

The logo for the Institute for International Trade (IIT) consists of the letters 'IIT' in a bold, white, sans-serif font, set against a blue square background.

INSTITUTE FOR
INTERNATIONAL
TRADE

Trade Focus

A stylized world map composed of vertical blue lines of varying heights, creating a textured effect. The map is centered in the background of the page.

급증하는 중국의 소비재 수입 한국의 분발이 필요하다

2014년 6월

목차

- I. 연구배경 및 방법
- II. 중국의 고급소비재 소비 동향
- III. 중국의 소비재 수입 동향
- IV. 중국의 주요 국가별 소비재 수입동향
- V. 중국시장에서의 국별경합 및 유망수출품목
- VI. 결론 및 시사점

작성자 : 동향분석실 장상식 연구위원
(02-6000-5153, paviano@kita.net)
동향분석실 류솔아 연구조원
(02-6000-5173, ysa0722@kita.net)



한국무역협회
국제무역연구원

목차

[요 약]

I. 연구배경 및 방법	1
II. 중국의 고급소비재 소비동향	3
III. 중국의 소비재 수입동향	6
IV. 중국의 주요 국가별 소비재 수입동향	11
V. 중국시장에서의 국별 경합 및 유망 수출품목	21
VI. 결론 및 시사점	29
【부록】	33

[요 약]

금년중 세계 1위 경제대국(구매력기준)으로 부상할 것으로 예상되는 중국의 수입구조가 내수형으로 점차 전환되고 있다. 높은 경제성장 지속으로 중산층이 확대되고 도시화가 진행되면서 소비재 수입이 크게 증가하고 있다. 중국의 소비재 수입액은 2013년중 1,900억달러를 상회하였으며, 수입비중은 9.8%로 10%대 진입을 앞두고 있다.

또한 세계 1위 고급 소비재 소비국인 중국은 세계 고급 소비재 시장의 28%를 장악하고 있으며 해외관광, 온라인 직구로 사치품의 해외구입 비중이 중국내 구매보다 높은 편이다. 최근 반부패 정책으로 중국내 사치품 수요 증가세가 한풀 꺾이긴 했으나 중장기적으로 고급 소비재에 대한 수요는 지속적인 성장세가 예상된다.

최근 중국의 소비재 수입증가는 자동차, 가전 등 일부 내구재를 제외하면 직접소비재와 비내구재가 주도하고 있는데, 특히 건강, 뷰티, 패션의류, 보석, 식품류 등의 수입이 크게 증가하고 있다. 중국의 소비재 수입비중이 한국은 물론 여타 선진국에 비해 낮고 소득이 높아질수록 증가하는 비내구재 수입 비중도 아직 낮아 향후 소비재 수입증가 여력이 매우 클 것으로 판단된다.

중국의 1위 수입국인 한국은 소비재 수입에서는 6위를 기록하고 있다. 소비재 수입 1위 국가는 미국이며, 농림수산품을 제외할 경우에는 독일이 중국의 최대 소비재 수입국이다. 국가별 전체 수입에서 소비재 수입이 차지하는 비중은 EU, 미국 등 선진국이 20~30%대로 높은 반면, 한국은 4.0%로 대만과 함께 하위권에 그치고 있다. 이는 한국의 對中 수출이 중간재 중심으로 크게 확대된데 따른 것으로, 한국의 對중국 소비재 수출비중 하락은 중간재 쏠림현상이 더욱 심화되고 있음을 나타내고 있다.

국가별 수입구조는 한국, 일본, 독일은 자동차, 가전제품, 플라스틱의 비중이 높은 반면 미국은 1차산품, ASEAN은 경공업제품이 중심인 것으로 나타났다. 가전에서는 한국은 영상기기, 독일은 조명기기의 경쟁력이 확대되고 있으나 일본은 영상기기 등이 감소세를 보여 가전 분야의 경쟁력이

약화된 것으로 나타났다.

한편 중국의 소비재 수입시장에서 독일, 영국 등 유럽국가는 고급 소비재를 발판으로 점유율을 늘리면서 약진하고 있는 반면 한국, 일본은 점유율이 하락하고 있는 것으로 나타났다. 한국의 점유율은 2009년 5.6%에서 2013년에는 3.8%로 하락하였는데, 이는 수출품목의 집중도(Intensive margin)보다는 다양성(Extensive margin)하락에 기인하는 것으로 중국의 수입규모가 확대되는 분야에서 한국상품 진입이 미흡한데 따른 것이다.

또한 중국 소비재 수입 1등 품목 수에서도 한국은 2009년 95개로 6위를 기록했으나 2013년에는 66개로 대만에 뒤진 7위를 기록했으며, 수입총액 26위인 이태리는 1등 품목수가 200개로 3위를 차지하여 실제 수출품목에서의 경쟁력이 뛰어난 것으로 나타났다. 품목군별 분석에서는 한국이 냉장고, 가죽제품, 가정용회전기기(세탁기, 청소기 등) 콘택트렌즈, 미술용품, 기타수산물 6개 분야에서 1등을 차지한 것으로 나타났다.

한편 주요 고급 소비재 수입시장에서 한국은 냉장고, 세탁기, 휴대폰, 남녀의류, 가죽·모피, 화장품, 악기 등에서 수입액 기준 5위내에 진입했으나 평균 수출단가는 대부분 10위 내외에 머물러 아직 수출품목 고급화가 미흡한 것으로 나타났다.

중국의 내수형으로의 수입구조 재편이 점차 가시화되는 상황에서 유럽 등 선진국은 발빠르게 중국 소비재 시장에 진출하여 약진하고 있는 반면 한국은 여전히 가공무역 위중의 중간재 수출에만 머물고 있어 향후 對 중국 리스크 완화 및 수출 다각화를 위한 수출구조 변화가 필요한 시점이다.

이를 위해서는 중국 맞춤형 상품개발을 통한 소비재 수출품목의 다양화, 브랜드화·고품질화를 통한 고가격 전략 추구 및 경쟁력 있는 1등 품목 수 확대 노력이 필요하다. 또한 중국 내수시장 진출에 어려움을 겪고 있는 중소기업을 위해서는 B2C 온라인 수출 확대와 다양한 중국 진출 비즈니스 성공모델 발굴 및 지원이 필요하다.

I. 연구배경 및 방법

1. 연구배경

□ 중국의 내수소비 및 중산층 확대로 소비재 수입수요 증가 기대

- 중국 도시가구의 중산층(연소득 60,000~229,000 위안) 비율이 지난 2000년에는 6%에 불과했으나 2012년에는 68%로 증가
- 중국의 7%대 이상 경제성장에서 민간소비가 GDP성장의 절반 기여

〈 중국의 GDP 대비 민간소비 성장 기여도 및 기여율 〉

	2012				2013				(%)
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
GDP성장률(a)	8.1	7.6	7.4	7.9	7.7	7.5	7.8	7.7	
민간소비 성장기여도(b)	6.4	4.7	4.2	4.2	4.3	3.4	3.5	3.9	
민간소비 기여율(b/a)	78.7	60.4	55.0	55.0	55.5	45.2	45.9	50.0	

자료 : CEIC

□ 중국의 1인당 GDP 및 도시화율 상승으로 다양한 소비재 수요 확대

- 중국의 1인당 GDP는 2004~2013년 기간중 연평균 18% 증가하고 있으며, 도시화율도 2013년 54%로 향후 2020년까지는 60%에 달할 전망

〈 중국의 도시화율 및 1인당 GDP 〉

	(US달러, %)									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1인당GDP	1,490	1,731	2,069	2,651	3,412	3,749	4,433	5,447	6,086	6,747
도시화율	41.8	43.0	44.3	45.9	47.0	48.3	49.9	51.3	52.6	53.7

주 : 도시화율=도시인구/총인구 비율

자료 : CEIC

□ 또한 한류 등의 영향으로 한국기업의 對中 소비재 시장 관심이 확대

- 최근 한류 드라마 영향으로 중국소비자의 한국제품 온라인 구매가 증가하는 등 한국기업의 중국 소비재 시장 진출 분위기가 확산

2. 연구방법

□ 중국의 HS8 단위 무역통계중 최종(완성) 소비재 품목 코드를 별도 추출하여 연도별, 국가별로 중국의 소비재 수입동향을 분석

○ 한국 무역통계중 소비재로 분류되는 HS6단위를 추출하여 이를 기초로 중국의 HS8단위 기준 소비재 품목 코드를 추출

- 상기 소비재 코드에서 부품·중간재를 제외하되 HS8단위 1개 품목에 부분품·완제품이 혼합된 경우에는 소비재로 분류

○ 또한 한국에서는 기타품목*으로 분류되나 중국에서 소비재로 이용될 가능성이 높은 품목도 중국 소비재 품목에 포함 (최종 2,447개 품목)

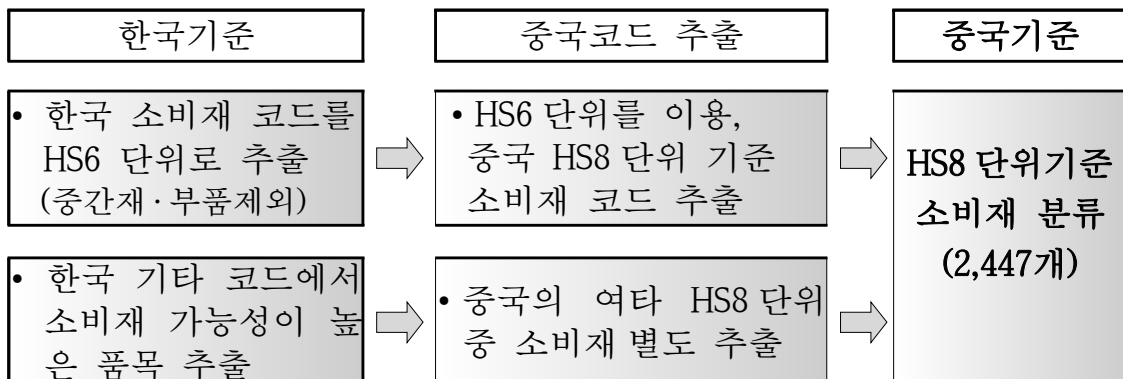
* 기타품목은 소비재이외에 자본재, 원자재 등으로 같이 쓰일 수 있는 품목을 지칭

○ 중국 2,447개 소비재 품목에 대해 한국의 MTI 3단위 기준을 적용하고 이를 다시 내구재, 비내구재, 직접소비재*로 분류

* 직접소비재는 농림수산물, 가공 음식료품 등을 의미

○ 분석대상 국가는 한국, 미국, 일본, 독일, 프랑스 등을 포함한 주요국 15개국과 ASEAN을 1개 국가로 간주하여 총 16개국을 대상으로 분석

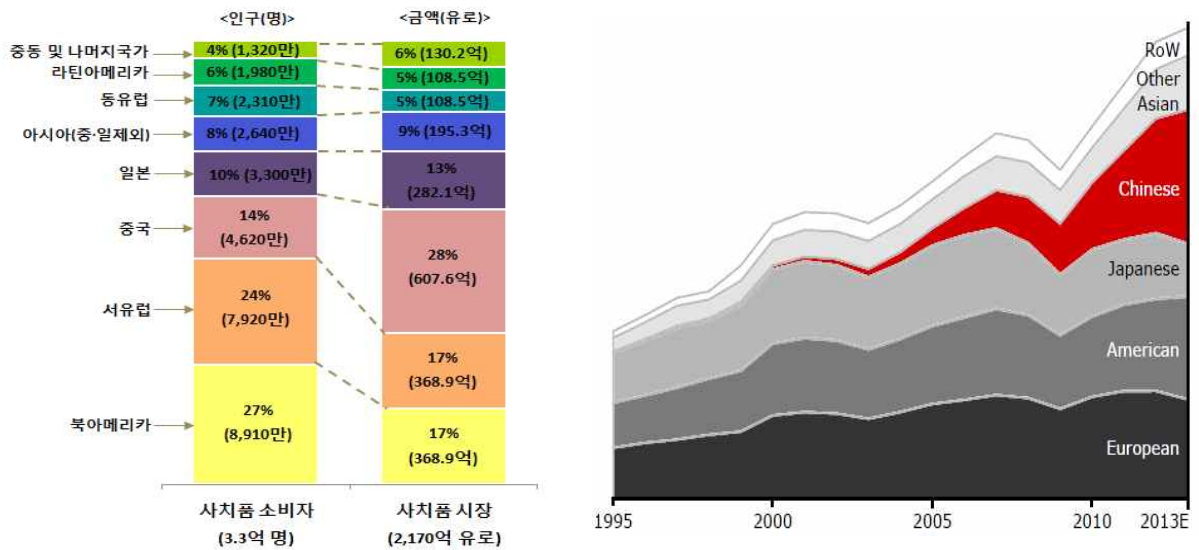
< 중국의 HS 8단위 소비재 품목 분류 과정 >



II. 중국의 고급소비재 소비 동향

- 세계 고급소비재(사치품) 시장 규모는 2013년 기준 약 2,170억유로로 이중 중국인의 소비는 약 608억유로로 28%를 차지
- 세계 고급소비재(사치품) 소비 인구는 3.3억명이며 이중 중국 소비자는 4,620만명으로 전체의 14% 차지
- 2013년중 중국의 사치품 구입 소비자의 1인당 평균 소비액은 1,250유로로 꾸준히 증가세를 보임
- 1인당 소비액은 1위가 중동(1,400유로), 2위 중국(1,250유로), 3위 일본(800유로)이며, 세계 사치품 소비자 1인당 소비액은 연간 650유로

<세계 고급소비재 소비의 국가별 분포 ('13°)> <세계 고급소비재 소비인구 비중 추이 ('95~'13°)>



자료 : Bain and Company (2014.01)

자료 : Bain Global Luxury Report 2013 재인용 (2013.12)

- 중국인의 사치품 구입액은 1/3이 중국내에서 구입된 반면, 2/3는1) 해외에서 구매된 것으로 나타남
- 2013년 중국의 해외관광객수는 9,800만명으로 연평균 20%씩 증가

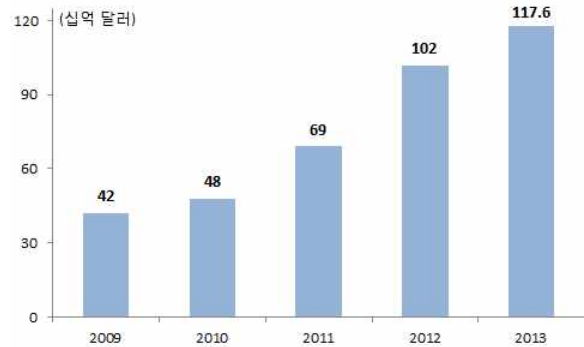
1) Bain and Company의 “Mainland China entering new era of luxury cool down... (2013.12.16.) 보도 자료 인용

- 2013년 해외관광객의 해외소비액은 1,176억달러로 연평균 30% 증가
- 중국인의 해외소비 증가는 ① 해외현지와의 가격차 ② 정품확인 심리 ③ 다양한 제품 구입 욕구 ④ 해외여행시 선물구매 문화 등에 기인

<중국인 해외여행 규모 및 성장률>



<중국인 관광객의 해외 소비>



자료 : China Tourism Academy 재인용 (2014.01)

□ 반면 중국 국내 사치품 소비는 2012년부터 점차 둔화세를 보임

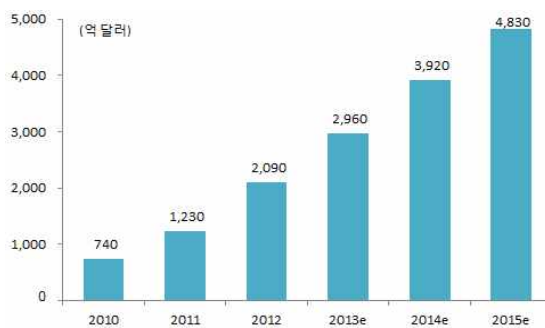
○ 중국내 소비증가율 : 12%('09) → 23%('10) → 30%('11) → 7%('12) → 2%('13)
 <자료 : Bain and Company (2013.12)>

○ 중국내 사치품 소비 둔화는 해외구매 증가와 함께 온라인 B2C 구매 증가, 중국정부의 반부패 정책에 따른 사치품 수요 억제에 기인

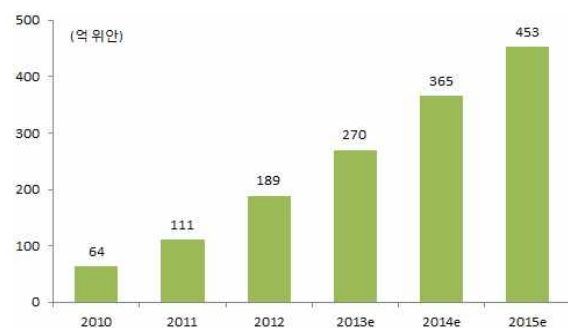
○ 최근 중국 사치품 소비자의 온라인 B2C 구매 증가세가 두드러짐

- 중국의 온라인 쇼핑규모는 2013년 약 2,960억 달러(2.4억명)에 달하며 이 중 사치품 구입액은 270억 위안(43.9억 달러)으로 추정

<중국 국내 온라인 쇼핑 매출액>



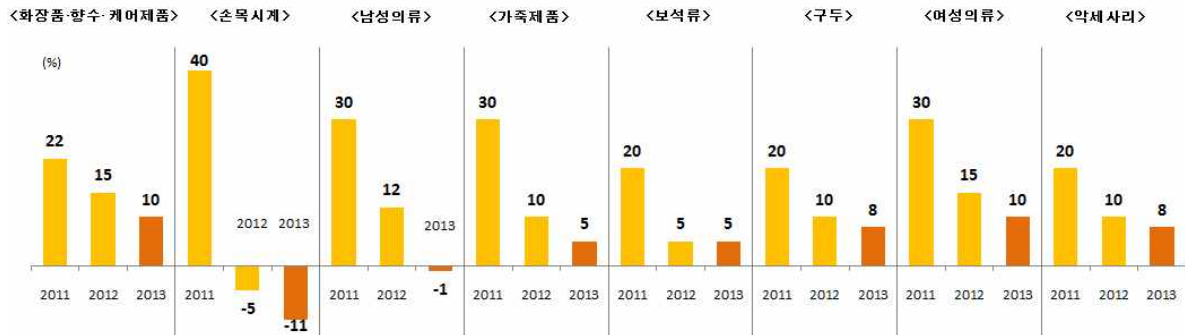
<중국 온라인 사치품 거래 규모>



자료 : Observer Solutions (2013.06)

- 해외구매 및 온라인구매 증가로 중국내 신규 명품매장 개설 건수가 점차 둔화 (2012년 약 150개 → 2013년 약 100개)
- o 중국은 2012년부터 4풍(관료주의, 형식주의, 향락주의, 사치풍조) 척결을 목표로 강력한 반부패 캠페인을 진행하고 있음
- 지방정부 및 중앙정부 부처에서의 적극적인 부패척결 움직임으로 사치품 구입 감소
- o 반부패 정책으로 큰 타격을 입은 품목은 손목시계, 남성의류 제품임
- 손목시계 매출은 2013년중 11% 감소하였으며, 남성의류도 1% 감소

< 중국내 사치품 제품별 매출 증가율 추이 (2011~2013) >



주 : 2013년은 추정치
 자료 : Bain and Company 재인용 (2013.12)

- 당분간 중국내 사치품 소비는 둔화가 불가피하나 중장기적으로는 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망
- o 2014년 중국내 사치품 소비는 지난해와 같은 2% 증가에 그칠 전망
- o 반면 전망기관들은 중국내 사치품 소비가 2020년까지 연평균 두 자리대의 높은 증가세 예상
- 정부의 반부패 및 사치품억제 정책에도 불구하고 중국인의 명품 소유 욕구는 여전히 강함 (미엔즈 신드롬²⁾)

2) 미엔즈(面子: miànzi) 신드롬 : 국민소득이 높아지면서 사치품 소비 등과 같은 체면을 중시하는 과시형 소비가 중국 내 부유층에서 일반 소비자들로 확대되고 있는 현상

Ⅲ. 중국의 소비재 수입 동향

1. 개황

□ 중국의 소비재 수입은 '13년중 1,903억달러로 전체 수입의 9.8% 차지

○ 중국의 소비재 수입액은 2010년중 1,000억달러를 넘어선 후 2013년에는 1,900억달러를 상회하여 최근 4년간 연평균 24%의 증가세를 보임

○ 소비재 수입증가율이 전체 수입증가율을 매년 상회하여 소비재 수입비중이 2013년중 10%에 근접

〈 중국의 소비재 수입 추이 〉

(억달러, %)

연도	총수입(a)	소비재 수입(b)	소비재 비중(b/a)
2009년	10,039 (—)	798 (—)	(8.0)
2010년	13,939 (38.9)	1,133 (41.9)	(8.1)
2011년	17,416 (24.9)	1,476 (30.3)	(8.5)
2012년	18,173 (4.3)	1,729 (17.1)	(9.5)
2013년	19,415 (6.8)	1,903 (10.1)	(9.8)

주 : ()내는 전년대비 증감률
자료 : kita.net

□ 내구재 비중이 가장 높으나 직접재 및 비내구재 비중이 점차 증가세

○ 수입비중(2013년) : 내구재(46.2%) > 직접재(45.5%) > 비내구재 (8.3%)

○ 한국에 비해 내구재 비중이 높으나 비내구재 비중은 크게 낮은 편

* 한국 소비재 수입비중(2013년) : 직접재(36.5%) > 내구재(33.9%) > 비내구재(29.6%)

〈 중국의 소비재 수입 동향 〉

(억달러, %)

	직접소비재	내구소비재	비내구소비재	합 계
2009년	357 (44.7)	375 (46.9)	67 (8.4)	798
2010년	479 (42.3)	565 (49.9)	89 (7.8)	1,133
2011년	601 (40.7)	751 (50.9)	124 (8.4)	1,476
2012년	758 (43.9)	833 (48.2)	137 (7.9)	1,729
2013년	866 (45.5)	879 (46.2)	159 (8.3)	1,903

주 : ()내는 비중
자료 : kita.net

2. 품목별 동향

□ 중국의 소득증가에 따른 소비 고급화로 고급 소비재의 수입증가세가 높은 편

○ 연평균 20%이상 수입이 증가한 품목은 건강, 뷰티, 의류, 패션, 보석, 식품, 자동차 등 소득증가와 함께 늘어나는 소비 품목임

- 연 30%이상 증가 : 축산물(39%), 수송기계(35%), 의료위생(31%), 보석류(30%)

- 연 20~30% 증가 : 섬유·모피(28%), 패션(25%), 수산물(24%), 농산물(23%), 유리·도자기(22%), 가구·악기(22%), 뷰티용품(20%)

< 중국의 품목별 소비재 수입 동향 >

(백만달러, %)

	2009	2010	2011	2012	2013	증감률 ('10~'13)
농산물	28,562	38,166 (33.6)	47,052 (23.3)	59,011(25.4)	64,967(10.1)	(22.8)
수송기계	14,374	28,946 (101.4)	40,952 (41.5)	45,613(11.4)	47,619(4.4)	(34.9)
가전제품	10,385	11,700 (12.7)	14,568 (24.5)	18,405(26.3)	21,771(18.3)	(20.3)
축산물	3,617	5,295 (46.4)	7,336 (38.5)	9,237(25.9)	13,410(45.2)	(38.8)
수산물	3,487	4,428 (27.0)	5,741 (29.7)	7,574(31.9)	8,193(8.2)	(23.8)
인쇄·기록매체	5,519	6,602 (19.6)	7,686 (16.4)	7,303(-5.0)	6,528(-10.6)	(4.3)
패션(신발,가방,안경,시계)	2,538	3,717 (46.5)	5,707 (53.5)	6,093(6.8)	6,188(1.6)	(25.0)
섬유제품·모피	2,210	2,921 (32.2)	4,534 (55.2)	5,010(10.5)	5,866(17.1)	(27.6)
플라스틱,목재,가죽	2,882	3,691 (28.1)	4,101 (11.1)	4,233(3.2)	4,375(3.4)	(11.0)
뷰티(화장품,비누,치약)	858	1,125 (31.1)	1,480 (31.5)	1,620(9.5)	1,781(9.9)	(20.0)
보석류	481	668 (39.0)	851 (27.4)	1,120(31.7)	1,386(23.7)	(30.3)
가구·악기	495	630 (27.4)	863 (36.9)	927(7.4)	1,108(19.5)	(22.3)
화학제품	619	830 (34.1)	919 (10.8)	931(1.3)	1,094(17.5)	(15.3)
문구류	805	881(9.4)	944(7.2)	1,248(32.2)	1,077(-13.7)	(7.6)
완구·취미·운동용품	883	905(2.5)	1,287 (42.3)	986(-23.4)	1,069(8.4)	(4.9)
사무휴대용품	741	897(21.1)	1,004 (12.0)	1,000(-0.4)	1,017(1.7)	(8.3)
주방용품	498	679(36.2)	902 (32.9)	829(-8.1)	894(7.7)	(15.7)
유리제품 및 도자기	401	599(49.2)	806 (34.6)	820(1.7)	879(7.2)	(21.7)
의료위생용품	219	283(29.1)	385 (36.2)	476(23.6)	636(33.6)	(30.6)
잡제품	240	314(30.9)	495 (57.6)	433(-12.7)	449(3.7)	(16.9)

주 : ()내는 전년대비 증감률

자료 : kita.net

3. 국가별 동향

- 중국의 소비재 수입이 가장 많은 국가는 미국과 독일로 한국은 ASEAN, 일본, 영국에 이어 중국의 6위 소비재 수입대상국임
- 전체 수입의 경우 미국은 중국의 4위 수입대상국이나 소비재는 제 1위 수입국에 랭크
- 일본은 2009~2010년중 미국에 이어 2위 소비재 수입국이었으나 2011년은 3위, 2012년 이후 부터는 4위를 기록
- 한국은 2009~2012년중 소비재 수입이 줄곧 5위를 기록하다 2013년중 6위로 하락
- 반면 ASEAN은 2012년부터 제 3위 소비재 수입국으로 올라섬

〈 중국의 주요 국가별 소비재 수입액 〉

(억달러, %)

순위	국가	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	연평균증감률 ('10~'13)
1	미국(4)	161.3	205.8 (27.6)	263.8 (28.2)	331.0 (25.5)	344.2 (4.0)	(20.9)
2	독일(6)	66.1	134.3 (103.1)	182.4 (35.8)	203.0 (11.3)	175.6 (-13.5)	(27.7)
3	ASEAN(-)	70.3	92.9 (32.2)	122.4 (31.6)	157.0 (28.3)	165.4 (5.4)	(23.8)
4	일본(2)	93.3	136.8 (46.7)	142.3 (4.1)	139.0 (-2.3)	126.9 (-8.7)	(8.0)
5	영국(22)	12.3	26.9 (119.0)	41.8 (55.3)	59.4 (42.3)	77.9 (31.1)	(58.7)
6	한국(1)	44.4	52.4 (17.9)	72.9 (39.3)	68.2 (-6.5)	71.5 (4.8)	(12.6)
7	캐나다(18)	22.9	22.8 (-0.3)	27.4 (19.9)	43.4 (58.7)	49.4 (13.7)	(21.2)
8	대만(3)	19.3	26.3 (36.2)	36.7 (39.4)	45.3 (23.3)	44.4 (-2.0)	(23.1)
9	프랑스(19)	18.8	25.4 (35.4)	38.8 (52.7)	44.4 (14.5)	43.8 (-1.5)	(23.6)
10	이태리(26)	12.1	18.6 (54.4)	30 (60.9)	33.8 (12.8)	38.6 (14.0)	(33.7)
11	홍콩(11)	9.2	8.1 (-12.2)	7.5 (-7.2)	8.3 (10.6)	33.2 (299.5)	(37.7)
12	스위스(35)	11.2	16.3 (46.0)	26.1 (59.8)	24.4 (-6.4)	21.4 (-12.5)	(17.6)
13	벨기에(33)	4.2	6.3 (51.8)	12.4 (95.4)	12.4 (-0.0)	17.5 (40.7)	(42.9)
14	스페인(43)	3.1	4.1 (31.0)	6.8 (67.7)	9.5 (39.1)	11.2 (17.8)	(37.7)
15	네덜드(32)	4.3	5.4 (27.3)	7.5 (38.5)	9.1 (21.1)	11.1 (22.5)	(27.2)
16	스웨덴(41)	2.9	3.1 (4.4)	3.9 (27.8)	3.8 (-2.9)	6.4 (69.4)	(21.7)

주 : 1. ()내는 전년대비 증감률
 2. 국가의 ()내는 중국의 전체 수입액 순위 (2013년)
 자료 : kita.net

□ 농림수산품을 제외한 중국의 소비재 수입은 독일이 제 1위 수입국임

○ 독일은 2011년부터 일본을 제치고 중국의 최대 소비재 수입국으로 부상

○ 한국은 2009년 3위였으나 미국과 ASEAN, 영국에 밀려 2013년에는 6위

○ 농림수산품을 제외한 중국의 소비재 수입이 급증하는 국가는 유럽 선진국으로, 이는 중국의 소득수준 향상으로 고급소비재 수입 증가를 시사

- 연평균 수입증가율 24% 상회 국가 : 독일(26%), 미국(32%), 영국(62%), 홍콩(38%), 이태리(34%), 벨기에(43%) 등임

- 반면 일본(8%), ASEAN(21%), 한국(12%), 대만(22%) 등의 아시아 국가는 중국의 평균 수입증가율을 하회

< 중국의 국가별 소비재 수입 동향 (농림수산물³⁾ 제외) >

(억달러, %)

순위	국가	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	연평균증감률 ('10~'13)
1	독일(6)	64.9	132.0 (103.4)	178.6 (35.3)	195.6 (9.5)	165.2 (-15.5)	(26.3)
2	미국(4)	41.6	56.5 (35.7)	83.5 (47.9)	103.2 (23.5)	127.3 (23.4)	(32.2)
3	일본(2)	90.0	132.2 (46.9)	140.0 (5.9)	135.7 (-3.0)	123.3 (-9.2)	(8.2)
4	아세안(-)	35.5	46.6 (31.3)	63.5 (36.2)	80.1 (26.1)	76.3 (-4.7)	(21.1)
5	영국(22)	10.9	25.2 (132.2)	39.8 (57.6)	56.9 (43.1)	74.9 (31.7)	(62.1)
6	한국(1)	42.4	49.9 (17.8)	69.1 (38.3)	63.9 (-7.5)	65.9 (3.2)	(11.7)
7	대만(3)	18.0	24.5 (36.0)	34.2 (39.6)	41.4 (21.0)	39.5 (-4.6)	(21.7)
8	이태리(26)	11.0	17.0 (54.3)	27.4 (61.4)	30.9 (12.9)	35.2 (13.9)	(33.8)
9	홍콩(11)	8.5	7.1 (-16.1)	6.3 (-11.6)	6.9 (10.3)	30.5 (340.5)	(37.8)
10	스위스(35)	10.9	15.9 (45.5)	25.4 (59.8)	23.8 (-6.3)	20.6 (-13.6)	(17.1)
11	프랑스(19)	8.7	12.1 (39.0)	17.7 (45.7)	19.8 (12.0)	19.3 (-2.5)	(22.0)
12	벨기에(33)	3.8	5.7 (51.8)	11.7 (104.4)	11.4 (-3.3)	15.9 (40.1)	(43.2)
13	스페인(43)	2.0	2.4 (17.5)	3.5 (47.9)	5.5 (55.3)	6.8 (24.6)	(35.4)
14	캐나다(18)	1.6	3.2 (99.4)	5.0 (57.4)	5.4 (8.1)	6.8 (24.9)	(43.5)
15	스웨덴(41)	2.6	2.7 (4.6)	3.5 (28.5)	3.3 (-4.7)	5.6 (66.6)	(20.9)
16	네덜란드	1.5	1.5 (1.4)	2.0 (31.0)	1.8 (-8.4)	2.1 (17.0)	(9.2)

주 : 1. ()내는 전년대비 증감률

2. 국가의 ()내는 중국의 전체 수입액 순위 3. 농산물, 수산물, 축산물, 목재류 제외

자료 : kita.net

□ 중국의 국별 전체 수입액중 소비재가 차지하는 비중이 높은 나라는 EU, 북미 등의 선진국이 대부분

○ 국별 수입액중 소비재 수입비중이 가장 높은 나라는 영국(42%)과 미국(24%)이며 한국은 대만과 함께 소비재 수입비중이 가장 저조

- 소비재 비중('13) : 영국(41.4%), 미국(23.9%), 이태리(22.5%), 스위스(22.3%)

○ 또한 조사대상 16개국중 대부분의 국가에서 총수입액 대비 소비재 비중이 상승하고 있으나 홍콩, 한국만 뚜렷한 하락세를 보임

- 비중 증가('09→'13) : 영국(15.6→41.4%), 벨기에(7.2→16.6%), 독일(11.8→18.7%)

- 비중 감소('09→'13) : 한국(4.3→4.0%), 홍콩(11.2→7.6%)

○ 한국의 對中 수출액중 소비재 비중 하락은 중국의 對韓 수입이 중간재 등 非소비재를 중심으로 크게 증가하는데 기인

- 일본은 중국의 對日감정 악화로 對中 수출이 2012년부터 감소하였으나, 중간재 감소폭이 더 커 중국의 對日 소비재 수입비중이 오히려 상승

< 중국의 주요 국가별 소비재 수입 비중¹⁾ >

	2009년(a)	2010년	2011년	2012년	2013년(b)	변화 (b-a, %p)
영국	15.6	23.8	28.7	35.3	41.4	25.8
미국	20.8	20.3	22.3	25.9	23.9	3.0
이태리	10.9	13.3	17.1	20.8	22.5	11.5
스위스	19.1	19.5	22.6	25.1	22.3	3.2
캐나다	19.2	15.4	12.7	19.1	20.7	1.5
프랑스	14.4	14.9	17.6	18.3	19.3	4.9
스페인	7.2	6.5	9.0	15.0	18.8	11.6
독일	11.8	18.1	19.7	22.1	18.7	6.9
벨기에	7.2	8.1	12.2	12.5	16.6	9.5
네덜란드	8.3	8.4	8.7	10.4	10.6	2.2
스웨덴	5.4	5.2	5.5	5.5	9.3	4.0
ASEAN	6.6	6.0	6.4	8.0	8.4	1.8
일본	7.1	7.8	7.3	7.8	8.0	0.8
홍콩	11.2	8.5	7.3	7.6	7.6	-3.5
한국	4.3	3.8	4.5	4.1	4.0	-0.4
대만	2.3	2.3	2.9	3.4	3.0	0.7

주 : 1) 특정국가 전체수입액중 소비재수입이 차지하는 비중

자료 : kita.net

IV. 중국의 주요 국가별 소비재 수입 동향

1. 한국

□ 중국의 對韓 소비재 수입은 가전과 수송기계의 비중이 62%에 달하며 최근 농산물, 뷰티용품, 화학제품, 주방용품의 증가세가 높음

○ (가전제품) 對韓 소비재 수입의 37%를 차지하는 최대 수출품

- 증가품목(연평균증감률) : 영상기기(85%), 가정용회전기기*(69%), 냉장고(13%)
- 감소품목(연평균증감률) : 조명기기(-21%)

* 가정용회전기기는 세탁기, 에어컨, 청소기, 세척기, 믹서기 등 회전모터 장착 가전제품임

○ (자동차, 뷰티) 자동차는 연평균 18%, 화장품은 38%의 높은 증가세 시현

○ (농림수산물) 對韓 소비재 수입의 8% 차지, 기호식품, 가공품이 증가 주도

- 증가품목(연평균증감률): 기호식품(31%), 축산가공품(66%), 농산가공품(45%), 어류(30%)

< 중국의 산업별 對 한국 소비재 수입 (중분류) >

(백만달러, %)

품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균증감률 ('10-'13)
가 전	1,880 (42.3)	1,594 (30.4)	2,082 (28.5)	2,480 (36.4)	2,610 (36.5)	< 8.6>
수송(자동차,자전거등)	938 (21.1)	1,600 (30.6)	2,356 (32.3)	1,677 (24.6)	1,823 (25.5)	<18.1>
플라스틱·목재·가죽	555 (12.5)	666 (12.7)	775 (10.6)	783 (11.5)	688 (9.6)	< 5.5>
기록매체·인쇄물	265 (6.0)	354 (6.8)	603 (8.3)	379 (5.6)	317 (4.4)	< 4.6>
농산물	106 (2.4)	130 (2.5)	193 (2.6)	234 (3.4)	293 (4.1)	<29.0>
섬유제품·모피	160 (3.6)	207 (4.0)	250 (3.4)	250 (3.7)	243 (3.4)	<11.0>
화학(종이·도료·잉크)	100 (2.3)	163 (3.1)	175 (2.4)	226 (3.3)	231 (3.2)	<23.2>
수산물	89 (2.0)	101 (1.9)	173 (2.4)	160 (2.3)	198 (2.8)	<22.1>
뷰티(화장품,비누,치약)	47 (1.1)	61 (1.2)	77 (1.1)	117 (1.7)	170 (2.4)	<37.6>
주방용품	40 (0.9)	74 (1.4)	117 (1.6)	103 (1.5)	110 (1.5)	<28.7>
패션(신발,가방,안경,시계)	37 (0.8)	37 (0.7)	54 (0.7)	69 (1.0)	95 (1.3)	<26.2>
문구류	57 (1.3)	64 (1.2)	56 (0.8)	73 (1.1)	76 (1.1)	< 7.6>
사무용품·휴대용품	68 (1.5)	71 (1.4)	75 (1.0)	67 (1.0)	67 (0.9)	<-0.5>
축산물	9 (0.2)	10 (0.2)	23 (0.3)	36 (0.5)	66 (0.9)	<65.7>
유리·도자기	18 (0.4)	25 (0.5)	41 (0.6)	46 (0.7)	54 (0.8)	<30.6>
가구·악기	18 (0.4)	21 (0.4)	21 (0.3)	26 (0.4)	28 (0.4)	<12.1>
보석류	10 (0.2)	18 (0.3)	22 (0.3)	29 (0.4)	27 (0.4)	<28.3>
의료위생용품	10 (0.2)	14 (0.3)	15 (0.2)	13 (0.2)	26 (0.4)	<26.6>
잡제품	19 (0.4)	17 (0.3)	28 (0.4)	19 (0.3)	15 (0.2)	<-6.4>
완구·취미·운동용품	16 (0.4)	10 (0.2)	158 (2.2)	35 (0.5)	15 (0.2)	<-1.3>
전 체	4,442 (100)	5,236 (100)	7,295 (100)	6,820 (100)	7,151 (100)	<12.4>

주 : ()내는 비중, < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

〈 중국의 품목별 對 한국 소비재 수입 현황 (세분류 상위 30개품목) 〉

(백만달러, %)

구분	품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증감률 ('10~'13)
1억 달러 이상	영상기기	183	549 (199.6)	1,490 (171.3)	1,869 (25.4)	2,123 (13.6)	<84.5>
	자동차	938	1,600 (70.6)	2,356 (47.2)	1,676 (-28.9)	1,823 (8.7)	<18.1>
	플라스틱제품	533	631 (18.5)	733 (16.1)	752 (2.5)	662 (-11.9)	< 5.6>
	기록매체	255	343 (34.8)	593 (72.9)	370 (-37.6)	303 (-18.1)	< 4.5>
	종이제품	68	124 (80.5)	130 (5.4)	178 (36.4)	176 (-1.2)	<26.5>
	화장품,비누,치약	47	61 (28.9)	77 (26.5)	117 (51.4)	170 (45.3)	<37.6>
	기호식품	54	65 (20.5)	114 (74.2)	124 (9.1)	159 (28.2)	<30.9>
	의류	97	136 (40.5)	177 (30.3)	177 (0.0)	157 (-11.5)	<12.8>
5천만 ~ 1억 달러 미만	조명기기	343	306 (-10.7)	243 (-20.7)	186 (-23.4)	135 (-27.6)	<-20.8>
	음향기기	82	85 (3.7)	57 (-32.9)	65 (13.1)	97 (50.7)	< 4.4>
	알루미늄	35	61 (74.7)	103 (68.1)	92 (-10.4)	96 (4.1)	<28.7>
	농산가공품	21	31 (44.6)	47 (49.8)	70 (51.2)	95 (34.3)	<44.8>
	가정용회전기기	12	21 (82.2)	18 (-13.3)	32 (74.5)	94 (195.8)	<68.9>
	연체동물	53	59 (12.0)	121 (104.6)	53 (-56.6)	92 (74.5)	<14.8>
	기타섬유제품	63	71 (12.0)	73 (3.4)	73 (-0.2)	87 (18.3)	< 8.1>
	냉장고	44	65 (47.7)	61 (-6.2)	54 (-11.3)	72 (32.3)	<12.9>
	축산가공품	9	10 (17.4)	23 (122.8)	36 (58.9)	65 (80.5)	<65.5>
	어류	22	26 (16.7)	31 (19.5)	71 (126.0)	64 (-10.0)	<29.8>
5천만 달러 미만	도료및잉크	32	39 (22.8)	45 (15.4)	48 (6.2)	56 (16.6)	<15.1>
	기타생활용품	52	54 (4.5)	60 (9.4)	52 (-13.2)	51 (-1.5)	<-0.5>
	사무용품	26	30 (14.4)	29 (-1.0)	45 (53.2)	48 (7.6)	<16.9>
	난방·전열기기	11	20 (82.8)	32 (54.6)	40 (27.5)	47 (17.0)	<43.3>
	타일·도자기	13	16 (24.6)	26 (61.2)	25 (-3.6)	30 (20.3)	<23.5>
	가방	8	6 (-19.2)	10 (62.4)	17 (65.9)	29 (75.5)	<39.8>
	귀금속장식품	10	18 (79.7)	22 (22.7)	29 (30.2)	27 (-5.7)	<28.3>
	의료위생용품	10	14 (32.8)	15 (11.0)	13 (-12.6)	26 (99.6)	<26.6>
	가죽제품	22	35 (56.8)	41 (18.6)	31 (-25.6)	26 (-15.9)	< 3.9>
	콘택트렌즈	5	5 (-5.2)	13 (155.1)	19 (46.3)	25 (33.1)	<47.3>
5천만 달러 미만	유리제품	6	9 (69.5)	15 (62.3)	21 (37.4)	24 (12.4)	<43.6>
	산식물	19	25 (28.6)	21 (-14.1)	25 (19.3)	23 (-6.9)	< 5.2>

주 : 1.()내는 증감률, < >내는 연평균증감률

2. 금액구분은 2013년 수입액 기준

자료 : kita.net

2. 일본

□ 중국의 對日 소비재 수입은 자동차 등 수송기계가 절반을 상회하고 있으며 수송기계와 가전의 비중이 한국보다 높은 70%에 달함

○ (자동차) 2011년까지 수입이 급증하였으나 2012년 이후 감소세 전환

○ (가전제품) 2011년 이후 지속적인 對日 수입 축소로 연평균 3% 감소

- 증가품목(연평균증감률) : 난방전열기기(11%), 냉장고(40%)
- 감소품목(연평균증감률) : 영상기기(-4%), 음향기기(-18%), 조명기기(-1%)

○ (여타품목) 종이제품, 피아노, 화장품, 타일·도자기, 안경 및 기호식품, 연체동물은 증가세이나 사무·문구류, 어류, 시계는 감소세를 보임

- 증가품목(연평균증감률) : 종이제품*(59%), 연체동물(46%), 피아노(11%), 화장품(9%), 타일·도자기(16%), 기호식품(7%), 안경(24%)

* 최근 중국의 對日, 對韓 종이 기저귀 수입이 증가세

< 중국의 산업별 對 일본 소비재 수입 (중분류) >

(백만달러, %)

품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 ('10~'13)
수송(자동차,자전거 등)	3,679 (39.5)	6,786 (49.6)	7,297 (51.3)	6,927 (49.8)	6,884 (54.2)	< 17.0>
가전	2,302 (24.7)	2,852 (20.9)	2,772 (19.5)	2,949 (21.2)	2,010 (15.8)	< -3.3>
플라스틱·목재·가죽	765 (8.2)	1,005 (7.4)	1,035 (7.3)	996 (7.2)	891 (7.0)	< 3.9>
화학(종이·도료·잉크)	173 (1.9)	233 (1.7)	269 (1.9)	298 (2.1)	435 (3.4)	< 26.0>
기록매체·인쇄물	640 (6.9)	561 (4.1)	561 (3.9)	417 (3.0)	349 (2.8)	< -14.0>
뷰티(화장품,비누,치약)	219 (2.4)	280 (2.1)	372 (2.6)	370 (2.7)	315 (2.5)	< 9.4>
문구류	268 (2.9)	306 (2.2)	274 (1.9)	299 (2.2)	266 (2.1)	< -0.1>
수산물	161 (1.7)	257 (1.9)	122 (0.9)	169 (1.2)	217 (1.7)	< 7.7>
사무용품·휴대용품	207 (2.2)	238 (1.7)	260 (1.8)	249 (1.8)	214 (1.7)	< 0.9>
섬유제품	155 (1.7)	179 (1.3)	207 (1.5)	201 (1.4)	181 (1.4)	< 4.1>
완구·취미·운동용품	113 (1.2)	116 (0.9)	175 (1.2)	143 (1.0)	155 (1.2)	< 8.2>
농산물	135 (1.4)	179 (1.3)	103 (0.7)	153 (1.1)	142 (1.1)	< 1.4>
보석류	117 (1.3)	186 (1.4)	159 (1.1)	131 (0.9)	132 (1.0)	< 3.2>
유리용품·도자기	79 (0.9)	112 (0.8)	158 (1.1)	151 (1.1)	128 (1.0)	< 12.7>
주방용품	83 (0.9)	106 (0.8)	131 (0.9)	116 (0.8)	105 (0.8)	< 6.1>
가구·악기	71 (0.8)	96 (0.7)	118 (0.8)	112 (0.8)	100 (0.8)	< 9.2>
패션(신발,가방,안경,시계)	76 (0.8)	102 (0.8)	144 (1.0)	152 (1.1)	100 (0.8)	< 7.2>
잡제품	41 (0.4)	48 (0.4)	52 (0.4)	44 (0.3)	35 (0.3)	< -3.8>
의료위생용품	13 (0.1)	14 (0.1)	15 (0.1)	21 (0.2)	26 (0.2)	< 17.9>
축산물	30 (0.3)	22 (0.2)	7 (0.1)	5 (0.0)	6 (0.1)	< -34.0>
전 체	9,326 (100)	13,677 (100)	14,231 (100)	13,902 (100)	12,692 (100)	< 8.0>

주 : ()내는 비중 < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

< 중국의 품목별 對 일본 소비재 수입 현황 (세분류 상위 30개품목) >

(백만달러, %)

	품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증감률 ('10~'13)
1억 달러 이상	자동차	3,679	6,786 (84.5)	7,296 (7.5)	6,924 (-5.1)	6,881 (-0.6)	<16.9>
	영상기기	1,617	2,026 (25.3)	1,992 (-1.7)	2,141 (7.5)	1,354 (-36.8)	<-4.3>
	플라스틱제품	759	993 (30.8)	1,024 (3.1)	990 (-3.4)	880 (-11.1)	< 3.8>
	조명기기	391	502 (28.4)	460 (-8.4)	425 (-7.7)	374 (-12.1)	<-1.2>
	화장품,비누,치약	219	280 (27.5)	372 (33.0)	370 (-0.6)	315 (-14.9)	< 9.4>
	종이제품	49	74 (49.9)	103 (39.4)	148 (44.4)	311 (109.5)	<58.5>
	기록매체	590	500 (-15.4)	494 (-1.2)	359 (-27.3)	296 (-17.5)	<-15.8>
	기타생활용품	187	215 (15.1)	235 (9.5)	225 (-4.1)	195 (-13.7)	< 1.0>
	사무용품	164	176 (6.8)	145 (-17.4)	173 (19.5)	148 (-14.4)	< -2.5>
	귀금속장식품	116	186 (60.1)	158 (-14.9)	130 (-18.1)	131 (0.8)	< 3.0>
	도료·잉크	123	159 (29.2)	166 (4.6)	149 (-10.0)	124 (-17.2)	< 0.2>
어류	125	188 (50.1)	68 (-64.0)	84 (23.3)	117 (39.9)	<-1.7>	
운동기구	77	70 (-9.4)	112 (60.8)	71 (-36.6)	110 (54.4)	< 9.2>	
5천만 ~ 1억 달러 미만	타일·도자기	53	78 (47.4)	111 (42.6)	108 (-3.3)	96 (-11.3)	<15.9>
	기타섬유제품	79	89 (12.3)	99 (11.9)	102 (2.5)	92 (-9.8)	< 3.8>
	의류	76	90 (19.0)	108 (19.7)	99 (-8.1)	90 (-9.3)	< 4.4>
	알루미늄	70	93 (33.0)	113 (21.8)	95 (-16.3)	89 (-6.4)	< 6.2>
	연체동물	19	51 (173.8)	47 (-7.7)	73 (54.4)	84 (15.2)	<45.6>
	난방·전열기기	55	75 (36.5)	77 (2.0)	89 (16.1)	83 (-6.7)	<10.8>
	기타문구	86	102 (18.8)	98 (-4.6)	89 (-9.1)	80 (-9.6)	<-1.8>
	기호식품	52	80 (52.1)	49 (-38.2)	98 (99.5)	69 (-30.2)	< 7.0>
피아노	40	47 (17.6)	66 (39.4)	68 (3.2)	61 (-9.7)	<11.2>	
음향기기	116	115 (-1.1)	93 (-18.8)	64 (-31.4)	53 (-17.3)	<-17.8>	
5천만 달러 미만	냉장고	12	16 (35.2)	22 (40.3)	43 (91.4)	45 (4.8)	<39.7>
	안경	19	26 (37.4)	43 (64.5)	50 (17.6)	45 (-10.8)	<24.1>
	산식품	10	14 (38.4)	6 (-57.7)	23 (286.1)	42 (82.7)	<42.6>
	기타인쇄물	35	46 (31.3)	51 (10.6)	43 (-16.8)	41 (-3.5)	< 3.9>
	시계	44	61 (37.4)	84 (38.0)	86 (1.6)	40 (-52.9)	<-2.4>
	취미오락기구	32	41 (29.4)	59 (45.3)	68 (13.9)	40 (-40.6)	< 6.2>
	필기구	12	22 (79.6)	25 (14.6)	31 (23.5)	33 (7.3)	<28.5>

주 : ()내는 증감률 < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

3. 미국

□ 중국의 對美 소비재 수입은 농림수산품이 63%에 달하고 자동차 등의 수송기계도 27%를 차지하여 2개 산업 수입비중이 90%에 달함

○ (농림수산물) 농산물이 전체수입의 54%(2013년)를 차지

- 증가품목(연평균증감률) : 식물성물질(80%), 축산가공품(51%), 어류(18%), 곡실류(14%), 갑각류(80%), 산식물(32%), 육류(7%)

○ (자동차) 2013년중 93억달러를 수입하여 연평균 43% 증가

○ (여타품목) 의료위생용품, 귀금속장식품, 조명기기, 유리제품은 증가세가 평균이상인 반면 가전(조명기기제외), 섬유류는 평균이하 증가

- 평균(20.9%)이상 증가 : 의료위생용품(41%), 귀금속장식(29%), 조명기기(25%), 유리제품(42%), 신문간행물(21%)

< 중국의 산업별 對 미국 소비재 수입 (중분류) >

(백만달러, %)

품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 (10~13)
농산물	10,284 (63.8)	13,473 (65.5)	15,073 (57.1)	19,560 (59.1)	18,521 (53.8)	<15.8>
수송(자동차, 자전거 등)	2,219 (13.8)	3,174 (15.4)	5,443 (20.6)	7,024 (21.2)	9,338 (27.1)	<43.2>
축산물	1,112 (6.9)	724 (3.5)	1,789 (6.8)	1,846 (5.6)	1,898 (5.5)	<14.3>
수산물	573 (3.6)	732 (3.6)	1,165 (4.4)	1,372 (4.1)	1,269 (3.7)	<22.0>
기록매체, 인쇄물	775 (4.8)	919 (4.5)	1,130 (4.3)	1,308 (4.0)	1,186 (3.5)	<11.2>
가전	278 (1.7)	307 (1.5)	358 (1.4)	406 (1.2)	489 (1.4)	<15.2>
플라스틱,목재,가죽	242 (1.5)	331 (1.6)	365 (1.4)	362 (1.1)	401 (1.2)	<13.4>
뷰티(화장품,비누,치약)	115 (0.7)	135 (0.7)	150 (0.6)	162 (0.5)	209 (0.6)	<16.1>
의료위생용품	42 (0.3)	65 (0.3)	102 (0.4)	125 (0.4)	166 (0.5)	<41.1>
섬유제품	65 (0.4)	82 (0.4)	97 (0.4)	112 (0.3)	122 (0.4)	<17.3>
주방용품	59 (0.4)	91 (0.4)	109 (0.4)	110 (0.3)	116 (0.3)	<18.4>
유리·도자기	45 (0.3)	75 (0.4)	111 (0.4)	93 (0.3)	108 (0.3)	<24.5>
보석류	37 (0.2)	60 (0.3)	88 (0.3)	178 (0.5)	102 (0.3)	<29.1>
화학(종이·도료·잉크)	69 (0.4)	81 (0.4)	88 (0.3)	89 (0.3)	97 (0.3)	< 8.8>
문구류	41 (0.3)	53 (0.3)	56 (0.2)	67 (0.2)	93 (0.3)	<22.5>
완구·취미·운동용품	47 (0.3)	81 (0.4)	62 (0.2)	65 (0.2)	73 (0.2)	<11.9>
사무용품휴대용품	69 (0.4)	97 (0.5)	83 (0.3)	80 (0.2)	69 (0.2)	< 0.3>
가구악기	26 (0.2)	47 (0.2)	50 (0.2)	56 (0.2)	60 (0.2)	<23.8>
패션신발,가방,벨트,시계)	17 (0.1)	23 (0.1)	39 (0.2)	49 (0.2)	56 (0.2)	<35.9>
잡제품	21 (0.1)	34 (0.2)	26 (0.1)	38 (0.1)	48 (0.1)	<22.8>
전 체	16,133 (100)	20,583 (100)	26,384 (100)	33,101 (100)	34,422 (100)	<20.9>

주 : ()내는 비중, < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

< 중국의 품목별 對 미국 소비재 수입 현황 (세분류 상위 30개품목) >

(백만달러, %)

	품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증감률 ('10~'13)
5억 달러 이상	곡실류	9,674	12,076 (24.8)	13,848 (14.7)	17,791 (28.5)	16,032 (-9.9)	<13.5>
	자동차	2,214	3,167 (43.0)	5,433 (71.6)	7,011 (29.1)	9,321 (32.9)	<43.2>
	식물성물질	135	754 (457.7)	495 (-34.3)	780 (57.5)	1,421 (82.3)	<80.1>
	육류	968	503 (-48.1)	1,430 (184.5)	1,436 (0.4)	1,260 (-12.3)	< 6.8>
	기록매체	593	675 (13.7)	811 (20.3)	963 (18.8)	788 (-18.2)	< 7.4>
	기호식품	302	405 (34.2)	452 (11.6)	576 (27.3)	743 (29.1)	<25.3>
	어류	328	430 (30.9)	652 (51.8)	717 (9.9)	631 (-12.0)	<17.7>
	축산가공품	110	190 (72.6)	307 (62.2)	339 (10.1)	567 (67.6)	<50.7>
1억 ~ 5억 달러 미만	플라스틱제품	238	324 (36.0)	357 (10.3)	353 (-1.1)	390 (10.6)	<13.2>
	갑각류	22	31 (38.2)	88 (188.5)	190 (115.8)	230 (20.9)	<79.6>
	산식물	69	105 (52.7)	115 (9.2)	235 (104.7)	211 (-9.9)	<32.4>
	화장품,비누,치약	115	135 (17.2)	150 (11.6)	162 (7.9)	209 (28.8)	<16.1>
	수산가공품	113	122 (8.5)	227 (85.9)	257 (13.0)	208 (-19.0)	<16.6>
	기타인쇄물	94	101 (8.3)	149 (47.5)	160 (7.0)	199 (24.4)	<20.8>
	의료위생용품	42	65 (54.6)	102 (58.6)	125 (22.2)	166 (32.4)	<41.1>
	연체동물	70	126 (79.4)	146 (15.5)	128 (-12.2)	145 (13.7)	<19.9>
	조명기기	54	73 (35.8)	91 (23.9)	98 (7.3)	131 (34.5)	<24.8>
	신문등정기간행물	56	99 (77.3)	115 (16.0)	117 (2.0)	119 (2.0)	<21.0>
	알루미늄	50	79 (57.3)	95 (20.5)	96 (0.8)	104 (8.1)	<19.9>
	귀금속장식품	37	60 (63.9)	88 (47.0)	178 (101.7)	102 (-42.8)	<29.1>
1억 달러 미만	농산가공품	91	118 (29.9)	141 (19.7)	159 (12.7)	89 (-43.8)	<-0.4>
	영상기기	44	56 (25.4)	56 (0.9)	93 (65.7)	89 (-4.5)	<18.9>
	기타섬유제품	49	60 (21.9)	73 (22.3)	74 (2.1)	85 (14.3)	<14.8>
	기타문구	30	43 (44.1)	48 (12.0)	59 (22.2)	80 (34.7)	<27.7>
	서적	32	45 (39.4)	55 (22.1)	67 (22.9)	79 (17.9)	<25.3>
	산동물	33	32 (-3.9)	51 (59.9)	72 (41.5)	71 (-1.5)	<20.9>
	음향기기	47	45 (-4.3)	58 (29.0)	61 (5.3)	70 (14.8)	<10.5>
	난방및전열기기	36	52 (42.6)	61 (16.9)	63 (4.7)	64 (1.5)	<15.4>
	유리제품	15	30 (99.0)	52 (74.0)	51 (-2.6)	61 (19.4)	<41.7>
종이제품	33	46 (40.1)	53 (14.5)	55 (4.5)	60 (8.9)	<16.2>	

주 : ()내는 증감률 < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

4. 독일

□ 중국의 對 독일 소비재 수입은 자동차 비중이 78%로 가장 높고 가전 6%, 농림수산물 6% 순이며, 최근 농·축산물의 수입 증가가 두드러짐

○ (자동차) '12년까지 급증후 '13년에 20% 감소하였으나 연평균 29% 증가

○ (가전제품) 조명기기, 냉장고, 난방전열기기는 20% 이상, 영상·음향기기, 가정용 회전기기는 4~11% 증가세를 보임

- 증가품목(연평균증감률) : 조명기기(22%), 난방전열(20%), 냉장고(62%), 영상기기(4%), 음향기기(8%), 회전기기(11%)

○ (농·축산물) 육류, 축산가공품, 기호식품이 높은 증가세를 보임

- 증가품목 : 육류(502%), 기호식품(52%), 축산가공품(62%), 농산가공품(35%)

< 중국의 산업별 對 독일 소비재 수입 (중분류) >

(백만달러, %)

품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 ('10~'13)
수송(자동차,자전거등)	4,888 (73.9)	11,367 (84.6)	15,358 (84.2)	17,079 (84.1)	13,722 (78.2)	<29.4>
가전	615 (9.3)	770 (5.7)	1,015 (5.6)	1,006 (5.0)	1,111 (6.3)	<15.9>
축산물	36 (0.5)	107 (0.8)	194 (1.1)	466 (2.3)	671 (3.8)	<108.5>
플라스틱, 목재, 가죽	210 (3.2)	275 (2.1)	338 (1.9)	333 (1.6)	401 (2.3)	<17.5>
농산물	76 (1.2)	112 (0.8)	177 (1.0)	261 (1.3)	340 (1.9)	<45.5>
기록매체, 인쇄물	231 (3.5)	161 (1.2)	215 (1.2)	215 (1.1)	238 (1.4)	< 0.8>
가구·악기	99 (1.5)	100 (0.7)	145 (0.8)	148 (0.7)	197 (1.1)	<18.9>
유리·도자기	58 (0.9)	82 (0.6)	115 (0.6)	128 (0.6)	156 (0.9)	<28.0>
의료용품	26 (0.4)	45 (0.3)	70 (0.4)	97 (0.5)	146 (0.8)	<53.6>
주방용품	47 (0.7)	69 (0.5)	92 (0.5)	95 (0.5)	103 (0.6)	<21.8>
사무·휴대용품	76 (1.2)	79 (0.6)	104 (0.6)	98 (0.5)	96 (0.6)	< 5.9>
화학(종이·도료·잉크)	50 (0.8)	69 (0.5)	87 (0.5)	71 (0.4)	74 (0.4)	<10.4>
패션(신발,가방,안경,시계)	27 (0.4)	34 (0.3)	60 (0.3)	53 (0.3)	59 (0.3)	<21.9>
문구류	80 (1.2)	48 (0.4)	61 (0.3)	84 (0.4)	55 (0.3)	<-8.8>
뷰티(화장품, 비누,치약)	24 (0.4)	32 (0.2)	36 (0.2)	41 (0.2)	55 (0.3)	<22.8>
섬유제품	38 (0.6)	37 (0.3)	38 (0.2)	39 (0.2)	44 (0.3)	< 3.7>
완구·취미·운동용품	9 (0.1)	16 (0.1)	17 (0.1)	32 (0.2)	37 (0.2)	<42.4>
잡제품	8 (0.1)	8 (0.1)	94 (0.5)	19 (0.1)	18 (0.1)	<22.9>
수산물	8 (0.1)	11 (0.1)	11 (0.1)	17 (0.1)	17 (0.1)	<22.7>
보석류	8 (0.1)	13 (0.1)	14 (0.1)	19 (0.1)	15 (0.1)	<17.1>
전 체	6,613 (100)	13,434 (100)	18,240 (100)	20,302 (100)	17,557 (100)	<27.6>

주 : ()내는 비중 < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

< 중국의 품목별 對 독일 소비재 수입 현황 (세분류 상위 30개품목) >

(백만달러, %)

	품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증감률 ('10~'13)
1억 달러 이상	자동차	4,886	11,365 (132.6)	15,355 (35.1)	17,075 (11.2)	13,708 (-19.7)	<29.4>
	조명기기	306	418 (36.6)	567 (35.6)	581 (2.5)	677 (16.4)	<21.9>
	육류	0	44 (13320)	91 (106.5)	302 (231.0)	433 (43.4)	<502.2>
	플라스틱제품	204	272 (33.2)	335 (23.3)	330 (-1.4)	397 (20.3)	<18.1>
	기호식품	49	67 (36.3)	135 (100.8)	202 (49.2)	266 (32.3)	<52.4>
	축산가공품	34	61 (78.6)	100 (62.2)	161 (61.6)	234 (45.3)	<61.5>
	기록매체	180	113 (-37.1)	150 (32.8)	138 (-7.7)	165 (19.0)	<-2.1>
	의료위생용품	26	45 (73.5)	70 (54.1)	97 (38.6)	146 (50.2)	<53.6>
	음향기기	87	101 (15.7)	136 (34.8)	136 (-0.5)	119 (-12.4)	< 8.0>
5천만 1억 달러 미만	유리제품	17	34 (100.7)	57 (67.6)	80 (39.3)	99 (23.6)	<55.2>
	영상기기	78	55 (-29.6)	70 (27.3)	80 (14.9)	91 (13.5)	< 4.0>
	식탁	45	50 (11.6)	75 (51.2)	77 (1.6)	87 (13.6)	<18.1>
	기타생활용품	70	72 (2.7)	91 (26.3)	85 (-5.8)	84 (-1.1)	< 4.8>
	난방·전열기기	36	51 (41.9)	64 (26.0)	59 (-7.7)	74 (25.2)	<19.9>
	알루미늄	26	37 (40.3)	51 (37.0)	56 (9.4)	66 (19.4)	<25.9>
	기타가구	31	22 (-27.9)	35 (57.5)	30 (-12.2)	61 (100.4)	<18.9>
	가정용회전기기	40	57 (42.1)	89 (58.2)	56 (-37.1)	59 (5.5)	<10.5>
	타일·도자기	41	48 (17.2)	58 (19.1)	48 (-16.5)	58 (19.9)	< 8.7>
	화장품,비누,치약	24	32 (32.3)	36 (12.2)	41 (15.3)	55 (33.0)	<22.8>
기타인쇄물	35	26 (-26.2)	40 (56.8)	45 (13.6)	50 (9.2)	< 9.5>	
5천만 달러 미만	종이제품	24	37 (54.6)	53 (44.7)	42 (-21.5)	46 (10.3)	<17.9>
	기타가정용전자	33	49 (48.1)	33 (-32.3)	49 (45.5)	44 (-8.6)	< 7.4>
	곡실류	13	27 (108.6)	17 (-36.2)	31 (76.4)	36 (19.0)	<29.3>
	필기구	22	26 (17.9)	31 (20.5)	36 (14.4)	30 (-14.6)	< 8.5>
	냉장고	4	7 (66.3)	22 (211.8)	22 (0.0)	30 (34.3)	<62.4>
	농산가공품	9	11 (24.8)	18 (57.7)	22 (25.7)	30 (33.6)	<34.8>
	기타섬유제품	29	27 (-4.9)	26 (-5.2)	28 (7.0)	29 (4.8)	< 0.3>
	도료·잉크	26	33 (26.9)	34 (4.9)	29 (-14.0)	28 (-6.0)	< 1.9>
	취미오락기구	3	10 (249.4)	8 (-16.1)	22 (168.2)	26 (17.0)	<74.1>
시계	8	12 (44.6)	26 (123.3)	20 (-21.2)	20 (-4.3)	<24.9>	

주 : ()내는 증감률 < >내는 연평균증감률

자료 : kita.net

5. ASEAN

□ 對 ASEAN 소비재 수입은 농산물(45%), 가전(18%)의 비중이 가장 높고, 최근 섬유제품, 수산물, 패션류의 수입이 큰 증가세를 보임

○ (농산물) 곡물, 기호식품, 농산가공품 등의 수입증가로 연평균 26% 증가

○ (가전제품) 영상·조명기기의 증가세가 높은 반면 무선통신은 감소세

- 증가품목(연평균증감률) : 영상기기(42%), 조명기기(13%), 음향기기(12%)
- 감소품목(연평균증감률) : 무선통신(-8%)

○ (패션·섬유) 의류(54%), 신발(34%), 가방(47%), 안경(30%)의 증가세가 높음

○ (수산물) 갑각류(34%), 어류(25%), 연체동물(22%) 순으로 증가세가 높음

< 중국의 산업별 對 ASEAN 소비재 수입 (중분류) >

(백만달러, %)

품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 (10~13)
농산물	2,889 (41.1)	3,832 (41.2)	5,158 (42.2)	6,614 (42.1)	7,373 (44.6)	< 26.4>
가전	1,072 (15.3)	1,410 (15.2)	1,957 (16.0)	3,414 (21.8)	2,991 (18.1)	< 29.2>
기록매체, 인쇄물	1,213 (17.3)	1,679 (18.1)	2,152 (17.6)	2,057 (13.1)	1,544 (9.3)	< 6.2>
섬유제품	208 (3.0)	327 (3.5)	603 (4.9)	756 (4.8)	1,032 (6.2)	< 49.2>
패션(신발,가방,안경,시계)	284 (4.1)	406 (4.4)	605 (4.9)	752 (4.8)	909 (5.5)	< 33.7>
수산물	235 (3.3)	398 (4.3)	359 (2.9)	689 (4.4)	885 (5.4)	< 39.4>
플라스틱, 목재, 가죽	139 (2.0)	175 (1.9)	198 (1.6)	312 (2.0)	540 (3.3)	< 40.5>
축산물	350 (5.0)	391 (4.2)	354 (2.9)	258 (1.6)	283 (1.7)	< -5.1>
가구·악기	72 (1.0)	104 (1.1)	137 (1.1)	170 (1.1)	254 (1.5)	< 37.0>
보석류	33 (0.5)	60 (0.7)	59 (0.5)	89 (0.6)	156 (0.9)	< 47.1>
뷰티(화장품, 비누, 치약)	65 (0.9)	81 (0.9)	106 (0.9)	108 (0.7)	108 (0.7)	< 13.6>
완구·취미·운동용품	219 (3.1)	145 (1.6)	119 (1.0)	85 (0.5)	100 (0.6)	<-17.8>
유리·도자기	44 (0.6)	66 (0.7)	85 (0.7)	93 (0.6)	98 (0.6)	< 22.2>
사무·휴대용품	38 (0.5)	60 (0.7)	78 (0.6)	79 (0.5)	91 (0.6)	< 24.4>
주방용품	72 (1.0)	79 (0.9)	83 (0.7)	66 (0.4)	69 (0.4)	< -0.8>
화학(종이·도료·잉크)	17 (0.3)	33 (0.4)	51 (0.4)	32 (0.2)	29 (0.2)	< 14.1>
문구류	48 (0.7)	33 (0.4)	53 (0.4)	50 (0.3)	29 (0.2)	<-12.0>
의료용품	4 (0.1)	5 (0.1)	7 (0.1)	7 (0.1)	17 (0.1)	< 42.3>
수송(자동차,자전거등)	24 (0.4)	1 (0.0)	57 (0.5)	46 (0.3)	15 (0.1)	<-11.2>
잡제품	6 (0.1)	9 (0.1)	15 (0.1)	19 (0.1)	15 (0.1)	< 26.5>
전 체	7,032 (100)	9,294 (100)	12,235 (100)	15,696 (100)	16,539 (100)	< 23.8>

주 : () 내는 비중, < > 내는 연평균증감률

자료 : kita.net

〈 중국의 품목별 對 ASEAN 소비재 수입 현황 (세분류 상위 30개 품목) 〉

(백만달러, %)

	품목	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증감률 ('10~'13)
5억 달러 이상	곡실류	2,419	3,048 (26.0)	3,897 (27.9)	5,189 (33.2)	5,757 (10.9)	<24.2>
	영상기기	555	852 (53.5)	1,326 (55.7)	2,787 (110.2)	2,288 (-17.9)	<42.5>
	기록매체	1,171	1,630 (39.2)	2,080 (27.6)	1,890 (-9.1)	1,079 (-42.9)	<-2.0>
	의류	167	259 (54.9)	505 (95.1)	664 (31.4)	941 (41.7)	<54.0>
	신발	221	311 (40.8)	480 (54.5)	613 (27.6)	701 (14.4)	<33.5>
	기호식품	229	343 (49.8)	452 (31.6)	535 (18.4)	631 (18.0)	<28.8>
1억 ~ 5억 달러 미만	농산가공품	85	158 (85.8)	266 (68.6)	282 (6.3)	444 (57.4)	<51.3>
	기타인쇄물	20	26 (27.4)	47 (82.4)	142 (200.0)	429 (202.8)	<114.3>
	음향기기	257	291 (13.3)	283 (-2.5)	349 (23.1)	404 (15.9)	<12.0>
	식물성물질	85	164 (92.3)	372 (127.2)	460 (23.6)	381 (-17.1)	<45.5>
	목재류	7	9 (29.6)	13 (50.9)	126 (844.7)	368 (192.1)	<171.0>
	축산가공품	335	385 (14.9)	342 (-11.1)	248 (-27.4)	276 (11.2)	<-4.7>
	갑각류	85	163 (90.6)	176 (8.3)	251 (42.5)	274 (9.1)	<33.8>
	플라스틱제품	132	165 (25.4)	183 (11.0)	185 (1.0)	171 (-7.9)	< 6.7>
	수산가공품	39	125 (217.1)	70 (-43.7)	108 (54.2)	170 (57.5)	<44.3>
	귀금속장식품	32	59 (86.3)	58 (-2.9)	86 (49.5)	151 (75.6)	<47.6>
	어류	58	56 (-3.0)	55 (-1.9)	128 (131.2)	144 (12.7)	<25.5>
	산식물	56	99 (79.1)	151 (52.4)	123 (-18.9)	128 (4.5)	<23.3>
	화장품,비누,치약	65	81 (25.2)	106 (30.5)	108 (1.7)	108 (0.3)	<13.6>
	의자	26	38 (47.1)	49 (29.6)	56 (14.4)	101 (80.6)	<40.9>
가방	21	35 (63.3)	51 (45.4)	70 (37.0)	100 (43.9)	<47.1>	
1억 달러 미만	기타섬유제품	41	68 (65.7)	98 (43.3)	92 (-5.5)	91 (-1.3)	<22.0>
	연체동물	34	33 (-3.6)	32 (-3.3)	51 (59.6)	76 (48.6)	<21.9>
	무선통신기기	105	84 (-20.2)	121 (43.3)	88 (-27.0)	74 (-16.1)	<-8.5>
	타일·도자기	29	45 (57.5)	62 (37.6)	69 (11.7)	69 (-0.3)	<24.6>
	장농·화장대	23	34 (51.5)	49 (42.2)	58 (18.3)	69 (19.4)	<32.1>
	안경	21	26 (25.1)	41 (56.8)	54 (31.3)	59 (9.9)	<29.7>
	휴대용품	28	41 (45.8)	55 (33.4)	47 (-14.2)	58 (22.0)	<19.5>
	조명기기	34	59 (71.3)	90 (53.3)	84 (-7.3)	57 (-31.9)	<13.5>
어육·어란	16	19 (14.1)	25 (34.5)	39 (55.7)	57 (45.5)	<36.6>	

주 : ()내는 증감률 < >내는 연평균증감률
 자료 : kita.net

V. 중국시장에서의 국별 경합 및 유망 수출품목

1. 품목별 수입 순위

□ 2009~2013년간 매년 10만달러 이상 중국이 수입하는 1,398개(HS8단위) 품목중 한국은 2013년 기준 66개 품목에서 1위를 차지

○ 주요국 중 한국, 일본은 1위 품목 감소가 컸으나, 독일, ASEAN, 홍콩, 영국, 프랑스, 이태리 등은 1위 품목수가 증가

○ 한국은 중국 소비재 수입액 기준으로 6위이나, 1등품목수는 7위 기록

- (한국) '09년 1위품목이 95개에서 '13년에는 66개로 29개 축소 (7위)

- (일본) 236개('09년) → 165개('13년)로 71개 축소 (4위)

- (미국) 212개('09년) → 202개('13년, 2위) / (독일) 98개('09년) → 110개('13년, 5위)

- (ASEAN) 266개('09년) → 340개('13년, 1위) / (이태리) 185개('09년) → 200개('13년, 3위)

< 중국의 10만달러 이상 수입소비재의 국별 1위 품목수 (HS8단위) >

(개수)

	2009년		2010년		2011년		2012년		2013년	
	1위	(1~5위)	1위	(1~5위)	1위	(1~5위)	1위	(1~5위)	1위	(1~5위)
ASEAN	266	(751)	284	(784)	317	(803)	309	(785)	340	(799)
미 국	212	(795)	204	(839)	199	(849)	220	(845)	202	(776)
이태리	185	(556)	191	(573)	201	(621)	200	(606)	200	(598)
일 본	236	(866)	230	(890)	215	(821)	207	(781)	165	(685)
독 일	98	(608)	99	(602)	115	(614)	95	(579)	110	(570)
대 만	82	(494)	73	(493)	75	(524)	78	(515)	79	(455)
한 국	95	(650)	96	(635)	80	(620)	72	(652)	66	(595)
프랑스	49	(454)	54	(448)	50	(417)	61	(483)	64	(443)
홍 콩	29	(291)	22	(269)	17	(245)	17	(207)	37	(579)
영 국	16	(227)	18	(221)	22	(229)	23	(269)	26	(218)
캐나다	27	(112)	25	(109)	25	(111)	23	(124)	22	(115)
스위스	23	(117)	24	(103)	14	(120)	20	(106)	19	(104)
벨기에	7	(78)	12	(94)	8	(88)	14	(84)	17	(89)
스페인	23	(187)	20	(175)	16	(173)	15	(179)	17	(199)
네덜란드	18	(126)	18	(115)	16	(121)	16	(106)	13	(121)
스웨덴	14	(83)	11	(74)	12	(74)	11	(73)	6	(65)

주 : 상기 주요 수입국 16개국 이외 국가는 기타로 분류하여 순위 계산에서 제외하였음
 자료 : kita.net

□ 중국 소비재를 한국의 소비재분류 기준을 이용 92개 품목군으로 분류한 결과 한국은 6개 품목군에서 1위를 차지

○ (한국) 기타수산물**, 냉장고, 가죽제품, 가정용회전기기, 콘택트렌즈, 미술용구 6개 품목군에서 2013년중 중국 수입시장 1위를 차지

* 한국의 1등품목군 수 : 6개('09) → 6개('10) → 5개('11) → 4개('12) → 6개('13)

** 한국의 對中 기타수산물의 주 수출품목은 해삼류임

○ (일본) 종이제품, 피아노, 문구, 악기류, 플라스틱 등 16개 품목군에서 1위

○ (미국) 각종 농림수산물, 서적, 기타가전 등 18개 품목군에서 1위

○ (ASEAN) 목재, 수산물, 보석, 신발, 의류, 영상기기 등 23개 품목에서 1위

○ (독일, 이태리) 독일은 자동차 등 8개, 이태리는 패션 등 7개 품목군 1위

< 주요 국가의 1등 품목군 현황 (2013년) >

(개수, 점유율%)

국가	1등 품목군
한국 (6)	기타수산물(38.9), 냉장고(37.2), 가죽제품(32.6), 가정용회전기기(26.6), 콘택트렌즈(23.7), 미술용구(21.2)
일본 (16)	종이제품(44.2), 피아노(43.7), 도료·잉크(32.5), 필기구(32.0), 관악기(28.9), 기타생활용품(28.8), 기타문구(26.2), 공구(25.2), 취미·오락기구(24.8), 사무용품(23.1), 플라스틱제품(22.8), 컴퓨터(21.4), 타일·도자기(18.2), 난방·전열기(15.7), 기타섬유제품(9.7), 가발·가늀(7.3), 식물성물질(73.8), 신문·간행물(52.7), 기타화학공업(39.7), 수산부산물(35.4), 서적(30.2), 곡실류(29.8), 산식물(28.2), 의료위생용품(26.0), 기타잡제품(25.0), 육류(20.4), 연체동물(18.4), 기타가전(18.0), 어류(17.8), 알루미늄(16.6), 산동물(16.4), 수산가공품(11.1), 조화(11.0), 축산가공품(8.4)
미국 (18)	식탁(77.7), 강반기타철강(66.5), 기타가구(35.8), 조명기기(31.8), 자동차(28.9), 유리제품(27.9), 타악기(19.3), 우산·양산(6.6)
독일 (8)	목재류(83.1), 현악기(54.4), 해조류(49.7), 어육어란(49.0), 기타인쇄물(39.5), 의자(39.4), 신발(39.3), 식탁용구(35.9), 보석(34.7), 기타악기(32.6), 농산가공품(29.6), 침대(27.2), 장롱·문갑(25.3), 기록매체(21.8), 식물성재료(21.7), 승용완구(21.7), 휴대용품(20.4), 의류(19.1), 영상기기(16.9), 음향기기(16.2), 축산부산물(15.8), 승용완구(15.8), 기타섬유제품(10.7)
ASEAN (23)	이태리 벨트(55.3), 가방(40.6), 인형(34.8), 안경(26.9), 기타철강금속(16.6), 기타완구(13.1), 책상(12.5),

주 : 1. 국가의 ()내는 품목군 수, 품목군의 ()내는 2013년 중국 수입시장 점유율
2. 한국 MTI3단위와 동일한 분류기준을 적용하여 중국 소비재를 92개 품목군으로 분류

2. 수출다양도(Extensive margin) 및 수출집중도(Intensive margin)

□ 한국의 對中 소비재 수출은 2013년중 품목수 1,286개, 품목당 수출액 556만달러로 품목수는 5위, 품목당 수출액은 6위를 기록

○ (한국) 2013년중 1,286개를 수출하여 2009년 1,207개 대비 79개 증가하였으며 품목당 수출금액도 3.7→5.6백만달러로 연평균 11% 증가

- 한국은 품목수는 5위이나 품목당 수출액은 6위 기록

○ (미국) 소비재 수출 1위인 미국은 품목수 및 품목당 금액 모두 1위

○ (독일) 소비재 수출 2위인 독일은 품목수는 1,292개로 4위에 그쳤으나 품목당 수출액이 13.6백만달러(2위)로 수출집중도가 높아짐

○ (일본) 2013년 수출 품목수가 2009년대비 36개 감소한 1,395개

○ (기타) 홍콩은 품목수가 332개가 증가하여 다양도가 확대되었으며, 대만은 품목수 증가는 4개로 미미하나 수출집중도 개선이 두드러짐

< 중국의 주요 국가별 소비재수입 품목수 및 품목당 수입금액 >

(개, 백만달러, %)

	2009년		2010년		2011년		2012년		2013년		연평균증감율	
	품목수	수출액	품목수	수출액	품목수	수출액	품목수	수출액	품목수	수출액	품목수	수출액
미국	1,478	10.9	1,528	13.5	1,536	17.2	1,589	20.8	1,576	21.8	(1.6)	(18.9)
ASEAN	1,379	5.1	1,436	6.5	1,456	8.4	1,473	10.7	1,460	11.3	(1.4)	(22.1)
일본	1,431	6.5	1,461	9.4	1,417	10.0	1,372	10.1	1,395	9.1	(-0.6)	(8.7)
독일	1,254	5.3	1,286	10.4	1,304	14.0	1,277	15.9	1,292	13.6	(0.7)	(26.7)
한국	1,207	3.7	1,217	4.3	1,184	6.2	1,271	5.4	1,286	5.6	(1.6)	(10.9)
대만	1,261	1.5	1,275	2.1	1,299	2.8	1,272	3.6	1,265	3.5	(0.1)	(23.0)
이태리	1,187	1.0	1,216	1.5	1,259	2.4	1,224	2.8	1,248	3.1	(1.3)	(32.0)
홍콩	901	1.0	931	0.9	899	0.8	843	1.0	1,233	2.7	(8.2)	(27.3)
프랑스	1,174	1.6	1,204	2.1	1,196	3.2	1,218	3.6	1,222	3.6	(1.0)	(22.3)
영국	1,067	1.2	1,104	2.4	1,092	3.8	1,140	5.2	1,151	6.8	(1.9)	(55.7)

주 : 연평균 증감률은 2010-2013년중 수치
자료 : KITA.NET

□ 주요국의 중국 소비재 수입시장 점유율은 미국, 일본, 한국의 하락 폭이 상대적으로 컸던 반면 독일, 영국은 점유율 상승을 보임

○ 한국은 2013년 점유율이 3.8%로 2009년 5.6% 대비 1.8%p 하락하였으며 일본은 5.0%p 하락으로 점유율 하락이 가장 컸음

○ 반면 영국은 2.6%p, 독일 0.9%p, 이태리 0.5%p의 점유율이 상승

〈 중국 소비재 수입시장의 국가별 점유율 〉

(%, %p)

국가	2009년 (a)	2010년	2011년	2012년	2013년 (b)	변화 (b-a, %p)
미 국	20.21	18.17	17.87	19.15	18.09	-2.13
독 일	8.29	11.86	12.36	11.74	9.23	0.94
ASEAN	8.81	8.20	8.29	9.08	8.69	-0.12
일 본	11.69	12.07	9.64	8.04	6.67	-5.02
영 국	1.54	2.37	2.83	3.44	4.09	2.55
한 국	5.57	4.62	4.94	3.95	3.76	-1.81
캐나다	2.87	2.02	1.85	2.51	2.60	-0.27
대 만	2.42	2.33	2.49	2.62	2.33	-0.09
프랑스	2.35	2.24	2.63	2.57	2.30	-0.05
이태리	1.51	1.64	2.03	1.96	2.03	0.51
홍 콩	1.16	0.72	0.51	0.48	1.75	0.59

자료 : kita.net

□ 각국의 시장점유율은 수출 집중도(Intensive Margin)와 수출 다양도(Extensive Margin)로 분해될 수 있음

〈 중국에 수출하는 A국의 경우 〉

○ (수출집중도) A국 수출품목내에서의 A국의 시장점유율을 의미

○ (수출다양도) 중국의 품목별 수입총액을 가중치로 한 A국 수출품목의 수 비중

$$\frac{\sum \text{對A국 품목별 수입액}}{\sum \text{중국의 전체 품목 수입액}} = \frac{\sum \text{對A국 품목별 수입액}}{\sum \text{對A국 수입품목에 대한 중국의 전체국가 수입액}} \times \frac{\sum \text{對A국 수입품목에 대한 중국의 전체국가 수입액}}{\sum \text{중국의 전체 품목 수입액}}$$

↑ A국 시장점유율 (Market Share)
 ↑ ① 수출집중도 (Intensive Margin)
 ↑ ② 수출다양도 (Extensive Margin)

※ 보다 자세한 사항은 부록을 참조하기 바람

□ 한국·일본의 '09년대비 '13년 중국내 점유율 하락을 분석한 결과
한국은 다양도가, 일본은 집중도가 하락한 것이 원인으로 나타남

○ 對中 수출품목수가 한국은 증가, 일본은 감소했으나, 한국의 다양도 하락, 일본의 다양도 상승이 나타난 것은 중국의 수입규모가 적은 분야에서 한국의 수출품목 증가가 이루어졌거나, 중국의 수입규모가 큰 시장에서 한국상품의 수출 중단 또는 진입 지연에 따른 것임

- 반면 한국은 對中 수출집약도가 상승하여 경쟁력 유지 품목에서는 중국내 점유율이 상승하고 있는 것으로 나타남

○ 반면 점유율 상승이 컸던 독일 영국, 이태리는 집중도, 다양도 모두 상승

〈 주요국의 중국 수입시장 점유율 분해 〉



〈 중국 소비재 수입시장 국가별 점유율의 다양도 및 집중도 분해 〉

	2009년			2010년			2011년			2012년			2013년		
	집중도 (a)	다양도 (b)	점유율 (a×b)	집중도 (a)	다양도 (b)	점유율 (a×b)	집중도 (a)	다양도 (b)	점유율 (a×b)	집중도 (a)	다양도 (b)	점유율 (a×b)	집중도 (a)	다양도 (b)	점유율 (a×b)
한국	0.065	0.859	0.056	0.074	0.627	0.046	0.089	0.553	0.049	0.066	0.596	0.039	0.066	0.566	0.038
미국	0.220	0.918	0.202	0.196	0.926	0.182	0.191	0.937	0.179	0.208	0.921	0.191	0.192	0.943	0.181
일본	0.181	0.646	0.117	0.176	0.687	0.121	0.144	0.670	0.096	0.135	0.595	0.080	0.084	0.790	0.067
독일	0.134	0.617	0.083	0.182	0.652	0.119	0.184	0.670	0.124	0.181	0.649	0.117	0.144	0.640	0.092
ASEAN	0.113	0.781	0.088	0.172	0.477	0.082	0.146	0.568	0.083	0.157	0.580	0.091	0.161	0.541	0.087
영국	0.027	0.565	0.015	0.042	0.567	0.024	0.051	0.549	0.028	0.064	0.540	0.034	0.069	0.595	0.041
프랑스	0.049	0.477	0.024	0.051	0.443	0.022	0.056	0.472	0.026	0.058	0.440	0.026	0.052	0.439	0.023
홍콩	0.032	0.359	0.012	0.021	0.338	0.007	0.015	0.343	0.005	0.016	0.296	0.005	0.022	0.803	0.017
대만	0.034	0.709	0.024	0.051	0.459	0.023	0.054	0.465	0.025	0.061	0.426	0.026	0.058	0.405	0.023
캐나다	0.039	0.743	0.029	0.025	0.795	0.020	0.026	0.716	0.019	0.032	0.795	0.025	0.033	0.795	0.026
이태리	0.036	0.419	0.015	0.045	0.368	0.016	0.055	0.372	0.020	0.054	0.360	0.020	0.046	0.444	0.020

3. 중국의 고급 소비재 수입³⁾

□ 고급 소비재가 포함되어 있는 20개 품목(2013년)의 국가별 수입액 순위를 조사한 결과 한국은 10개 품목에서 5위권 이내에 진입

○ 20개 품목중 홍콩은 14개, 이태리 13개, 프랑스 11개, 미국 10개, 일본 9개 품목이 5위권 내에 분포

- 제조기반이 없는 홍콩의 경우 중국 소비자 니즈(needs)에 부합되는 高價 소비재를 선진국에서 수입하여 중국에 재수출하는 것으로 추정

○ 한국의 경우 냉장고가 1위를 차지한 가운데 의류, 가죽, 모피, 화장품, 악기, 세탁기 등 10개 품목의 순위가 5위 이내인 것으로 나타남

- 냉장고(1위) 남성의류(4위), 여성의류(3위), 기타의류(4위), 가죽제품(4위), 모피(2위), 악기(4위), 화장품(4위), 휴대폰(4위), 세탁기(4위)

< 중국의 고급소비재 품목의 국가별 수입액 및 순위 (2013년기준) >

(백만달러)

	1위	2위	3위	4위	5위	한국(순위)
남성의류	이태리 344	ASEAN 238	홍콩 113	한국 29	일본 26	-
여성의류	ASEAN 165	이태리 136	한국 45	프랑스 36	홍콩 22	-
기타의류	이태리 266	ASEAN 216	홍콩 56	한국 47	프랑스 35	-
가죽제품	이태리 141	프랑스 33	스페인 30	한국 11	홍콩 9	-
모피	이태리 21	한국 5	프랑스 3	홍콩 3	캐나다 1	-
손목시계	스위스 301	ASEAN 57	홍콩 14	일본 10	독일 5	0.2(9위)
구두	이태리 454	ASEAN 332	스페인 50	홍콩 31	스위스 13	2 (12위)
가방	이태리 561	프랑스 304	ASEAN 80	스페인 67	홍콩 45	22 (6위)
안경	이태리 146	일본 34	홍콩 21	대만 15	프랑스 14	4 (8위)
화장품	프랑스 485	일본 256	미국 151	한국 133	영국 56	-
향수	프랑스 67	이태리 9	미국 7	영국 4	홍콩 3	0.07(12위)
보석	홍콩 446	ASEAN 156	일본 132	미국 102	프랑스 94	27 (8위)
악기	일본 65	ASEAN 47	독일 21	한국 14	미국 5	-
골프채	대만 164	일본 79	홍콩 18	ASEAN 11	미국 8	1 (6위)
담배	미국 174	홍콩 50	ASEAN 40	캐나다 29	프랑스 21	8 (6위)
주류	프랑스 1,493	스페인 108	이태리 107	영국 102	미국 91	5 (12위)
휴대폰	대만 1,105	영국 40	미국 31	한국 14	홍콩 4	-
세탁기	독일 4.1	이태리 3.2	ASEAN 2.4	한국 1.1	일본 1.0	
냉장고	한국 43.3	ASEAN 5.5	독일 2.1	미국 1.3	이태리 0.8	
자동차 ¹⁾	독일 10,157	미국 6,699	일본 4,767	영국 3,756	이태리 414	307 (6위)

주 : 1) 2,000CC 이상 세단, 및 크로스컨트리 차량
 자료 : kita.net

3) 중국 HS8단위로 분류하였으며, 품목내에서는 고가 및 중저가 분류가 불가하여 ASEAN 등 중저가 제품이 포함되어 있음

□ 반면 상기 20개품목의 평균 수출단가 순위에서 한국은 5위권 이내 품목이 없는 것으로 나타나 소비재 고급화가 미흡한 것으로 나타남

○ 20개 품목의 수출단가 순위에서 스위스는 16개, 프랑스 11개, 이태리 11개, 독일 9개, 벨기에 9개, 영국 8개 품목이 5위권이내에 분포

- 선진 유럽국들이 高價 소비재의 對中 수출을 주도하는 양상

○ 한국은 수출단가 순위가 대부분 10위권 밖이나 세탁기, 냉장고, 주류, 휴대폰, 담배, 화장품 등에서 7~9위권을 보임

- 세탁기(6위), 주류(7위), 냉장고(8위), 휴대폰(8위), 담배(9위), 화장품(9위), 가죽제품(9위)

< 중국의 고급소비재 품목의 국가별 평균수입단가 순위 (2013년기준) >

	1위	2위	3위	4위	5위	한국
남성의류	캐나다	프랑스	이태리	스위스	영국	15위
여성의류	프랑스	스위스	이태리	벨기에	영국	13위
기타의류	프랑스	스위스	이태리	벨기에	영국	14위
가죽제품	벨기에	프랑스	이태리	스페인	스위스	9위
모피	프랑스	스위스	벨기에	이태리	캐나다	11위
손목시계	프랑스	홍콩	스페인	스위스	미국	10위
구두	스위스	영국	이태리	벨기에	스웨덴	14위
가방	프랑스	이태리	스페인	스위스	벨기에	13위
안경	독일	스위스	프랑스	일본	이태리	11위
화장품	네덜란드	스페인	독일	스웨덴	일본	9위
향수	영국	독일	대만	프랑스	네덜란드	10위
보석	홍콩	일본	대만	이태리	스위스	10위
악기	독일	이태리	스위스	미국	네덜란드	14위
골프채	대만	프랑스	벨기에	일본	스위스	10위
담배	홍콩	네덜란드	벨기에	스위스	독일	9위
주류	스위스	캐나다	일본	벨기에	영국	7위
휴대폰	프랑스	스웨덴	영국	스위스	독일	8위
세탁기	스웨덴	스위스	일본	네덜란드	독일	6위
냉장고	네덜란드	미국	홍콩	스웨덴	독일	8위
자동차	스웨덴	이태리	홍콩	영국	독일	10위

주 : 해당분류내 HS8단위 수출단가를 국별로 단순평균

자료 : kita.net

4. 對中 유망 수출품목

□ 중국의 소비재 수입이 연평균 증가율을 상회하는 종이제품, 의료위생용품, 의류, 안경류, 기호식품 등에서 한국의 경쟁력이 아직 높아 향후 對中 수출이 유망할 것으로 기대

○ 중국의 소비재수입이 2010~2013년중 연평균 24% 이상 증가하는 품목중, 곡물류 등을 제외한 27개를 對중국 수출유망 품목으로 선정

○ 27개 품목중 한국의 중국시장 점유율이 상승하고 있는 품목은 콘택트렌즈, 수산부산물, 유리제품, 농산가공품, 기타철강금속 등임

- 점유율 상승 : 콘택트렌즈, 수산부산물, 유리제품, 농산가공품, 기호식품, 가방, 축산가공품 등 11개품목

중국의 연평균 수입증가율 : 30%이상				
한국의 점유율 : 하락			한국의 점유율 : 상승	
	<2009년>	<2013년>		
종이제품	(29.1)	(25.0)		
의료위생용품	(4.6)	(4.1)		
자동차	(6.5)	(3.8)		
의류	(5.9)	(3.2)		
공예품	(15.2)	(3.2)	콘택트렌즈	(14.5) (23.7)
안경	(3.4)	(2.8)	수산부산물	(0.0) (6.9)
귀금속장식품	(2.1)	(2.0)	현악기	(0.9) (1.1)
우산·양산	(3.3)	(1.6)	축산가공품	(0.5) (1.0)
갑각류	(1.5)	(0.4)		
벨트	(0.8)	(0.4)		
선박(요트등)	(0.1)	(0.0)		
중국의 연평균 수입증가율 : 24~30%				
한국의 점유율 : 하락			한국의 점유율 : 상승	
	<2009년>	<2013년>		
기타인쇄물	(2.0)	(0.9)	유리제품	(4.1) (6.7)
신발	(5.5)	(2.5)	농산가공품	(3.6) (6.3)
인형	(2.2)	(1.6)	기타철강금속 ¹⁾	(2.9) (6.1)
의자	(9.1)	(1.0)	기호식품	(2.0) (2.3)
냉장고	(56.1)	(37.2)	가방	(1.3) (1.9)
			어류	(1.8) (1.8)
			타악기	(0.3) (1.4)

주 : 1. 기타철강금속제품은 가구 및 주방기구에 쓰이는 프레임 등 철강금속 제품을 의미
 2. () 내는 중국의 수입시장 점유율

Ⅵ. 결론 및 시사점

1. 요약 및 결론

□ 중국의 경제성장으로 인한 중산층 확대, 도시화율 제고로 중국의 사치품 소비 및 소비재 수입이 크게 증가하고 있음

○ 중국의 경제성장의 절반이 내수가 기여하고 있어 중국의 소비재 시장은 향후 더욱 커질 것으로 전망

○ 중국은 이미 세계 사치품소비의 28%를 차지하여 1위 소비국으로 올라섰으며, 사치품 소비인구의 1인당 구매액도 중동에 이어 2위 기록

- 중국의 사치품 소비는 중국내 구매보다는 해외구매 비중이 높는데, 이는 해외관광 증가와 함께 온라인 해외직구 증가에 기인

- 최근 중국의 반부패 정책으로 중국내 사치품 수요 증가세가 일시적으로 둔화되고 있으나 중장기적으로는 지속적인 성장세 예상

□ 중국의 소비재 수입 비중은 2013년 기준 9.8%으로 최근 상승세

○ 소비재 수입증가세가 전체 수입증가율을 지속적으로 상회하고 있어 소비재 수입비중은 점차 높아질 가능성이 큼

- 중국의 소비재 수입비중은 미국(약 40%), EU(19%)는 물론 한국(10.6%)에 비해 낮은 수준이며, 소득이 높아질수록 수입이 증가하는 비내구재 비중이 여전히 낮아 향후 소비재 수입 증가 여력이 매우 큰 것으로 판단

- 중국 수입통계로도 건강, 뷰티, 의류, 패션, 보석, 식품, 자동차 등 고급 비내구재 수입 증가세가 높은 편

□ 중국의 1위 수입국인 한국은 소비재 수입에서는 6위 기록

- 중국의 주요 소비재 수입국은 미국에 이어 독일, ASEAN, 일본, 영국, 한국 순으로 독일, ASEAN은 순위 상승, 일본, 한국은 순위 하락
- 농림수산품을 제외하면, 독일이 제1위 수입국이며 한국은 2009년 3위였으나 점차 미국과 ASEAN, 영국에 밀려 2013년에는 6위를 기록
- 중국의 국별 전체 수입액중 소비재 비중이 높은 국가는 EU, 미국 등 선진국으로 한국은 비교국가 16개국중 대만과 함께 최하위권을 보임
 - 중국의 對韓 소비재 수입은 연평균 13% 증가에도 불구하고 총수입에서 차지하는 소비재 비중은 4.0%로 점차 감소세
 - 이는 한국의 對中수출이 중간재 중심으로 크게 증가한데 따른 것으로 이러한 쏠림현상이 향후 對中 수출 리스크로 작용할 우려

□ 중국의 국가별 소비재 수입구조는 한국, 일본, 독일이 자동차, 가전 중심이며, 미국은 1차산품, ASEAN은 1차산품 및 경공업 중심임

- 한국은 영상기기, 뷰티용품의 증가세가 높은 반면, 일본은 종이제품, 자동차 외에는 대체로 부진하고 독일은 조명기기에 경쟁력을 보유
- 중국의 對美 수입은 자동차와 식물성물질, 축산가공품, 기호식품 등이 높은 증가세를 보이고 있으며, 對ASEAN 수입은 영상기기와 함께 의류, 신발, 목재의 증가세가 높음

〈 중국의 국가별 소비재 품목 수입 구조 〉

국가	주요품목 (2013년비중)	증가품목 ('09~'13년 연평균증감률)
한국	영상기기(30%), 자동차(25%), 플라스틱(9%)	영상기기(84%), 뷰티용품(38%), 기호식품(31%), 회전기기 ¹⁾ (69%)
일본	자동차(54%), 영상기기(11%), 플라스틱(7%)	종이제품(59%), 자동차(17%), 뷰티용품(9%), * 영상기기(-4%)
미국	곡물류(47%), 자동차(27%), 식물성물질(4%), 육류(4%)	자동차(43%), 식물성물질(80%), 축산가공품(51%), 기호식품(25%)
독일	자동차(78%), 조명기기(4%), 플라스틱(2%)	자동차(29%), 조명기기(22%), 기호식품(52%), 육류(50.2%)
ASEAN	곡물류(35%), 영상기기(14%), 의류(6%), 신발(4%)	의류(54%), 신발(34%), 영상기기(42%), 목재류(17.1%)

주 : 세탁기, 에어컨, 청소기, 세척기, 믹서기 등의 가전제품

□ 중국 소비재 수입시장에서 한국은 점유율이 5.6%('09년)→3.8%('13년)로 하락하였으며 1등 품목수도 95개('09년)→66개('13년)로 축소

○ 중국 소비재 수입시장 점유율은 일본, 한국이 하락한 반면, 독일, 영국, 이태리 등 유럽 국가는 점유율이 상승하여 중국의 고급소비재 수요 확대를 발판으로 유럽 국가들이 약진을 보임

○ 한국의 점유율 하락은 수출품목수 증가에도 불구하고 수출품목의 집중도 보다는 다양성 하락에 기인하고 있는데, 이는 중국의 수입규모가 확대되는 분야에서 한국상품 진입이 미흡한데 따른 것임

○ 중국 소비재수입 시장에서의 1등 품목 수에서도 한국은 2009년 6위에서 2013년에는 대만에 뒤진 7위를 기록하여 1등품목 육성이 주요 과제로 부상

- 한국은 품목군 기준으로 냉장고, 가죽제품, 가정용회전기기, 콘택스렌즈, 미술용구, 기타수산물 등 6개분야에서 중국 수입시장 1위 차지

□ 중국의 고급소비재 수입시장에서 한국은 냉장고, 세탁기, 남녀의류, 가죽모피류, 화장품, 악기, 휴대폰 등에서 수입액기준 5위이내에 진입했으나 평균 수출단가는 아직 낮은 수준으로 나타남

○ 스위스, 프랑스, 이태리 등 유럽국가의 수출단가가 높았으며, 한국은 세탁기, 냉장고, 주류, 휴대폰, 담배, 화장품 등에서만 9위이내 진입

□ 중국의 수입이 크게 증가하고 있는 자동차, 종이제품, 의료용품, 패션·의류, 뷰티분야와 함께 유리제품, 철제가구, 농산가공품 등도 향후 對中 수출이 유망할 것으로 기대

○ 한국 종이제품, 콘택스렌즈의 수입시장 점유율이 20%를 상회하는 가운데, 유리, 농산가공품, 철제가구, 기호식품의 점유율도 점차 상승세

2. 시사점

- 중국의 수입구조가 소비재 등 내수중심으로 재편되고 있으나 한국의 對中 수출은 여전히 가공무역 위주의 중간재 중심에 머물고 있어 향후 對中 수출 리스크 해소 및 수출전략 재편 필요
- 대기기업의 경우 중국 현지화를 확대하여 중국 내수용 제품을 출시하고 있으나 중소기업은 중국 내수시장 진출 모델이 거의 없는 상황
- 중국시장 진출 다각화 및 점유율 확대를 위해서는 품목다양화 및 고급화, 1등품목 육성, 신규 비즈니스 모델 발굴 등이 필요
- ① **수출품목 다양화** : 중국시장 점유율 하락이 수출품목 다양화 미흡에 기인하는 만큼 중국의 수요확대 분야에 대한 신규 진출 필요
- ② **브랜드화·高가격 전략** : 평균 수출단가가 유럽 등 선진국에 비해 크게 낮아 브랜드화 및 품질고급화를 통한 高價 전환 노력 필요
- ③ **1등 품목 육성** : 이태리의 경우 중국의 수입순위가 26위이나 1등품목수는 200개(3위)로 한국의 3배를 상회하고 있어 한국도 경쟁력 있는 소비재 1등 품목을 육성할 필요
- ④ **온라인 B2C 수출 확대** : 중국인의 온라인 해외직구가 증가하고 한류 관심도가 높은 만큼 한류상품 개발 및 온라인 판매 제고노력 필요
- ⑤ **對중국 비즈니스 모델 발굴** : 對中 소비재 점유율이 확대되고 있는 유럽·홍콩의 사례를 벤치마킹하여 중국 맞춤형 상품개발, 글로벌 소싱 등 중소기업의 대중국 진출 성공모델 발굴 및 지원 필요

□ 한국의 대 중국 수출증가에도 불구하고, 경쟁국 중 한국의 가공무역 비중이 가장 높은 수준

- 중국의 가공무역용 수입이 축소되어 지난해에는 총 수입의 1/4 수준
- 반면 한국은 지난해 對中 수출중 가공무역 수출비중이 47.6%로 절반에 육박하여 일본은 물론 대만에 비해서도 높은 수준

- 중국 수입중 가공무역용 수입 비중 : 38.9%(2007년) → 25.5%(2013년)

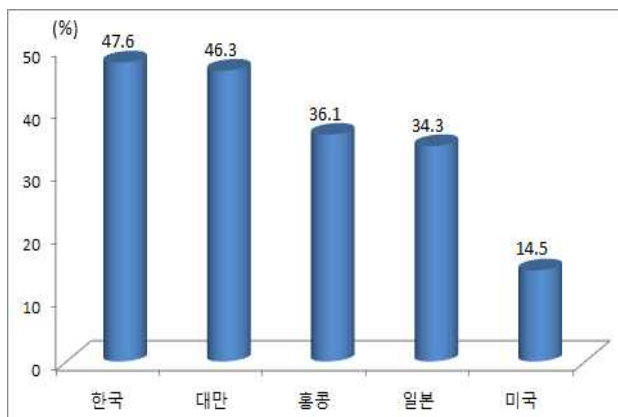
- 주요국의 對中 가공무역 수출비중(2013년) : 한국(47.6%), 대만(46.3%), 홍콩(36.1%), 일본(34.3%), 미국(14.5%)

* 중국에서의 가공무역이란 ?

중국에 대한 수출액중 임가공을 통해 제3국으로 다시 수출될 것을 전제로 중국에 수입된 것으로 가공무역액은 내료가공(來料加功)과 진료가공(進料加功)에 가공무역용 설비를 더한 금액을 의미

- 중장기적으로 중국이 세수증대를 위한 가공무역 금지품목 확대 가능성도 있어 한국의 중국 활용전략의 변화 필요

<對中 가공무역 수출비중 비교 (2013년) >



<한국의 對中 가공무역 수출비중 >



자료 : 중국 해관

4) 한국무역협회 북경지부 자료를 재정리

□ 국제무역 이론에서는 국가, 기업별로 수출성과(시장점유율, 금액변화)가 다르게 나타나는 것을 수출집약도, 수출다양도의 차이로 설명

○ 수출다양성 : 한 국가의 수출기업, 수출상품, 수출대상국의 개수 증감에 따라 초래되는 수출규모의 변화

○ 수출집중도 : 동일 수출기업, 수출상품, 대상국가에 대한 수출규모 변화

○ 수출다양성과 수출집약도 요인중 어느 쪽이 수출증대에 중요한 역할을 하는지에 대해서는 연구자에 따라 상이하나, 한국은 대체로 수출집약도 상승이 수출증가에 기여하는 것으로 분석됨

- Hummels and Klenow (2005) 는 수출다양성의 요인이 크다고 주장하며, Helpman et al.,(2008), Besdes and Prusa(2007)) 등은 수출집중도의 역할이 더 크다고 주장

- 다양도·집중도 요인분해는 정책시사점 도출에도 유효한데, 수출다양성이 미흡한 경우 창업지원, 시장진입 정책이 효과적이고, 수출집중도가 미흡한 경우에는 기업의 채산성 제고 정책이 더 효과적임

□ 수출품목, 기업, 수출국가 등 분석대상에 따라 여러 방식으로 다양도·집중도를 고안할 수 있으며, 본고에서는 Hummels and Klenow (2005)의 시장 점유율 분석중 물가지수 부분을 제외한 단순모형으로 분석

○ 특정 수출시장 m국에서 k국의 시장점유율은 k국의 m시장에 대한 수출다양도와 수출집약도의 곱으로 간단히 분해

○ X_{km} 는 k국의 m시장 수출액, X_{wm} 는 m국의 對전세계 수입, i 는 개별품목, I 는 전체 품목집합이며 I_{km} 은 k국의 실제 수출하는 품목집합

$$\frac{\sum_{i \in I_{km}} X_{kmi}}{\sum_{i \in I_{wm}} X_{wmi}} = \frac{\sum_{i \in I_{km}} X_{kmi}}{\sum_{i \in I_{km}} X_{wmi}} \times \frac{\sum_{i \in I_{km}} X_{wmi}}{\sum_{i \in I_{wm}} X_{wmi}} = IM_{km} \cdot EM_{km}$$

○ 수출다양도 (EM) : m국의 전체 수입액 대비 m국의 對 k국 수입품목의 총 수입 비중 \Rightarrow m국의 총수입에서 k국 수출품목 집합의 상대적 크기

○ 수출집중도 (IM) : k국의 對 m국 수출품목 내에서의 k국의 점유율 \Rightarrow k국 수출품목에 대한 m국에서의 시장경쟁력을 의미