

KOTRA 선정 올해의 차이나 키워드

KOTRA 중국통상전략연구센터 김명신 연구위원

목 차

I. 정치	6
• (반부패)陽光政府	• (공평분배)切好蛋糕
• (참여확대)同標同權	• (참여확대)인터넷 의정
• (국제)Frenemy-ship	
II. 경제	9
• (거시조정)一保一調一控	• (거시조정)재균형(Rebalancing)
• (환경)저탄소경제	• (소비계층)寶寶經濟· 孕婦經濟
• (소비계층)銀髮經濟	• (소비계층)타경제
• (소비트렌드)매스티지	• (소비트렌드)핸드백 효과
• (경제협력)차이완과 차이남	• (국가이미지)Made with China
III. 사회· 문화	18
• (세태)富二代· 貧二代· 官二代	• (세태)워쥬(蝸居)
• (세태)산리족(閃離族)	• (세태)개미족(蟻族)
• (세태)하이누(孩奴)	• (세태)후이타이랑과 란양양
• (세태)상하이식 빈곤	• (노동)臥槽(워차오)
• (노동)신세대 농민공	• (노동)用工荒
• (생활)高鐵時代	• (정책)二胎(얼타이)
• (학문)國學熱	• (여행)홍색관광
• (여행)마이카 여행	

[요약]

- (정치) 올해 중국은 정치적으로 소통과 부패척결을 표방하면서 농민의 '동표동권'(同標同權)을 실현하는 내용의 선거법 개정안을 상정하고 '양광정부'(陽光政府)를 표방해 청렴과 공직기강을 확립하고자 함
- (정치) 국민의견 수렴에 인터넷을 적극 활용하면서 작년과 올해는 중국의 '인터넷 정치의 해'로 불림
- (정치) '차이메리카'라는 밀월적 중미관계에 갈등요소가 생기면서 우정과 적의 합성어인 'Frenemy-ship'이라는 용어가 생겨남
- (경제) 글로벌 경제위기 여파 속에서 불균형적 성장방식의 한계가 노출되면서 중국경제는 성장방식의 전환이라는 '재균형' 회복에 사활을 걸고 있음
 - 이를 위해 중국은 '一保一調一控'이라는 성장유지·구조조정속 물가안정을 거시경제 목표를 수립함
- (경제) 소비성향이 강한 중국의 한자녀 정책 이후 출생자인 빠링허우, 지우링허우세대의 출산은 '孕婦經濟'(임산부경제), '寶寶經濟'(아동경제), '零歲經濟'(신생아경제) 라는 용어를 탄생시킴
 - 경제력 있는 노인층의 확대와 노령화 진전에 따라 '銀髮經濟'(실버경제)가 부상하고 있으며 여성이 소비지출에 있어 주도적인 역할을 하면서 '그녀의 경제'라는 의미의 '她經濟'도 주목받고 있음
- (경제) 젊은 층의 고가제품 소비가 늘면서 중국내 명품 브랜드가 '매스티지' 전략을 구사하고 일용품이 감성제품화하는 '핸드백 효과'로 캐릭터와 일용품의 결합이 빠르게 진행되고 있음

- (경제)중국의 인접국가와의 경제협력강화는 중국과 대만, 중국과 베트남간 ‘차이완’과 ‘차이남’ 구도를 형성함
 - 한편, 중국은 ‘Made in China’에 대한 국제적 반감을 국제공동협력 생산이라는 ‘Made with China’라는 개념을 도입해 풀어보려는 시도중임
- (사회·문화)중국내 계층간 격차가 확대되면서 ‘격차사회’가 도래하고 있음
 - 부와 빈곤의 대물림이라는 ‘富二代·貧二代’, 비좁은 집에서 생활에 허덕이는 ‘워쥐’(蝸居), 대출 저소득층 ‘개미족’ 문제, 자식의 노예 ‘하이누’, 소득증가에도 물가 때문에 빈곤해지는 ‘상하이식 빈곤’이 나타나고 있음
 - 올해 중국 직장인들은 기존 일자리를 붙들고 있다는 뜻의 ‘워차오’(臥槽)가 만연하고 도시에서 일자리를 잃은 신세대 농민공이 사회문제에 연루될 가능성이 높아지면서 계층간 갈등확대가 사회현안으로 급부상함
 - 이외에도 사회적 급변을 겪으면서 정신적 뿌리를 찾고자 하는 중국인들 사이에 ‘국학열’이 뜨거우며 애국주의 확산으로 공산주의 성지관광인 ‘홍색관광’도 꾸준히 증가하고 있음

■ KOTRA 선정 2010년 중국의 정치, 경제, 사회·문화 분야 키워드 ■

분야	키워드		주요 내용
정치	陽光政府	"공무원 부패 과감히 손본다"	공무원 청렴, 공직기강 확립
	切好蛋糕	"키운 파이를 잘 자르는게 관건"	공평분배에 초점
	同標同權	"민심이 천심, 전인대 농민대표 비중 늘린다"	농민의 정치참여 확대
	인터넷 의정	"바야흐로 정치도 인터넷 시대"	중국 지도부, 국민여론 수렴창구로 인터넷 적극 활용
	Frenemy-ship	"애증업힌 중미관계"	갈등과 협력이 얽힌 중국과 미국 관계
경제	一保一調一控	"성장유지·물가안정 기조속 구조조정 박차"	올해 경제기조는 8%대 성장유지, 3% 물가안정, 불균형 성장방식의 조정
	재균형 (Rebalancing)	"균형잃은 경제성장방식, 바꿔야만 산다"	산업구조, 투자·소비구조, 대내외 수요 불균형 문제 직면
	저탄소경제	"중국경제의 신 성장점, 저탄소 녹색성장"	신재생에너지, 에너지 절약관련 프로젝트 다수 발생
	寶寶經濟·孕婦經濟	"자녀양육에 가계수입의 30% 쓴다"	임부복, 유아·임산부용 기능성 화장품, 유아복, 유아용 식품, 출산용품, 교육교재, 홈스쿨 등 교육서비스 유망
	銀髮經濟	"新 소비층, 실버족의 등장"	의료기기, 건강용품, 실버 재활용품, 간병용품, 의료 서비스분야, 실버족 타깃 국내관광 유치 유망
	매스티지	"저가시장 낙인떼고 명품소비로"	고가 의류, 화장품 유망
	핸드백 효과	"일용품에도 감성 불어넣는다"	일용품, 의류, 침구류와 캐릭터의 결합 활발
	차이완과 차이남	"중국, 동맹물결을 타다"	인접국과의 경제협력 강화
	Made with China	"중국산 이미지 탈피하자... 국제협력생산 강조"	기술, 디자인, 부품에 대한 국제협력 강조해 원산지 이미지를 글로벌 범주로 확대하고자 하는 중국의 신 국가이미지 제고 전략

분야	키워드		주요 내용
사회·문화	富二代·貧二代·官二代	"부와 빈곤, 사회적 지위의 대물림"	부익부 빈익빈 현상 고착화
	위취(蝸居)	"부동산 폭등... 집에 허덕이는 중국서민들"	협소한 집에서 생활에 허덕이는 도시민의 열악한 환경
	개미족	"중국도 고향력 저소득층 문제 크다"	중국판 88만원 세대
	하이누(孩奴)	"한자녀 계획 30년... 자식에 죽고 자식에 사는 하이누들"	자식의 노예
	후이타이랑과 린양양	"결혼은 곰과, 처세는 여우처럼"	화이트칼라 여성의 결혼관과 처세술 반영
	상하이식 빈곤	"소득은 걷고, 물가는 뛰고"	소득이 증가해도 높은 물가 때문에 오히려 빈곤해지는 현상
	위차오(臥槽)	"중국 직장인 60%, 직장 옮길 생각 없다"	글로벌 금융위기로 이직보다는 기존 직장 고수
	신세대 농민공	"중국, 올해 중앙 1호 문건에서 신세대 농민공 첫 거론"	직장없는 신세대 농민공이 도시에 남으면서 사회문제 야기 우려
	用工荒	"경기회복되자 이제는 인력난"	주요 생산지역의 인력부족현상
	高鐵時代	"고속철도시대 개막... 생활판도 크게 바꿨다"	주변 중소도시로의 거주지 이주와 투자 확대
	얼타이(二胎)	"고령화된 중국... 조건부로 둘 낳는 것 허용"	인구감소 대비해 일부 대도시에 한해 두자녀 허용
	國學熱	"정신적 뿌리찾아 나선 중국인"	중국의 전통문화 학습붐
	홍색관광	"중국 휩쓰는 공산혁명 성지관광 열풍"	애국주의 확산으로 공산주의 혁명성지 관광 성행
마이카 여행	"자동차 보급확대가 불러온 마이카 여행 시대"	주거지가 외곽으로 확대되면서 자동차 구매확대	

KOTRA 선정 올해의 차이나 키워드

I. 정치 : 올해 화두는 '소통'과 '부패척결'

□ (반부패) 陽光政府 "공무원 부패, 과감히 손본다"

<양광정부>

○ 공무원 비위행위에 대한 사회적 반감이 커지면서 올해 3월 양회(兩會)¹⁾에서는 반부패문제가 집중적으로 거론되고 윈자바오 총리도 양회를 통해 청렴과 공직기강 확립을 강조함

- 중국정부는 부패근절을 위해 올해 1월부터 '중국 공산당 당원 지도자 간부 청렴 정치 관련 준칙'을 발표해 시행중이며 반부패방안으로 재정집행 공시, 고위공무원 재산신고 등 정보공개를 추진하고 있음

※ 광둥성은 예산집행 공시, 고위 공무원 친인척 직업 공개를 통해 좋은 반응을 얻고 있음

□ (공평분배) 切好蛋糕 "키운 파이를 잘 자르는 게 관건"

<치에하오판가오>

○ 글로벌 경제위기 여파로 민생고가 확대되면서 사회갈등이 심화될 조짐을 보이자 중국 지도부는 올해 3월 양회에서 '키운 파이를 잘 자르자'는 공평분배를 집중 거론함

1) 중국 최대의 정치 행사로 우리의 국정자문회의에 해당하는 '전국민정치협상회의'와 정기국회에 해당하는 '전국민대표대회'를 지칭.

- ‘파이를 키워 크게 나누자’는 선부론에 입각한 성장기조가 계층간, 지역간 소득격차가 확대되면서 사회갈등요소로 작용하자 중국은 11.5규획²⁾이 시작되던 2006년부터 균부론적 성장기조를 도입하기 시작함

· 원자바오 총리 - "합리적인 소득배분은 사회공평주의 실현에 있어 중요한 문제이며 부의 축적이라는 파이를 키우는 문제뿐만 아니라 소득분배 제도를 통해 파이를 잘 나누는 것도 중요하다"(양회정부업무보고)
 · 자칭린 정협주석 - "정치협상회의는 소득격차가 사회안정에 미치는 영향이 크다는 점을 주시하고 있다"(소득분배·공공서비스의 균등화, 소외계층에 대한 사회보장과 지원책 마련 건의)

- GDP는 상승하나 근로자의 급여는 큰 변화를 보이지 못해 실질소득이 감소하면서 부의 사회적 환원(還富爲民)에 대한 여론이 높아짐

- 사회보장지출, 정부지원금, 개인소득 과세기준 인상 등으로 국가의 재정을 국민에게 재배분해야 한다는 주장이 많으며 특히 소득공제기준을 올려 국민에게 부(富)를 돌려주자는 논의가 2010년 양회의 최고 이슈로 부각됨

- 중국 인력자원사회보장부 관계자는 현재 소득공제기준 인상을 검토 중이며 빠르면 올 하반기에 3천위안 수준으로 인상될 가능성이 있다고 밝힘

□ (참여확대) 同標同權 "민심이 천심, 전인대 농민대표 비중 늘린다"

<동일한 투표권, 동일한 권리>

○ 중국은 제 11기 전인대 3차 회의에 도시와 농촌의 농민대표 선출권 비율을 동일하게 조정하는 개정 초안을 제출했으며 ‘同標同權’ 실현을 핵심으로 선거법이 개정되면 농민의 인민대표수가 크게 증가할 전망이다

- 기존에는 중국의 농촌대표 선출권 비율이 도시대표의 1/4에 불과해 평등원칙에 위배된다는 의견이 끊임없이 제기되어 옴

- 농민대표비율이 늘면서 베이징, 상하이 지역의 대표자수가 줄고 허난성, 허베이성, 산둥성 등지의 농민대표가 늘어날 것으로 예상됨

* 전인대 대표정원 3천명으로 제한

2) 2006~2010년간 진행된 중국의 제11차 국민경제 및 사회발전규획.

□ (참여확대) 인터넷 의정 "바야흐로 정치도 인터넷 시대"

- 중국은 국가정책결정에 인터넷을 통한 국민의견 수렴을 적극적으로 추진하고 있으며 올해는 특히 참가율이 높아 '인터넷 정치의 해'로 불림
 - 인터넷 보급이 확대되면서 중국정부는 인터넷을 대국민 소통과 국민의 정치참여통로로 적극 활용하고 있음
 - 중국의 네티즌은 20~40대가 중심이며 인터넷 정치 참여는 30세 안팎의 고학력자가 많음
 - * 2009년 중국의 네티즌 수는 3억 8,400만 명으로 전체 인구의 28.9% 차지

· 중국의 인터넷 의정은 2003년 양회 개막식에서 "총리에게 질문 있습니다"라는 게시판에 수천 명의 네티즌이 참여한 것이 발단

· 2009~2010년에는 인터넷 의정 참여자수가 1억 명을 넘어서며 "중국 인터넷정치 해"로 자리매김

· 2009년, 2010년 전인대 앞두고 원자바오총리가 네티즌과 인터넷 통해 교류

□ (국제) Frenemy-ship "애증엮힌 중미관계"

<Friendship와 Enemy가 엮힌 관계>

- 오바마 집권 첫째 밀월기를 보냈던 중-미 관계가 2009년 말부터 무역불균형, 위안화 환율, 미국의 對대만 무기판매 결정, 달라이 라마 방미 등으로 갈등을 겪고 있음
 - 국제적으로 G2가 화두로 등장했을 때 'Chimerica(中美國)'이라는 조어가 나오는데 이어 최근 중-미 갈등이 고조되자 'Frenemy-ship'이라는 용어가 나옴
 - friendship(우정)과 enemy(적)의 합성어인 Frenemy-ship은 애증이 엮혀있으나 갈등 속에서도 협력이 필요한 양국 관계를 적절히 묘사한 것으로 아직 국내에는 널리 알려지지 않았으나 미국과 중국관계에 자주 언급되는 용어임

II. 경제 : 2010년 중국의 주력 소비층, 여성·노인·아동

□ (거시조정) 一保一調一控 "성장유지·물가안정 기조 속 구조조정 박차"

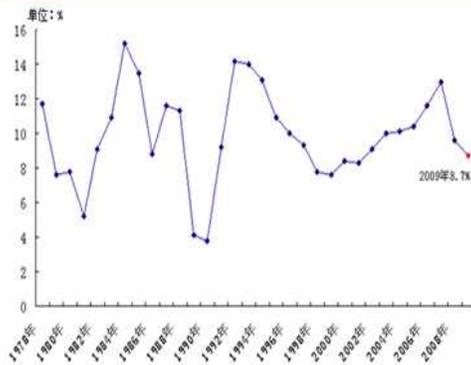
<이바오이티아오이쿵>

- 올해 중국은 경제성장을 지속하는 것뿐만 아니라 유동성 과잉, 원자재 가격상승, 식품가격 인상 등으로 들쭉이는 물가를 적정수준으로 유지하는 한편, 그간의 경제성장 기조를 바꾸는 것이 중요한 문제로 부각됨
 - 내수경기가 완전히 회복되지 않은 상황에서 물가가 오를 경우 소비가 급락할 수 있으므로 중국정부는 올해 적정물가목표를 3%로 설정하고 물가상승이 예상수준을 크게 넘어설 경우 금리, 기준율 인상을 통해 물가를 조정할 전망이다

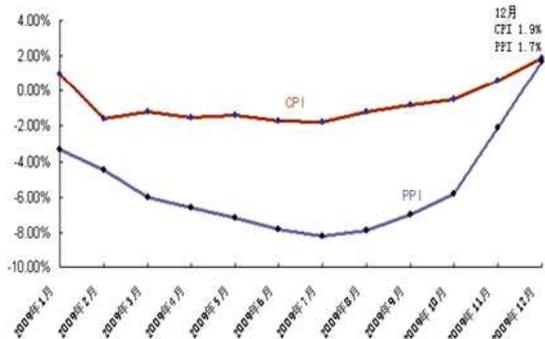
- 2009년 중국 최종소비의 GDP 기여율 : 52.5% ⇒ GDP증가 4.6%p 제고
- 2009년 중국 투자의 GDP 기여율 : 92.3% ⇒ 경제성장 8%대 달성에 결정적 역할
- 2009년 중국 순수입의 GDP 기여율 : -44.8% ⇒ GDP증가 3.9%p 감소

- 그러나, 경기침체에 따른 실업확산이 여전히 사회적 부담으로 크게 작용하는 상황에서 중국정부가 물가만을 고려해 전방위적 조정책을 단행하기는 부담스러움
- 중국경제가 글로벌 경기침체의 여파에서는 벗어났지만 미국, EU의 경기회복이 여전히 불투명하기 때문에 올해 중국경제는 2009년과 마찬가지로 재정투자와 내수소비에 크게 의존해야 하는 상황임
- 중국의 거시경제조정정책은 과열방지과 고물가방지라는 '양방(兩防)'에서 2008년 말부터 성장유지·물가조정을 위한 '일보일공(一保一控)'으로 선회했으며 올해는 여기에 성장방식의 조정이라는 '일조(一調)'가 추가됨
- 성장방식 변화요구에 따라 중국정부는 단순한 SOC투자보다는 산업간 연계성이 강한 분야에 투자를 집중하는 한편, 전통재래업종에서 신재생에너지 등 신성장동력분야를 적극적으로 육성하는 방향으로 전환하고 있음

중국의 경제성장 추이(1978~2009년)



중국의 CPI와 PPI 변화추이 비교(2009년)



□ (거시조정) 재균형(Rebalancing) "균형 잃은 경제성장방식, 바뀌어야만 산다"

○ ‘공급’과 ‘대외수요’(수출) 위주의 단순화된 경제구조로 인해 중국경제가 외부환경 변화에 수시로 민감하게 반응하면서 경제안정성 확보가 어려워지자 산업구조조정과 전통적 성장방식의 변화가 당면 과제로 부각됨

- 경기침체를 겪으면서 2009년 중국은 대대적인 재정투입을 통해 경제성장을 유도하는 한편, 가전하향, 자동차 하향³⁾ 등 소비지원책을 통해 내수소비 확대에 적극적으로 나섬

- 정부투자에 과도하게 의존하는 종래의 성장방식은 공급과잉, 신용리스크 확대, 부동산 거품, 민간투자 위축에 대한 우려를 증폭함

- 경기침체를 겪으면서 중국은 위안화 저평가, 저부가가치제품 수출, 일자리 감소에 따른 소비심리 위축 등 경제·사회 전반적으로 불균형성장에 따른 부작용이 적지 않게 발생함

- 산업구조, 투자·소비구조, 대내외 수요의 불균형문제가 경제의 지속성장의 최대 걸림돌로 작용하면서 중국은 11.5규획의 마지막해인 올해와 12.5규획⁴⁾기간 내내 불균형 문제해결에 총력을 기울여야 하는 상황임

3) 농촌소비 진작을 위해 특정 가전과 자동차 구매시 일정 보조금을 지급하는 내수지원책.

4) 2011~2015년간 추진되는 중국의 제12차 국민경제 및 사회발전규획.

☞ 2009년 중국 고정자산투자 현황

- 중국전체 : 22조 4,846억 위엔(전년대비 30.1%, 4.6% 포인트 증가)
- 도시 : 19조 4,139억 위엔(전년대비 30.5% 증가)
- 농촌 : 3조 707억 위엔(전년대비 27.5% 증가)
- 산업별 증가율 : 1차 산업(49.9%), 2차 산업(26.8%), 3차 산업(33.0%)

☞ 12.5규획기간말 중국경제 변화 예상치('중국 12.5기간 발전방향, 주요임무와 정책추세' 연구보고)

- GDP 총액 : 42조 위엔
- GDP증가율 : 연평균 7.5%가 적절
- 1인당 GDP : (중등수입국 수준)
- 산업별 GDP비중 : 1차산업(10%), 2차산업(24%), 3차산업(45%)
- 지원생산량 : 석탄(33억톤 이상), 석유(2억톤 이상), 천연가스(1,600억m³ 이상), 탄층가스(100억m³ 이상)

○ 12.5규획 플래닝을 맡은 중국 국가발전개혁위원회 12.5규획 과제팀은 중국경제성장방식의 변화를 통한 균형회복을 12.5규획의 핵심안건으로 다루고 있음

- 중국은 12.5규획 정책방향을 ①내수확대 ②자주적 창의력 확대 ③도시와 농촌의 조화로운 발전 ④ 민생개선 ⑤자원절약 ⑥환경보호 ⑦경제의 대외개방도 제고 ⑧중국경제의 장기발전에 영향을 주는 당면 과제 해결로 설정함

● 내수시장 확대에 따른 진출유망분야

- 에너지 기자재, 부품 수출
- 환경, 신재생에너지 공공 프로젝트 시장 진출
- 소비재 진출

□ (환경) 저탄소경제 "중국경제의 신 성장점, 저탄소 녹색성장"

<低炭經濟>

- 2009년 코펜하겐 기후변화정상회의 이후 '저탄소 경제'가 중국에서 화두로 떠올랐으며 3월 양회에 서도 저탄소경제발전권이 1호 제안으로 올라감

☞ 중국 저탄소 경제 주요 현황

- 중국의 저탄소 경제는 신재생에너지와 에너지절약으로 구분
- 신재생에너지는 태양풍력·원자력·바이오에너지 및 기타 신재생에너지 포함(태양풍력에너지 정책은 기시행)
 - ※ 국가전력망(STATE GRID)은 2009년 스마트그리드계획 제출. 2010년 관련 기술·관리기준 시행 예정
 - ※ 2010년 신재생에너지 관련 <<신에너지 발전계획>><<신에너지산업발전계획>><<에너지 절약 및 환경보호산업발전계획>> 등 정책 발표 예정
- 중국정부는 에너지 절약관련 IGCC(석탄가스화 복합발전기술)시범 프로젝트, 스마트그리드 계획 등 적극적 지원
 - ※ 발전개혁위원회는 2009년 화닝그룹의 텐진 IGCC시범프로젝트 허가. 2010년 초 완공

- 이번 양회에서는 저탄소 경제와 관련해 신재생에너지 발전계획, 에너지절약 및 이산화탄소 감소계획, 신재생에너지 자동차 발전계획, 스마트그리드계획 등이 집중적으로 논의됨
- 12.5규획에도 포함될 저탄소경제의 추진이 장기적으로는 중국경제의 신 성장동력으로 작용하면서 환경분야의 수입수요를 크게 확대할 것으로 기대됨
- '신재생 에너지 자동차 발전계획'에 따르면 2020년까지 중국의 신재생에너지자동차 비율이 전체 차량의 50%까지 늘어나 약 6,500만대에 이를 전망으로 이와 관련된 차량 및 부품수요 증가가 예상된다
- 이외에도 CDM 프로젝트 발주가 늘면서 관련 기계설비 수입수요가 늘고 에너지기자재와 부품에 대한 현지수요도 크게 증가할 것으로 예상된다

● 진출유망분야

- 에너지기자재 부품 수출(텐진, 우시, 웨이하이, 창샤, 쿤밍 등)
- 환경설비 프로젝트 시장진출(충칭, 푸저우, 선양, 우한 등)

□ (소비계층) 寶寶經濟 · 孕婦經濟 "자녀양육에 가계수입의 30% 쓴다"

<자녀경제> <임산부경제>

○ 한자녀 정책이후 출생한 빠링허우(1980년대 출생자)들의 임신과 출산이 이어지면서 임산부 소비가 급증해 원푸경제(孕婦經濟)라는 말이 생겨남

- 소비성향이 강하고 유행에 민감한 독생자녀 출신 예비엄마들은 임부복, 임산부용 기능성 화장품, 출산용품, 프리미엄 출산패키지 이용에 적지 않은 비용을 쏟아붓고 있음

- 특히, 출산후 2~3개월간 지출비용이 만위안을 넘어서는 등 출산초기 비용이 급증하자 2006년경부터 중국에는 링수이징지(零歲經濟, 신생아경제라는 뜻)라는 용어가 생겨남

※ 2009년 중국의 출생인구 1,615만 명(중국 국가통계국)

○ 한자녀 정책이후 출생한 빠링허우(80後)들이 가정을 이루면서 중국의 가계도는 '4(조부모)-2(부모)-1(자녀)' 형태로 빠르게 변모하면서 6명이 아이 1명에게 투자와 관심을 집중하는 현상이 더욱 심화되고 있음

진출유망분야

- 임부복, 유아.임산부용 기능성 화장품, 유아복, 유아용 식품, 출산용품
- 교육교재, 홈스쿨 등 교육서비스 분야

- 중국의 아동관련 소비는 대략 가계 총 지출의 30%를 차지함

- 2008년 중국 도시 12세 이하 아동의 월 소비총액은 40억 위안, 12세 이하 아동의 월평균 소비액은 897위안으로 아동소비 수준이 가계소득에 비해 상당히 높음

- 중국 Horizon 조사컨설팅그룹 조사결과에 따르면, 2008년 도시가정의 약 79.6%가 소득 변동이 없거나 줄었다고 응답했으며 2009년 1~5월간 소득에 변화가 없거나 줄었다고 답변한 응답자는 전체의 85.4%로 소득감소 추세가 더욱 심화됨

- 그럼에도 불구하고 자녀에 대한 지출은 경기와 관계없이 안정적인 성장세를 보이고 있음



- 올해 중국의 이동용품 시장규모는 1,000억 위안을 돌파할 것으로 예상되며 이동관련 교육서비스 등 서비스시장도 급속히 확대되고 있음

□ (소비계층) 銀髮經濟 "新소비층, 실버족의 등장"

<실버경제>

- 대만교통부 관광국 통계에 따르면, 2009년 대만으로 여행한 중국인 관광객 60만 명 중 31%가 60세 이상 실버족으로 시간과 경제력면에서 여유가 있는 노인층이 관광분야의 최대 잠재고객으로 급부상하고 있음

※ 2009년 중국의 노인여행상품 판매증가율 50%기록(中青旅여행사 집계)

☞ 세계유일의 노령인구 1억 명 넘는 중국

- 중국의 노령인구 : 1억 6천만 명(전체 인구의 12%, 2008년)
- 2020년 중국 노령인구 전망 : 2억 5천만 명(전체 인구의 18%)
- ※ 중국은 연평균 1,000만 명이 노령층으로 새롭게 진입

- 경제력있는 노인인구가 증가하면서 노인이 구매의 객체에서 주체로, 부양의 대상에서 경제적 자립이 가능한 소비주체로 빠르게 변모하고 있음

- 이에 따라 노인여행, 노인생활용품, 간병용품, 요양서비스, 의료기기, 교육서비스 등 노인관련 시장이 급속히 확대되고 있음

- 통계에 따르면, 2025~2050년간 중국 노인소비자의 잠재구매력이 5조 위안에 달하고 노인인구의 총 소득은 3,000억~4,000억 위안 규모로 예상됨

진출유망분야

- 의료기기, 건강용품, 실버 재활용품, 간병용품
- 요양, 치과, 미용 등 의료서비스 분야, 실버족 타깃 국내관광 유치

□ (소비계층) 她經濟 "경제력있는 그녀들... 소비지도를 바꾼다"

<우머노믹스>

- '타징지'(她經濟)는 2007년 8월 중국 교육부가 발표한 171개 중국신조어중 하나로 여성의 경제·사회적 지위가 제고되면서 재테크, 소비면에서 여성의 역할이 상당히 커진 현상을 지칭함
 - '타징지' 이외에도 고소득, 고학력, 사회적 신분이 높은 능력있고 진취적인 여성을 가리키는 '푸포'(富婆)라는 신조어도 등장함
 - 중국여성의 소비력은 남성에 비해 7배나 큰 것으로 알려져 있으며 여성소비가 기존에는 장신구, 화장품 등에 집중되었으나 경제력이 증가하면서 자동차, 여행, 부동산 투자, 사치품 구매 등 고가위주로 바뀌고 있음

☞ 2008년 중국 경제인 조사보고(CTR시장연구)

- 20~45세 월수입 3천 위엔(가구당 월수입 1만 위엔 이상) 이상 여성이 신제품 수용력 높고, 유행에 민감하며 중고급 제품 소비가 많은 것으로 조사됨

□ (소비트렌드) 매스티지 "저가시장 낙인떼고 명품소비로"

<Masstige, 명품의 대중화>

- 세계사치품협회 발표에 따르면, 2009년 1월까지 중국의 사치품 총 소비액은 86억 달러로 전세계 시장의 25%를 차지했으며 2009년 말에는 점유율이 27.5%까지 증가하는 등 중국이 일본 다음으로 큰 사치품 소비시장으로 부상함
 - 중국의 명품시장규모는 2009년 50억 달러에서 2014년에는 146억 달러로 약 세배가량 커질 것으로 예상됨
 - 유럽에서는 명품 주요 소비층이 40대 이상이나 중국은 사치품 소비층이 18~50세로 젊은 편임
 - 명품보다는 가격이 저렴한 중고급제품, 즉 매스티지 제품에 대한 중국의 주력 소비층은 18~39세로 젊은 층의 고급제품 소비가 빠르게 증가하고 있음

☞ 명품브랜드의 중국 매스티지 전략(루이비통)

- 중국내 29개 매장의 전제품을 2~7% 할인판매중. 가격인하를 통해 일반 대중의 접근성을 높이는 전략 구사

□ (제품개발) 핸드백 효과 "일용품에도 감성 불어넣는다"

<Handbag Effect, 일용품의 감성제품화>

○ 핸드백 효과란 일용품이던 핸드백의 디자인이 적절히 교체되면서 감성을 드러내는 액세서리인 패션 용품으로 인식된 현상을 가리키는 말로 일용품의 디자인 중시에 따른 감성화를 의미함

- 일용품이 캐릭터와 결합하면서 일용품이 감성제품화하는 '핸드백 효과'가 점차 확산되고 있음

- 캐릭터에 대한 저항감이 없는 빠링허우(post 80)세대가 중국내 경제적 주체로 등장하면서 일용품, 의류, 침구류와 캐릭터의 결합이 더욱 빈번히 일어나고 있음

☞ 핸드백 효과(영국 파이낸셜 타임즈 컬럼니스트 바네사 프리드먼)

· '실용적인 아이템에 욕망을 불어넣고 디자인을 주기적으로 교체하면 생필품도 욕망의 대상으로 바뀌게 된다' 라고 핸드백 효과를 정의함

□ (경제협력) 차이완과 차이남 "중국, 동맹물결을 타다"

<중국-대만, 중국-베트남 경제협력 긴밀화>

○ 차이완(Chi-wan)은 대만의 기술력과 중국의 자본시장을 결합한 통합형 경제권을 지칭하는 용어로 중-대만 경제협력 체제협정(ECFA)이 가시화되면서 등장함

- ECFA는 중-아세안간 FTA 발효로 중국시장내 대만제품의 입지가 약화되고 대만내 산업공동화가 확대될 것을 우려해 대만정부가 중국과의 경제적 공조를 강화하기 위한 목적으로 제안하면서 시작 됨

- 중국과 대만간 ECFA가 현실화될 경우 중국시장내 대만제품의 경쟁력에 힘이 실리면서 한-대만제품간 경쟁이 더욱 격화될 것으로 예상됨

○ 올해 중국은 아세안 10개국 중 브루나이, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 싱가포르 등 6개국과의 FTA를 전면 발효함

- 2015년에는 중국-베트남간 FTA가 발효될 예정으로 국경을 맞대고 있는 양국간 경제협력을 두고 차이남(Chi-nam)이라는 용어가 서서히 등장함

- 중국은 대만, 홍콩, 아세안과의 양자 또는 다자간 협력관계 구축을 통해 아시아에서의 경제적 지위를 크게 강화하고 있음

☞ 중-대만 ECFA 추진현황

- 2009년 대만 마잉주 총통의 '경제협력체제협정'(Economic Cooperation Framework Agreement, ECFA) 개시희망 표명에 대해 중국 후진타오 주석이 2009년 하반기부터 본격 논의에 합의하면서 시작
- 상품무역, 투자, 경제협력 등 다방면에 걸친 포괄적 내용 포함할 전망

☞ 중-아세안 FTA 체결현황

- 2010년 1월부터 중-아세안간 7천개 수출입 품목(중-아세안 교역량의 70% 해당)에 대해 관세면제
- ※ 2010년 1월 중국의 대아세안 수출 105억 5천만 달러(전년동기대비 52.8% 증가). 아세안의 대중국 수출액은 109억 3천만 달러(전년동기대비 117.3% 증가)
- 2015년 베트남, 라오스, 캄보디아, 미얀마와 관세면제 계획

□ (국가이미지) Made with China "중국산 이미지 탈피하자... 국제협력생산 강조"

<중국 국가이미지 홍보 카피>

○ 중국 상무부는 2009년 11월 CNN에 "Made in China"에서 "Made with China"로 생산 패러다임의 변화를 보여주는 30초 분량의 국가이미지 광고를 선보임

- 중국어로 '中國製造, 世界合作'으로 번역된 이 광고는 저부가가치형 저가 제품이라는 중국산 제품에 대한 고정적인 이미지에서 탈피하고 중국산제품에 의한 시장잠식을 우려하는 대외분위기 전환을 목적으로 함

- 글로벌화에 따라 다국(多國) 원산지 제품이 일반화되고 있는 상황에서 단순히 제조, 조립국을 고려해 중국산으로 명명하기 보다는 기술, 디자인, 부품에 대한 국제협력을 강조해 원산지 이미지를 글로벌 범주로 확대하고자 하는 취지임

III. 사회·문화 : 풍요속 빈곤 '격차사회', 흥색깃발속 '전통주의'

□ (세대) 富二代·貧二代·官二代 "부와 빈곤, 사회적 지위의 대물림"

<부의 상속, 가난의 상속, 관직의 상속>

○ 중국에서도 부와 빈곤이 대물림되는 현상이 보편화되고 상위계층 진입장벽이 두터워지면서 빈익빈 부익부 현상 고착화에 대한 우려가 커지고 있음

- 최근에는 부와 빈곤의 대물림이외에도 공직자 자녀가 쉽게 공직을 얻게 돼 관직의 대물림을 뜻하는 '관얼파이'(官二代)라는 말이 등장함

- 저장성 윈저우시는 '부계장급 이상 간부직원 자녀에 대한 보충규정'을 발표해 간부직원 자녀에 대한 특혜를 주면서 비난여론이 들끓기도 함

□ (세대) 위취(蝸居) "부동산 폭등... 집에 허덕이는 중국 서민들"

<달팽이집처럼 비좁은 집>

○ '위취'는 달팽이집처럼 좁은 집을 의미하는 말로 협소한 도시민의 주거환경을 뜻함

- '위취'와 '팡누'(房奴: 은행 대출로 무리하게 집을 구입한 후 대출금 상환에 허덕이는 사람들 지칭) 현상은 모두 기형적으로 가격이 오른 부동산 문제에서 파생됨

○ '위취'는 중국의 유명작가 리우리우(六六)가 2006년 쓴 장편소설 제목으로 이 소설은 비싼 집값 때문에 하루하루가 고달픈 도시 서민들의 삶을 담고 있음

- 2009년에는 소설 '위취'가 드라마로 제작돼 주택난에 허덕이는 서민들의 궁핍한 생활과 불법철거, 실업문제, 화이트칼라 팡누 등을 총체적으로 보여주며 공감을 불러일으켜 '위취'라는 말이 순식간에 유행어로 부상함

○ 중국의 부동산 가격은 중국 정부의 안정화 노력에도 불구하고 급상승을 지속하고 있어 결혼 적령기에 있는 빠릿허우 세대의 내집 마련 고민이 깊어지고 있음

□ (세태) 산리족(閃離族) "중국, 이혼 10년만에 두배 뛰었다"

<이혼한 사람들>

- 중국의 이혼율은 2002년 이후 연평균 10%대로 증가하고 있으며 2008년에는 전국적으로 227만쌍이 이혼해 10년전인 1998년에 비해 이혼커플이 1.9배 증가함
 - 2008년 베이징의 경우 전체 이혼커플의 20%가 결혼한 지 3년 미만이고 이 중 상당수는 빠링허우로 젊은 층의 이혼비중이 높은 것으로 나타남
 - 이혼 이외에도 최근에는 만혼, 독신주의가 늘면서 소형주택, 1인용 가전제품, 소포장 식품 등 독거자용 제품수요가 꾸준히 늘고 있음

● 단독세대 증가에 따른 신 소비트렌드

- 1인용 세탁기, 냉장고 등 1인용 가전제품의 고급화
- 소형주택 수요 증가, 커플만남 서비스 이용 확대

□ (세태) 개미족(蚁族) "중국도 고학력 저소득층 문제 크다"

<대졸 저소득층>

- 개미족은 20대 대졸 저소득층을 가리키는 말로 상하이, 베이징 등 대도시 인근의 농촌지역에 거주하며 고학력임에도 불구하고 월 2천 위안 이하 낮은 급여를 받는 사람들임
 - 개미족은 중국 신진학자인 련쓰(廉思)가 제시한 신조어로 련쓰는 중국내 수백만 명의 개미족이 있고 베이징에만 약 10여만 명이 있다고 밝힘
 - 이들은 집단거주를 하며 감성적으로 취약해 반사회집단으로 돌아설 가능성이 있는 것으로 알려짐
- 1990년대 말 이후 중국내 대학정원 확대로 졸업생이 늘었으나 일자리는 이에 비해 늘지 않으면서 개미족이 등장하기 시작함
 - 개미족의 대부분은 보험판매, 요식업 분야 임시직에 종사하며 복지혜택, 노동계약면에서 부당한 대우를 받는 경우도 적지 않음

☞ 중국 신진학자 렌쓰가 진단한 개미족(설문조사 결과)

- 22~29세 졸업 5년이 지난 빠링허우가 전체 개미족의 95%
- 월평균 급여 1,956위엔, 월평균 주택임차료 377위엔, 식비 529위엔, 월평균 지출 1,676위엔
- 개미족 중 20%는 실업상태. 취업자는 전자기자재 판매, 요식업 임시직 종사
- 허베이, 허난, 산둥 등지 농촌출신자가 많음. 농촌출신이 전체의 50%
- ※ 베이징시 월평균 급여는 3,700여 위엔으로 개미족의 두 배에 근접

□ (세대) 하이누(孩奴) "한자녀 계획 30년... 자식에 죽고 자식에 사는 하이누들"
<자식의 노예>

○ 1980년대 이후 출생자들이 사회 주역으로 등장했으나 사회생활의 어려움으로 인해 각종 노예로 전락한다는 의미의 신조어가 최근 다수 생겨남

- 부동산 대출에 허덕이는 '판누'(房奴, 집의 노예), 자동차를 사기 위해 뼈 빠지게 돈을 모으는 '차누'(車奴, 차의 노예), '하이누'(孩奴, 자식 노예)등이 대표적으로, '하이누'는 치솟는 양육비 탓에 아무리 벌어도 자식 하나 키우기 힘든 현실을 비유함

○ 자녀양육에 대한 경제적 부담이 증가하는 가운데 취업난으로 만혼이 증가하면서 중국의 '저출산-고령화' 추세를 부채질하고 있음

- ※ 인터넷 설문조사에서는 응답자의 60% 이상이 자녀를 갖지 않겠다고 응답

□ (세대) 후이타이랑과 란양양 "결혼은 곰과, 처세는 여우처럼"
<중국 인기 TV 애니메이션 주인공>

○ CCTV 만화전문채널에서 인기리에 방영중인 '란양양과 후이타이랑'(懶羊羊與灰太狼)이 어린이뿐만 아니라 젊은 화이트칼라에게 폭넓은 인기를 얻으면서 '결혼은 후이타이랑과, 처세는 란양양처럼'이라는 유행어까지 등장함

- '후이타이랑'은 한평생 아내만을 섬기며 자신의 일에 충실하고 힘든 일을 군말 없이 해내는 캐릭터로 화이트칼라 여성의 배우자 선택기준이 됨
- 이에 반해 '란양양'은 운동을 싫어하나 총명하면서도 기지가 넘치는 캐릭터로 갖고 있음
- '후이타이랑'과 '란양양'은 화이트칼라 여성의 결혼관과 처세술을 보여주는 적절한 캐릭터로 인기가 높음

□ (세태) 상하이식 빈곤 "소득은 걷고, 물가는 뛰고"

- 중국 대도시 거주민들이 소득이 증가해도 높은 물가 때문에 오히려 빈곤해지는 현상이 발생하고 있음
 - ※ '상하이식 빈곤'이 반드시 상하이만을 지칭한 것은 아니며 중국 대도시의 대명사로 상하이를 쓴 것임
 - 이는 농촌지역의 절대빈곤과는 다른 차원의 문제로 중국에서도 도시 빈곤층이 확대될 수 있음을 의미함
 - '상하이식 빈곤' 현상은 향후 인구변동 요인과 맞물려 중국시장 구조에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상됨
 - 대도시 주민들은 물가 상승폭이 소득 상승폭을 앞지른다고 느끼고 있으며 이에 따라 필수품/非필수품에 대한 지출 비중을 조정하고 있음
 - ※ 衣食 지출 비중이 감소, 住行 지출과 의료, 교육비 지출 증가

□ (노동) 臥槽(위차오) "중국 직장인 60%, 직장 옮길 생각 없다"

<기존 일자리를 붙들다>

- '槽'는 일자리를, '卧'는 눕는다는 뜻으로 위차오(臥槽)는 직장인들이 자신의 직장에 붙박이처럼 눌러앉는 현상을 지칭함
 - 이는 경제위기와 취업한파가 만들어낸 신조어로 글로벌 금융위기 여파로 실업난이 확대되면서 중국 샐러리맨의 상당수가 과감한 이직보다는 '위차오'를 선택하고 있음
 - 예년에는 직장인들이 연말 기본급의 두 배에 달하는 보너스를 기다리며 버티다가 춘절을 전후로 이직했으나 2009년에는 60% 이상의 직장인이 과감한 이직보다는 '위차오'를 택함
 - 중국에는 '이직에는 위험 부담이 따르며, 사직은 신중함을 필요로 한다(跳槽有风险, 辞职需谨慎)'는 격언이 돌 정도로 노동시장이 얼어붙어 있음

☞ 중국의 고학력 실업과 공무원 시험 붐

- 중국은 매년 600만 명의 대학 졸업생 배출
- 2009년 중국의 도시 실업률은 4.3%이나 고학력자 실업률은 3배 이상
- 안정적이고 복리혜택이 많다는 점에서 공무원시험에 고학력자가 몰림
 - ※ 2010년 광둥성 공무원 시험, 11,712명 모집에 23만 명이상 지원(경쟁률 20:1 이상)
 - ※ 2009년 국가공무원 시험 93:1 경쟁률

□ (노동) 신세대 농민공 "중국, 올해 중앙 1호 문건에서 신세대 농민공 첫 거론"
<80,90년대 이후 출생 농민공>

○ 중국은 올 1월 발표된 중앙 1호 문건에서 1억 5천만 명에 달하는 농민공의 60%를 차지하는 빠링허우, 지우링허우 농민공이 처한 문제를 처음으로 언급하는 등 국가차원에서 신세대 농민공 문제에 관심을 갖기 시작함

- 신세대 농민공은 18세~25세의 교육수준이 높은 노동력으로 직업과 물질적, 정신적 기대치가 높지만 의외로 인내력이 약한 편임

- 이들은 농사경험이 없어 도시에서 일자리를 잃을 경우 귀향이 어려우며 신세대 농민공들이 도시에 남으면서 범죄에 연루되는 등 사회문제를 야기하기도 해 중국정부도 대책마련에 부심하고 있음

☞ 지우링허우(90後)

- 1990년대 출생자로 1980년대 출생한 빠링허우와 함께 중국을 이끌어갈 차세대를 형성
- 부모세대보다는 덜 순응적이고 개성이 강하며 3D업종을 기피해 일부 업종의 노동력 부족현상의 원인으로 작용. 교육수준이 높아 정치적 권리에 대한 인식이 높은 편. 소비지향적

□ (노동) 用工荒 "경기회복되자 이제는 인력난"
<용공황, 인력부족 현상>

○ 지난해 하반기 이후 경기가 회복세를 보이자 올해는 노동력 부족현상이 일찍부터 나타나면서 중국정부도 인력부족을 예의주시하고 있음

- '용공황'은 매년 춘절을 전후로 노동자의 대규모 귀향행렬에 따라 발생하는 계절적 인력수급 불균형에 따른 노동력 부족현상임

- 2009년 7월부터 주강삼각주, 장강삼각주를 중심으로 노동력 부족현상이 대두된 이후 올해 춘절을 전후로 인력난이 급증함

- 최근에는 특히 농민 우대정책 때문에 외지에 나가는 것보다 고향에 정착하는 것이 경제적으로 유리한 상황이 발생하면서 도시지역의 인력난이 심화되고 있음

- 한편, 중국 구직자의 약 70%는 '빠링허우'와 '지우링허우'로 신세대 구직자들이 3D업종을 기피하면서 저임 생산직의 인력난이 가중되고 있음

□ (생활) 高鐵時代 "고속철도시대 개막... 생활판도 크게 바꿨다"

<고속철도시대>

- 중국이 고속철도 시대를 개막하면서 도시간 시간적 거리가 단축돼 베이징-톈진 30분, 우한-난징, 우한-광저우가 각각 3시간으로 대폭 줄어드는 등 일일 생활권 지역이 크게 확대됨
 - 이에 따라 대도시 주변 중소도시로 거주지를 옮기거나 중소도시에 대한 투자가 늘고 있으며 고속철도와 항공사간 가격경쟁으로 항공료가 점차 낮아지고 있음
 - ※ 2009년말 우한-광저우 고속철도 개통후 동일구간의 항공료가 370위안으로 인하됨
- 2009년 중국의 고속철도는 연장 6,225km, 이중 시속 250~350km 구간이 3,696km에 달하는 등 연장노선이 세계 최장임
 - 중국철도는 4종 4횡(四縱四橫)을 중심으로 건설됨
 - ※ 4종 : 베이징-상하이, 베이징-광저우(선전), 베이징-하얼빈(다롄), 항저우-선전 노선
 - ※ 4횡 : 쉬저우-란저우, 항저우-창샤, 칭다오-타이웬, 상하이-칭다오 노선

☞ 중국 철도건설 계획

- 2010~2012년간 연장 2.6만km 신규 노선 착공(이중 여객철도 연장 9,200km)
- 2012년말 중국의 철도는 연장 11만km(여객철도 1.3만km)에 이를 전망
 - ※ 여객철도 건설비용은 1km당 1억 위안으로 향후 3년간 9천억 위안 투자 예상

□ (정책) 二胎(二胎) "고령화된 중국... 조건부로 둘 낳는 것 허용"

<두자녀>

- 중국인구의 고령화가 급속히 진행되자 상하이 등 일부 대도시는 2009년 하반기부터 조건부로 둘째 아이 출산을 허용하기 시작함
 - 2010년 양회에서 인구 구조 변화에 대한 정책적 대응을 요구하는 목소리가 쏟아져 나왔음
 - 중국사회과학원의 2009년 보고서에 따르면 현재와 같은 저출산 및 고령화 추세가 지속될 경우 금세기 말 중국 인구가 5억 6천만 명으로 감소할 전망이어서 정부가 긴장하고 있음
 - 1가구 2자녀가 중국전역에서 허용되기 보다는 일부 대도시에서 제한적으로 시행할 가능성이 크기 때문에 앞으로 중국의 인구구조 변화(고령화) 추세는 불가피해 보임

- 엘타이 정책의 한계로 인해 향후 중국시장은 고령화 코드가 강해질 것으로 예상됨
- 일용품과 식품류 시장이 고급화 특징을 보이고 개인자산운용시장이 새로운 유망분야로 등장할 전망임
- 이 밖에 관광산업, 장례업종도 인구 감소와 고령화 추세의 수혜분야임.

□ (학문) 国学热 "정신적 뿌리 찾아 나선 중국인"

<전통문화 학습 붐>

- 국학열은 2009년 시작된 중국 전통문화에 대한 학습붐으로 자국의 고어, 문화, 사고, 역사, 종교, 천문지리에 대한 탐구열을 불러왔으며 이로 인해 관련 영화, 서적뿐만 아니라 심지어 중약성분의 화장품까지도 인기를 얻음

※ 2010년 영화 '공자' 흥행 성공

- 이는 문화대혁명, 개혁개방 등 신중국 건설이후 정치경제적으로 급변을 거듭해온 중국이 경제적으로는 안정을 찾았으나 일반인들이 내면적인 공허감으로 정신적 뿌리를 찾게 되면서 시작됨
- 2007년 중국 CCTV10에서 중국의 전통문화, 의학, 예절관련 학자가 참여해 만든 프로그램이 높은 시청률을 기록하면서 국학에 대한 탐구분위기가 형성됨
- 이후 초중고교에서 국학반을 개설해 '三字經', '百家姓', '弟子規'를 가르치고 2009년 CCTV2에서 '开心学国学'이라는 대형 행사를 개최해 국학열을 고조시킴
- 중국의 명문중 하나인 청화대는 2009년 11월 국학원을 설립하고 일부 교도소에서는 매일 '三字經'을 외우게 하기도 함
- 올해 들어 국학붐은 단순한 학문적 관심에서 실생활과 연관되는 안정적 추세로 전환하고 있음

□ (여행) 홍색관광 "중국 휩쓰는 공산혁명 성지 관광 열풍"

<공산혁명성지 관광>

- 홍색관광은 공산혁명 성지여행으로 2004년 12월 중국 국가발전개혁위원회가 '2004~2010년 홍색여행 발전계획'을 발표한 후 홍색관광사업을 적극 추진해 옴

- 중국내 건국 60주년, 애국주의가 확산되면서 홍색관광이 성황을 이루고 있으며 경제위기 이후 애국심의 발로차원에서 공산혁명 성지여행상품을 찾는 여행자가 늘고 있음

- 중국은 전국적으로 마오저둥 생가가 있는 후난성 샤오산(韶山), 공산당 혁명근거지인 장시성 징강산(井崗山), 산시성 옌안(延安) 등 12개 지역에 중점 홍색관광구를 설치함
- 중국에는 1921년 중국공산당 제1차 전국대표회의가 개최된 상하이의 대회기념관, 홍군의 근거지였던 옌안 등 혁명성지 관광상품이 30여개에 달함
- 중국의 홍색관광객 증가율은 2004~2007년 약 15%에서 2008~2010년에는 18%로 더욱 증가할 전망이다

☞ 중국의 12개 중점 홍색관광지

- 상하이 : 공산당 창립성지
- 샤오산·징강산·루이진(瑞金) : 사회주의 영웅의 고향, 혁명요람
- 바이썬(百色), 쑤이(遵义), 디엔베이(滇北)·촨시(川西), 옌안(延安), 쑹화장(松花江)·야루장(鴨綠江), 완난(皖南)·쑤베이(蘇北)·루시난(魯西南) 등

□ (여행) 마이카 여행 "자동차 보급확대가 불러온 마이카 여행시대"

- 자동차 보급이 늘면서 단체관광이 아닌 마이카여행을 즐기는 중국여행객이 크게 늘고 있음
- 도시개발로 주거지가 점차 외곽으로 확대되면서 자가용 구매가 늘고 있으며 자동차 구매확대가 중국내 마이카 여행붐을 일으킴
- 중국의 자동차 보급률은 2009년 100가구당 28대에 달했으며 2015년에는 마이카 비율이 50%를 넘을 전망이다
- 올해 중국의 자동차 판매량은 1,500만대에 달할 것으로 예상되나 2011~2012년에는 생산능력과잉이 심화되면서 기업이윤에도 직접적인 영향을 줄 것으로 예상됨