19
베트남	10	9	13	1	1	5	20	19	43	0	3	10
뉴질랜드	16	15	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0

주 : '가정용 식음료'는 반제품, 제품 모두 포함한 수치

자료 : UN Comtrade, 중국해관총서

4

對중국 소비재 수출과 한·중 FTA

□ 중국 소비재 수입시장에서 선진국과의 경쟁이 심화되고 있어 중국 시장 특성에 맞춘 전략 마련 및 한·중 FTA를 활용한 중장기 수출 경쟁력 강화에 나설 필요

- '신창타이(新常态)'를 표방한 중국 정부의 내수 위주 성장 정책으로 향후 중국의 소비재 시장 규모는 지속적으로 확대되고 수입 규모도 증가할 전망
- 중국은 우리의 주요 경쟁국인 EU, 미국과 FTA를 체결하지 않은 상태이므로 한·중 FTA의 관세절감효과를 활용한 중장기적인 경쟁력 확보 필요

□ 최근 중국의 수입수요가 증가하는 품목을 중심으로 한·중 FTA 양허내용을 분석한 결과, 주요 품목의 관세철폐에 10~20년이 소요되는 등 관세 인하 속도가 느린 것으로 나타났으나 경쟁국과의 점유율 격차가 $\pm 10\%p$ 이하인 품목에서는 상당수의 품목이 10년 내에 관세가 철폐되어 수출 증가 기대

- ※ 선정 기준 : ① 한국의 중국 수입시장 점유율 1~5위 이내('14년)
- ② 對세계 수입 천만 달러 이상 및 연평균 증가율 10% 이상('11~'14년)
- ③ 중국의 對한국 수입 백만 달러 이상('14년)

- (전기·전자 제품) 對중국 주요 수출품목인 냉장고(500L 이상), 과일 착즙기의 경우, 10%의 관세가 20년에 걸쳐 철폐되지만 매년 관세가 균등하게 철폐되는 구조이므로 중장기적 수출 경쟁력 확보에 기여할 것으로 기대

– 전기밥솥의 경우에도 중국이 8%의 잠정세율(MFN : 15%)을 적용하고 있으며 단기적으로 이를 유지할 경우 실질적인 FTA 관세인하 효과는 중장기적으로 나타날 전망

- (화학) 비누, 광택제, 접착제도 중국의 수입이 연평균 두 자릿수 이상 증가하고 있어 한·중 FTA 발효 후 10~15%의 관세가 10년 내에 철폐될 경우 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 기대

- 최근 개인위생용품(비누)에 대한 중국 소비자들의 수요가 천연, 유아용 등으로 세분화 · 고급화되고 있어 프리미엄 제품을 중심으로 관세인하 효과에 따른 수출확대 전망
- 단, 주요 수출품인 화장품(스킨케어용)은 6.5%의 관세율이 발효 5년 후 5.2%로 부분감축되어 인하 폭이 크지 않지만 중국의 수입수요가 증가하고 한국 제품을 찾는 소비자가 늘고 있어 지속적인 수출 증가가 기대됨

- (식품) 수입수요가 증가하고 있는 신선우유의 지속적인 수출확대가 기대되는 가운데 중국의 고급 식재료로 활용되는 저장처리된 해삼은 5%의 관세가 발효 즉시 철폐

對중국 소비재 수출 유망품목

(단위 : 백만 달러, %, %p)

분류	HS코드	품목명	對세계 수입액 ('14)	연평균 증가율 ('11-'14)	對한국 수입액 ('14)	한국 점유율	기준 세율	양허 유형 ¹⁾	2015 MFN	APTA ³⁾	한국 순위	경쟁국	점유율 격차 ⁴⁾
식품	03081190	해삼(신선)	0.1	10.5 ²⁾	0.04	45.4	14	10	14		2	북한	-9.1
	04012000	우유와 크림(농축하지 않은 것, 無감미료, 지방함량 1% 초과, 6% 이하)	278.5	155.0	15.7	5.6	15	E	15		5	독일	-32.9
	16010020	소시지 및 관련 조제식료품	3.1	13.5	1.4	44.3	15	10	15		2	미국	-4.2
	16056100	저장처리된 해삼	4.6	204.6 ²⁾	1.9	41.1	5	0	5	3.9	1	미국	3.5
	19053100	스위트 비스킷	240.8	32.7	19.1	7.9	15	15	15	12.4	4	인니	-19.9
	21011200	커피, 차, 마테의 추출물과 에센스	142.6	59.4	37.8	26.5	30	20	30		2	말련	-0.5
	22029000	무알콜 음료(2009호 제외)	203.3	41.7	50.6	24.9	35	20	35	29.5	1	대만	5.1
화학	33049900	기타 화장품류	1,923	29.4	204.6	10.6	7	PR-20	2(잠정), 6.5		4	프랑스	-26.2
	34011990	비누, 유기계면활성제 (바(bar)형태, 피부용)	23.7	19.7	3.7	15.7	15	10	15		3	인니	-15.9
	34013000	비누, 유기계면활성제 (바(bar)형 제외, 피부용)	25.4	29.0	4.4	17.3	10	10	10		3	일본	-10.3
	34054000	기타 광택제와 크림	11.6	20.2	3.5	30.6	10	10	10		1	일본	0.4
	34059000	기타 광택제	196.6	22.9	26.9	13.7	10	5	10	8.5	3	일본	-38.8
	35061000	소매용 접착제(1kg 이하)	456.1	14.5	63.3	16.8	10	5	10	9.2	2	일본	-25.3
	38089290	살충제, 살균제	310.2	22.3	31.1	10.0	6	5	6		3	독일	-10.4
전기 전자	84181010	냉장고(500리터 초과)	141.5	15.0	114.9	81.2	10	20	10		1	터키	73.0
	84181020	냉장고(200리터 초과 500리터 이하)	101.9	40.1	20.9	20.5	15	10	15		2	일본	-21.5
	85094010	과일, 채소착즙기	150.0	153.7	146.2	97.4	10	20	10		1	말련	98.9
	85166030	전기밥솥	31.3	30.1	14.8	47.8	15	10	8(잠정)		2	일본	-1.0
	85258013	TV카메라(기타)	8,033	49.6	2081.5	25.9	주 ⁵⁾	20	주 ⁵⁾	주 ⁵⁾	1	베트남	7.2
기타	90013000	콘택트렌즈	121.9	29.7	28.6	23.5	10	20	6(잠정)		2	아일랜드	-7.3
	90212900	기타 치과용품	132.3	45.3	33.5	25.3	4	5	4		1	스위스	3.0
	96162000	화장용 퍼프와 패드	7.6	12.9	2.7	35.6	18	10	18	16.2	2	일본	-2.1

주 1 : 양허유형 N : N년 균등철폐, E : 양허제외, PR-20 : 기준관세율의 20% 만큼 5년 균등철폐, 이후 기준관세율의 80% 부과

주 2 : 최근 2년간 연평균 증가율로 대체(2012년 코드 신설 품목)

주 3 : 아시아 · 태평양무역협정(APTA) 세율

주 4 : 점유율 격차(%p)=한국 점유율(%) - 경쟁국 점유율(%)

주 5 : (기준세율)개당 \$5,000 이하-35%, 개당 \$5,000 초과-3%+12,960원

(2015 MFN)개당 \$5,000 이하-35%, 개당 \$5,000 초과-3%+9,728원 / 4%(잠정) / 10%(잠정)

(APTA)개당 \$5,000 이하-29.8%, 개당 \$5,000 초과-3%+10,854원

자료 : 중국해관총서, 한 · 중 FTA 협정문, 트레이드내비(TradeNAVI)

5

결론 및 시사점

- 중국의 소비재 수입수요는 확대되고 있으며 유럽, 북미 등 선진국의 점유율은 상승한 반면 한국의 점유율은 하락
 - 일본, 홍콩 등 과거 중국의 주요 소비재 수입국의 시장점유율과 1등품목수가 하락세인 것과 대조적으로 독일, 이탈리아 등 EU 선진국의 비중은 확대
- 중국의 對한국 주요 수입품목 중 경쟁국과 치열한 경쟁관계에 놓인 품목을 중심으로 중국과의 비즈니스 협력 및 중장기적 차원의 한·중 FTA 관세절감혜택을 활용할 필요
 - 중국의 수입수요가 확대되고 있는 냉장고, 착즙기 등의 관세가 발효 후 20년 내에 철폐되어 단기 효과는 크지 않을 것으로 전망
 - 단, 관세율이 매년 균등하게 인하되는 구조이므로 발효 후 단계적인 관세인하 효과를 누릴 것으로 보이며, 중국이 미국, EU와 FTA를 체결하는 데에는 상당한 시일이 걸릴 것으로 예상되므로 FTA 활용 성과 기대
 - 아울러 주요 경쟁국과의 시장점유율 격차 $\pm 10\%p$ 이내의 품목 중 상당수의 품목이 10년 내에 관세가 철폐되는 것으로 나타나 중국 소비재 수입시장 점유율 회복을 위한 FTA 활용 필요
- 한편 최근 중국의 해외 소비재 관련 기업에 대한 해외투자 및 M&A가 증가하고 있어 중국 시장을 대상으로 한 한·중 비즈니스 협력 방안 모색이 필요
 - 중국 내 소비재 수요를 감당하기 위한 해외 생산기지 확보 차원의 투자협력 사례도 증가해 향후 한·중 비즈니스 협력을 통한 중국 시장 진출 검토 필요
 - * 중국 육류 가공업체인 슈양후이(雙匯)는 중국의 돼지고기 수요 확대에 대비하기 위해 미국 가공업체인 스미스필드푸드(Smithfield Foods)를 인수(2013.5월)
 - ** 중국 디샹그룹은 한국의 패션기업인 아비스타 지분인수를 통해 디자인, 기능 등 한국 기업의 장점과 중국 기업의 내수 판매망을 결합한 협력 모델을 구축
- 꾸준히 성장하는 중국 소비재 시장 진출을 위해 FTA 활용 노력과 더불어 단순 고급화 전략보다는 유럽제품과 차별화 된 아시아의 문화적 특색을 살린 고급화 전략 마련이 주효할 것임

현장

고객

미래

“
무역의 길을 여는
신뢰의 동반자,
국제무역연구원
”

01. 현장중심

무역현장의 생생한 목소리를 담은
현장 보고서 및 정책 대안 제시

02. 미래지향

지속가능한 무역 성장의
토대 마련을 위한 상품, 서비스,
FTA 등의 중장기 연구

03. 고객중심

회원사, 정부, 유관기관의
니즈를 반영한 국내 최고 수준의
고객 중심 연구 활동

국제 무역 연구의

Think Tank



K I T A

KOREA
INTERNATIONAL
TRADE
ASSOCIATION

한국무역협회

I I T

Institute for
International Trade
국제무역연구원