
Post-SARS 中华圈 市场与件 变化和 输出 展望

2003. 6

K O T R A

目 次

I. Post-SARS 中華圈 市場與件 變化	1
1. Post-SARS 中國의 變化 / 1	
2. 신(新) 소비유형의 등장 / 3	
3. 신(新) 성장산업군의 형성 / 9	
II. 中華圈 經濟動向 및 展望	11
1. 중 국(中國) / 11	
2. 홍 콩(香港) / 13	
3. 대 만(臺灣) / 14	
III. 對中華圈 輸出與件 및 展望	15
1. 대중화권 수출여건 / 15	
2. 주요 품목별 대중화권 수출전망 / 17	
IV. 綜合 評價	24

I. Post-SARS 中華圈 市場與件 變化

1. Post-SARS 中國의 變化¹⁾

사스로 인해 중국은 정치, 경제, 사회 등 모든 면에서 보다 개방화된 국제사회의 일원으로 변화하는 계기가 되었음

□ 정치적 측면

○ 정부의 정보공개 보장

- 중국정부의 허위보고 및 정보은폐 등으로 사스 사태가 악화되어 정보공개를 둘러싼 정치시스템 개혁이 이슈로 등장

○ 책임정부의 구현 계기

- 중국정부는 정보공개를 보장하기 위하여 위생부장 및 베이징 시장을 경질하였으며, 이러한 조치는 이른바 책임정부를 구현하는 공무원 책임제 구축의 전례가 될 것으로 예상

□ 경제적 측면

○ “삶의 질”에 대한 관심 증가

- 중국은 양적인 성장만을 추구하여 “경제건설 제일”이라는 성장 일변도 경제정책을 지속적으로 추진해왔지만, 이번 사스 사태를 계기로 그 동안 가려져 왔던 “삶의 질”이라는 질적인 성장에 대한 관심을 갖게 되었음

1) 中國新聞週刊, “정치, 경제 전문가 10인 진단 ‘중국이 변한다’ (政經十人談：中國由此改變)”

○ 대국민 서비스형 정부로의 전환

- 중국 정부는 경제발전 최우선의 “지도관리형” 정부에서 공공 위생사업, 사회보장, 취업 등의 공공서비스를 중시하는 “대국민 서비스형” 정부로 전환되어야 한다는 점을 인식하게 되었음

□ 사회적 측면

○ 위생관념의 변화

- 중국인들은 종래 위생관념에 대하여 관심이 없었지만 이번 사스 사태를 계기로 위생의식이 향상되어 보다 청결한 것을 선호하는 방향으로 변화될 전망

○ 국가적 위기관리시스템의 제도화

- 국가의 위기사태 발생시 단순 행정적인 사후(事後) 대응방법이 아닌 전문기구 설립을 통한 상비(常備) 대응방법에 대한 필요성을 인식하는 계기가 되었음

□ 국제 사회적 측면

○ 국제사회 규범준수의 필요성 인식

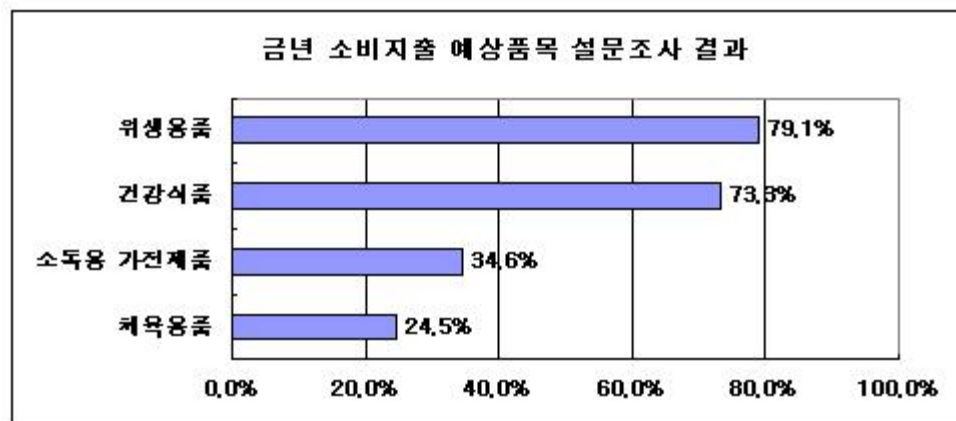
- 국가와 국가는 상호 공동체로 연계되어 있으며 전염병에는 국경이 없다는 점에서 이번 사스 사태를 계기로 중국 정부는 국제사회의 일원으로서 정보공개의 보장 등 교류의 규범과 게임의 법칙을 준수하는 것이 필요하다는 점을 인식하게 되었음

2. 新 消費類型의 登場

□ 설문조사 결과 (國家發展和改革委員會 物價監測中心)

사스로 인해 위생의식이 향상되어 위생용품, 건강식품, 체육용품 등을 선호하게 되었고, 대면접촉 기피현상에 의해 전자상거래 등 이른바 “비접촉” 형태의 구매행위 증가

- 國家發展和改革委員會 物價監測中心이 중국의 35개 중대형 도시 소비자들을 대상으로 사스 사태 이후 금년 소비지출 예상품목에 대한 설문조사 실시 (※ 중복답변 허용)
- 품목별 응답비율로는 위생용품(79.1%), 과일·채소 등의 건강식품(73.3%), 식기세척기 등의 소독용 가전제품(34.6%), 체육용품(24.5%) 순이며, 특히 사스의 타격을 크게 입은 광주, 북경 지역에서는 체육용품을 구입하려는 소비자들이 46.5%에 달함



- 구매방법으로는 31.4%와 17.3%의 소비자들이 각각 전화주문 및 인터넷 홈쇼핑을 적극 활용할 것으로 응답하였으며, 상당수의 소비자들은 온라인교육, 인터넷뱅킹, 행정망 전산화에 큰 관심을 갖고 있는 것으로 나타남

□ Post-SARS 신(新) 소비유형

사스로 인한 “위생의식”과 “안전의식”의 제고 및 대면접촉 기피 현상에 의한 “비접촉(非接觸)” 유형의 선호로 이른바 “포스트 사스 신(新) 소비유형”을 등장시키게 되었음

○ 위생(衛生) 선호형 소비유형

- 중국인의 위생의식이 향상되어, 새로운 선호품목으로 위생용품, 소독용 가전제품 등이 등장하게 되었으며, 새로운 구매 행태로 “항균” 기능을 선호
- 위생의식 향상에 따른 새로운 소비유형

구분	제품 및 구매행태	내용
새로운 선호품목	위생용품	개인위생 관련 습관이 변화되어 소독액, 세척액, 티슈 등 위생용품은 향후 지속적인 수요증가 기대
	소독용 가전제품	식기세척기, 살균기, 소독기 등 소독용 가전제품은 1/4분기 판매량이 전년동기대비 3배 이상 증가 하였으며, 사스 사태이후 TV 방송 광고가 시작 될 정도로 현재 수요가 증가하고 있는 추세
	공기살균기능의 에어콘	공기속 바이러스 살균소독 기능이 없으면 판매가 어려울 것으로 예상되며 동 기능이 추가된 에어컨 (가정용, 차량용, 빌딩용)은 特需 예상
새로운 구매행태	항균기능의 선호	올 여름 중국 가전제품 시장의 핵심키워드는 “항균기능”이며 향후 가전제품의 기본사양이 될 것으로 전망

○ 비접촉(非接觸) 선호형 소비유형

- 사스 감염우려에 따른 대면접촉 기피 현상으로 비접촉(非接觸) 유형을 선호하게 되어, 새로운 선호품목으로 정보통신 관련 제품, 재택 근무용 사무용품, 자동차, 교외의 저밀도 주택 등이 등장하게 되었으며, 새로운 구매 행태로 전자상거래의 이용이 증가
- 대면접촉 기피에 따른 새로운 소비유형

구분	제품 및 구매행태	내용
새로운 선호품목	인터넷 관련 제품	사스로 인적교류의 어려움과 외출시간의 감소로 인터넷 사용 급증세
	재택 근무용 사무용품	사스로 재택근무 수요가 증가하여 향후 가정용 사무용품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되며, 일부 발빠른 외국의 제품 대리점은 이미 수입량을 늘릴 계획을 세우면서 향후 관련 시장수요 매우 낙관적으로 전망
	자동차	대중교통 기피현상 및 개인의 소득증가에 의해 자동차 시장은 매년 큰 폭의 증가세를 보일 것으로 예상
	교외의 저밀도 주택	중국내 사스는 고밀도 공공 주택단지를 중심으로 전염되었다는 점에서 고소득층을 중심으로 외부환경 여건이 양호한 교외의 저밀도 주택에 대한 관심 급상승
새로운 구매행태	전자상거래 이용의 증가	사스의 영향으로 전자상거래에 대한 관심이 고조되면서 인터넷 홈쇼핑, 인터넷 बैं킹, 신용카드 등 전자상거래 이용 증가

○ 안전(安全) 선호형 소비유형

- 건강 및 생명 등에 대한 안전의식이 제고되어 새로운 선호품목으로 체육용품, 건강식품, 의료용품, 보험상품 등이 등장
- 안전의식 제고에 따른 새로운 소비유형

구분	제품 및 구매행태	내용
새로운 선호품목	체육용품	개인건강에 대한 관심 고조로 스포츠 활동 시간이 증가하여 운동복과 체육용품 등에 대한 수요 증가
	건강식품	면역력 개선제 및 건강보조제 등에 대한 수요가 증가하고 있으며, 향후 지속적인 시장규모의 확대 예상
	의료용품	· 향후 중국정부의 방역시스템 구축 계획 및 의료업계의 선진 의료설비 도입 계획 등으로 수요증가 예상 · 사스확산으로 큰 반사이익을 본 중국의 제약업체는 수익실적 개선으로 기업 확대를 계획하고 있으며 이로 인한 관련 설비수요 증가 전망
	보험상품	사스 공포에 의한 안전의식의 제고로 보험 가입자수가 증가하는 등 보험상품 수요 급증

[참고1] Post-SARS 새로운 소비유형

유형	세부내역	
	구분	내용
위생(衛生) 선호형	선호품목	- 위생용품 : 소독액, 세척액, 티슈 등 - 소독용 가전제품 : 식기세척기, 살균기 등 - 공기살균 소독기능의 에어컨 - 실내공기정화기 - 이온수기 등
	구매행태	항균기능의 선호
비접촉(非接觸) 선호형	선호품목	- 무선통신기기 - 인터넷 관련 제품 - 재택근무용 사무용품 - 자동차 및 오토바이형 자전거 - 교외의 저밀도 주택 등
	구매행태	전자상거래의 이용 증가 (인터넷 홈쇼핑, 인터넷 बैं킹, 신용카드 등)
안전(安全) 선호형	선호품목	- 체육용품 - 건강식품 - 의료용품 - 보험상품 등
	구매행태	특이동향 없음

[참고2] 상해시민들의 소비지출 유형 (상해시 통계국)

- 상해시 통계국이 최근 상해시 일반 가정을 대상으로 표본 조사한 결과, 전체 소비지출중 기본생계비가 차지하는 비중이 점차 낮아지고 있으며, 문화형 소비의 비중이 높아지고 있음

- 소비지출의 구성변화 비교 (단위 : 위엔)

구분	2002년		1998년		증감율 (A-B)
	1인당 평균	전체소비에서 차지하는 비중 (A)	1인당 평균	전체소비에서 차지하는 비중 (B)	
기본생계비	5,741	54.9%	4,588	66.8%	17.8%(▲)
교통비	336	3.2%	134	2.0%	60.0%
교육비	821	7.6%	375	5.5%	38.2%
통신비용	423	4.0%	158	2.3%	73.9%

- 90년대 초기 상해시민의 소비는 주로 음식과 의류, 내구소비재 구입 등 물질적인 수요에 치중했으나, 기본적인 물질 수요에 대한 만족이 어느 정도 이루어진 이후부터는 문화형 소비 비중 상승

- 관광여행 등 여가 및 오락에 대한 소비지출도 크게 상승하였으며, 특히 고소득 가정에서 현저한 양상

- 연평균 소비지출 증가속도가 가장 빠른 항목은 통신비 지출

- 이동 통신, 인터넷 등 각종 첨단 통신설비가 일반 가정으로 보급됨에 따라 통신비 지출이 큰 폭으로 증가하고 있으며, 향후 상해시민의 통신비용 지출이 더욱 확대될 것으로 전망

3. 『新 成長産業群』의 形成

사스가 여행, 요식, 운수업에는 큰 타격을 주었지만, 정보통신, 자동차, 의료부문 등에는 자극제가 되어 포스트 사스 시대의 새로운 성장 산업군으로 형성될 전망

□ 정보통신 산업의 성장

- 사스 감염우려로 인한 대면접촉 기피현상이 발생하여 이른바 “비접촉(非接觸)산업”으로 불리는 무선통신 및 전자상거래 관련 산업의 성장 계기화
 - 1/4분기중 중국내 통신업의 매출액 신장율이 19%에 달했으며, 그중 이동통신업의 신장률은 31.8%에 달함
 - 초고속통신망의 경우 가입자가 급증하여 上海 등지에서는 신규 가입자수가 전년 동기 대비 30-50% 증가
- 특히, 인터넷 산업은 이번 사스 사태를 계기로 성장시기가 앞당겨졌으며 향후 발전 속도가 가속될 것으로 예상

□ 자동차 산업의 성장

- 사스 감염우려에 따른 대중교통 기피현상으로 자동차 및 오토바이형 자전거 등 개별교통수단에 대한 선호가 증가하고 있으며, 이러한 추세는 앞으로도 지속될 전망
- 금년 1-4월중 개인승용차 판매량이 80만대를 기록함으로써 4월말 현재 중국의 자가용 승용차 보유대수가 1천만대를 돌파하여 평균 120명당 1대씩 보유 상황에 도달

- 중국의 개인승용차 보유대수 변화 추이

1991년 말	1999년 말	2002년 말
100만대	500만대	969만대

- 오토바이형 자전거도 대중교통을 기피하는 현상과 저렴한 가격으로 4월 이후 판매량이 80% 이상 증가

□ 의료 산업의 성장

- 의료설비에 대한 수요증가

- 사스 확산으로 중국의 방역시스템 및 병원시스템에 대한 시설 개선에 대한 요구가 높아져 중국정부는 향후 정부재원을 투입하여 전염병 방역시스템을 구축할 계획

- 중국의 의료업체들은 최근 사스 사태를 경험하면서 생산능력을 제고하고 2004. 7. 1일까지 GMP(의약품 제조품질 관리기준) 인증 통과를 위해 대규모 선진 의료기술 및 설비를 도입할 것으로 전망

- 제약업계의 브랜드 경영 바람

- 종래 브랜드가치와는 거리가 있었던 중국 제약업계가 사스 진정 이후 본격적인 브랜드 경영에 나설 것으로 예상되며 일부 상장 기업들은 브랜드의 국제화에도 나설 움직임

- 장춘, “제1회 중국 의약품 및 건강용품 박람회” 개최 예정

- 사스로 개인건강에 대한 관심이 높아지면서 장춘시는 9월 26일에서 28일까지 전시 부스 3천여개 및 전시면적 15,000 m² 규모의 동북지역 최대 의약품 박람회를 개최할 예정이며 동 박람회는 중국 의약업계 발전에 크게 기여할 것으로 전망

II. 中華圈 經濟動向 및 展望

1. 중 국(中國)

- 세계 주요국의 경제성장률이 2%대에 머물고 있는 가운데, 중국은 8% 전후의 높은 경제성장세 지속

- 중국경제 성장률 추이 (자료 : 중국통계연감)

1998년	1999년	2000년	2001년	2002년
7.8	7.1	8.0	7.3	8.0

- 2/4분기 들어 사스의 본격적 확산으로, 서비스산업을 중심으로 내수시장이 침체되고, 중국의 국가이미지에도 부정적으로 작용하면서, 중국 국내외 관련 기관은 당초 경제성장률 전망치 하향조정

- 주요 기관의 중국 경제성장률 전망치

분석기관	당초 전망치	수정 전망치
세계은행	8.0%	7.5%
ADB	7.5%	7.0%
國家信息中心	9.0%	7.5%
모건스탠리	7.0%	6.5%

- 그러나, 사스 조기진정 및 내수시장의 신속한 회복세 등으로 중국 경제에 대한 사스의 영향은 단기 현상에 그칠 것으로 전망됨

- 사스로 인해 중국의 서비스산업이 위축되고 지난 5월 노동절 휴가가 단축되는 등 소비지출이 큰 타격을 받았으나, 중국인들의 소비에서 생필품이 차지하는 비중이 높아 급격한 소비감소 충격이 완화되었음

- 이러한 상황변화에 따라 외국의 투자전문기관들은 중국의 경제 성장률 전망치를 상향조정 추세 : 리먼 브러더스 : 7.3% → 8.0%
- 중국은 수출의 경제성장 기여도가 상대적으로 낮고 정부의 재정 정책을 통한 고정자산투자 비중이 높아 사스 영향에도 불구하고 적자재정을 통한 경기부양정책으로 당초 예상한 7%대 이상의 높은 성장 목표를 달성할 것으로 전망
- 중국지역 주요 권역별 경제동향 및 전망

권역	내용
華北 (베이징)	- 초기 광둥지역을 중심으로 확산되었던 사스가 북경을 비롯 천진, 하북, 산서, 내몽고 등 화북지역을 중심으로 확산됨에 따라 화북지방은 중국내에서 가장 큰 타격을 받았음 - 정부의 사스통제를 위한 물류장애와 내수시장의 침체로 2/4분기 성장률은 크게 감소할 것으로 우려되며 3/4분기 이후에야 정상을 회복할 수 있을 것으로 예상
華南 (광저우)	- 광둥지역의 1/4분기 경제성장률은 13%에 달했으나 사스의 여파로 실물경제는 상당히 영향을 받고 있는 것으로 평가 - 2/4분기 및 하반기에는 한자리수의 경제성장률이 예상되고 있으며, 최근 신규고용의 감소로 인해 심각한 실업문제 예상
華東 (상하이)	- 화동권은 사스 영향이 가장 적었던 지역으로 5-6월 실적도 타 지역에 비해 상대적으로 양호할 것으로 전망 - 상하이-장쑤(江蘇)-저장(浙江)을 연결하는 주장(珠江)삼각주는 이번 사스 확산 과정에서도 상대적으로 충격을 덜 받아 앞으로 중국경제의 핵심지역으로 부상할 것으로 평가

2. 홍콩(香港)

○ 홍콩, 금년 경제성장 전망 3.0%에서 1.5%로 하향조정

- 홍콩은 서비스산업에 대한 의존도가 높아 사스로 인한 경제적 타격이 클 것으로 전망되며, 경기부양정책으로 재정적자가 증가하는 등 경제불안 요인이 지속되고 있음
- 서비스산업은 국내총생산(GDP)의 86%를 차지하고 있으며, 실업률은 지난 3월, 4월 각각 7.5%, 7.8%로 증가하다가 5월에는 8.3%를 기록하여 81년 이래 가장 높았음
- 현재 홍콩의 재정적자규모는 GDP의 5.5% 이상이며, 사스로 인한 특별재정지출 HK\$ 118억의 추가 집행으로 홍콩정부는 금년도 재정적자의 목표를 HK\$ 677억에서 HK\$ 800-1,000억으로 확대 : '02년 재정적자 - HK\$ 700억, GDP의 5%
- 주요 기관의 금년도 홍콩 경제성장률 전망치

분석기관	당초 전망치	수정 전망치
홍콩정부	3.0%	1.5%
홍콩총상의	3.0%	2.1%
ADB	2.6%	0.8%
모건스탠리	2.7%	2.1%

- 홍콩의 사스 조기줄임으로 내수시장이 회복세를 보이고 있지만, 산업 전반의 피해 및 홍콩 이미지 회복을 위해서는 비교적 장기간이 소요될 것으로 전망
- 그러나, 지난 6.29일 중국과 무관세와 서비스시장 개방을 주요 골자로 하는 “경제무역우호협정(CEPA)”의 체결로 홍콩경제의 중국경제로 편입이 촉진되면서 사스 충격을 상당부분 완화시킬 수 있을 것으로 예상됨

3. 대 만(臺灣)

○ 대만, 금년 경제성장 전망 3.7%에서 2.9%로 하향조정

- 대만은 대중국(홍콩) 수출의존도가 높아 사스로 인한 중국(홍콩) 내수시장 침체에 따른 대중 수출부진과 사스 확산에 따른 국내 소비위축 등으로 경제성장 위축 전망
- 2003년 1/4분기 대만의 대중국(홍콩) 수출비중이 33%에 달하고, 총 수출규모는 대만 GDP의 14.5%에 해당될 만큼 중국(홍콩)의 사스 문제는 대만 경제와 매우 밀접한 관계
- 4월중 가전제품 매출액 전년동기대비 5-20% 감소, 백화점 매출액 10-20% 감소, 편의점 매출액 20-30% 감소 등 사스 확산에 따른 전반적인 소비위축 현상 발생
- 주요 기관의 금년도 대만 경제성장률 전망치

분석기관	당초 전망치	수정 전망치
대만정부	3.7%	2.9%
ADB	3.7%	2.8%
시티뱅크	3.4%	3.2%

- 현재 대만은 사스가 진정단계로 진입하면서 시내 유동인구가 증가하고 소비심리가 회복되는 등 전반적인 사회경제 분위기가 사스 이전수준으로 회복되고 있지만 사스로 인한 경제피해의 완전한 회복은 다소 시간이 소요될 것으로 전망

※ 6월말 현재, WHO의 사스감염 위험지역 지정 지역은 대만(전지역)과 캐나다(토론토)뿐이며, WHO의 사스감염 위험지역으로부터 해제되기 위해서는 최근 20일내 신규환자 발생이 없어야 됨

III. 對中華圈 輸出與件 및 展望

1. 對中華圈 輸出 與件

- 대중화권 수출은 사스가 본격적으로 확산되기 시작한 지난 3월부터 증가세가 둔화되다가 사스가 진정단계에 진입한 6월들어 회복세를 보이고 있어 사스로 인한 수출차질이 해소되고 있는 추세

- 대중화권 수출실적 추이 (전년동기대비 증감율, %)

국가	2002년	2003년					
		1월	2월	3월	4월	5월	6.1-20일
중국	30.6	55.7	81.1	49.8	38.3	28.5	49.9
홍콩	7.3	24.1	35.8	26.5	34.9	24.8	35.7
대만	13.7	5.8	-2.3	-13.1	-14.8	-15.8	-5.4
세계	8.0	25.8	21.0	16.2	19.4	3.9	18.0

자료원 : KOTIS, 관세청, 산업자원부

- 최근 들어 대중국 수출비중이 급증하면서, 홍콩과 대만을 포함한 중화권의 수출비중이 대미 수출비중을 상회하여 중화권 시장은 우리나라의 최대 수출시장으로 부상하고 있음

- 총수출에 차지하는 지역별 수출비중 (2003.1-5월)

지역	미국	중화권			
		중국(A)	홍콩(B)	대만(C)	합계(A+B+C)
수출비중	17.9%	16.9%	6.9%	3.5%	27.3%

자료원 : KOTIS

○ 중국 시장

- 사스로 인한 내수침체, 재고누적과 공장가동률 감소효과가 6-7월 실적에 반영될 전망이다, 사스의 조기진정 및 이에 따른 소비시장의 급속한 회복으로 하반기 수입수요의 증가가 예상됨
- 사스의 영향은 비교적 제한적이며 정부의 경기부양정책에 의해 일정 수준 상쇄될 것으로 전망

○ 홍콩 시장

- 현재 사스로 최악의 실업상태를 보이고 있으며 재정지출 확대로 재정적자가 확대되는 등 경제불안 요인이 지속되고 있음
- 그러나, 사스의 조기통제에 따른 경제회복세와 중국과 홍콩간 경제공조체제의 구체화 등으로 하반기중 수입수요의 완만한 증가세 기대

○ 대만 시장

- 실업문제와 공공투자 감소 등으로 경기침체가 지속되고 있으며, 이에 따른 수출감소로 인해, 금년도 하반기 우리나라의 대대만 수출도 전년대비 8% 감소한 약 30억불 수준에 그칠 것으로 전망
- 對臺灣 수출은 주로 원·부자재류로 사스로 인한 대만의 수출차질은 우리의 對臺灣 수출 차질로 직결되고 있어 주력 수출상품인 반도체, 컴퓨터류의 수출감소로 연초 수출목표전망치 달성에 차질이 예상되며, 소비자 심리의 위축으로 무선통신기기 수출도 부정적 영향을 받을 것으로 예상
- 반면, 대만내 韓流 여파로 한국이미지가 점차 개선되고 있고, H자동차의 신차 발표회 및 현지 조립공장 건설 등으로 한국산 자동차 수출분위기가 진작되고 있으며, 석유화학제품, 가전제품 등의 지속적인 수출호조가 예상됨

2. 主要 品目別 對中華圈 輸出 展望

가. 13대 수출주력 품목 전체

품목명(MTI코드)	2003년 연간 전망					
	현재(A) : 사스이후		연초(B) : 사스이전		증감(A-B)	
	수출액	전년동월비 증감율	수출액	전년동월비 증감률	증감분	증감율
일반기계	3,463	50.2%	2,520	20.0%	943	37.4%
자동차(741)	548	82.7%	275	4.2%	273	99.3%
선박(746)	163	-9.9%	408	-14.3%	245(▲)	60.0%(▲)
철강제품(61)	3,200	39.4%	2,305	2.9%	895	38.8%
석유화학제품(21)	6,200	20.2%	4,890	4.9%	1,310	26.8%
섬유류(4)	4,015	4.3%	3,350	-4.6%	665	19.9%
컴퓨터(813)	5,350	28.3%	5,120	23.1%	230	4.5%
무선통신기기(812)	4,650	19.6%	4,890	36.0%	240(▲)	4.9%(▲)
반도체(831)	5,342	12.3%	5,340	23.3%	2	-
가전기기(82)	1,500	7.2%	1,780	17.1%	280(▲)	15.7%(▲)
타이어(3203)	32	3.2%	25	13.6%	7	28.0%
플라스틱제품(310)	668	5.0%	700	9.4%	32(▲)	4.6%(▲)
자동차부품(742)	673	200.4%	210	16.7%	463	220.8%
13대 품목계	35,804	28.9%	31,313	14.9%	4,491	14.3%

주) 1. 13대 수출주력 품목은 총 수출중 72%선 차지

2. 일반기계는 MTI 코드체계 변경에 따라 기초산업(71), 산업용(72), 정밀기계(73), 기타(79)를 합한 수치임

3. 전망 : 해외바이어 및 우리나라 주재지상사 총 97개

4. 연초 전망치는 사스 확산 이전인 2003년 1월 시점임

나. Post-SARS 주요 품목별 수출전망

1) 정보통신 관련 품목

- 관련 품목 : 무선통신기기(MTI 812), 컴퓨터(MTI 813)
- 수요 현황
 - 대면접촉 기피현상에 따른 비접촉 유형제품 선호로 정보통신 관련 품목에 대한 중국내 시장수요가 증가하고 있음
- 수출 여건 및 대응 방안
 - 중국 및 외국업체와의 경쟁이 치열해지고 있는 상황으로 최근 트렌드 변화를 우리제품 수출경쟁력 강화의 기회 활용하면 수출증대 유망
 - 사스 이후 인터넷 및 게임 등에 대한 폭발적인 수요증가와 중국의 정보화 확산 추세로 수출증가 예상

□ 수출 동향

(단위: 백만불)

구분 (MTI 코드)		2001	2002	2003.1-5
무선통신기기 (812)	중국	502 (289.3%)	2,225 (343.0%)	1,204 (157.2%)
	홍콩	837 (15.7%)	1,422 (70.0%)	563 (13.3%)
	대만	238 (4.6%)	241 (1.0%)	114 (3.1%)
컴퓨터 (813)	중국	763 (3.3%)	1,873 (145.4%)	1,096 (59.7%)
	홍콩	451 (51.5%)	755 (67.2%)	603 (130.4%)
	대만	1,436 (-25.1%)	1,542 (7.4%)	329 (-59.2%)

주 : ()는 전년동기대비 증감율, 자료 : KOTIS

□ 수출여건 및 대응방안

- **무선통신기기** : 현재 견조한 증가세를 유지하고 있지만, 경쟁업체의 증가로 인해 향후 수출이 둔화될 전망
 - 금년 1/4분기중 중국내 휴대폰 시장의 50%를 중국산 제품이 차지하였는데, 고가품 시장은 여전히 외국산 제품이 강세를 보이고 있고 중국산은 중저가 시장에서 계속 우위를 점할 것으로 전망
 - 지난해 수요가 저조했던 컬러폰 등 고급품에 대한 수요가 확대되고 있으며 사스로 공중전화 사용 기피풍조가 확산되고 있어 이를 효과적으로 활용하면 수출확대에 호기도 기대
- **컴퓨터** : 사스로 인한 소비위축으로 2/4분기 수출이 다소 둔화되었지만 사스 확산에 따른 인터넷 수요증가와 중국내 정보화 확산 추세 등으로 인해 향후 수출증가 예상
 - 중국은 2003.1.1일부터 정보기술제품의 수입관세율을 2002년의 3.5%에서 1.5%로 인하하였으며 일부 제품의 경우 영세율을 적용하고 있어 사스로 인한 소비침체기를 벗어나게 되면 수출증가세 회복 전망

□ 수출 전망 (대중화권 전체)

(단위 : 백만불)

품목명 (MTI 코드)	2003년 연간 전망		
	현재(A):사스이후	연초(B) : 사스이전	증감(A-B)
무선통신기기 (812)	4,650	4,890	▲ 240
컴퓨터 (813)	5,350	5,120	230

자료원 : 해외 바이어 및 우리나라 주재 지상사 전망 (94개)

2) 자동차 관련 품목

- 관련 품목 : 자동차(MTI 741), 자동차부품(MTI 742), 타이어(MTI 3203)
- 수요 현황
 - 대중교통 기피현상에 따른 자동차 산업의 성장으로 자동차 및 관련 품목에 대한 중국내 시장수요 증가 전망
- 수출 여건 및 대응 방안
 - 자동차의 경우 아직은 중국내 수요증가가 우리나라 제품 구입으로 직접 연결되고 있지는 않음
 - 자동차부품 및 타이어의 경우 중국정부의 수입쿼터 관리 대상으로 수입관련 엄격한 제한을 받고 있음

□ 수출 동향

(단위 : 백만불)

구분 (MTI 코드)		2001	2002	2003.1-5
자동차 (741)	중국	149 (57.2%)	221 (48.3%)	226 (201.8%)
	홍콩	24 (19.0%)	24 (1.6%)	24 (276.2%)
	대만	82 (-19.7%)	55 (-32.8%)	33 (275.8%)
자동차부품 (742)	중국	78 (-5.5%)	169 (116.2%)	235 (467.9%)
	홍콩	10 (-36.4%)	9 (-5.0%)	6 (175.0%)
	대만	73 (104.7)	46 (-37.5%)	15 (-19.7%)
타이어 (3203)	중국	1 (-19.2%)	5 (272.6%)	2 (96.4%)
	홍콩	5 (13.5%)	13 (158.8%)	5 (31.8%)
	대만	12 (-28.8%)	13 (9.1%)	5 (-11.9%)

주 : ()는 전년동기대비 증감율

□ 수출 여건 및 대응 방안

- **자동차** : 사스로 인한 대중교통 기피현상으로 자동차 수요가 증가하고 있으나 한국산 구입으로 연결되지는 않고 있으며, 상반기에는 수입관세 인하효과로 우리 제품의 수출증가율이 높았으나, 하반기에는 중국내 생산 증가로 수출증가율이 낮아질 전망
 - 한국산은 일본산에 비해 가격경쟁력도 있고 품질도 점차 인정을 받고 있어 판매량이 지속적으로 증가할 전망
 - 반면, 중국산의 지속적 가격하락 및 품질향상은 한국산 수출에 불리한 여건으로 작용할 전망
- **자동차부품** : H 자동차의 북경진출로 자동차 부품 수출물량의 안정적 증가세를 유지할 전망이지만, 중국정부의 수입쿼터 관리 품목으로 수입관련 엄격한 제한을 받고 있는 점이 장애 요인
 - 중국내 자동차부품시장은 최근 3년간 연간 30%이상 증가세를 지속하고 있으나, 중국내 자동차부품 공급업체중 80%에 달하는 약 2,000여개사가 시장경쟁력을 갖추지 못하고 있는 상황
 - 중국내 중고급 차량에 대한 수요가 확대됨에 현지조립방식 수입 차량이 중국에서 다시 인기를 끌고 있음
- **타이어** : 자동차 산업의 호황으로 타이어의 시장수요도 크게 증가하고 있고 중국내 타이어 생산량도 지속적으로 증가하고 있으나, 수입품은 엄격한 수입쿼터 관리 대상임
 - 중국내 타이어 제조업체는 약 300여개이나 이중 일정규모를 갖춘 업체는 50여개에 불과하며 나머지는 규모도 작고 기술수준도 낮은 영세기업 수준임

□ 수출 전망 (대중화권 전체)

(단위 : 백만불)

품목명 (MTI 코드)	2003년 연간 전망		
	현재(A) : 사스이후	연초(B) : 사스이전	증감(A-B)
자동차 (741)	548	275	273
자동차부품 (742)	673	210	463
타이어 (3203)	32	25	7

자료원 : 해외바이어 및 우리나라 주재지상사 전망 (94개)

3) 가전기기(MTI 82)

○ 수요 현황

- 위생관념의 향상으로 항균기능의 가전제품을 선호하게 되어 소독용 가전제품 및 살균기능 에어컨 등의 수요 증가세

○ 수출 여건 및 대응 방안

- 금년 여름 가전제품 시장의 핵심 키워드는 “항균기능”
- 중국 및 외국업체간 시장경쟁이 치열해지고 있는 상황으로 기술개발을 통한 품질향상이 필요

□ 수출 동향

(단위: 백만불)

구분 (MTI 코드)		2001	2002	2003.1-5
가전기기 (82)	중국	676 (-0.9%)	834 (23.4%)	383 (27.9%)
	홍콩	384 (-4.3%)	409 (6.7%)	159 (-9.2%)
	대만	106 (-24.8%)	156 (47.8%)	112 (97.5%)

주 : ()는 전년동기대비 증감율, 자료 : KOTIS

□ 수출 여건 및 대응 방안

- 사스로 가정, 사무실, 공장 등 각 분야에서 살균기능의 에어컨, 공기정화기, 소독기, 식기세척기 등 제품 수요 증가세
- 중국 및 외국산 브랜드 제품간의 시장경쟁이 치열한 상황으로, 우리 제품의 경우 가격경쟁력만으로는 중국산에 열세일 것으로 보이며 품질경쟁에서 우위를 서지 않으면 도태될 위험이 있음
- 중국 에어컨 제조업체들도 기술개발에 적극 나서고 있으며, 외국인 투자기업들은 저가정책을 구사하여 가격경쟁이 더욱 치열해지고 있으므로, 우리 기업의 경우 핵심부품 공급시장을 공략하는 것도 효과적일 것으로 예상

□ 수출 전망 (대중화권 전체)

(단위 : 백만불)

품목명 (MTI 코드)	2003년 연간 전망		
	현재(A) : 사스이후	연초(B) : 사스이전	증감(A-B)
가전기기(82)	1,500	1,780	280 (▲)

자료원 : 해외 바이어 및 우리나라 주재 지상사 전망 (94개)

IV. 綜合 評價

□ 대중화권 수출 여건 변화

○ 사스, 단기 파동에 그쳐 중국의 고속성장에 큰 영향 못 미쳐

- 사스로 인해 대중화권 수출 증가세가 주춤하고 있지만, 중국의 WTO 가입에 따른 시장개방효과와 내수시장의 높은 수요증가 및 정부의 적극적인 재정정책 등에 의해 사스로 인한 부정적인 영향이 상당히 감소
- 사스는 단기적 현상으로 장기적인 성장잠재력에는 거의 영향을 미치지 않을 것으로 전망

○ 사스로 인해 중국내 산업구조도 많은 변화 예상

- 사스는 중국인들의 위생의식과 안전의식 등을 자극하여 새로운 소비유형을 등장시켜 정보통신, 자동차, 의료산업 등 이른바 “신(新) 성장산업군”의 형성을 통해 중국의 산업구조를 변화시키고 있음

○ 향후 우리나라의 대중국 성(省)별 수출비중도 변화 전망

- 중국내 권역별로 볼 때, 상하이와 장쑤(江蘇)성, 저장(浙江)성 등 중국경제의 핵으로 떠오르는 화동지역이 상대적으로 사스의 피해를 적게 입어 화동지역이 앞으로 중국경제에서 차지하는 위상이 급상승할 것으로 예상됨
- 이 경우, 한국의 대중국 성(省)별 수출비중도 변화를 가져올 것으로 전망되며, 실제로 금년 들어 화동지역으로의 수출이 대화남 수출액을 상회하여 앞으로 화동의 비중이 급속히 확대될 것으로 기대됨

□ 對중화권 수출확대방안

○ 새로운 소비 트렌드에 맞춘 수출전략 구사 필요

- 사스로 인해 중국인들의 위생의식이 제고되고 전반적인 사회 시스템의 일대 변화가 일어날 것으로 예상되므로, 이에 따른 제품의 기능향상과 소비자 트렌드에 맞는 제품의 출시가 요구되고 있음

○ On-line 사이버 수출상담을 통한 시장개척활동 강화

- 사스 파동후 중국 내에 전자상거래에 대한 관심이 높아지고 있으며, 현지 바이어들은 On-line을 통한 무역상담에 적극적인 태도를 보이고 있으므로, 이를 활용한 적극적인 마케팅활동이 요구됨

○ 긴 안목의 브랜드 마케팅 전략 필요

- 최근 들어 중국 소비자들이 브랜드 충성도가 높아지고 있으며 중국시장 내에서 브랜드 인지도가 높은 제품이 다른 제품을 구축하는 사례가 발생하고 있음
- 이에 따라, 장기적인 브랜드 육성과 이를 통한 효과적인 마케팅 전략이 요구되고 있음

○ 사스 特需품목은 관련 부품 및 기계류 수출 추진도 유망

- 사스 확산 기간중 특수품목 대부분은 외국에서 수입하기보다는 중국내에서 자체 조달한 제품 비율이 높은 것으로 알려짐
- 따라서, 완제품 공급시장 개척도 중요하지만 관련 부품류, 생산 기계류 공급을 통한 시장진출도 유망할 것으로 기대