

2026 중국 진출전략



Contents

I. 진출 환경



1. 경제 환경	04
2. 정치(정책) 환경	09
가. 정부 현황	09
나. 주요 정책 및 규제 현황	11
3. 주요 이슈 Pick	22
가. 고관세 시대, 中 중심 경제권 구축과 재세계화(Re-Globalization)	22
나. 15.5 계획, 중장기 비전을 실현하는 핵심 5년	23
다. 공급 개혁, 과도한 소모적 경쟁을 억제하는 반내권反內卷에 방점	24
라. 레드 테크Red Tech, 中 기술 자립을 넘어서 글로벌 시장으로 확장	25

II. 시장 분석



1. 시장 현황	28
가. 시장 특징	28
나. 무역	33
다. 산업	45
라. 투자	54
2. 유망 산업	61
가. 의료기기 산업	61
나. 탄소 중립 산업	67
다. 소비재·서비스 산업	75
3. 협력 기회	86
가. 통상·G2G	86
나. 프로젝트	90
다. 공급망(자원개발)	97

III. 진출전략



1. PEST/SWOT 분석	102
2. 진출전략	104
첨부 1. 2026 홍콩 진출전략	130
첨부 2. 수출 유망 품목(상품)	183
첨부 3. 수출 유망 품목(서비스)	188
첨부 4. '26년도 KOTRA 주요사업(잠정)	191
첨부 5. '26년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더	193

I . 진출 환경

- | | |
|---------------|----|
| 1. 경제 환경 | 04 |
| 2. 정치(정책) 환경 | 09 |
| 3. 주요 이슈 Pick | 22 |

I 진출 환경



1. 경제 환경

□ 정부 적극적 경기부양 강화로 '25년 5% 내외, '26년 4.5~5% 성장을 달성 전망

※ 주요 기관별 전망치

- | | |
|----------------------------------|--|
| • (IMF) ('25) 4.8% → ('26) 4.2% | • (World Bank) ('25) 4.8% → ('26) 4.2% |
| • (ADB) ('25) 4.7% → ('26) 4.3% | • (OECD) ('25) 4.9% → ('26) 4.4% |
| • (wind) ('25) 5.0% → ('26) 4.9% | • (中사회과학원) ('25) 4.8%~5.0% |

- 구조적 전환 국면과 대내외 불확실성 확대 속에서, '25년은 강력한 정부 지원에 힘입어 완만한 회복세를 보이나 '26년에는 경기가 소폭 둔화될 것
 - 내수 확대, 전략·첨단산업 육성, 금융 리스크 관리, 대외무역 안정화 등 거시 조절을 통해 안정적 회복 기조는 유지되겠으나, 경기 하방 압력은 상존하는 상황

□ (호재) 정부 주도의 지원책과 혁신기술·전략 산업 육성이 中 성장 핵심동력을 견인

- 전방위적 내수 확대 및 소비 회복을 위한 정부 주도의 경기부양 조치 강화
 - 재정 지출 확대 및 국채 발행을 통해 新디지털·重전략·안보 인프라 구축 집중
 - 동시에 감세·금융 완화정책을 유지해 시장 안정화 및 기업자금 조달 여건 개선
- 기술혁신 지원·전략산업 육성·전통산업 구조조정을 통해 산업 고도화 추진
 - 고부가가치 제조, 인공지능(AI), 신에너지, 신소재, 첨단장비, 신에너지차 등 신흥 분야에 대한 집중 투자로 미래 경쟁력 확보
 - 과열 경쟁을 억제하는 반내권^{反內卷} 정책을 통해, 산업 구조조정 및 공급과잉 완화
- 고부가가치 품목 수출 확대 및 수출구조 고도화, 동남아·중동·아프리카 등 신흥시장으로의 수출 다변화로 수출 경기 회복력 강화

□ (리스크) 내수 부진, 공급·경쟁 과열, 미·중 분쟁 장기화가 성장 제약 요인으로 작용

- 정책적 지원에도 불구하고, 민간 투자 및 소비 회복 지연과 부동산 경기 침체 장기화
 - 정부 주도 인프라 투자 한계 직면, 지방 재정 여건 악화
- 전통산업뿐 아니라 전기차·배터리·태양광 등 일부 新산업에서도 공급 과잉이 심화되며 산업 고도화를 저해하고 있음
- 미·중 무역 갈등의 장기화와 글로벌 공급망 재편, 외국인 투자 유입 둔화 및 지정학적 리스크 증가 등 대외 불확실성도 지속되는 상황

□ 주요 경제지표

주요지표	단위	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
인구	백만 명	1,410	1,412	1,413	1,412	1,410	1,408	1,410	1,402
명목 GDP	십억 달러	14,572	15,103	18,190	18,307	18,270	18,750	19,399	20,651
1인당 명목 GDP	달러	10,334	10,696	12,888	12,968	12,960	13,313	13,806	14,730
실질 성장률	%	6.1	2.3	8.6	3.1	5.4	5.0	5.0	4.2
실업률	%	5.2	5.6	5.1	5.6	5.2	5.1	5.2	5.1
소비자물가 상승률	%	2.9	2.5	0.9	2.0	0.2	0.2	0.0	0.7
재정수지(GDP 대비)	%	-6.0	-9.6	-5.9	-7.3	-6.7	-7.3	-8.6	-8.5
총 수출	백만 달러	2,499,482	2,589,952	3,316,022	3,604,507	3,422,176	3,575,795	3,717,039	3,859,401
(對韓 수출)	백만 달러	110,974	112,477	145,931	164,078	150,960	145,874	-	-
총 수입	백만 달러	2,078,409	2,065,964	2,679,412	2,715,538	2,563,586	2,583,218	2,620,158	2,663,915
(對韓 수입)	백만 달러	173,559	173,104	213,217	200,163	162,549	181,459	-	-
무역수지	백만 달러	421,073	523,988	636,610	888,969	858,590	992,577	1,096,881	1,195,487
경상수지	백만 달러	102,910	248,836	352,886	443,374	263,382	423,919	-	-
환율(연평균)	현자국/US\$	6.91	6.90	6.45	6.74	7.08	7.20	7.09	6.98
해외직접투자	억 달러	1,369	1,537	1,788	1,631	1,773	1,922	1,800	-
외국인직접투자	억 달러	1,412	1,493	1,810	1,891	1,633	1,162	1,177	-

주: '25년은 추정치, '26년은 전망치

자료: World Bank, IMF, 중국 국가통계국, wind, UNCTAD Stat, GTA, '25년 11월

□ '25년 중국 주요 경제지표 목표

구분	2024년		2025년
	목표	달성	목표
GDP성장률	5%	5%	5%
CPI	3% 내외	0.2%	2% 내외
도시 신규 고용	1,200만 명 이상	1,256만 명	1,200만 명 이상
도시등록 실업률	5.5% 내외	5.1%	5.5% 내외
수출입	양적 안정, 구조 고도화	3.8%	양적 안정, 구조 고도화
재정적자율	3.0%	3.0%	4%
적자 규모 (조 위안)	4.06 (+1조 위안 초장기 국채)	4.06 (+1조 위안 초장기 국채)	5.66 (+1.8조 위안 특별국채)
지방정부전문채권 (조 위안)	3.9	4.02	4.4

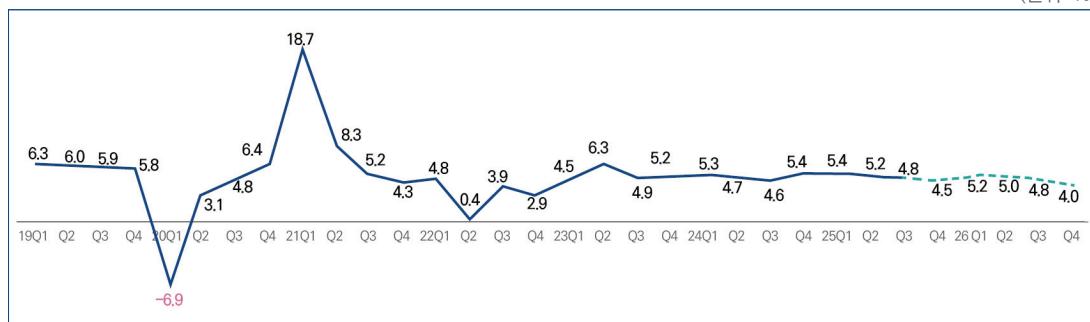
자료: 중국 국무원, 국가통계국, '25년 10월

□ 현지 경제 상황

- (경제성장률) '26년 중국 경제성장률은 4.5~5% 내외 달성 예상
 - '25년 3분기 누계 경제성장률 5.2%로, 연간 목표치 '5% 내외' 달성 가능성 高
 - * '25년 3분기 누계 국내총생산(GDP)은 101조 5,036억 위안^{약 14조 달러}으로 전년 동기 대비 5.2% 증가
 - 2차 산업이 안정적 성장세를 보이는 가운데, 3차 산업이 경기 회복세 전반을 견인
 - * '25년 3분기 누계 기준 산업별 성장률 : 1차 산업 3.8%, 2차 산업 4.9%, 3차 산업 5.4%
 - * 산업별 GDP 비중 : 1차 산업 4.7%, 2차 산업 34.6%, 3차 산업 60.7%
 - IMF, OECD 등 주요 국제기구는 대내외 불확실성 지속에 따라 중국의 경제 성장률이 '25년 대비 '26년에 소폭 둔화될 것으로 전망

〈중국 분기별 경제성장률 추이〉

(단위: %)



주: '25년 Q4부터 예측치

자료: 국가통계국, wind, '25년 11월

- (현황) 미·중 분쟁과 통상 불확실성 등 대외 리스크에 더해, 中 부동산 침체·투자 부진·소비 양극화 등 대내 요인이 복합 작용하며 경기 하방 압력 지속
 - 대내외 리스크가 상존하는 가운데, 중국 정부는 성장을 목표 달성을 위해 대내·대외를 아우르는 전방위적 경기부양책을 한층 강화할 것으로 예상됨
 - * (대내) 공급구조 개혁, 대규모 설비·소비재 교체의 양신(兩新) 및 전략·안보 역량 강화의 양중(兩重)사업 지원 확대, 신흥산업의 기술혁신 제고, 전방위적 내수 확대 등에 총력
 - (대외) 미국 외 국가로의 수출 확대, '일대일로' 연선국가와의 협력 강화, 수출 안정화 지원책 확대 등
 - (소비) 정부의 이구환신 정책* 보조금 대상 품목이 전체 소비 개선세를 주도하고 있으나, 소비심리 위축 및 소비시장 양극화는 지속되는 상황
 - * (이구환신(以舊換新) 정책) 노후 제품을 신제품으로 교체 시 보조금을 지급하는 중국 정부의 정책
 - '25년 3분기 누계 중국 소매 판매 증가율은 4.5%를 기록, 상품 소비^(전년 동기비 +4.6%)가 전체 소비 회복을 견인하고 있는 반면 외식 소비^(전년 동기비 +3.3%)는 둔화
 - 동기간 가전·음향설비^(+25.3%), 사무용품^(+19.9%), 통신기기^(+20.5%), 가구^(+21.3%) 등 보조금 대상 품목이 두 자릿수 성장세를 기록한 데에 반해, 의류^(+3.1%), 화장품^(+3.9%), 건축재^(+1.6%) 등 품목은 저조한 성장률을 기록
 - 소매 판매 비중이 큰 자동차 판매량은 정부의 보조금 효과로 두 자릿수 증가했으나, 출혈 경쟁 등으로 판매액 자체는 0.6% 증가에 그침
 - (투자) 정부 주도의 인프라 및 제조업 투자가 전반적인 투자 둔화를 일부 상쇄하고 있는 반면, 부동산 및 민간 부문의 침체는 심화되는 추세
 - '25년 3분기 누계 고정자산투자 증가율은 △ 0.5%로, 5년 만에 마이너스 성장
 - 부동산 투자^(△13.9%)는 '20년 1~2월^(△16.3%) 이후 최대 낙폭을 기록했으며, 민간부문 투자^(△22년 0.9%) → '23년 △0.4% → '24년 △0.1% → '25년 1~3분기 △3.1%는 사상 최대 낙폭 기록
 - 반면, 철도·선박·항공 등 운송장비 제조업^(+22.3%), 전력·가스·수도 등 공급업^(+15.3%), 자동차 제조업^(+19.2%), 일반설비 제조업^(+11.8%) 등은 두 자릿수의 견조한 성장세 기록
 - (산업생산) 신흥 및 미래 제조업을 중심으로 견조한 성장세를 보이고 있으나, 미국의 관세 정책이 성장을 제약하는 부정적 요인으로 작용
 - '25년 3분기 누계 산업생산 증가율은 6.2% 기록했으며 3대 부문별로 채광업, 제조업, 전력·에너지·가스·물 생산 및 공급이 각각 5.8%, 6.8%, 2.0% 성장을 기록
 - 하이테크 제조업^(+9.6%)이 전체 성장을 주도했으며, 품목별로는 발전설비^(+51.1%), 산업로봇^(+29.8%), 신에너지차^(+29.7%), 서비스로봇^(+16.3%) 등 성장세 뚜렷
 - 다만, 對미국 수출 부진이 이어질 경우 산업생산 전반에 부담으로 작용할 가능성 상존

- (교역) '25년 3분기 누계 교역총액은 전년 동기비 3.1% 증가한 4조 6,842억 달러 기록
 - 수출은 고부가가치 품목 호조가 지속되는 가운데, 對EU 및 신흥국 수출이 對美 수출 감소분을 상쇄하며 안정세를 유지, 총 2조 7,796억 달러로 6.1% 증가
 - 수입은 국제 원자재 가격 등락과 전통산업 구조조정 등의 영향으로 전년 동기 대비 1.1% 감소한 1조 9,046억 달러를 기록
- (투자유치) 중국의 외자유치 실적은 '23년부터 3년 연속 역성장을 기록
 - '25년 3분기 누계 실제외자이용액(FDI)은 5,737억 5천만 위안으로 전년 동기비 10.4% 감소
 - 서비스업 부문의 외자유치가 4,109억 3천만 위안으로 71.6% 비중을 차지, 제조업 부문은 1,500억 9천만 위안을 기록
 - 주요 투자 유입국은 일본^(+55.5%), UAE^(+48.7%), 영국^(+21.1%), 스위스^(+19.7%) 등으로 나타남
 - 중국 정부는 외자유치 반등을 위해 외국인 투자자의 재투자 장려 및 외자 안정화를 위한 다양한 정책을 연내 지속 발표 중
- (투자 진출) '25년 3분기 누계 중국 대외직접투자 3.6% 증가한 1,289억 3천만 달러 기록
 - 같은 기간 非금융 부문 투자액은 151개 국가·지역의 8,995개 해외 기업을 대상으로 1,107억 4천만 달러를 기록하며 4% 증가
 - 이 중 '일대일로' 연선국^{동남아-중동-중앙아-라틴아메리카 등} 向 투자는 23.7% 증가한 300억 달러를 기록했으며, 해당 지역 중심으로 신흥기술 및 전략자원 분야 투자가 확대 중

2. 정치(정책) 환경

- (정치) 시진핑 3기 후반 진입, 지방정부 재정 악화가 정책 운용 발목
- (정책) 안정에 방점, 내수 확대·혁신성장·세계 질서 재편 주도에 전력
- (규제) 고수준 발전과 경제안보에 초점, 대내 환경·산업규제·대외 수출통제 강화

가. 정부 현황

□ (중앙) 시진핑 3기 후반, 기존 정책 방향에 따라 안정적 중견 간부 세대 교체 추진

- 習 ‘원톱·원팀’ 체계 속, 모든 정치사회 영역에서 중국공산당의 지배력 강화
 - 중국공산당은 ‘100년 정당’^{1921년 창당} 이자, 건국^{1949년} 이래 유일한 집권당
 - 시진핑 주석은 20차 당대회^{22년 10월}를 기점으로 3연임^{27년 10월까지}에 성공하고, 최고지도부 내 모든
견제세력을 퇴출시키며 1인 체제를 구축
 - 각급 정부는 지난 10여 년간 習체제하에 제정된 정책기조에 따라 대내외 변화에 맞춰 경제·사회의
안정적 발전을 보장하고, 집권 지속가능성을 강화
- 상시적 反부패로 당의 자정능력을 강화해 집권 정당성·안정성을 보장
 - 시진핑 1기부터 추진해 온 강력한 반부패 단속은 중국공산당의 선진성, 집권 정당성을 보장하는
통치 체제의 중심축으로 제도화·상시화됨
 - 금융·의료·반도체 등 전분야로 단속이 확대되면서, 정부·국유기업 고위급 인사는 물론 소수민족
엘리트 간부의 낙마가 이어지고 있음
- 차기 지도부 선출^{27년}을 앞두고 중국 중·고위층 관료 세대 교체 진행 중
 - 치령허우^(70後·1970년대 출생자) 인사들이 중앙부처·지방정부의 수장인 장관급으로 부상
 - 바령허우^(80後·1980년대 출생자) 엘리트들의 국장급 발탁이 가속되면서, 향후 당내 권력 재편 및 후계
구도에 핵심 변수로 작용할 가능성

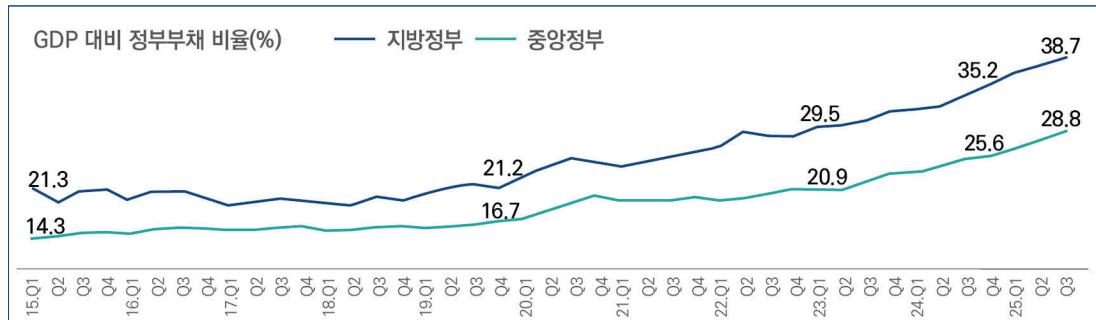
* 중국공산당 현 최고지도부(당중앙 상무위 7명)는 1950년대생, 중앙부처 장관과 지방정부 수장인 省 당서기는
통상 1950~1960년대생임



□ (지방) 지방정부 재정건전성 취약 지속, 경기 회복 및 성장 동력 확보에 애로

- 부동산 경기 침체로 토지사용권 매각수입이 줄어들고 있는 가운데, 코로나 봉쇄와 방역예산 부담이 겹쳐 중국 지방정부의 GDP 대비 부채 비율은 35%를 상회
 - * 지방정부 부채율 : 코로나 이전인 '19년 Q4 21.2%에서 코로나 사태를 겪으며 8%p 증가
 - 경제발전 수준이 상대적으로 낮은 중서부 9개 省*과 텐진의 부채 비율은 60% 상회
 - * 시장, 하이난, 신장, 칭하이, 구이저우, 지린, 간쑤, 헤이룽장, 원난 등

〈중국 정부 부채율〉



자료: 국가통계국, wind, '25년 11월

- 지방정부의 부채 감축을 위해 중앙정부는 5년간 10조 위안을 투입하는 등, 지방의 재정건전성 제고에 총력
 - '24년 11월 지방정부 부채 한도를 6조 위안까지 확대하고, 5년간 4조 위안의 지방정부 특수채를 분할 발행해 음성채무 양성화를 지원하는 재정 정책*을 시행
 - * 동 정책 효과로 '28년까지 지방정부 음성부채 규모는 14.3조 위안에서 2.3조 위안으로 축소, 5년간 지방정부 이자 비용 절감 규모는 6,000억 위안에 달할 것으로 예상
- 재정 지출 여력 확보를 위해 지방정부 전문재권 신규 발행 한도도 지속 확대
 - * 발행한도(조 위안) : ('19년) 2.15 → ('20년) 3.75 → ('22년) 3.65 → ('23년) 3.8 → ('24년) 3.9 → ('25년) 4.4

- 중앙정부의 노력에도 불구하고, 일부 지방정부는 부채 부담으로 인해 재정 여건이 악화되어 내수 진작과 중앙정부의 정책 효과에 제약으로 작용

• '25년 하반기 재정 여력 부족으로 네이멍구, 칭하이, 구이저우 등 지역에서 이구환신(以舊換新·노후 제품을 신제품으로 교체) 보조금 지원을 잠정 중단하는 사태 발생
 * 이구환신 보조금은 중앙정부가 85~90%를, 남은 분담금은 지방정부가 감당함. 상기 3곳은 경제발전 수준이 낮은 서부지역으로서, 지방정부 분담 비율 5%에 불과함

나. 주요 정책 및 규제 현황

□ (경제정책) 통상질서 대전환의 시대, 中 경제정책은 ‘안정적 성장’에 방점

- (배경) 중국은 국제 통상질서의 격변, 경기 둔화의 심화, 대내외 환경 변화에 따른 성장 동력 전환 요구가 동시에 작용하는 구조적 전환기에 진입
 - 대외적으로는 ① 미·중 전략경쟁 속에서 ‘중국식 결기(骨氣)’를 표방하고, ② 자국에 유리한 국제질서 재편을 추진해야 하는 상황에 직면
 - 대내적으로는 ① 경제적 회복 탄력성 강화, ② 빈부 격차와 불평등 해소, ③ 일자리 확대 및 민생체계 개선 등 복합적 과제를 안고 있음
- (기조) 중국은 “양적 성장과 질적 제고의 균형”을 ’26~’30년의 핵심 기조로 삼고, 합리적 성장과 혁신성장 동력을 통해 내수 중심 모델로의 전환에 속력
 - ’25년 10월 발표한 국민경제와 사회발전 15차 5개년 계획’^{‘26~’30년 경제발전 로드맵}은 “합리적 성장”과 “기술 자립·자강”에 방점을 두고 “내수의 경제성장 견인력 강화” 지시
 - 중국은 ’24년부터 “안정 속 성장(穩中求進), 성장으로 안정 촉진(以進促穩)”을 경제정책 방향으로 확정하고 부양책을 경기 하강을 방어해 왔음

’21~’25년 중국 경제정책 기조

연도	경제정책 기조
2021년	• 발전과 안전을 위한 ‘연속성·안정성·지속가능성’ 강조
2022년	• 안정 우선·안정 속 성장(穩字當頭, 穩中求進)
2023년	
2024년	• 안정 속 성장(穩中求進), 성장으로 안정 촉진(以進促穩), 선 확립, 후 타파(先立後破)
2025년	• 안정 속 성장(穩中求進), 성장으로 안정 촉진(以進促穩), 바른 것은 지키고 새로운 것을 창조(守正創新), 선 확립, 후 타파(先立後破)

자료: 중국 정부 발표, ’25년 8월

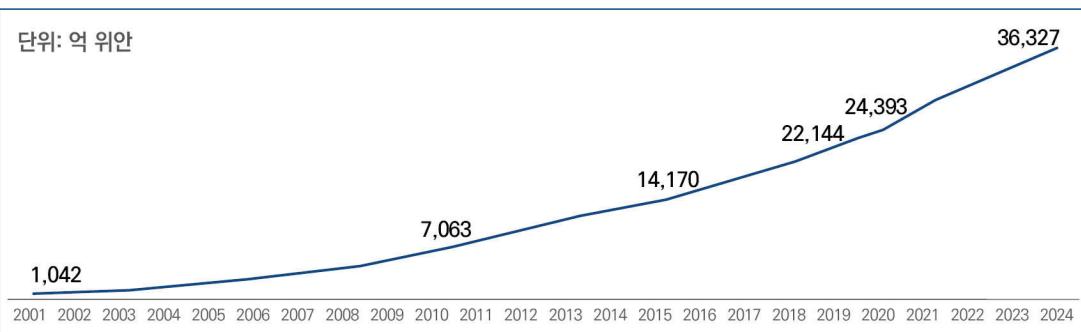
※ 中 중장기 성장 목표와 잠재성장률

- (목표) 중국공산당 지도부, '20년 10월 <14차 5개년('20~'25년) 계획과 '35년 중장기 비전 제정에 대한 건의안>에서 "2035년까지 1인당 GDP 중진국 수준"을 중장기 목표로 제시하고
'25년 10월 <15.5^{15차 5개년·2026~2030 계획 제정에 대한 건의안>에서 다시 한번 강조}
- (동향) 중국 경제는 중저속 성장기에 진입했으며, 둔화세가 뚜렷해지고 있는 양상
* 연평균 성장률 : 11.5^('06~'10년) 11.2% → 12.5^('11~'15년) 7.8% → 13.5^('16~'20년) 5.9% → 14.5^('21~'25년) 5.3%^(추정)
- (성장률) 중장기 목표 실현을 위해 '35년까지 연평균 4.17%의 성장을 유지해야 하며, 15.5 계획 ('26~'30년) 기간 중국의 잠재성장률은 4.9% 수준
* 中사회과학원 잠재성장률 전망 : ('26년) 4.96% → ('27년) 4.9% → ('28년) 4.84% → ('29년) 4.77% → ('30년) 4.71% → 15.5 계획 기간 연평균 4.84%

- (정책) 중국 정부는 '안정'에 정책의 역점을 두고, 소비 확대와 신질 생산력^{新質生産力}을 양대 축으로 내수 중심의 자립경제를 구축하고 있음
 - 양신^{兩新·대규모 설비·소비재 교체 지원}, 양중^{兩重·국가급 중대형 전략·중점 안보 역량 강화} 사업을 통해 소비 진작과 제조업·인프라 분야의 효과적인 투자를 확대
 - * '24~'25년 양신사업에 8,000억 위안(=소비재 4,500억 위안+설비 3,500억 위안), 양중에 1조 5,000억 위안 규모의 초장기 특별국채를 책정해 관련 사업을 지원
 - 개인 소비 및 서비스업 대출금리 인하를 통해 소비 잠재력을 유도하고, 중국 서비스업 전반의 성장을 촉진
 - 또한 신질생산력 발전 조치를 통해 기술자립·자강, 차세대 기술 기반 생태계 구축 등을 추진하며, 투자 수요 확대와 국가 혁신역량 강화를 도모

- 신질생산력은 '23년 9월 시진핑 주석이 헤이룽장성을 시찰하면서 처음 제시한 용어로, 전통 제조업 중심의 경제성장·생산방식에서 벗어나 첨단기술 중심의 첨단화·녹색화·스마트화 성장으로 전환하고, 종요소생산성(TFP, Total Factor Productivity)을 올려 '혁신이 주도하는 지속가능한 성장'을 실현하겠다는 의미

〈중국 연구와 실험 비용 지출〉



자료: 국가통계국, '25년 11월

- 국가안보 강화·미래 성장력 확보에 초점을 맞춰 국유자본의 신흥·미래 산업, 경제안보 관련 산업에 대한 장악력을 강화하는 방향으로 국유기업 개혁 추진

- 사례1 : 주요국의 대중국 반도체 압박에 대비해 정부 주도 '반도체 빅펀드' 조성, '14년 출범한 1기 1,387억 위안 → '19년 출범한 2기 2,041억 5,000만 위안 → '24년 5월 출범한 3기 3,440억 위안으로 규모 지속 확대
- 사례2 : 中 국유 조선사 중국선방중공이 중국 선박에 흡수 합병되면서, 총자산 4,000억 위안, 연매출 1,300억 위안 이상의 세계 최대 규모의 '조선 공룡' 탄생

- 이밖에도 ① 시장 기대심리 개선을 위한 기업친화적 조치, ② 외자 유입 둔화 방어를 위한 외자안정책, ③ 사회 안정에 초점 맞춘 민생 개혁 등 안정화 대책을 추진 중
 - 민영경제 촉진, 공정한 시장 질서 조성, 제도적 개방 등 시장 친화적 조치로 경제 활력을 증진하고 민간 투자 심리를 개선
 - * 중국 민간 투자는 '23년 통계 아래 처음으로 역성장을 기록한 후 3년째 마이너스 행진
 - 민생과 연관된 경제·사회 개혁, 격차 축소 조치로 사회 갈등과 불평등감 해소
 - 제도적 개방 및 경영 환경 개선 등 외자 안정 조치를 강화하여 외자 유입 둔화를 방어
 - * 중국 외국인직접투자(FDI)는 '22년 1,891억 달러에서 고점을 찍은 후 '23년 1,633억 달러 → '24년 1,162억 달러로 지속 감소세

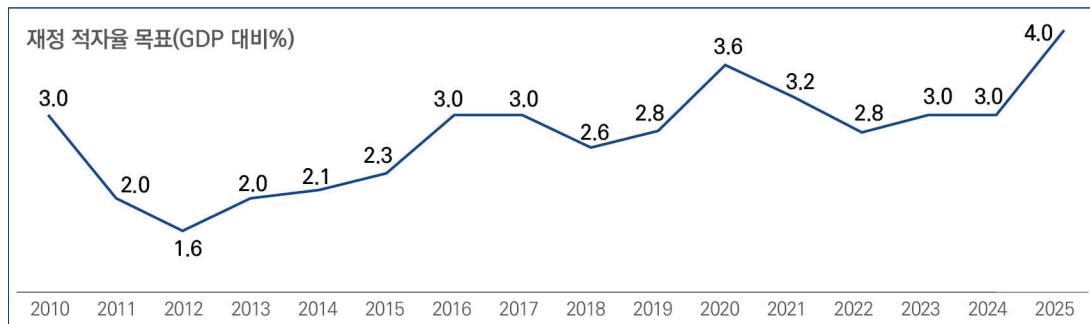
중국 경제·사회 안정화 대책

구분	정책 내용
시장 기대심리 안정	<ul style="list-style-type: none"> • 민영경제 활성화를 위해 〈민영경제촉진법〉 마련, 민영경제의 법적 지위 강화 • 민영경제체제의 국가급 중대 전략 및 중대 공정, 국가급 과학기술 프로젝트 참여 지원, 민간기업 합법적 시장 진입 보장, 공정경쟁 심사제도 도입, 금융적 지원 확대 등 민영경제 투자 활성화 추진
외자 안정	<ul style="list-style-type: none"> • △ 시장 진입 규제 완화, △ 자유무역시험구 제도적 개방 수준 제고, △ 고부가가치 산업 투자 인센티브 확대, △ 외국인투자 장려산업목록 개선 등 외자안정 대책 시행
사회 안정	<ul style="list-style-type: none"> • 중앙정부 차원에서 육아보조금 제도 마련 • 퇴직 연령 단계적 연장, 연금 개혁, 노인 돌봄 및 복지 서비스 확대 등을 통해 급격한 고령화 대응

자료: 중국 정부 발표 근거 KOTRA 베이징무역관 정리, '25년 8월

- (전망) 중국은 내수 확대 및 기술·산업 혁신 고도화에 정책 역량을 집중하고, 경기 회복세에 따라 부양 강도를 탄력적으로 조절하며 안정적 성장을 도모할 것
 - 경제 안정을 위해 확장적 재정·완화적 통화정책 기조를 유지하되, 채무 리스크 예방 차원에서 '25년 대비 거시조절 강도를 낮출 가능성
 - * '25년 중국은 재정 적자율 목표를 사상 최고치인 'GDP 대비 4% 내외'로 설정하고 재정 적자 예산을 전년비 39.4% 확대했으며, 총 11조 8,600억 위안의 역대급 정부 재출 예산을 조성함

〈중국 재정 적자율 목표〉



자료: 중국 정부 발표, '25년 11월

- 민영기업 권익의 법적 보장, 경제 선순환 제약 요인 개선 등을 통해, 투자심리 회복 및 민간 부문 활성화를 위한 정책 지원이 지속 확대될 것으로 예상
 - 저출산·고령화 시대에 대응하기 위해 관련 민생 인프라를 개선하면서, 엔젤유아·실버노년 소비 수요 진작을 유도할 것
 - 또한 서비스업 육성 필요성과 재정 여건 등을 종합 고려할 때, '26년에는 상품보다 서비스업 소비, 양신^{兩新}보다 양중^{兩重} 사업 정책에 주력할 가능성 높음
- * 15.5 계획을 시작하는 첫 해인 '26년에는 중대형 프로젝트 시행에 따른 투자 확대 예상

□ (산업정책) 산업 고도화와 구조조정을 동시 추진하며, 혁신형 성장으로 전환

- (배경) 성장동력 전환과 질적 성장이 요구됨에 따라, 중국은 총 수요 중심의 양적 성장에서 총요소생산성 (TFP) 제고를 통한 혁신주도형 성장으로 전환을 모색
 - 이를 위해 중국은 과잉 생산 및 재고 해소, 부동산 버블 억제, 디레버리징^{부채 축소}, 기업 비용 절감, 취약 부문 구조 개선 등 누적된 과제를 해결해야 함
 - 동시에 전통산업의 업그레이드와 신흥·미래 산업의 전략적 육성 등을 통해 산업 경쟁력 강화 및 고도화에 박차를 가해야 함
- (정책) 중국 산업 정책은 ① 구조개혁 및 ② 친환경 전환·첨단기술 융합·제조업 기반 강화를 동시에 추진하여 경제 체질을 개선하고, 성장동력을 확보하는 데 주력
 - 철강, 비철금속 등 전통산업은 생산능력 확장 억제, 노후 생산라인 퇴출 등 구조조정을 시행하면서 친환경화·첨단화·스마트화·디지털화 전환도 병행
 - 서비스업은 소비 진작 및 민생 개선과 연계해, 수요·공급의 균형 발전을 촉진
 - 신흥·미래산업^{수소·AI·전기차 등}은 핵심기술 확보와 선도기업 육성에 주력하고, 첨단 전략산업^{반도체, 로봇 등}은 공급망 자립과 기술 내재화를 통한 경쟁력 강화에 방점
 - 다만 최근 신흥산업^{태양광·전기차·배터리 등}이 공급 과잉에 직면하면서, 과도한 소모적 경쟁을 억제하는 반내권^{反內卷}에 집중한 공급개혁도 추진

※ 공급개혁과 反내권

- (개념) 공급개혁은 과거의 단순한 수요 확대 정책과 대비되는 개념으로, 수급 불균형 해소와 질적 성장을 위한 공급 체계 개선을 의미. 특히 반내권(反內卷)은 과도한 소모적 경쟁인 내권(內卷·네이쥐안)을 억제한다는 뜻을 담고 있으며, '24년 일부 산업에서 출혈 경쟁이 심화되면서 중국 정책으로 등장
- (배경) 중국 기업의 '가동률 저하-잉여 재고-기업이익률 하락'의 악순환이 발생하며, 정부 차원의 공급 축소 조치인 공급개혁이 제기. 특히 '24~'25년 新산업에서 공급 과잉 및 출혈 경쟁이 빠르게 심화되면서, 공급개혁의 초점도 기존 전통산업의 구조조정 중심 → 신흥산업의 과열 억제를 위한 '반내권' 대응 중심으로 전환
- (내용) 신흥산업을 담당하는 부처 및 협회는 기업 간담회를 통해 반내권 정책 기조를 공유, 회원사 공동성명 등을 통해 기업 간 자율적인 시장 질서 확립을 유도하는 방식*으로 진행

* '25년 7월 18일 공신부, 국가발개위, 시장감독관리총국 등 주관 부처는 신에너지차 산업 좌담회에서 시장 질서 확립, 규범화 발전에 주력할 것을 강조

- (전망) 중국은 기존 산업정책 기조를 유지하되, 공급 압력 완화 추이에 따라 개혁 강도를 탄력적으로 조정할 전망
 - 대내적으로는 질적 성장으로의 전환, 대외적으로는 국제질서 내 전략적 우위 확보를 위해 신흥·미래 산업에 대한 육성 강도는 지속적으로 강화될 것
 - 반면, 전통산업 구조조정 및 '반내권' 중심의 공급개혁 조치는 경기 흐름, 시장 기대심리, 공급 축소 성과 등에 따라 추진 강도와 지속 여부가 결정될 전망

□ (통상정책) 세계 통상 환경의 구조적 전환기 속, 자국 중심 경제권 구축이 핵심 과제

- (배경) 급변하는 국제 통상 질서 속에서 안정적인 경제성장 기반을 확보하기 위해, 중국은 ① 통상 현안의 안정적 관리와 ② 호혜적 경제협력 확대에 주력
 - 보호무역주의와 자국우선주의의 확산, 지정학적 리스크 등 복합적 요인에 직면한 가운데, 中 정부는 “외부 환경이 지속적으로 악화되고 있다”고 판단
- (지역별 정책) 이에 따라 중국 정부는 상대국의 對中 정책과 전략적 가치를 종합적으로 고려해, 각국과의 관계 성격에 따라 차별화된 통상 정책을 전개 중
 - (對美) 투이불파 鬪爾不破·싸움을 피하지 않되, 편을 깨지는 않겠다의 원칙 아래 중국은 미국의 對中 高관세에 대응해 즉각 맞불 관세·핵심광물 수출을 통제하는 한편, 미·중 관계의 안정성 유지를 강조하며 협상도 병행

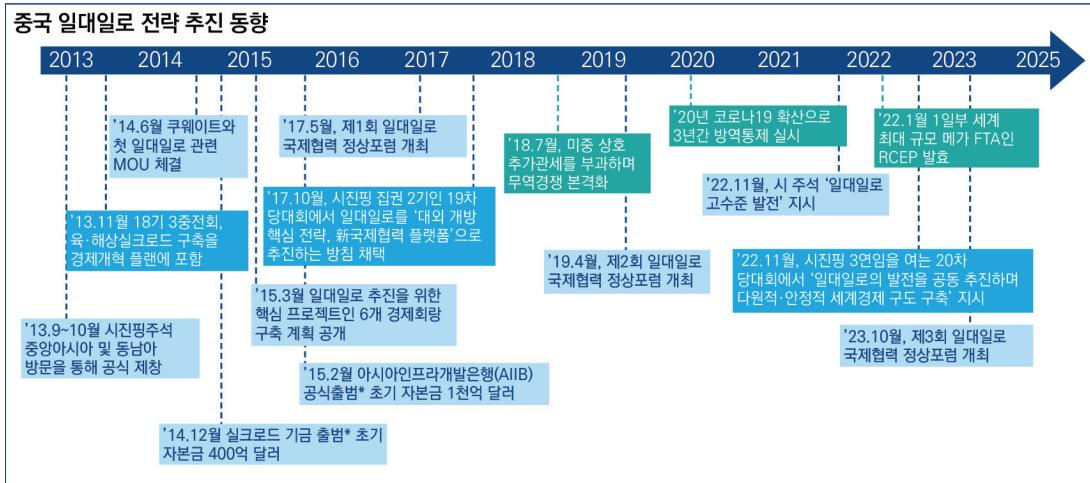
'25년 미국 관세 압박에 대한 중국의 맞대응 조치 및 현황

구분	미국 조치 	중국 조치 
2월	對중국 추가 관세 10% 부과 (펜타닐 마약 유입 차단 명목) 800달러 이하의 소액 물품에 대한 면세조치 종료	미국산 제품에 대해 보복관세 부과 (석탄·LNG 등 8개 품목 15%, 원유·농기계 등 72개 품목 10%) 텅스텐, 텔루륨 등 5개 제품 수출통제 구글 등 미국 기업 대상 조사 및 제재
3월	對중국 추가 관세 + 10%p 부과 (대중국 총 추가 관세 10 + 10=20%)	미국산 농산물 및 육류 등 추가 관세, 美기업 제재 (닭고기, 밀, 옥수수, 면화 등 품목 15%, 수수, 대두, 돼지고기 등 품목 10%)
4월	對중국 추가 관세 145%까지 인상 (10(2월) + 10(3월) + 125(4월)% = 145%)	對미국 추가 관세 125% 적용, 7종 희토류 대상 수출통제, 미국 기업 제재 등
8월	8월 11일, 미·중은 5월 제네바에서 합의된 상호 추가 관세 유예 조치를 90일 추가 연장하기로 결정	
10월	수출통제 대상 기업이 50% 이상 지분을 보유한 자회사까지 통제 범위에 포함 중국 해운·물류·조선 분야 301조 조사 對중국 100% 추가 관세 예고	△ 희토류 기술, △ 초경질 재료·희토류 설비 및 원부자재·5종 중희토류·고성능 배터리 및 흑연 음극재 수출통제 및 희토류 우회 수출 차단 美선박 대상 특별 항만료 부과
	10월 30일 미·중 정상회담 직후 ① 미·중 상호 추가 관세 완화, ② 양국 간 수출통제 조치 1년간 유예, ③ 중국 해운·물류·조선 분야 301조 조사 및 중국의 對미국 맞대응 조치 1년간 유예, ④ 양국 실무 및 개별 협력을 추진하기로 결정	

자료: 중국 정부 발표 근거 KOTRA 베이징무역관 정리, '25년 11월

- (글로벌 사우스) 아세안·중남미에게는 자국을 '글로벌 사우스의 일원'으로 규정하고, 글로벌 사우스 와의 협력과 공동 번영을 주창하며 적극 협력 시도
 - (EU 및 선진국) 미국 외 기존 선진국들과는 호혜적 협력의 필요성을 강조하며, 협상을 통한 갈등 조정과 협력 기반 강화에 주력
 - 특히 중국은 美 주도의 국제 질서에 대응해, 자국 이익에 부합하는 평행 시스템을 구축하기 위한 ① 일대일로—帶一路 전략, ② 중국-아프리카 협력 포럼, ③ 경제안보를 앞세운 핵심광물 수출통제 등 조치를 다각적으로 활용
 - 중국 대외 수요 확대 및 성장동력 확보를 위한 국가급 전략인 일대일로를 통해 자원부국과 경험을 강화하고 서방국가의 대중 견제 속에서 운신의 폭을 넓힘
- * 中 교역총액에서 일대일로 연선국과의 교역 비중은 '24년 50%를 돌파했으며, '25년 3분기 누계 기준 51.7%를 기록

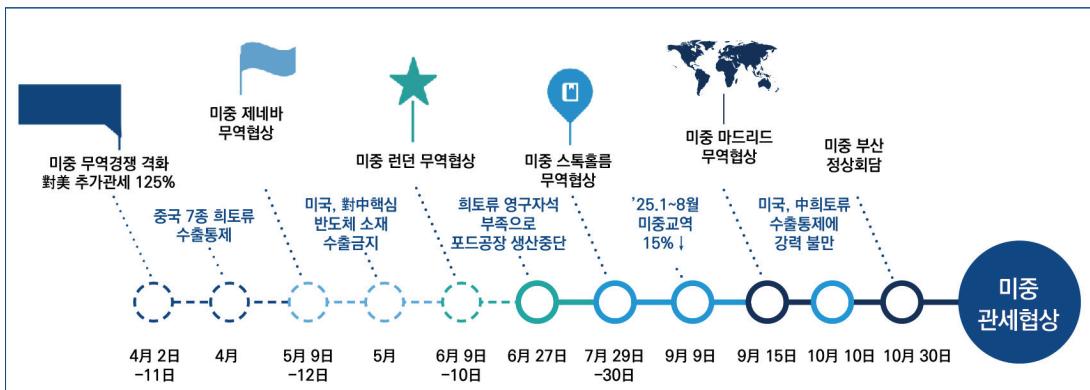
〈중국 일대일로 전략〉



자료: KOTRA 베이징무역관 정리, '25년 11월

- 핵심광물 수출통제를 對中 압박의 맞대응 조치이자 협상카드로 적극 활용

〈'25년 미·중 관세 협상〉



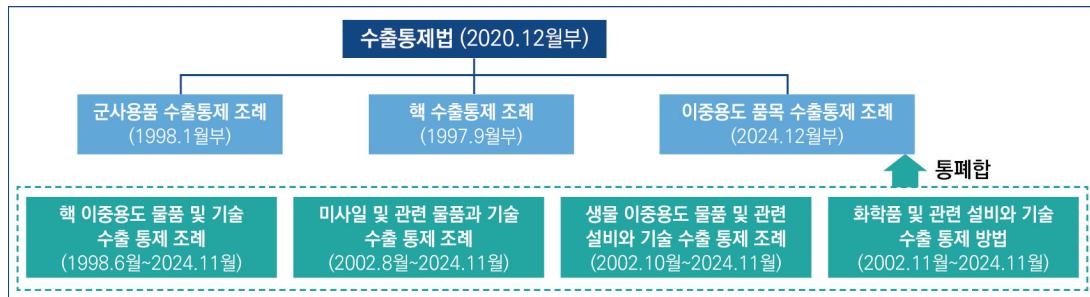
자료: 華泰證券, '25년 11월

- (전망) 글로벌 사우스 및 아세안, 일대일로 연선국가 등 지역과 러시아 등 주변국과의 협력을 지속 강화해, 中 중심의 외교·경제 블록 형성을 가속할 전망
 - 대만, 남중국해 등 지정학 이슈와 대미국 정책에 대해서는 강경 대응 예상

□ (규제정책) 고수준 발전과 경제안보에 초점 맞춰 구조조정과 대외무역 관리

- (수출 규제) 중국은 통상환경 악화에 대비해 핵심광물·전략물자에 대한 통제를 적용할 수 있도록 법제 기반을 정비하고, 경제안보 명분 하 주요 품목에 대한 통제 실시
 - 중국은 美 신정부 출범을 앞두고, 수출통제 제도의 법적·제도적 근간인 <수출통제법>을 포함한 수출 통제 법체계*를 정비하며 관련 제도 기반을 정비
 - * 중국 수출 관련 법규는 크게 ① 일반 화물·기술 대상 수출관리 규정과 ② 국가안보 관련 품목(화물·기술) 대상 수출통제 규정으로 분류
 - 주요국의 대중 견제에 맞대응하면서 전략물자와 국가안보 관련 품목에 대해 수출통제를 발동할 수 있도록, '20년 <수출통제법> 제정을 통해 체계성 확보

〈중국 수출통제 법률·법규 체계〉



자료: 중국 정부 발표 근거 KOTRA 베이징무역관 정리, '25년 8월

- 특히 美 신정부 출범 전인 '24년, 일반 산업과 군사공업에 모두 사용 가능한 물품·기술·데이터 등 이중용도 품목(兩用物項)에 대한 수출통제 법체계 구축

중국 이중용도 품목 관련 수출통제 법체계 구축동향

법규	발표	시행	주요
수출통제법	'20년 10월 17일	'20년 12월 1일	• 중국 수출통제제도의 근간, 법적 근거가 되는 기본법
이중용도 품목 수출통제 조례	'24년 10월 19일	'24년 12월 1일	• 이중용도 수출통제 전문 법규
이중용도 품목 수출통제 리스트	'24년 11월 15일	'24년 12월 1일	• 이중용도 수출통제 품목의 기술 요건 등을 설명하고, 수출통제 코드화 관리 방식 도입
'25년판 이중용도 물품과 기술 수출입 허가증 관리 목록	'24년 12월 31일	'25년 1월 1일	• 각 통제코드별로 이중용도 품목의 HS코드가 정리되어 있어, 통관실무의 가이드라인 제시

자료: 중국 정부 발표 근거 KOTRA 베이징무역관 정리, '25년 8월

- 이후 주요국의 對中 견제 심화 속, 중국은 경제안보를 내세워 핵심광물 및 관련 소재에 대한 수출통제를 실시하고, 우회 수출·밀수출 단속을 강화

중국 이중용도 수출통제 동향

구분	발표일	시행일	수출통제 조치
갈륨, 게르마늄	'23년 7월 3일	'23년 8월 1일	<ul style="list-style-type: none"> 반도체·전기전자·태양광 산업에 광범위하게 활용되는 14종 갈륨·게르마늄 및 그 화합물(품목 유형 기준)에 대해 이중용도(兩用·군민 겸용) 품목 수출통제 제도 적용
무인기 및 관련 부품·장비	'23년 7월 31일	'23년 9월 1일	<ul style="list-style-type: none"> 항공 촬영 드론 등 무인항공기, 항공기 엔진, 적외선 영상장비, 통신장비 등에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
흑연	'23년 10월 20일	'23년 12월 1일	<ul style="list-style-type: none"> ① 고순도(순도>99.9%), ② 고강도(항굴절 강도>30Mpa), ③ 고밀도(밀도>1.73g/cm³) 인조흑연 및 제품과 천연 인상흑연 및 제품 총 7종(HS 10단위 기준) 품목에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
안티몬 초경질 재료	'24년 8월 15일	'24년 9월 15일	<ul style="list-style-type: none"> 안티몬 정광 및 화합물 총 12종(HS 10단위 기준)와 초경질 재료에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
텅스텐, 텔루뮴, 비스무트, 몰리브덴, 인듐	'25년 2월 4일	'25년 2월 4일	<ul style="list-style-type: none"> 텅스텐, 텔루뮴, 비스무트, 몰리브덴, 인듐 및 화합물 총 27개 세부 품목(HS 10단위 기준)에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
사마륨, 가돌리늄, 테르븀, 디스프로슘, 루테튬, 스칸듐, 이트륨 등 희토류 7종	'25년 4월 4일	'25년 4월 4일	<ul style="list-style-type: none"> 사마륨, 가돌리늄, 테르븀, 디스프로슘, 루테튬, 스칸듐, 이트륨 등 7가지 중희토류 원소별 금속 및 합금·산화물·화합물, 총 33개 세부 품목(HS 10단위 기준)에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
희토류 기술	'25년 10월 9일	'25년 10월 9일 (1년 유예)	<ul style="list-style-type: none"> 중국 수출통제 리스트와 모니터링 대상 리스트 내업체가 50% 이상 지분을 보유하고 있는 자회사, 자사 등 관련 기관의 희토류 수출 신청을 원칙상 불허 최종 용도가 14나노미터 이하의 로직 칩 또는 256층 이상의 메모리 칩, 그리고 상기 공정 반도체를 제조하는 생산 설비, 테스트 설비 및 재료, 또는 잠재적 군사용도의 인공지능을 연구개발하는 희토류 이중용도 품목 수출 신청은 개별 심사
초경질 재료	'25년 10월 9일	'25년 11월 8일 (1년 유예)	<ul style="list-style-type: none"> 중국산 7종 중희토류 금속·합금의 가치 비중이 0.1% 및 그 이상인 해외에서 제조된 희토류 영구자석재와 관련 타깃재, 중국의 희토류 채굴·제련 분리·야금 자석체 제조·2차 재활용 관련 기술로 해외에서 생산한 대상 품목에 대해서도 이중용도 수출통제 제도 적용 ① 희토류 채굴, 제련 분리, 금속 제련, 자성 재료 제조, 희토류 2차 자원 재활용 관련 기술과 운반체, ② 이와 관련된 생산라인의 조립, 디버깅, 유지 보수, 수리, 업그레이드 및 기타 기술에 대해 이중용도 수출통제 제도 적용
			<ul style="list-style-type: none"> 인공 다이아몬드 분말·단결정·와이어톱·연삭휠·DCPCVD 장비 및 관련 공정기술에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용

구분	발표일	시행일	수출통제 조치
희토류 설비와 원자재	'25년 10월 9일	'25년 11월 8일 (1년 유예)	• 희토류 영구자석 진공감응 주편로 등 26종 희토류 관련 설비와 플루오르화 탄소 세륨광 등 희토류 광석, 추출제에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
홀뮴, 어븀, 툴뮴, 유로퓸, 이테르븀 등 5종 희토류	'25년 10월 9일	'25년 11월 8일 (1년 유예)	• 홀뮴, 어븀, 툴뮴, 유로퓸, 이테르븀 등 5종 중희토류의 금속, 핵금, 타깃재, 결정체, 발광 소재 등에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용
리튬 배터리와 인조흑연 음극재	'25년 10월 9일	'25년 11월 8일 (1년 유예)	• 고성능 리튬 이온 배터리와 관련 양극재·음극재, 배터리 및 소재 제조 장비와 제조 기술 등에 대해 이중용도 품목 수출통제 제도 적용

자료: 중국 정부 발표 근거하여 베이징무역관 정리, '25년 11월

- (수입규제) 중국은 자국 수요에 맞춰 규제 조치를 유연하게 조정하는 한편, 특정국에 대한 반격 카드로도 수입규제를 활용하고 있음
 - 중국은 산업고도화를 위해 ① 구리·알루미늄 재활용 가능 원료의 수입규제 완화, ② 중대 기술 장비 수입 세수우대 대상 확대, ③ 하이난 자유무역항 원부자재 수입 무관세 품목 리스트를 확대하는 등 다양한 조치 시행
 - 또한, 핵심기술 혁신을 가속화하기 위해 첨단제조·핵심광물·친환경 산업 관련 품목의 잠정 수입 관세율 적용 확대 등 수입규제 완화
 - 반면 미국·EU 등 서방국가의 압박에 대응하기 위해 상호 관세 적용, 반덤핑 조사, 기술 기준 강화 등 수입 비관세 장벽으로 맞대응

※ '25년 7월 30일 '무역구제조치 反회피 조사규칙' 초안 발표

- ① 제품 또는 무역 모델을 변경하는 방식으로 중국에 수출하여 관련 무역구제조치의 시행 효과를 약화시키는 행위를 회피(规避)라고 규정, ② 무역구제조치 대상 국가/지역의 관련 부품·원자재를 중국에 수출하여 가공·조립 또는 제3국/지역에서 가공 조립 후 중국으로 수출, 제3국/지역 경유를 통한 우회 수출, 낮은 세율 기업을 통해 중국으로 수출, 제품 또는 무역 모델을 변경하여 수출 등 회피에 대한 조사 강화 등 내용이 담김

※ 사례

- ① EU의 500만 유로 이상 의료기기 공공조달 시 중국 기업의 입찰 참여 금지 및 공공조달 낙찰 제한 맞대응 조치로 유럽 의료기기 중국 공공조달 참여 제한 조치 시행, ② 미국의 對중국 추가 관세 대응으로 미국산 비분산형 단일 모듈 광섬유 기업에 반회피 조사 착수

- (환경규제) 중국은 친환경 기조에 따라 법제도 개선을 통해 산업 구조조정을 가속화하고, 환경 감찰을 상시화·제도화하는 등 환경규제를 지속 강화
 - 중국은 환경 평가 강화와 탄소배출권 거래제도 구축을 통해 제도적 개선에 주력

※ 사례1 : 중금속 환경안전 위험 조사 및 시정 행동방안('25~'30년) 시행

- (배경·목표) 중금속 오염 방지 및 통제 강화를 위해 △ '25년 말까지 중금속 환경안전 조사 및 시정 대상 확정, △ '27년 말까지 고위험 중금속 대상 시정 완료 및 중금속 환경 안전 감시 측정·조기경보·비상대응 역량 강화, △ '30년 말까지 위해 요인 전면 제거 등 목표 제시
- (조사 지역) 광시, 후난, 장시, 윈난, 광둥 등 5개 省과 허난 싼먼샤(三門峽), 구이저우 천동남(黔东南) 등 21개 市·州를 중점 대상 지역으로 지정
- (조사 대상) 납, 수은, 카드뮴, 크롬, 비소, 탈륨, 안티몬 등 중금속을 중점 조사 대상으로 지정, 망간, 아연, 구리 및 기타 중금속 오염물질의 환경안전 위해성도 조사, 시정할 계획

※ 사례2 : 전국 탄소시장 건설 강화

- (목표) ①' 27년까지 △ 공업 분야 주요 탄소 배출업종에서의 전국 탄소배출권 거래 시장 운영 확대, △ 중점 분야에서의 전국 온실가스 오염물 배출 감소 거래 시장 전면적 보급 실현, ② '30년까지 쿼터 총량 통제제도를 기초로 무료·유료 탄소배출권 거래 시장 구축 등
- (조치) △ 산업발전, 탄소 배출 특징 등에 근거하여 전국 탄소 배출권 시장 운영 범위 및 온실가스 종류를 단계적으로 확대, △ 탄소 배출 쿼터관리제도 개선 및 중장기 쿼터 통제 목표 명확화, △ 자발적 온실가스 배출 감소 거래 시장 적극 발전, △ 시장 감독관리 강화, △ 국제교류·협력 강화 및 기술·표준·데이터의 국제 상호 인정 추진 등 17개 조치 포함

3. 주요 이슈 Pick

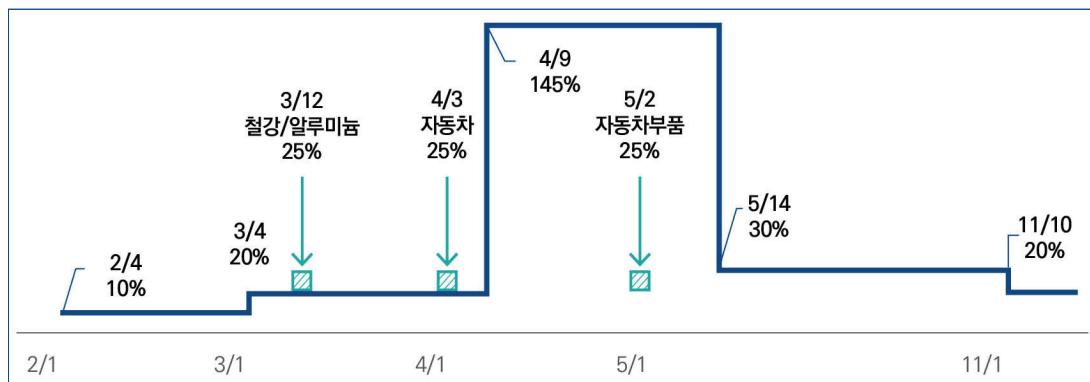
- 고관세 시대, 中 중심 경제권 구축과 재세계화(Re-Globalization)
- 15.5 계획, 중장기 비전을 실현하는 핵심 5년
- 공급 개혁, 과도한 소모적 경쟁을 억제하는 반내권(反內卷)에 방점
- 레드 테크^{Red Tech}, 中 기술 자립을 넘어서 글로벌 시장으로 확장

가. 고관세 시대, 中 중심 경제권 구축과 재세계화(Re-Globalization)

□ 다극적 국제질서 구축·중국식 담론 확산을 통해, 중국에 유리한 국제질서 모색

- (배경 및 내용) 美 신정부의 고관세 정책으로, 중국의 경제 우군 확보 및 중국 기업의 대외무역·해외 진출 전략 조정 필요성 제고
 - 미국의 對中 관세가 30% 이상으로 상승하며, 중국의 對美 수출 비중은 최저치 기록
 - * 중국의 對美 수출 비중 : ('15년) 18% → ('17년) 18.9% → ('20년) 17.4% → ('25년 상반기) 11.9%
 - 중국 정부는 경제 안보 강화와 자국 중심의 재세계화 전략을 통해 새로운 국제 통상 질서 재편을 주도하는 데에 총력
 - 中기업은 수출 구조 고도화와 산업망·공급망 재편을 통해 외부 리스크에 대응

〈미국 신정부의 對中 추가 관세〉



자료: 日 MIZUHO Research, '25년 11월

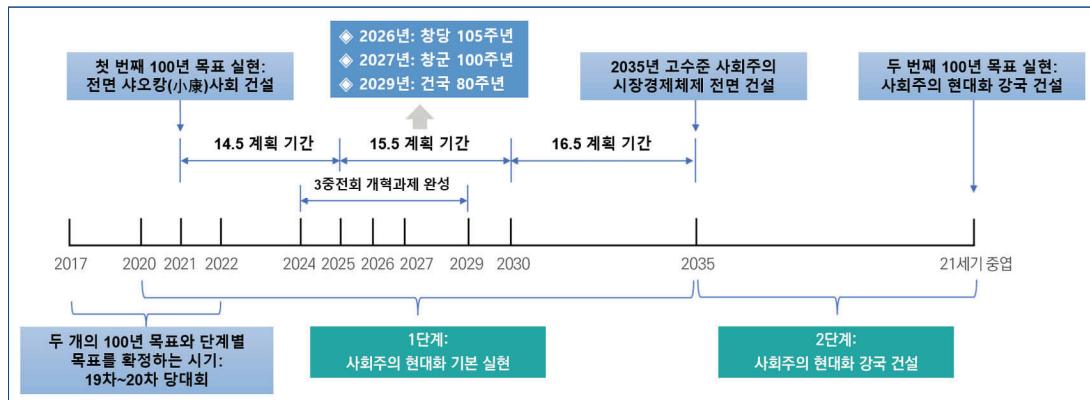
- (관련 분야·산업) 중국의 양자·다자 무역체계 구축, 첨단 제조업 투자 확대 및 수출 고부가가치화, 해외 투자 및 글로벌 시장 진출에 속력 예상
 - 중국의 산업·수출 고도화에 따라 첨단 기계설비·부품 및 디지털 인프라 관련 품목 수입 수요가 상승세를 타는 한편,
 - 對美 수출 감소분을 상쇄하기 위한 수출 다각화, 우회 수출 차단으로 中 기업의 해외 진출^{추하이, 出海} 더욱 거세지면서 글로벌 시장에서 한·중 기업 경쟁도 심화
- 미·중 전략경쟁 속 중국의 반격 조치는 세계 통상 환경의 불확실성을 증대
 - 중국은 안보를 앞세워 핵심광물 수출통제를 실시하면서 반격·협상카드로 활용
 - 핵심광물 및 관련 제품 수출량 통제는 글로벌 첨단산업 공급망 안정에 큰 영향

나. 15.5 계획, 중장기 비전을 실현하는 핵심 5년

□ 2035년 중장기 비전 실현을 위한 미래 성장 동력 확보 전략이 담길 전망

- (배경 및 내용) '26~'30년 중국 경제 발전 목표 및 국정 운영 방향의 청사진을 담은 15차 5개년 계획을 확정하고 본격 시행
 - '35년까지의 중장기 비전' 사회주의현대화 기본 실현과 '49년까지의 두 번째 100년 목표' 사회주의 현대화 강국 건설을 실현하는 중요한 5년이 국제 통상 환경 급변기와 맞물림
 - 5년간의 구체적 경제사회 발전 목표, 성장전략, 경제·산업 정책 방향이 담길 예정

〈15.5 계획의 중요성〉



자료: 中國銀河證券研究院, '25년 8월

- (관련 분야·산업) ① 전통산업 최적화 및 업그레이드, ② 신흥·미래 산업 육성, ③ 서비스업 고수준 발전을 통한 현대화 산업 체계 구축에 대대적인 지원 예상
 - 전통산업 구조조정을 산업정책 1위로 우선순위를 조정해 중요성을 강조한 한편,
 - 신흥·미래산업의 발전 및 융합과 중소 전정특신국가가 인증한 기술 선도형 기업 및 유니콘 기업 육성을 산업 정책의 주요 방향으로 제시

15.5 계획 내 언급한 세부 산업

구분	세부 산업
전통산업	• 광물, 야금, 화공, 경공업, 방직, 기계, 선박, 건축
신흥산업	• 신에너지, 신소재, 항공우주, 저고도 경제
미래산업	• 양자기술, 바이오 제조, 수소 에너지, 핵융합 에너지, 뇌-컴퓨터 인터페이스(BCI), 체화자능(Embodied Intelligence), 6세대 이동통신(6G) 등

자료: KOTRA 베이징무역관 정리, '25년 10월

- 신흥·미래 산업 관련 수요 증가는 한국 기업에 호재, 중국 기업의 추격은 사전 대비 필요
 - 첨단 기계설비 및 부품, 신소재, 인공지능 및 스마트 관련 소재·부품·장비 수입 수요 증가 전망
 - 정부의 대대적인 지원 육성에 힘입어 중국 기업은 빠르게 기술력을 강화

다. 공급 개혁, 과도한 소모적 경쟁을 억제하는 反內卷에 방점

□ 질적 성장 실현을 목표로, 수급 불균형 해소와 공급 체계 개선에 속력

- (배경 및 내용) 전통산업뿐만 아니라, 일부 신흥산업도 ‘가동률 저하-잉여 재고-기업 이익률 하락’의 악순환이 발생해 정부 차원의 공급 축소 조치 필요성 대두
 - 석탄 채굴, 철강, 시멘트 등 전통산업뿐만 아니라, 신에너지차 및 배터리, 태양광 등 신흥산업 또한 공급 과잉 국면에 직면
 - 신흥산업의 공급 과잉 및 출혈 경쟁 심화에 따라 과열 경쟁을 억제하는 反內卷 중심으로 공급 개혁 추진
- (관련 분야·산업) 철강 등 에너지多 소모 산업과 자동차, 태양광 등 최근 과도한 소모적 경쟁을 벌이고 있는 다수 산업 대상 구조조정 및 규범화 조치
 - 에너지多 소모 산업은 기존 대로 친환경 기준, 시장 진입 규제 등을 통해 구조조정
 - 신흥산업은 ‘기업의 자발적 감산’을 유도해 공급 압력 완화
 - * 기업 좌담회 개최, 협회 차원의 ‘저가 경쟁 억제’ 성명문 발표 등
- 중국발 공급 과잉과 저가 공세가 완화될 수 있지만, 공급 축소로 인한 가격 반등은 韓기업의 수입비용 상승으로 이어질 수 있음

라. 레드 테크 Red Tech, 中 기술 자립을 넘어서 글로벌 시장으로 확장

□ 중국 정부의 정책적 견인과 중국 기업의 기술력 향상을 토대로 ‘레드 테크’ 급성장

- (개념) 중국의 기술 생태계가 단순한 시장 경쟁을 넘어, 정부 주도산업 육성과 자국 기술·이념을 결합한 글로벌 영향력 확대 전략과 맞물려 발전하고 있음
- (배경) 서방의 對중국 견제를 계기 삼아, 정부의 강력한 지원과 거대한 내수시장을 바탕으로 產·學·研·政이 힘을 합쳐 중국의 첨단기술 생태계 구축
 - 중앙집권형 체계를 기반으로, 중장기 발전계획·국가급 전략·첨단산업 클러스터 조성·인재 유치 및 첨단기술 교육체계 구축 등을 통해 정부가 첨단기술 역량 강화를 주도
 - * 과학기술혁신 5개년 발전계획 수립, 인공지능(AI)+행동 추진, 10여 개 국가실험실 운영 등
 - 중국 R&D 투자, '17년^{미·중 무역 경쟁 벌발 전} 1.76조 위안 → '24년 3.63조 위안으로 2배 급증
- (분야·산업) 레드 테크의 다수 첨단 산업 분야에서 이미 세계선도 수준에 도달
 - * 전기차 : '24년 중국의 세계 전기차 시장 비중 50%
 - 배터리 : '24년 중국 기업이 세계 차량용 배터리 시장 TOP3 석권(CATL 38%, BYD 17%, CALB 4%)
 - AI : '25.9월 말 기준 중 AI 기업 수 5,300여 개로 의 15% 차지, 관련 특허 수 전 세계 60% 차지
 - 휴머노이드 : '23년 11월 기준 중국 휴머노이드 로봇 누적 특허 출원 건수(6,618건)는 세계 1위, 유효 특허 건수(1,699건)는 일본(1,743건)에 이어 세계 2위
- 레드 테크의 부상은 중국의 기술 내재화 및 중간재 수입 감소로 이어질 수 있으며, 동시에 글로벌 기술 패권 경쟁 심화와 공급망 재편 가속화를 초래할 전망

II. 시장 분석

1. 시장 현황	28
2. 유망 산업	61
3. 협력 기회	86

II 시장 분석



1. 시장 현황

- (시장 특징) 정부 주도의 내수 성장 및 산업고도화 지속, “경험·건강·감성” 소비 증가, “실버·애완” 산업 성장
- (무역) ’25년 3분기 중국 수출은 최대치를 기록하였으며, 對미 수출 감소, 對신흥국 수출 증가
- (산업) 서비스업 중심의 산업구조를 바탕으로 첨단산업 성장 및 탄소중립 흐름 뚜렷. 단, 내부 경쟁 과열에 따른 ‘소모적 가격 경쟁’ 방지를 위한 정부·산업 움직임 포착
- (투자) ’25년 중국의 외국인투자유치 금액은 2년 연속 감소세이며, 신규 외국인투자기업은 16.2% 증가

가. 시장 특징

□ 중국 소비 촉진 정책 수혜 품목 위주의 내수 성장 및 산업고도화 추구

- (내수 성장) ‘이구환신(以舊換新)’ 수혜 품목을 중심으로 중국 내수 완만한 성장 지속
 - ’25년 3분기 누적 사회소비품 소매총액은 36조 5,877억 위안으로 전년 대비 4.5% 증가
 - ’25년 상반기, 이구환신 정책 수혜 업종의 소매판매액은 전년 동기 대비 두 자릿수 증가율을 보이며 중국 전체 소비 성장에 기여
- * (이구환신 정책) 중국 정부는 대규모 소비재 교체를 위해 ‘이구환신’ 정책을 시행하며, ’25년 소비재 교체 지원을 목적으로 3,000억 위안의 초장기 특별국채 발행

’25년 상반기 이구환신 수혜 주요 업종 소매판매액 전년 동기 대비 성장률

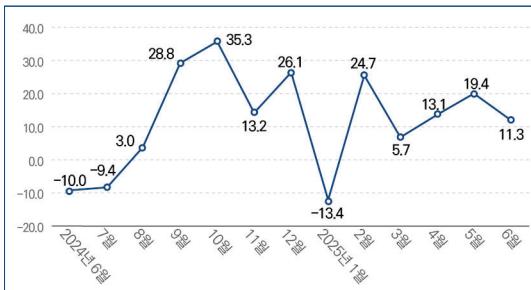
품목	신에너지차	가전, 영상기기	사무용품	통신기기	가구
성장률	+33.3%	+30.7%	+25.4%	+24.1%	+22.9%

자료: 국가통계국, ’25년 8월

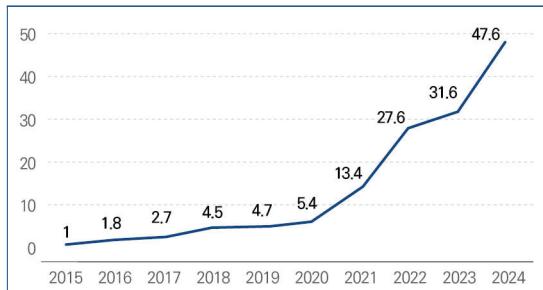
- (산업고도화) 신에너지차 보급 및 프리미엄 가전 구매 증가하며 산업고도화에 기여
 - '24년 신에너지차 시장 침투율은 47% 달성
 - 중국 가전시장 총 매출 중 고가의 프리미엄 가전이 차지하는 비중 증가
 - * '24년 기준(오프라인), 로봇청소기(5,000위안 이상) 비중 52.2%로 전년 대비 12% 증가, 프리미엄 TV(12,000위안 이상) 비중 38.6%로 5.7% 상승, 고가 세탁기(7,000위안 이상) 비중 36.3%로 증가세

〈중국 가전 판매 성장을 및 신에너지차 침투율 추이〉

중국 가전제품 시장 전 채널 소매액 성장률(단위: %)



중국 신에너지차 시장 침투율 추이(단위: %)



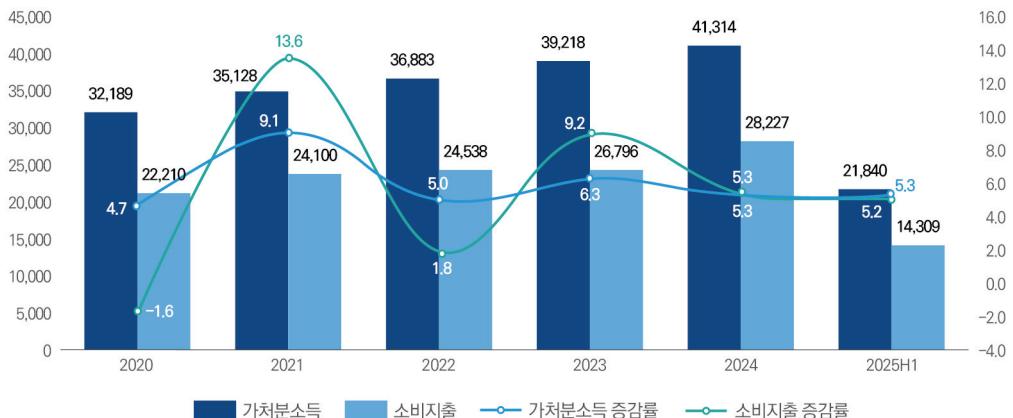
자료: 국가통계국, CPCA(승용차시장정보연석회), '25년 7월

□ 소비력 신장 및 MZ세대 성장에 따른 △ 경험 △ 건강 △ 감성 소비 증가

※ 중국 소비력 신장

- 중국 1인당 가치분소득 및 소비지출 지속 증가하며 중국 소비 여력 확대 시사
 - '25년 상반기, 중국 1인당 가치분소득 및 소비지출은 각각 2만 1,840위안, 1만 4,309위안으로 전년 동기 대비 각각 5.3%, 5.2% 증가

〈중국 1인당 가치분소득 및 소비 지출 추이〉



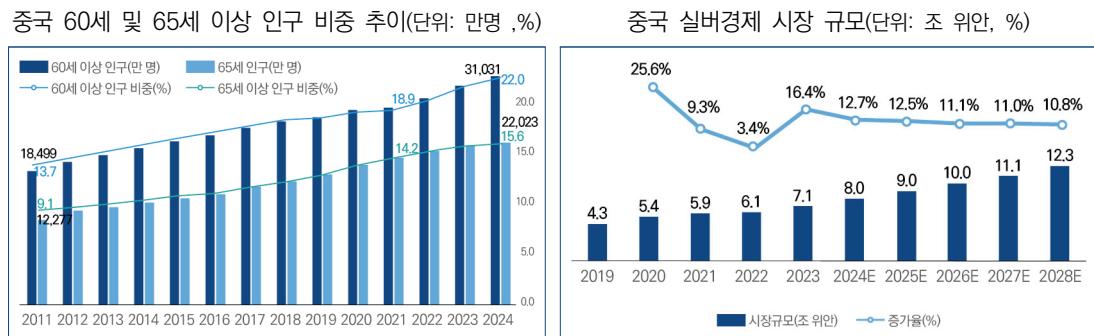
자료: 국가통계국

- (경험 소비) △ 공연·관람, △ 여행, △ 아웃도어 등 여가활동 전반에서 체험형 소비 증가
 - '24년 대형 콘서트 티켓 매출은 260억 위안으로 전년 대비 78.1% 증가, 관객 수는 2,900만 명 돌파하며 전년 대비 45% 증가(중국공연산업협회, '25년 4월)
 - 중국인들의 여행 증가에 따라 '24년 중국인의 국내 여행 소비 지출은 전년 대비 17.1% 증가한 5조 7,500억 위안 기록(중국문화관광부, '25년 1월)
 - 중국 캠핑 캠프장 시장 규모는 '24년 약 558억 4,000만 위안으로 추정되며, '30년 1,416억 5,000 만 위안까지 성장할 전망(iiMedia Research, '25년 5월)
- (건강 소비) 중국 정부의 스포츠산업 장려 정책*와 함께 중국 내 건강 소비 활성화 추세
 - * '건강 계획 2030(健康中国 2030)'과 '스포츠 강국 건설 계획(体育强国建设纲要)' 등
 - '25년 상반기 스포츠·오락용품 소매판매액 전년 대비 22.2% 증가(국가통계국, '25년 7월)
 - 중국 저당식품 산업은 '24년 전년 대비 21.8% 성장한 1,280억 위안 기록하며 성장 지속, '25년에는 1,500억 위안 돌파 전망(중엔망(中研网), '25년 5월)
 - '24년 신규 건강기능식품 등록 및 비안 수량은 4,335개로 전년 대비 7.9% 증가(중국 국가약품감독 관리국(NMPA, '25년 2월))
- (감성 소비) 중국 Z세대를 중심으로 감성·자기만족 기반의 '가심비' 소비 확대
 - 중국의 감성경제 시장은 '13년 이후 연평균 복합성장을 12%로 성장, '25년에는 시장 규모가 2조 위안을 돌파할 것으로 전망(36Kr, '25년 7월)
 - 팬덤 기반 IP 소비는 '24년 1,689억 위안으로 전년 대비 41% 급성장하며, 자신이 좋아하는 IP를 중심으로 만족을 위한 감성소비 확대 시사(iiMedia Research, '25년 3월)
 - 최근 인기를 끌고 있는 '라부부'(Labubu) '캐릭터의 POP Mart를 필두로 중국 아트토이 시장은 성장하고 있으며, '24년 전년 대비 33.8% 성장한 764억 위안 기록(관엔텐샤데이터센터(观研天下), '25년 6월))
 - 감성적 만족을 표현하는 향수 시장이 성장세를 보이며, '21~'25년 중국 아로마 제품 시장 연평균 성장률(CAGR)은 21.78%를 기록할 전망(Eternal 그룹, '25년 4월)

□ 인구구조 변화(고령화·1인 가구 증가 등)와 함께 실버경제 및 펫코노미 부상

- (실버경제) 중국 고령화가 가속화되며 △ 서비스, △ 소비, △ 테크 중심의 실버경제 성장
 - 중국 내 60세 이상 인구는 '24년 기준 3억 1,031만 명으로 총 인구의 22%를 차지
 - '24년 중국 실버경제 시장은 8조 3,000억 위안으로 중국 GDP의 약 6% 차지, '28년에는 12조 3,000억 위안에 이를 것으로 예상

〈중국 고령화 및 실버경제 추이〉



자료: 국가통계국, 중국 실버경제 발전보고('24년), 중신증권, 상하이무역관 정리, '25년 8월

'25년 상반기 실버경제 분야별 성장 추이

구분	주요내용
실버 서비스	<ul style="list-style-type: none"> 중앙정부는 실버산업을 국가 전략산업으로 육성하며 양로서비스 강조 전국 노인·장애인 돌보기 서비스업(+40.9%), 노인 맞춤 가정 서비스업(+14.1%), 노인 맞춤 사회적 돌보기 및 지원 서비스업(+8.8%)의 매출은 전년 동기 대비 증가
실버 소비	<ul style="list-style-type: none"> 실버층의 소비트렌드에 위에지(悦己 : 자신을 기쁘게 하다) 속성을 반영하여 '양로(养老)'에서 '향로(享老)'로 전환 '25년 3월, 국무원이 발표한 '소비 촉진 특별 행동 계획(提振消费专项行动方案)'은 항노화, 실버 관광 등 산업을 적극적으로 발전시키고 실버 소비 시장의 잠재력을 발휘하도록 명확히 제시 노년 관광 서비스(+26.2%), 헬스 건강 서비스(+23.9%), 문화 오락 활동(+20.7%)의 매출 전년 동기 대비 증가
실버 테크	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 기술이 실버산업 발전에 새로운 방향을 제시 전국 실버경제 기업의 정보기술 서비스 구매 금액은 전년 동기 대비 16.9% 증가했고, 스마트 노인복지 기술 서비스(+33.7%), 노년용 스마트 및 웨어러블 장비 제조(+32.6%)의 매출도 전년 동기 대비 증가

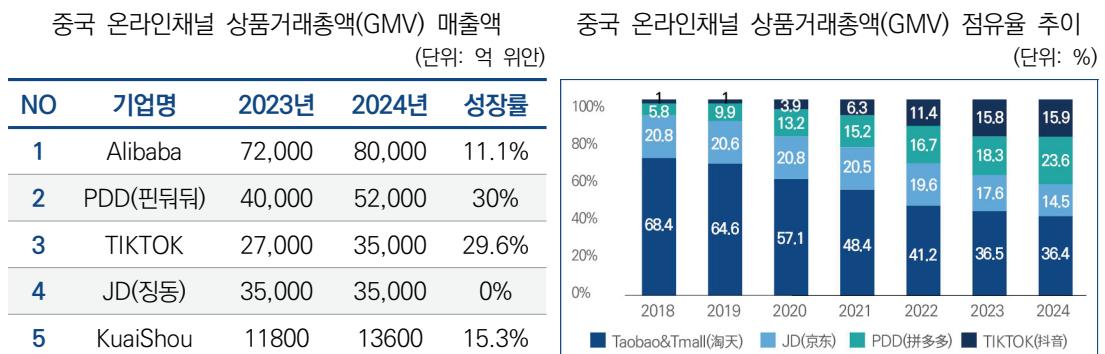
자료: 국가통계국, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (펫코노미) 1인 가구 증가와 MZ세대 정서적 소비 확대에 따라 반려동물은 감정적 동반자로 인식되며 '펫코노미'는 중국 내 새로운 유망산업으로 부상
 - '24년 1인 가구 인구는 2억 4,000만 명에 달했으며, '25년 3억 명 초과 예상
 - 반려동물 시장에서 MZ 세대 영향력이 커지며, 고품질 제품과 서비스 성장세
 - * '24년 기준, 90~09년생 출생 세대가 반려동물을 키우는 전체 인구의 66.8% 차지
 - '15~'24년 중국 반려동물 시장 규모는 978억 위안에서 7,013억 위안으로 연평균 복합 성장률 25.4% 기록, '25년 8,114억 위안에 도달 전망
 - * '24년 반려동물 소비 시장에서 식품이 52.8%, 의료시장이 28%의 시장점유율 기록

□ 온라인 유통의 견고한 성장 속 플랫폼 생태계 변화, 오프라인 유통망은 완만한 성장

- (온라인) '25년 1~9월 누계 중국 온라인 소매액 전년 동기 대비 6.5% 성장
 - 실물상품 온라인 소매액은 9조 1,528억 위안으로 전체 소비자 소매 대비 25% 차지
 - 전자상거래 플랫폼 전통적 강자인 알리바바와 징동의 점유율이 하락하는 가운데, 펀둬둬, 틱톡 등 후발주자들이 성장세 주도
 - * (펀둬둬) 저가·공동구매 중심의 활동으로 시장점유율 대폭 확대('18년 5.8% → ('24년 23.6%)
 - (틱톡) 라이브커머스 강자로 틱톡의 성장은 중국 소비가 콘텐츠 중심으로 전환되고 있음을 시사

중국 온라인채널 플랫폼별 비중 및 매출액



자료: CICC(中金公司), JINDUAN연구원(锦缎研究院), 기업별 재무보고, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (오프라인) '25년 1~9월 누계 기준, 소형 유통 채널 중심의 완만한 성장 기록
 - 편의점(+6.4%), 전문점(+4.8%), 슈퍼마켓(+4.4%) 등 생활밀착형 소형 유통채널은 전년 동기 대비 성장세

□ 중국 정부, 식품·화장품·전자용품 분야 인증제도 개정으로 투명성 요구 강화

- 중국 정부는 최근 인증 제도를 전면 개정하며 품질관리 및 정보공개 투명성 강화
 - * '식품첨가제'는 '14년 이후 약 10년 만에 개정, '포장식품 및 영양성분라벨'은 '11년판 이후 14년 만에 개정 추진
- 중국 내 제품 등록 및 개정 인증 절차 관련 한국 기업의 선제적 정보 파악 및 대비 필요

신규 주요 국가 표준

분야	표준·정책명	시행일	주요 내용
식품	중국식품안전국가표준 식품첨가제 사용표준(GB 2760-2024)	'25년 2월 8일 시행	일부 식품 첨가물 식품제조 사용 금지 등
	포장 식품 라벨링 통칙 (GB 7718-2025)	'27년 3월 16일 시행	알레르기 유발 성분 표기, 영양성분 표시 원료성분 표시, 디지털 라벨 도입 등
	영양성분 라벨 통칙 (GB 28050-2025)	'27년 3월 16일 시행	
화장품	화장품 안전성 평가 관리에 관한 몇 가지 조치	'25년 5월 1일 시행	NMPA(식약국) 화장품 안전성평가 보고서 요구 '완전판' 제출로 변경
전자	상업용 가스연소 기구 등 제품 강제 인증관리 실시에 관한 공고	품목별 상이	스쿠터 헬멧, 상업용 가스연소 기구 등 7개 품목 CCC(강제인증) 대상 지정

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

나. 무역

□ 수출입 동향

- (교역 규모) '25년 1~10월 중국 수출입 규모는 5조 2,046억 달러로, 전년 동기 대비 2.7% 증가하며 9,468억 2,000만 달러 무역 흑자 기록
 - '25년 1~10월 중국의 최대 교역국은 미국(4,708억 5,760만 달러), 홍콩(2,956억 8,190만 달러), 한국(2,693억 9,730달러) 순으로 나타남
- (수출) 수출액은 3조 847억 1,000만 달러로 역대 동기 최고치를 기록했으며, 전년 동기 대비 5.3% 증가
- (수입) 수입액은 2조 1,198억 9,000만 달러로 전년 동기 대비 0.9% 감소

중국 역외 수출입 규모 동향

(단위: 억 달러, %)

	2023년		2024년		2025년 1~10월(누계)	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
역외수출	33,800.2	-4.6	35,772.2	5.9	30,847.1	5.3
역외수입	25,568.0	-5.5	25,850.7	1.1	21,198.9	-0.9
무역수지	8,232.2	-	9,921.6	-	9,648.2	-
총 교역	59,368.3	-5.0	61,622.9	3.8	52,046.0	2.7

자료: 중국 해관총서, '25년 11월

□ 주요 수출국 및 수출 품목

- (수출국) '25년 1~10월 주요 수출국은 1위 미국, 2위 홍콩, 3위 베트남 순이며, 상위 10개국 수출액은 전체 수출액의 48.3% 차지
 - 미·중 통상 이슈 등으로 대미 수출 17.8% 감소했으며, ASEAN(+14.3%), 아프리카(+26.1%) 등 신흥국향 부가가치 품목 수출 확대
 - * (대미수출 증감률) (3월) +9.1% → (4월) △ 21% → (5월) △ 34.5% → (6월) △ 16.1% → (7월) △ 21.7% → (8월) △ 33.1% → (9월) △ 27%
- (수출 품목) '25년 1~10월 전기기계 제품이 수출을 주도했으며, 중국 산업고도화 및 기술경쟁력 강화에 따라 수출 품목은 첨단 제조 분야에 편중 추세
 - * 수출 제품 중 △ 전기기계(1조 8,731억 4,170만 달러, +7.8%), △ 집적회로(1,616억 8,530만 달러, +23.7%), △ 자동차(1,114억 4,110만 달러, +13.4%), △ 선박(455억 1,060만 달러, +25.0%) 등 성장세
 - * 단, 미국의 고관세 영향 품목인 휴대폰은 전년 동기 대비 11% 감소

□ 주요 수입국 및 수입 품목

- (수입국) '25년 1~10월 주요 수입국은 1위 대만, 2위 한국, 3위 일본 순이며, 상위 10개국의 수입액은 전체 수입액의 53.2% 차지
- (수입 품목) 원자재, 농산품(-4.7%), 자동차(-38.3%)·자동차 부품(-22.1%)의 수입은 큰 폭으로 감소했으며, 자동 데이터 처리 기기, 항공기 수입은 두 자릿수 성장
 - 철광석(-10.8%), 석탄(-33.4%), 원유(-10.2%), 목재(-15.5%) 등 원자재는 중국 내수 수요 부진에 국제가격 파동까지 겹쳐 상반기 수입액 10~30% 감소
 - 반면 전기기계 제품(+4.7%), 첨단 기술 제품(+8.7%) 수입은 증가하였으며, 자동 데이터 처리기기와 항공기 수입은 각각 19.5%와 60.4%의 고성장 기록

'25년 1~10월 주요국/지역별 수출입 동향 및 전년 동기 대비 증감률

(단위: 억 달러, %)

순위 (총액기준)	국가	수출입		수출		수입	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	미국	4,708.6	-16.6	3,521.4	-17.8	1,187.2	-12.6
2	홍콩	2,956.8	17.5	2,694.8	13.5	262.1	84.3
3	한국	2,694.0	0.4	1,182.7	-1.6	1,511.3	2.0
4	일본	2,632.0	4.5	1,294.8	3.3	1,337.3	5.7
5	대만	2,577.1	7.3	685.8	11.0	1,891.3	6.0
6	베트남	2,407.0	13.1	1,609.8	22.3	797.1	-1.8
7	러시아	1,832.4	-9.5	820.7	-12.6	1,011.7	-6.7
8	독일	1,736.9	3.5	972.2	9.7	764.7	-3.4
9	호주	1,675.2	-5.0	612.6	4.5	1,062.6	-9.7
10	말레이시아	1,599.2	-6.9	840.7	3.6	758.5	-16.3

자료: 중국 해관총서, '25년 11월

□ 對韓 교역 동향

- (교역 규모) '25년 9월 기준 한국의 對中 수출입은 전년 동기 대비 1.1% 감소한 1,991억 달러이며, 107억 달러 무역적자 기록
 - (수출) '25년 6월 기준 한국의 對中 수출은 전년 동기 대비 3.6% 감소한 942억 달러이며, 우리나라 총수출 중 18.1% 비중 차지
 - * 한국의 對중 수출 비중 변화: ('22년) 22.8% → ('23년) 19.7% → ('24년) 19.5% → ('25년 9월) 18.1%

한국의 對중국 수출 증감 추이

(단위: 억 달러, %)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년(1~9월)
對중국 수출액 (전년 대비 증감)	1,558	4.4 ↓	1,248	19.9 ↓
우리나라 총 수출액 (비중)	6,836	22.8	6,322	19.7

자료: 한국무역협회, '25년 11월

- (수입) '25년 9월 기준 한국의 對中 수입은 전년 동기 대비 1.3% 증가한 1,049억 달러이며, 우리나라 총수입 중 22.4% 비중 차지

* 한국의 對중 수입 비중 변화 : ('22년) 21.1% → ('23년) 22.2% → ('24년) 22.1% → ('25년 9월) 22.4%

한국의 對중국 수입 증감 추이

(단위: 억 달러, %)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년(1~9월)
對중국 수입액 (전년 대비 증감)	1,546	11.5	1,429	7.6 ↓
우리나라 총 수입액 (비중)	7,314	21.1	6,426	22.2

자료: 한국무역협회, '25년 11월

- (무역수지) 對中 무역적자는 '24년에 소폭 축소되었으나, '25년 적자 폭 증대 추세

* 무역적자는 '23년 181억 달러에서 '24년 69억 달러로 소폭 축소된 후, '25년 107억 달러 기록

우리나라 對중국 수출입 규모 동향

(단위: 억 달러, %)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년(1~9월)
對중국 수출액 (전년 대비 증감)	1,558	4.4 ↓	1,248	19.9 ↓
對중국 수입액 (전년 대비 증감)	1,546	11.5	1,429	7.6 ↓
무역수지	12	-	-181	-69



자료: 한국무역협회, '25년 11월

- (교역 품목) 한국의 對중국 최대 교역 품목은 반도체이며, '25년 1~9월 둔화세
 - (수출) '25년 1~9월 기준, 한국의 對중국 10대 수출 주력 품목(총 수출의 66.0% 비중) 중 3개 품목이 전년 동기 대비 수출액 증가
 - * (증가) 기초유분(+11.7%), 반도체 제조용 장비(+8.7%), 동제품(+9.0%) 등
 - (감소) 반도체(-4.9%), 무선통신기기(-6.4%), 합성수지(-10.0%), 평판디스플레이(-8.3%), 석유화학 중간원료(-9.2%) 등

'25년 우리나라 對중국 수출 주요 품목 증감 요인

품목	구분	증감 요인
반도체	감소	• '24년 상반기 대중 반도체 수출 급증(전년 대비 40% 이상)에 따른 기저 효과로 '25년 상반기 수출 부진 현상
전기전자	증가	• 무선통신기기, 컴퓨터 등 품목 관련 정책적 지원과 소비 회복에 따른 시장 확대
석유화학	감소	• 중국 생산능력 증가 및 수요 둔화로 수출 감소세
철강	감소	• 중국 철강 시장 수요 부진 및 對한국 철강 반덤핑 제한 지속

자료: KOTRA 상하이무역관 정리, '25년 8월

한국의 對중국 10대 수출 품목 동향

(단위: 억 달러, %)

2024년					2025년 1~9월(누계)				
순위	품목명(MTI)	수출액	증감률	비중	순위	품목명(MTI)	수출액	증감률	비중
1	반도체(831)	466	28.8	35.0	1	반도체(831)	328	4.9 ↓	34.8
2	무선통신기기(812)	80	13.8	6.0	2	무선통신기기(812)	49	6.4 ↓	5.2
3	합성수지(214)	67	6.4 ↓	5.0	3	합성수지(214)	45	10.0 ↓	4.8
4	기초유분(211)	56	36.6	4.2	4	기초유분(211)	43	11.7	4.6
5	평판디스플레이 및 센서(836)	50	18.0	3.8	5	평판디스플레이 및 센서(836)	35	8.3 ↓	3.7
6	석유화학중간원료 (212)	38	10.6 ↓	2.9	6	반도체 제조용 장비 (732)	31	8.7	3.3
7	반도체 제조용 장비 (732)	38	23.2	2.9	7	석유화학중간원료 (212)	26	9.2 ↓	2.8
8	정밀화학원료(228)	34	46.0 ↓	2.6	8	정밀화학원료(228)	24	10.6 ↓	2.5
9	석유제품(133)	30	16.7 ↓	2.3	9	석유제품(133)	22	7.5 ↓	2.3
10	플라스틱 제품(310)	27	7.6	2.0	10	동제품(622)	19	9.0	2.0
총 계		1,330	6.6	-	총 계		942	3.6 ↓	-

자료: 한국무역협회, '25년 11월

- (수입) '25년 1~9월, 한국의 對중국 10대 수입 주력 품목(총 수출의 45.4% 비중) 중 5개 품목이 전년 동기 대비 수입액 증가
 - * (증가) 반도체(+0.2%), 산업용 전기기기(+8.3%), 의류(+7.3%), 무선통신기기(+2.7%) 등
 - (감소) 컴퓨터(-0.1%), 정밀화학원료(-25.3%), 건전지 및 축전지(-4.1%), 철강판(-21.9%) 등

한국의 對중국 10대 수입 품목 동향

(단위: 억 달러, %)

2024년						2025년 1~9월(누계)					
순위	품목명(MTI)	수입액	증감률	비중		순위	품목명(MTI)	수입액	증감률	비중	
1	반도체(831)	229	15.9	16.4		1	반도체(831)	168	0.2	16.0	
2	정밀화학원료(228)	74	47.8 ↓	5.3		2	컴퓨터(813)	49	0.1 ↓	4.7	
3	컴퓨터(813)	65	0.8 ↓	4.6		3	정밀화학원료(228)	45	25.3 ↓	4.3	
4	산업용 전기기기 (842)	53	0.3 ↓	3.8		4	산업용 전기기기(842)	42	8.3	4.0	
5	무선통신기기(812)	49	14.9 ↓	3.5		5	의류(441)	37	7.3	3.5	
6	의류(441)	48	10.1	3.4		6	무선통신기기(812)	33	2.7	3.1	
7	건전지 및 축전지 (835)	44	47.6 ↓	3.1		7	건전지 및 축전지 (835)	30	4.1 ↓	2.9	
8	철강판(613)	41	2.3 ↓	2.9		8	철강판(613)	25	21.9 ↓	2.4	
9	농약 및 의약품(226)	31	0.9 ↓	2.2		9	자동차 부품(742)	24	10.6	2.3	
10	자동차 부품(742)	30	8.0	2.1		10	농약 및 의약품(226)	23	1.0 ↓	2.2	
총 계		1,399	2.1 ↓	-		총 계		1,049	1.3	-	

자료: 한국무역협회, '25년 11월

□ 우리 기업 주요 수출 성공 사례



선박용 조타기(Steering Gear) 생산기업 H사(상하이 W조선소에 수출 성약)

- 제품의 비교우위
 - 동사는 전동식 및 하이브리드형 조타기에 차별화된 경쟁력 보유
 - 최근 중국 내 중소형, 특수선박 수주가 증가함에 따라 동사의 제품 수요 및 수주 증가 추세
- 필수 인증 : 국제해사기구(IMO) 및 IACS(국제선급연합)의 조타기 관련 인증 필수
- 성약 소요기간 : 최초 수주 후 약 18~24개월 소요
- 바이어 발굴 경로 : 상하이 W조선소는 중국 3대 조선소 중 하나로, 「한-중 친환경 조선기자재 GP상담회」(25년 5월/상하이) 개최 시 현지 기관 '상하이선박해양공학회(SSNAME)'와 협업하여 발굴
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 최근 국제해사기구(IMO)의 친환경 규제 강화로 노후 선박의 교체 수요 증가, 글로벌 물동량 증가 등으로 조선업 슈퍼사이클 도입
 - 상하이를 포함한 화동지역은 중국 선박 건조량의 74%를 차지
 - 글로벌 경쟁력 및 레퍼런스를 갖춘 한국 조선기자재 업체의 중국 조선시장 밸류체인 진입 적극 지원 필요



조선기자재 국내 기업 D사, 제품 스펙 밀착 대응을 통해 글로벌 기업 B사에 납품 성사

- 제품의 비교우위
 - D사는 선박이나 해양플랜트 등에 액체, 기체, 전기 등의 이송으로 사용되는 정밀 튜브 제조기업으로 다양한 제품군을 보유하고 있으며, 글로벌 기업에 납품 이력이 있음
- 필수 인증 : CCS(중국선급사) 선급 인증
- 성약 소요기간 : 10개월
- 바이어 발굴 경로
 - 칭다오무역관은 글로벌 기업 B사의 초대형 원유운반선 프로젝트 추진을 위한 선박용 튜브 수요를 발굴, 기업 요구 조건 중 글로벌 기업에 공급 이력이 있고, CCS 승인을 받은 D사를 추천('24년 7월)
 - B사에서 D사의 제품에 대해 관심을 표명하고, 칭다오무역관이 추진한 '2024 한-산동성 조선해양 파트너링 상담회'에 비즈니스 미팅 추진('24년 8월)
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - D사는 B사 프로젝트에 최적화된 제품 추천뿐만 아니라 B사에서 납득할 수 있는 제작(길이), 포장 방식 등을 제시해 9만 2천 달러 규모의 제품 납품 성사('25년 2월)
 - B사의 까다로운 요구 조건에 대해 하나씩 개별적으로 대응하는 것이 아닌 제품 스펙, 제작 및 포장 방식 등 종합적인 솔루션 제공으로 접근해 납품 성사까지 이루어짐



소재·부품·장비 기업 D사, 중국 S사에 수출 성약

- 제품의 비교우위
 - 글로벌 에너지 기업의 부품 공급사로 해외 발전 프로젝트에도 다수 참가하는 등 품질·안정성 검증 완료
 - 글로벌 선박엔진 제조사 M사, W사에 등록된 부품사로 선박엔진 수리 및 점검 시 스페어 부품 공급 가능
- 필수 인증 : 없음
- 성약 소요기간 : 1년
- 바이어 발굴 경로 : 해양·에너지 산업 분야 주요 업체 및 기관이 참가하는 전시회 현장에서 중국 국유 조선소 산하 조선기자재 에이전트 발굴 및 상담 진행 후 자재 공급 중
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 에너지 발전, 건설·기계, 선박엔진 등 산업별 경기 변동 및 시장 수요 변화에 탄력적으로 대응
 - 중국 조선소의 선박 건조 및 수주 급증에 따른 신규 수요 포착 후 중국 현지 전시회·상담회 적극 참가



활성탄소 생산기업 S사, 중국 D사에 활성탄소 700만 불 수출 기대

- 제품의 비교우위
 - 동사는 '22년 한국화학연구원을 통해 석유 정제 부산물을 활용하여 활성탄을 제조하는 원천기술*을 이전받아 상용화시킨 바 있음
 - * 동 기술은 전 세계에서 일본만 구현이 가능했으나, 기존 일본 기술 대비 15% 이상 효율이 향상된 독자 기술
- 바이어는 배터리 음극재 생산 기업으로, 기존 음극재용 흑연에 활성탄 코팅으로 배터리 용량 향상(최대 3~4배) 기대
- 필수 인증 : 배터리 안정성 확보를 위한 실증 테스트 필수
 - * 현재 S사의 샘플을 수령하여 바이어 측에서 실증 테스트 진행 중
- 성약 소요기간 : 샘플 테스트 후 약 12개월 소요
- 바이어 발굴 경로 : 「2024 한-중 복합소재 GP상담회('24년 9월/상하이)」 개최 시 협력 기관인 '중국복합소재 산업협회' 협업 하에 발굴 및 매칭
 - 한국은 전북을 중심으로 탄소복합재 산업 집중 육성을 통한 경쟁력을 있는 기업을 다수 확보하고 있음
 - 중국은 복합소재 시장 기준 수요량 글로벌 Top 1위로, KOTRA를 통한 지속적 대중국 해외 마케팅 지원 필요



에듀테크 C사, 교육콘텐츠 무체물 수출 성약

- 제품의 비교우위
 - 국내 교육 사업을 통해 25년 이상 축적된 경험과 데이터를 바탕으로 자체 개발한 인공지능(AI) 기반 평가 시스템과 차별화된 교육 커리큘럼 제공
- 필수 인증 : CIP(图书在版编目, 출판물 관리를 위한 중국 데이터베이스 고유번호) 발급
 - * 중국 현지 출판에 필요한 ISBN, CIP 획득 후 자체 개발한 교재 제작 및 판매·유통 가능
- 성약 소요기간 : 5년 이상
- 바이어 발굴 경로 : 국내 성공 사례 기반 현지 유명 교육기업, 출판사, 교육기관과 네트워크 구축 후 협작 파트너 선별
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 학습자에게 필요한 온라인 교육 콘텐츠 외에도 해외에서도 활용할 수 있는 교수법 및 교수자 양성 프로그램, 학습 관리시스템을 포함해 솔루션 형태로 제공하는 B2B 중심의 비즈니스 모델
 - 도시 규모, 소득, 교육 수준에 따른 시장 세분화 및 지역별 파트너 선별에 따른 서비스 이용 고객 확보



눈 건강 의료기기 I사, 지사화 사업을 통해 중국 시장 첫 진출 및 사업 기회 확대

- 제품의 비교우위
 - 눈 건강 및 시력 교정을 위한 눈 운동 기구, 시력 저하 예방·개선을 위한 눈 관리 제품 및 서비스 제공
- 필수 인증 : 없음
- 성약 소요기간 : 1년
- 바이어 발굴 경로 : 국내 기업 I사는 현지 '안경전시회'를 참가하여 바이어(AIYANZUN)를 처음 만났으며, 텐진무역관 지사화 신청을 통해 바이어와 교류 시작
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 중국의 눈 건강에 대한 중요성 확대와 함께 사교육 열풍 등으로 학생들을 대상으로 눈 건강에 대한 관심도가 상승함. '25년 중국 내 초등학생의 근시율이 35.6%에 이르며 시력 문제의 저연령화 추세가 두드러짐
 - 또한, 최근 스마트폰 사용이 일상화되면서 눈 건강에 대한 관심이 높아진 중국 소비자들에게 기존의 안경이나 시력 수술과 차별화된 간편한 눈 건강 관리를 할 수 있는 눈 건강 의료기기의 소비 성장성이 높다고 판단
 - 중국 정부의 '야외 활동 2시간' 권고 정책 등 정부 차원의 공공 건강 정책과 연계한 마케팅을 강화하고, 온라인 플랫폼을 통한 체험 캠페인이나 눈 건강 세미나 등을 통해 제품의 효과와 필요성을 직접 어필하는 전략 시행
 - 눈 건강 의료기기 I사는 텐진무역관 지사화 사업을 통해, '23년 \$17,000 수출을 시작으로 중국에 첫 수출, '25년 9월 기준 \$18,000 대로 수출을 달성



수산가공품 제조 수출초보기업 N사, 대중수출액 3배 증가

- 제품의 비교우위 : 시장에서 대체재를 찾기 힘들 정도로 독보적인 수입식품
 - (현황) 바이어는 중국의 일본산 수산물 수입 금지에 따라 '24년 일본산 상온게맛살 제품을 한국산 제품으로 한 차례 대체했음. 그러나 기존 생산기업의 품질 이슈 등으로 새로운 한국 기업 발굴이 필요했음.
 - (지원) 선전무역관은 수협 홍콩센터와 협업해 상온게맛살 기업을 발굴하고 직접 이메일 및 유선으로 접촉해 수출 가능 여부를 문의함. 국내 기업으로부터 제조 가능하다는 답변을 받은 이후, 선전무역관은 국내 기업-바이어 간 온라인 화상상담(3월, 5월), 샘플 배송(4~5월), 계약서 체결(5월 20일), 바이어 발주(5월 21일), 선적(6월 28일) 등 수출 전 과정을 밀착 지원해 성약(달러 35,942)을 창출함.
- 필수 인증 : 중국 해관에 수입식품 외국생산기업 등록, 수입식품 위생증명 필요
- 성약 소요기간 : 약 6개월
- 바이어 발굴 경로 : 기존 무역관 네트워크를 통한 발굴
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 현지 시장에서 발생하는 이슈(수출 경쟁국 현황 등)를 수시로 파악해 수출 기회를 적기에 잡는 것이 중요
 - 수출 기회를 적기에 파악한 뒤로는 바이어의 니즈에 적합한 제품을 신속하게 발굴하는 것이 매우 중요하며, 이 과정에서 국내 전문 협단체 등과 협업하여 좀 더 효율적으로 국내 기업을 발굴할 수 있음



뷰티 국내 기업 B사, 현지 맞춤형 브랜딩과 디지털 마케팅으로 수출 승승장구!

- 제품의 비교우위
 - B사는 자연주의 클렌징 제품 및 기초 화장품 전문기업으로, '깨끗하고 건강한 루틴' 이미지와 합리적인 가격대를 내세워 젊은 소비층을 타깃으로 마케팅 활동을 전개함
- 필수 인증 : NMPA(중국국가약품감독관리국)에 화장품 등록
- 성약 소요기간 : 2개월
- 바이어 발굴 경로
 - '24년 상반기 '붐업코리아'('24년 4월) 및 칭다오무역관의 '1무역관 1유통망 지원사업'('24년 4~12월) 참가, 오무역관에서 발굴한 더우인 유력 바이어인 W사와 매칭 상담
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - '24년 5월 W사와 총판 계약 체결 후 더우인 입점 및 인플루언서 마케팅을 추진해 '24년에는 48만 달러, '25년 8월 기준 53만 달러 수출 성사
 - B사 브랜드의 고가성비 이미지와 디지털 마케팅은 구매 의사결정이 SNS와 속품 콘텐츠에 의해 즉각적으로 이루어지고, 가격 대비 효율을 따지는 중국의 젊은 소비층을 유인하는 '킥 포인트'임



뷰티 국내 기업 R사 피부관리제품, 현지 Y사에 수출 성약

- 제품의 비교우위
 - 기존 피부 리프팅 제품과 달리 액체 타입으로 개발되어 사용 편리하며, 중국 내 뷰티 디바이스 대비 품질이 좋고 KC·CE 인증 기반의 안전성도 보유. 또한 사용자 맞춤형 기술을 적용해 제품 차별성 확보
- 필수 인증 : CFDA 의료기기 등록 필수. KC·CE·ISO13485 등 국내외 인증 보유로 기술 및 품질 신뢰성 확보
- 성약 소요기간 : 6개월
- 바이어 발굴 경로 : 하얼빈 국제무역박람회에 참가하여 피부미용 분야 바이어와 네트워크 구축
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 중국 내 의료미용기기 시장은 프리미엄 제품 중심으로 재편 중으로, 기술력과 인증에 기반한 신뢰성 확보가 성공의 핵심 요인으로 단순 판매보다 현지 유통 파트너와의 장기 협력 체계 구축 및 A/S·교육 지원 등 사후관리 역량 강화가 시장 확장의 관건
 - 수출 기업은 현지에서 파트너와 에스테틱 습 운영 추진 중. 현지 에스테틱 습 운영을 통해 고객 접점을 넓힘으로써 프리미엄 이미지 강화 및 충성 고객 확보가 가능

□ 주요 경쟁국 동향

중국의 최대 교역국/지역 순위 변화 추이

순위	2025년 1~9월	2024년	2023년	2022년	2021년	2020년
1	미국	미국	미국	미국	미국	미국
2	홍콩	한국	일본	한국	일본	일본
3	한국	홍콩	한국	일본	한국	한국
4	일본	일본	홍콩	대만	홍콩	홍콩
5	대만	대만	대만	홍콩	대만	대만

자료: 중국 해관총서, '25년 10월

- (미국) '25년 1~9월 미·중 교역액은 4,258억 2,000만 달러로 전년 동기 대비 15.6% 감소
 - '24년 미·중 교역액은 6,882억 8,000만 달러로 전년 대비 3.7% 증가
 - * (대미 수출 품목) 기계전자제품(스마트폰, 노트북, 통신/음향장비 등)이 총 수출액의 41.5%, 완구·가구 등이 12.3%
 - * (대미 수입 품목) 기계전자제품(집적 회로와 반도체 제조 장비 및 부품)이 총 수입액의 23.2%, 농축산식품이 16.3%, 에너지 제품(원유, 액화천연가스, 석탄 등)이 주요 수입 품목)이 14.1%

- (일본) '25년 1~9월 대일 교역액은 2,358억 6,000만 달러로 전년 동기 대비 5.0% 증가
 - '24년 중·일 교역액은 3,082억 7,000만 달러로 전년 대비 3.0% 감소
 - (對일 수출 품목) 기계전자제품(스마트폰, 노트북, 통신/음향장비 등)이 총 수출액의 41.1%, 방지·신발·의류 제품이 11.8%, 완구·가구 등이 6.9% 감소
 - (對일 수입품목) 기계전자제품(집적회로와 반도체 제조 장비 및 부품)이 총 수입액의 43.3%, 화학품 및 화공품이 13.1%, 금속 및 관련 제품이 8.6%

〈중국-미국, 중국-일본 교역 추이〉



자료: 중국 해관총서, KOTRA 상하이무역관 정리, '25년 11월

□ 수입 금지 및 제한 조치

- (일반) 중국은 '24년부터 화학품, 화학공업 및 전기기계, 수은 첨가제품 분야를 중심으로 신규 수입 금지 및 제한 규제 시행

'24~'25년 주요 수입 금지 및 제한 조치 현황

품목	주요 내용
화학품	<ul style="list-style-type: none"> 공고명 : 수입 금지 품목(제9차)(禁止进口货物目录(第九批))('24년 1월 1일) 발표부처 : 상무부, 해관총서, 생태환경부 내용 : 단쇄염화파라핀, 디브롬디페닐에터, PFOS 계열 등이 수입 금지 목록에 포함. 단, 실험실 규모의 연구 혹은 표준 참조용으로 수입하는 경우는 제외
화학공업 및 전기기계	<ul style="list-style-type: none"> 공고명 : 수입 허가 관리 화물 목록('24년)(进口许可证管理货物目录(2024年)) 발표부처 : 상무부, 해관총서 내용 : '24년 1월 1일부터 오존층 파괴 물질과 중점 관리 대상 중고 기계·전기제품 두 가지 범주를 관리 대상으로 함
수은 첨가제품	<ul style="list-style-type: none"> 공고명 : <진공 펌프 등 수은 첨가 제품 8종 제조·수출입 통제에 관한 공고(关于发布汞真空泵等8种类添汞产品和牙科汞合金管控要求的公告))('24년 10월 14일) 발표부처 : 중국 생태환경부(生态环境部), 상무부(商务部), 해관총서(海关总署) 등 17개 부처 내용 : '25년 12월 31일부터 수은 첨가 제품 8개 품목 수출입 통제 <ul style="list-style-type: none"> * 소형 형광등, 전자 디스플레이용 형광등, 스트레인플레이트, 타이어 밸런스와 휠 밸런스, 사진 필름과 인화지 등

자료: 중국 해관총서, KOTRA 상하이무역관 정리, '25년 8월

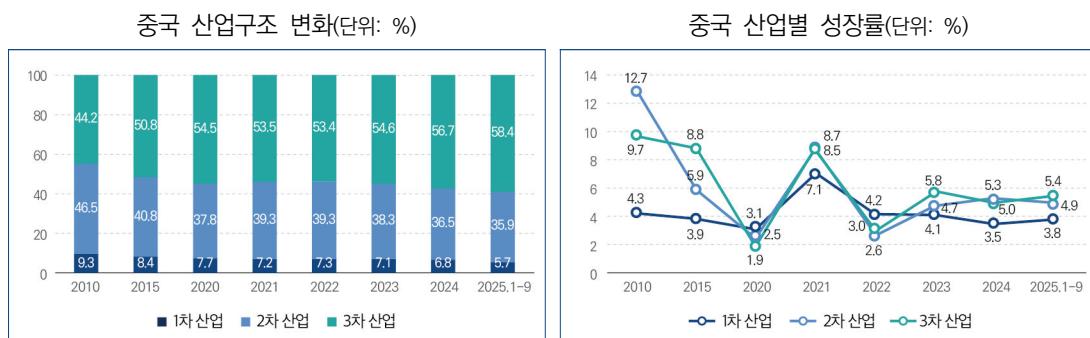
- (對韓 수입 규제) 식품 중 소고기, 조류 등은 수입 금지 범위에 포함되며, 일부 강철, 니트릴, 스티렌 등은 반덤핑 관세 징수 지속
 - (식품) 전염병 방역 등의 이유로 한국산 포함 일부 국가 쇠고기 제품의 중국 수출 금지. 또한, '25년 11월 6일 해관총서가 업데이트한 동물 및 제품 수입 금지표에서 한국 조류 및 관련 제품은 여전히 수입 금지 범주에 포함
 - * 단, 삼계탕(열처리완제품)의 경우 등록업체 한정 수입 허용
 - (강철) '25년 7월 1일, 한국산 스테인리스 강괴 및 스테인리스강 열연판에 대한 반덤핑 관세 5년 연장 확정(중국 상무부 2025년 제33호 공고)
 - * (한국 관세율) POSCO 23.1%, 그 외 기업 103.1%
 - (기타 국가 관세율) EU 43%, 영국 43%, 인도네시아 20.2%
 - (니트릴) '24년 11월 8일, 한국과 일본의 수입 니트릴 고무에 대한 반덤핑 관세 부과 5년 연장 공표(중국 상무부 2024년 제48호 공고)
 - * (한국 관세율) 12.0~37.3%, (일본 관세율) 16.0~56.4%
 - (스티렌) '24년 6월 21일, 한국, 대만, 미국의 수입산 스티렌을 대상으로 반덤핑 판정과 함께 기업별 반덤핑 관세 발표(중국 상무부 2024년 제24호 공고)
 - * (한국 관세율) HANWHA TOTAL PETROCHEMICAL 6.2%, LOTTE CHEMICAL 7.5% 등
 - (기타 국가 관세율) 대만 Formosa Chemicals And Fibre Corporation 3.8%, 미국 Lyondell Chemical Company 13.9%, Westlake Styrene LLC 13.7% 등

다. 산업

□ 주요 산업 개요

- (산업구조) 중국 경제 내 서비스업 중심의 성장 심화
 - '25년 9월까지 1차(농업), 2차(제조업), 3차(서비스업) 산업이 GDP에서 차지하는 비중은 각각 5.7%, 35.9%, 58.4% 기록
 - 전년 동기 대비, 농업은 6.8%에서 5.7%까지 비중이 감소하였으며, 제조업은 36%대의 안정을 유지하고, 서비스업은 56.7%에서 58.4%로 확대
 - 서비스·경험 소비로의 소비 고도화, 디지털 경제 확대, 정부 정책 등 요인에 따라 중국의 3차 산업 비중 증가세

〈중국 산업구조 변화(좌), 산업별 성장률(우)〉



자료: 국가통계국, '25년 10월

- (첨단산업) '중국 제조 2025', '신질생산력(新质生产力)' 등 정부 정책 추진에 힘입어 중국 첨단산업(△ 신에너지차, △ 반도체, △ 저공경제, △ 로봇 등) 성장세 뚜렷

① 중국 첨단산업 경제 확장

- '25년 3분기 기준 첨단 제조업의 부가가치는 전년 대비 9.6% 증가, 전체 규모 이상 산업 성장에 대한 기여율이 24.7%에 달함
- '25년 3분기 기준 첨단산업 매출 수익은 전년 대비 15.2% 증가, 특히 집적회로, 로봇, 드론 제조 판매수익이 전년 동기 대비 각각 17%, 21.7%, 69.8% 증가

※ 신질생산력(新质生产力)

- (신질생산력) 중국 정부에서 강조하는 新생산 역량으로, 과학기술 기반의 고부가가치 생산능력을 의미
- (주요 방향) '25년 3월, 양회(兩會)는 고품질 발전의 핵심정책 방향으로 신질생산력(新质生产力)을 명확히 제시하며, △ 내수 확대, △ 기술 자립·자강, △ 자립형 공급망 추구, △ 생산요소 효율화 강조
- (금융 지원) 중국인민은행은 과학기술 혁신 및 기술 개조를 위한 재대출 정책을 최적화하고, 중소 기술기업을 대상으로 한 재대출 프로젝트 지원 규모 확대('24년 5,000억 위안 → '25년 8,000억~1조 위안)
 - * '24년 은행이 5,000여개의 과학기술 기업과 1,150억 위안 규모의 대출 계약을 체결하고 약 500억 위안을 발급, 동시에 2만 2,000개의 설비 간접 프로젝트 진행
- 과학기술 혁신이 이끄는 구조를 최우선으로 하며, 경제의 '규모확장'에서 '질적제고' 추구

첨단산업의 주요 정부 정책 및 관련 산업 성장세

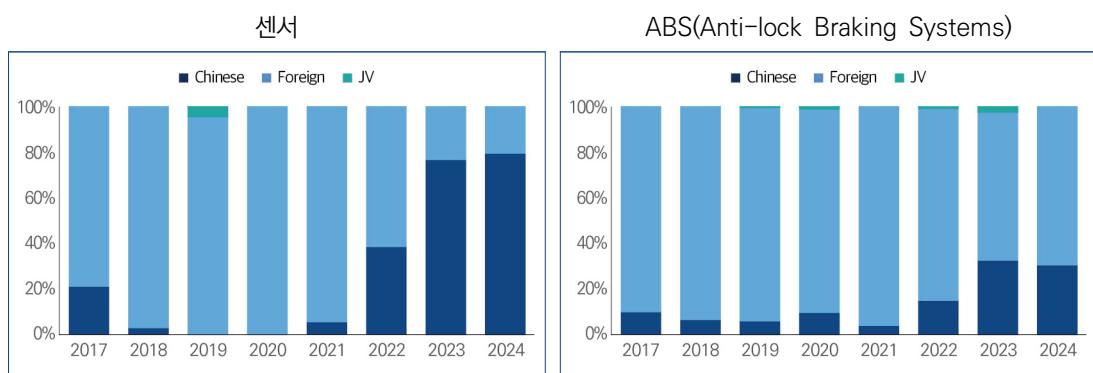
산업	최근 정부 지원 내용	관련 산업 성장세
신에너지차	<ul style="list-style-type: none"> 자동차 이구환신 보조금 시행세칙('24년 4월) 신에너지차 산업 발전계획('20년 11월) 	<ul style="list-style-type: none"> '25년 1~3분기 중국 자동차의 신에너지차 글로벌 판매량은 전년 대비 19.4% 증가하며, 신차 총 판매량의 46.1% 차지
반도체	<ul style="list-style-type: none"> 국가집적회로산업 투자기금 3기 설립 (총 3,440억 위안 규모)('24년 5월) 반도체 및 소프트웨어 기업 세제우대 정책 세부시행규정('21년 3월) 	<ul style="list-style-type: none"> '25년 1~3분기 중국 집적회로 제조, 전자전용재료 제조의 부가가치는 각각 22.4%, 20.5% 증가
저공경제 (드론)	<ul style="list-style-type: none"> 지방정부 저공경제산업 고품질 발전 방안('24년) 무인항공기 비행관리 임행조례('23년 6월) 	<ul style="list-style-type: none"> '25년 1~3분기 중국 무인항공기 제조업의 부가가치는 전년 대비 59.9% 성장
로봇	<ul style="list-style-type: none"> 인간형 로봇 혁신 발전 지도의견('23년 10월) 로봇+응용실행안 정책 발표('23년 1월) 	<ul style="list-style-type: none"> '25년 1~3분기 중국 산업용 로봇(59.5만 대)과 서비스 로봇(1,350만 대) 생산량은 각각 29.8%, 16.3% 증가

자료: 중국정부망, 중국교통관리국, 중상산업연구원, 국가통계국, 상하이무역관 정리, '25년 11월

② 자동차, 반도체 등 산업에서 중국 자급률을 상승 추세

- TrendForce에 따르면, 중국은 △포토레지스트 제거, △세정, △에칭 장비의 자급률이 비교적 높으며, △CMP, △열처리 및 박막 증착 분야에서도 몇 년간 발전을 이룸
* 포토레지스트 저가형 자급률은 75~90%이며, 세정은 50~60%, 에칭 숙성 공정은 50~60% 수준
- 자동차 부품, 지난 3년간 최첨단 부품을 포함한 광범위한 부품(자동차 내외장, 자동차 유리, 센서 등)에 대해 중국 공급업체 소싱 빠르게 증가
- 단, △엔진 및 제어시스템, △ABS 등 일부 핵심 기술은 여전히 다국적 기업이 주도

〈'17~'24년 중국 내 자동차 부품 소싱 다변화 추이〉



자료: Rhodium Group, 상하이무역관 정리, '25년 8월

③ 인공지능과 산업 간 융합 강화

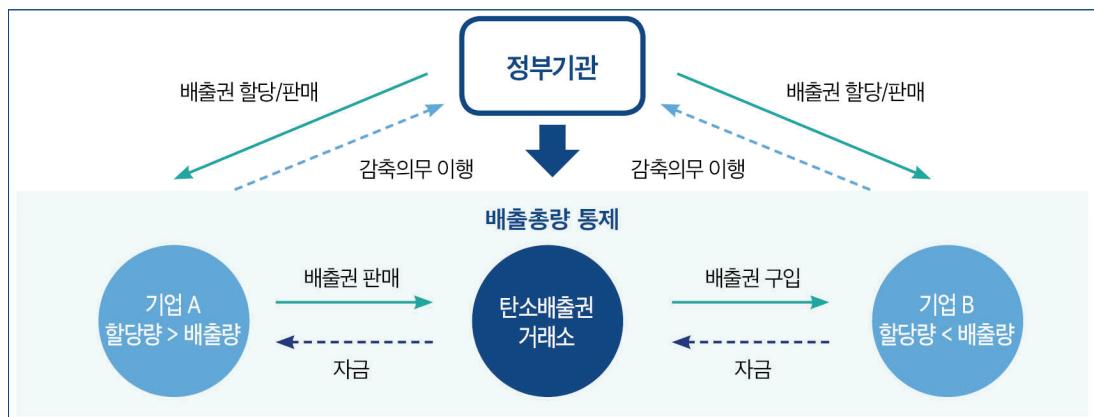
- '25년 3분기 기준, 전국 기업의 디지털 기술 조달 금액은 전년 동기 대비 10.6% 증가
- '25년 3분기 기준, 디지털 제품 제조의 부가가치는 전년 동기 대비 9.7% 증가
- '25년 9월, 전국적으로 3만 5천여 개의 기초급 스마트 공장, 120여 개의 선진급 스마트 공장, 230여 개의 우수급 스마트 공장 완공

* 중국 공신부 등 발표한 <2024년도 스마트 공장 단계적 육성 행동에 관한 통지>에 따라 △ 기초급(디지털 개조), △ 선진급(디지털 전환), △ 우수급(인공지능 등 첨단기술 도입), △ 선도급(미래 제조 모델)으로 구분

• (탄소 중립) '60년 탄소 중립을 목표로 중국의 탈탄소 흐름·정책 강화

- '24년 말 기준, 풍력과 태양광 발전 설비용량은 총 1,406GW에 달하며, 이는 전체 발전설비의 약 42%를 차지하는 수치
 - * 재생에너지 발전 설비가 빠르게 확대되며 '30년 목표였던 풍력·태양광 발전 설비 용량(1,200GW) 조기 달성
- '21년 7월 출범한 중국의 탄소배출권(ETS, Emissions Trading System) 시장은 세계 최대 규모이며, 추후 강철·시멘트·알루미늄 제련사업으로 ETS 적용 대상 확대 예정
 - * 중국 전국 통일 탄소배출권 거래제도(ETS)는 약 2,200개의 발전기업 포함
 - * '25년 3월, 생태환경부는 강철, 시멘트, 알루미늄 제련산업을 ETS에 포함할 계획을 발표, 약 1,500개 기업이 새로 추가돼 범위가 더 확대될 것으로 예상

〈중국 탄소배출권 거래제도〉



자료: 국진증권연구소(国金证券研究所), '25년 7월

- (내부 경쟁 과열(內卷)) 산업 전반에서 과잉 투자와 동종 업계 간 저가 경쟁이 확대되며 기업 총 이윤 감소 현상 발생, 중국 정부 소모적인 가격 경쟁 적극 대응 시사
 - '24년 일정 규모 이상 공업기업의 총 이윤은 감소했으며, 매출과 이윤의 괴리 심화가 산업 전반의 과열 경쟁 상황 반영
 - '24년 7월 중앙정치국회의에서 '소모적 가격 경쟁' 방지가 처음으로 언급되었으며, '25년 7월
 - △ 소모적 가격 경쟁 억제, △ 낙후 생산능력 퇴출, △ 품질 향상 등 방향 제시
 - 산업계, '소모적 가격 경쟁' 방지를 위한 자발적 조치 확산
 - * (자동차) 폭스바겐, BYD, 샤오미 등 17개 기업 "대금 지급 기한 60일 미만" 협약 체결
 - (태양광) '25년 7월부터 주요 기업 30% 생산 감산 계획

〈일정 규모 이상 공업기업 이익총액 및 매출액 누적 증감률율〉



자료: 국가통계국, '25년 10월

□ 현지 주요 산업 최근 동향

① (인공지능) 중국 AI 산업은 기술 혁신, 정책 지원 등을 바탕으로 급성장

- (성장세) 중국은 글로벌 2위 AI 시장으로, '24년 중국 AI 시장 규모는 2000년 대비 200% 이상 증가한 2,800억 위안 기록
 - 중국 인공지능 산업 규모는 '35년까지 1조 7,295억 위안으로 확대 전망이며, 연평균 복합성장률 (CAGR)은 15.6% 예상(싸이디컨설팅, '25년 1월)
 - 특히, 중국 생성형 AI 산업 규모는 '23년 141억 위안에서 '24년 294억 위안으로 성장했으며, '25년 500억 위안 전망(iiimedia research, '25년 4월)
 - '24년 6월 기준, 중국 내 생성형 AI 제품 사용자 수는 약 2억 3,000만 명으로 전체 인구의 16.4% 수준, 향후 성장 잠재력 보유 시사(중상정보망, '25년 4월)

- (기업 동향) '24년 .중국 AI 기업 수는 전 세계의 15%를 차지하며, 그중 유니콘 기업은 71개(텐센트, '25년 8월)
 - 대규모 언어 모델(LLM)의 비중은 36%로, 딥시크, 텐센트, 바이두, 바이트댄스 등 빅테크 기업이 개발 주도
- (기술 우위) 중국 AI 특히 출원은 세계 1위로, '25년 4월 기준 총 157만 6,000건 출원하며 전 세계 출원량의 38.6% 차지(세계지적재산권기구(WIPO), '25년 8월)
 - '24년 글로벌 생성형 AI 특히 4만 5,000건 중 약 2만 7,000건이 중국 기업 소유이며, 이 중 절반 이상이 응용 기술 분야(중국 공업정보화부(工信部), '25년 8월)
 - AI 특허는 생성형 AI, 딥러닝, 자연어 처리(NLP) 등 핵심 기술 분야를 포함하며, AI+ 제조 분야에서 특히 급증
- (정책 지원) '24년 「인공지능+」 개념을 처음으로 제시하며, 산업과 AI 간 통합 강조
 - '25년 3월, 제조업·서비스업 등 분야에서 대규모 언어 모델 기술 응용 촉진 강조
 - '25년 6월, 중국 공업정보화부는 「인공지능+제조」를 발표하여 중점 산업의 스마트 제조 기반 구축을 강조했으며, 100개 도시의 시범사업 가속화 예정
 - '25년 82억 달러 규모의 국가 AI 기금 출범

중국의 AI 산업 육성 정책 변화

도입	확장·감독	융합
차세대 AI 발전계획('17년)	14차 5개년 계획('21년)	인공지능+액션플랜('24년)
<ul style="list-style-type: none"> AI를 국가 핵심 산업으로 공식화한 최초의 중앙정부 종합계획 차세대 AI 발전 전략목표 설정 <ul style="list-style-type: none"> - '20년, 세계 선진 수준 도달 - '25년, 산업 전반 AI 융합 - '30년, 세계 최고 AI 강국 도약 	<ul style="list-style-type: none"> 차세대 인공지능을 국가 전략기술로 명시 다양한 산업에서의 AI 시나리오 도입 및 적용을 지원 윤리적 사용을 위한 감독규제 조치 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 산업 분야에서 생성형 AI의 혁신적인 사용 장려 알고리즘 제출 시스템 강조, 산업 발전의 표준화

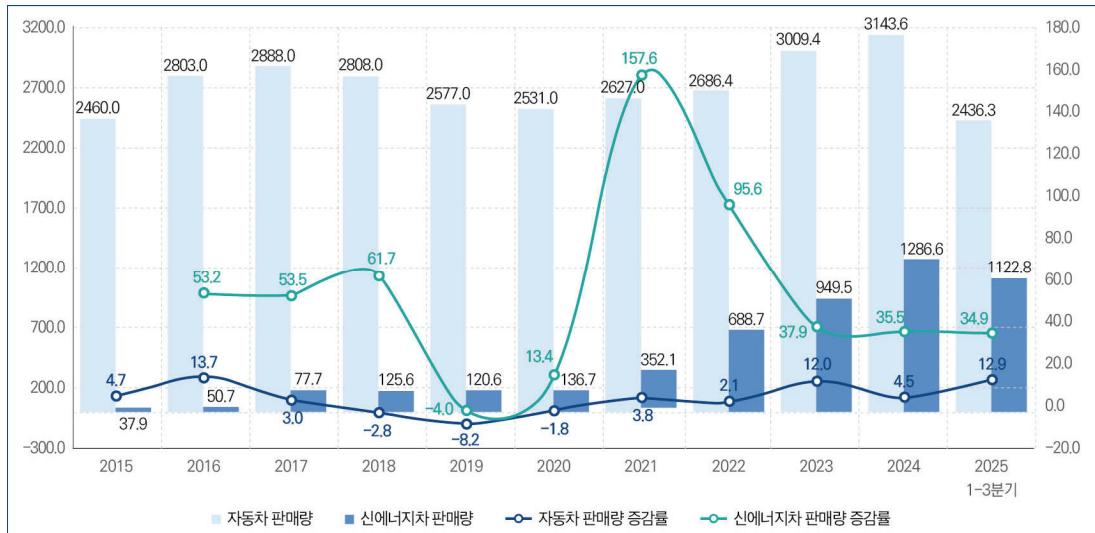
자료: 중국 중앙정부 포탈, KOTRA 상하이무역관 정리, '25년 8월

② (자동차) 로컬차·신에너지차 중심의 산업 고도화 지속되며, 자율주행 가속화

- (판매량 증가) 정부의 이구환신(以旧换新, 노후차 폐차·교체 보조금) 정책을 바탕으로 자동차 판매량 증가 지속, 로컬차 중심의 신에너지차 침투율 가속화
 - '25년 1~3분기, 중국 자동차의 글로벌 판매량은 2,436만 3,000대(전년 동기 대비 12.9% 증가), 신에너지차는 전체 자동차 신차 총 판매량의 46.1% 차지(전년 동기 대비 19.4% 증가)
 - '25년 1~3분기 중국 로컬브랜드 승용차 판매량은 1,465만 1,000대(전년 동기 대비 22.9% 증가), 국내 승용차 시장 점유율 69%를 기록하며 전년 대비 5.1%포인트 상승
- * 신에너지차 도매시장에서 BYD는 시장점유율 30.8%로 1위 차지(2위 자리 11.2%, 3위 창안 6.1%)

〈중국 자동차 및 신에너지차 글로벌 판매량 현황〉

(단위: 만 대, %)



자료: CAAM(중국자동차공업협회), CPCA(중국승용차협회), '25년 11월

※ 中 정부의 자동차 소비 촉진 정책

- '24년 3월, 중앙정부 <이구환신(가전·자동차·디지털제품 대상 구형제품 교체보조)> 정책 발표·시행
 - * 신에너지차 또는 연료자동차 폐차·매입 시 보조금 1~2만 위안, 차량취득세 면제 등
- '25년 3월, <소비 진작 특별 행동 방안(提振消费专项行动方案)> 발표하며 기존 이구환신 정책 지속·강화, 3000억 위안 보조금을 투입하여 소비 촉진 체계를 구축
 - * '25년 1~5월, 중국 내 자동차 이구환신 보조금 신청 총 건수 412만 건 기록
- '25년 6월, 상무부 「2025년 천현만진(千县万镇) 신에너지차 소비 시즌 활동 통지(关于组织开展2025年新能源汽车消费季活动的通知, '25년 6월 발표)」 통해 자동차 소비행사 통합 추진
 - * 이구환신 연계 차량 보조금, 중고차 유통 활성화, 농촌 지역 충전 인프라 확대 등 추진

- (수출 고성장) 신에너지차가 수출의 핵심동력으로 부상하며 수출 고성장세 지속
 - '25년 1~3분기 중국 자동차 수출량 495만 대로 전년 동기 대비 14.8% 증가, 이 중 신에너지차 수출은 175만 8,000대로 전대 동기 대비 89.4% 급증(CAAM(중국자동차공업협회))
 - * 동기간 순수전기차 수출 113만 대(+54.6%), 플러그인 하이브리드차 수출 62.8만 대(+217%) 기록
 - '25년 1~3분기 중국 자동차 수출 상위 3개국은 멕시코(41만 739대, 전년比 16.0% 증가), 아랍 에미리트(36만 7,796대, 전년比 59.0% 증가), 러시아(35만 7,708대, 전년比 58.0% 폭락)(텐센트)
- (자율주행 가속화) 정부의 정책적 지원 및 기술 발전에 따른 스마트커넥티드카 발전 가속화
 - 중국 정부는 자율주행 산업발전 촉진을 위해 ① 도입 ② 표준화 ③ 확장, 총 3단계에 걸친 정책을 꾸준히 제시

중국의 자율주행 산업 육성 핵심 3단계

도입	표준화	확장
중국제조 2025 중점분야 기술 로드맵('15년) 스마트카 혁신 발전전략('20년)	국가 IoV(Internet of Vehicles) 산업표준시스템 구축 지침('17년) 자동차 자율주행 등급 분류('20년)	스마트커넥티드카의 '차량-도로-클라우드 통합' 응용 시범 사업에 관한 통지('24년)
<ul style="list-style-type: none"> • 스마트커넥티드카 개념 및 발전 로드맵 제시 • 자율 주행 시범지역 설정 시작 <ul style="list-style-type: none"> - 상하이, 베이징/하베이성, 저장성 등 8개 지역 	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트커넥티드카 관련 기술 표준의 제정사업을 주도 • 자율주행 기술 수준에 따라 등급 분류 	<ul style="list-style-type: none"> • 클라우드 통합 응용시범사업 추진 계획 발표 • 응용 시범도시 20곳(베이징, 상하이, 선전 등) 발표

자료: 공업정보화부, 중국정부망, 상하이무역관 정리, '25년 8월

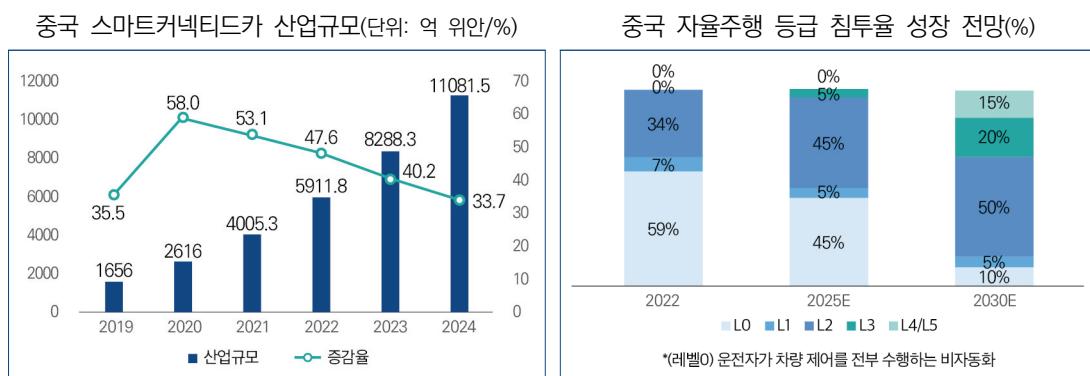
※ 중국 국가 자율주행 시범 사업 현황('24년 8월, 중국 공안부 교통관리국)

- (범위) 중국 50개 이상 도시에서 자율주행 도로 테스트 관련 시행 규칙 발표
- (라이선스) 자율주행차 테스트 라이선스 7,700개 이상 발급
- (도로개방) 자율주행차 테스트를 위해 32,000km 공공도로 개방

- △ 신에너지차의 보급률 증가, △ 인공지능 기술 급속 발전 등을 바탕으로 '24년 중국 스마트커넥티드카
산업 규모는 전년 대비 33.7% 증가한 1조 1,081억 위안 기록

* 스마트커넥티드카, Intelligent and Connected Vehicle, ICV 차량용 센서로 주변 환경을 감지하고 자동
제어하는 동시에 주변 인프라와 통신 가능한 스마트 차량을 의미

〈중국 산업구조 변화(좌), 산업별 성장률(우)〉



자료: 사이디컨설팅, iiMedia Research, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (저가 경쟁 심화) 신에너지차 시장 경쟁 격화 저가 경쟁 심화시키며, △ 업계 이익 하락 △ 저효율·저품질 등 문제 초래
 - '25년 1~5월, 해당 업계의 이윤율은 4.3%로 떨어졌고, 단차(單車)이익(완성차 1대당 평균 이익)은 '17년 2만 3,000위안에서 '25년 5월 1만 4,000위안으로 하락
 - '25년 6월, 자동차 협회와 규제 기관은 △ 산업 자율 이니셔티브 발표 △ 결제기간 단축 △ 생산 확대 일시 중단 등 무질서한 저가 경쟁 방지 움직임

③ (로봇) 로봇 산업 경쟁력을 기반으로 휴머노이드 발전 촉진

- (시장 규모) '25년 1~3분기 중국 로봇산업 매출액은 전년 동기 대비 29.5% 증가(국가통계국, '25년 10월)
 - '25년 1~3분기 중국 산업용 로봇(59.5만 대)과 서비스 로봇(1,350만 대) 생산량은 각각 29.8%, 16.3% 증가
 - '24년 중국 산업용 로봇 시장 판매량은 30만 2,000대를 기록하며 12년 연속 세계 최대 산업용 로봇 시장 유지
- (로봇 수출) 중국 산업용 로봇 수출 글로벌 2위 도약, 국산 로봇 해외 진출 가속화
 - 글로벌 제조업 스마트화 수요 확대를 바탕으로 신흥시장 중심의 수출 진행

'25년 상반기 중국 산업용 로봇 주요국 수출 동향 및 전년 동기 대비 증감률

(단위: 만 달러, %)

순위	나라	'25년 상반기 수출액	'24년 상반기 수출액	전년 동기 대비 증감률
1	베트남	8635.6	4034.5	114.0%
2	멕시코	5922.1	1580.1	274.8%
3	태국	5870.4	4028.5	45.7%
4	인도	5254.1	3098.4	69.6%
5	러시아	5021.3	2134.9	135.2%
6	미국	4830.9	3055.9	58.1%
7	폴란드	4436.7	240.3	1746.4%
8	한국	3711.9	3859.1	-3.8%
9	일본	2746.2	2187.2	25.6%
10	독일	2591.2	2673.5	-3.1%

자료: 계면신문(界面新闻), '25년 8월

- (휴머노이드) 중국 휴머노이드 로봇 시장 규모는 '23년 약 2억 5,000만 달러에서 '24년 약 3억 9,000만 달러로 증가
 - * 글로벌 휴머노이드 로봇 시장 규모는 '23년 22억 달러에서 '24년 34억 달러로 증가
- (성장 배경) △ 중국 정부 정책 지원 및 △ 투자·금융 규모 폭발적 증가는 휴머노이드 로봇 산업 급성장의 핵심 동력 제공
 - 중국 정부는 <중국제조 2025> 이후 부품·소재 국산화율 제고를 목표로 지원책 추진 중
 - 정부 주도로 휴머노이드 스타트업 및 관련 공급망 기업에 대규모 자금 지원
 - * '25년 상반기 중국 휴머노이드 로봇 업계는 87건의 투자를 통해 109억 위안(약 2조 원) 조달

중국 중앙정부 휴머노이드 관련 정책

발표시기	정책명	주요 내용
'15년 3월	<중국제조 2025>	<ul style="list-style-type: none"> • 로봇 산업 10대 전략적 육성 산업으로 제시 • 핵심 부품 국산화율 '25년까지 70% 달성을 목표
'17월 7일	<신세대 인공지능 발전계획>	<ul style="list-style-type: none"> • 생체모방 인지, 사람-기계 협업 등 핵심 기술 확보 • '30년까지 AI 기술 및 응용 상위 기술력 확보
'23년 11일	<휴머노이드 로봇 혁신발전 가이드라인>	<ul style="list-style-type: none"> • '27년까지 휴머노이드 안정적인 공급망 구축 • '25년까지 핵심 시스템 및 기술 양산 목표
'24년 3월	<휴머노이드 로봇 혁신발전 지도방안>	<ul style="list-style-type: none"> • '25년까지 생체모방, 인간 상호작용 등 기술 발전 목표 • '27년까지 산업, 민생, 특수 분야에 대규모 응용 추진

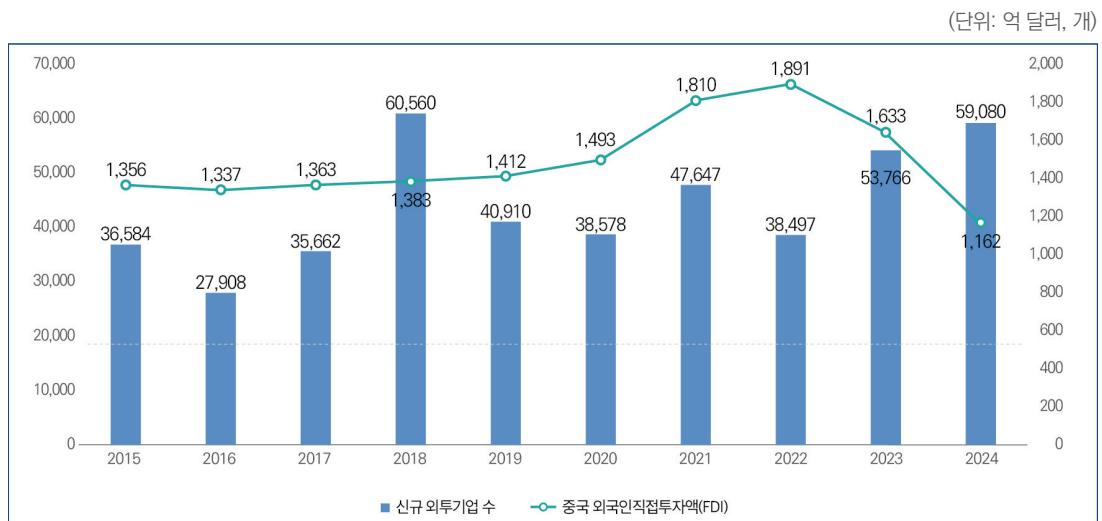
자료: 중국정부망, 상하이무역관 정리, '25년 8월

라. 투자

□ 외국인투자 동향

- '25년 1~9월 외국인투자유치 금액은 5,737억 5,000만 위안으로 전년 동기 대비 10.4% 감소하며 전년 대비 감소폭 둔화
 - 신규 외국인투자기업은 48,921개사로 전년 동기 대비 16.2% 증가했으며, 신규 외국인투자기업 중 49.1%가 광동(广东)에 투자
- '24년, 외국인투자유치 금액은 약 8,263억 위안(1,162억 달러)으로 전년 대비 27.1% 감소하였으며, 신규 외국인투자기업은 59,080개사로 전년 대비 9.9% 증가
 - * 업종별로는 서비스업(70.7%), 제조업(26.8%), 첨단 기술 제조업(11.7%) 順

〈중국 내 외국인직접투자(FDI) 규모 추이〉



자료: 국가통계국, '25년 2월

※〈참고〉 중국의 대외 투자 진출 현황

- '25년 1~9월 중국의 대외 직접투자 규모는 1,289억 3,000만 달러로 전년 동기 대비 3.6% 증가
- '24년 투자액은 1,627억 8,000만 달러로 전년 대비 10.1% 증가
- 투자금액 기준 분야별 규모는 임대 및 비즈니스 서비스(32%), 제조업(28%), 도소매(19%) 順

□ 현지 주요 투자 유치산업

- '25년 1~9월 서비스업 투자유치 금액은 약 4,109억 위안으로 제조업 투자유치 금액인 1,501억 위안의 약 3배를 기록
 - 전자상거래, 항공우주 장비, 의료기기 제조 등 하이테크 산업 자본 유입 지속
 - * 전자상거래 서비스(+155.2%), 항공우주장비(+38.7%), 의료기기 제조(+17%)
- 중국 정부는 '외국인투자 장려산업 목록'을 통해 외자유치 전략 산업을 공개하며, △ 세제혜택, △ 토지우선 배정, △ 수입관세 감면 등 각종 인센티브 제공
 - 최신 버전은 '23년 1월 1일부로 발효되었으며, 총 1,474개 항목
 - * 전국 519개, 중서부·동부지역 장려 목록 955개
 - '24년 말 개정 초안을 발표하였으며, △ 첨단 제조업, △ 현대 서비스업, △ 첨단 기술, △ 에너지 절약 및 환경보호 등 분야가 추가되며 총 항목 1,700개로 대폭 확대
 - * 현재 의견 수렴 절차를 거치고 있으며, '25년 중 정식 시행 예정
- 외국인투자 유치는 각 지역의 경제 고품질 발전을 이끌어가는 핵심 수단으로, 지방정부는 인공지능, 신에너지차 등의 첨단산업을 중점으로 투자 유치 추진

지방정부 첨단산업 투자 유치 현황

분야	주요 내용
인공지능	<ul style="list-style-type: none"> 광시(广西), '25년 대규모 투자 유치 사업에서 '인공지능+' 분야를 정기적인 투자 유치 대상으로 발표
전자 정보	<ul style="list-style-type: none"> 광저우(广州), 인공지능을 7대 핵심 투자 분야 중 하나로 선정하며, 구체적으로 구현형 지능 로봇, 대형 모델 응용, 소프트웨어 및 인터넷 산업 등 세분화 방향에 집중하고, 글로벌 영향력을 가진 인공지능 산업 거점을 조성할 계획 정저우시(郑州市), <2025년 투자유치 업무 방안(2025 年招商引资工作方案)>에 따르면 전자 정보 등 6대 천억 규모의 주력 산업을 중심으로 공급망 기반의 투자 유치를 전개할 계획이며, 특히 스마트 단말기 등 주요 산업 공급망에 중점을 두어 상·하류 부대 기업의 유치 목표
신에너지차	<ul style="list-style-type: none"> 광저우(广州), 지능형 커넥티드 차량(ICV)와 신에너지차 산업에 집중하며, 스마트 승용차, 상용차 완성차 제조, 수출 판매 및 핵심 부품의 투자 유치 작업을 중점적으로 추진하여 세계적 수준의 산업 클러스터 구축에 주력 베이징 경제기술개발구의 Beijing Xingchuan New Energy Battery Technology Co., Ltd.(星川新能源电池科技有限公司) 고출력형 리튬 이온 배터리 프로젝트의 계약 체결과 실행은 베이징이 신에너지차 관련 산업 투자를 중시하고 있음을 시사
반도체 및 집적회로	<ul style="list-style-type: none"> 광저우(广州), 반도체 및 집적회로를 주요 투자 유치 산업으로 선정하고, 웨이퍼 제조, AI 칩 등의 분야에 대한 투자유치를 적극 추진하며, 중국 선도적인 산업 기지를 구축하여 해외 기술에 대한 의존도를 줄이는 것을 목표로 하고 있음
바이오의약	<ul style="list-style-type: none"> 베이징 2025년 '투자 베이징' 대회 계약 프로젝트에는 하버드 의학 혁신 센터 베이징 운영 센터 프로젝트, Ruiqiao Dingke(瑞桥鼎科集团) 의료 본부 프로젝트 등 여러 바이오의약 중점 프로젝트가 포함 광시(广西), 광동-홍콩-마카오 대만구(粵港澳大湾区) 대상 투자 유치 중점 산업 범주에 바이오의약 포함
녹색 에너지 및 에너지 절약·환경보호	<ul style="list-style-type: none"> 베이징 2025년 '투자 베이징' 대회 계약 내용에는 Sinomec Hydrogen ENERGY Technology Co., Ltd.(中能源工程集团氢能科技有限公司)의 수소 연료 전지 프로젝트, '천 톤 규모' 직접 공기 탄소 포집(DAC) 프로젝트 등 여러 관련 프로젝트가 포함되어 있으며, 총 투자액은 10억 위안을 돌파하며, 에너지의 녹색 저탄소 전환에 기여할 전망

자료: 인민망, 시나재경, KOTRA 상하이무역관 정리, '25년 8월

□ 주요 경쟁국의 현지 투자 유입 동향

- '25년 1~9월 일본(+55.5%), 아랍에미리트(+48.7%), 영국(+21.1%), 스위스(+19.7%) 등은 두 자릿수 증가세 기록
 - * '24년, 스페인(+130.8%), 싱가포르(+10.8%), 독일(+2.2%), 스위스(+1%), 의 대중 투자 증가
- 일본의 대중 직접투자는 '24년 5,116억 엔(약 34억 달러)을 기록하며 전년 대비 6.1% 증가
 - 중국은 일본의 9대 투자 대상국이며, 일본은 중국의 3대 투자 대상국
 - * (일본 투자 대상국) 1위 미국, 2위 네덜란드, 3위 싱가포르, 4위 호주, 5위 영국
 - (중국 투자 대상국) 1위 싱가포르, 2위 네덜란드, 3위 일본, 4위 한국, 5위 영국

※〈참고〉 일본의 대 광저우 투자 진출 동향

- '25년 올해 210개 일본 기업 대표들이 광동의 선도기업 및 정부 부서와 협력하여 현장에서 27개 프로젝트에 총 1,034억 6,400만 위안 규모의 계약을 체결
- 투자 협력은 주로 자동차, 상업 무역, 인공지능, 신에너지, 바이오의약 등 분야에 집중
- 도요타(丰田), 혼다(本田) 등 일본 기업은 광저우자동차(广州汽车), 비야디(比亚迪)와의 협력을 심화하고, 배터리, 전자 제어 등 핵심 부품에 집중하며, 특히 자율주행(智能驾驶) 기술 협력에 대한 의향이 활발히 나타나고 있음

□ 중국의 對韓 투자 현황

- '24년 중국의 對한국 투자액은 57.9억 달러로 전년 대비 266.1% 급증하였으나, '25년 3분기 누적 중국의 對한국 투자액은 28.9억 달러로 전년 동기 대비 36.9% 감소
 - '24년 제조업(44.6억 달러)과 서비스업(12.7억 달러)에 대한 투자액이 각각 전년 대비 243%, 356.9% 증가하였으며, 총 투자액의 77%, 22%의 비중을 차지

중국의 對한국 투자 동향

(단위: 건, 백만 달러)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년 3분기(누적)
신고건수	396	686	519	734	802	573
신고금액	1,991	1,888	1,481	1,580	5,786	2,886

자료: 산업통상자원부, '25년 11월

□ 한국의 對中 투자 진출

- '25년 상반기 기준, 한국의 對中 투자액 7억 달러로, 전년 동기 대비 20.3% 증가 '22년 투자액이 85억 달러로 사상 최대치 기록 후 '23년부터 급감
 - (지역별) '24년 신규 법인수 기준 산동성(57개), 장쑤성(42개), 상하이(38개) 順, 투자금액 기준 장쑤성(6.8억), 산시성(陕西省)(2.3억), 랴오닝성(2.1억) 順
 - (업종별) '24년 신규 법인수 기준 제조업(53.5%), 도소매업(29.1%), 전문, 과학 및 기술 서비스업 (5.8%) 順, 투자금액 기준 제조업(87.1%), 광업(7.3%), 도소매업(3.9%) 順

한국의 對중국 투자 진출 동향

(단위: 건, 백만 달러, %)

구분	2022년		2023년		2024년		2025년 상반기	
	금액, 건	증감률	금액, 건	증감률	금액, 건	증감률	금액, 건	증감률
투자금액	8,538	26.4%	1,890	77.9% ↓	1,929	2.1%	728	20.3%
신규 법인 설립 건수	190	27.5% ↓	203	6.8%	275	35.5%	254	84.1%

주: 신규 법인 설립 건수는 현지법인·지점·지사 모두 포함

자료: 한국수출입은행, '25년 11월

□ 우리 기업 투자 진출 사례



의료용품 제조기업 Y사, 중국 의료용 밴드 시장 공략을 위한 법인 설립

- (기업 정보) 1986년 설립되어 밴드, 의료용 반창고 등 의료용품을 생산하는 기업으로 중국을 포함한 40여 개국에 제품을 수출하고 있음('24년 기준, 매출액은 약 300억 달러, 수출액은 약 1천만 달러)
 - 특히 Y사는 국내 창상피복재 기업 중 최초로 유럽 의료기기 안전 인증(CE MDR)을 획득한 기업으로 창상피복재 및 흉터 완화 관련 기술력을 갖추고 있음
- (성공 사례) Y사는 중국 의료용 밴드 시장을 공략하기 위해 의료용 원료인 알지네이트* 생산과 현지 마케팅에 강점을 가진 M사와 '25년 8월 산동성 칭다오시에 의료용 밴드 생산 합작법인을 설립함
 - * 알지네이트 : 미역, 다시마 등 해조류를 가공하여 만드는 의료 원료로 밴드, 상처 회복용 화장품 등에 사용됨
 - '23년 5월 Y사는 '중국 의료기기 전시회(CMEF)'에 참가해 M사와의 미팅을 통해 상호 니즈를 확인하고, 생산 공장을 설립하기로 합의함
 - Y사는 법인 설립 전 현지 시장조사 및 바이어 발굴을 위해 '24년 3월 칭다오무역관 지사화사업에 가입하였고, 칭다오무역관은 1년간 현지 의료용 밴드 유통망 및 바이어, 인허가 취득 등의 정보 조사 및 현지법인 설립 과정을 지원함
- (시사점) 의료용품의 경우 타 품목 대비 수출인증 획득 및 통관, 유통망 확보가 쉽지 않아 현지기업과 합작법인 형태로 현지에 생산 공장을 설립하여 진출하는 것이 효과적임



바이오소재 전문기업 J사, 중국 및 세계 시장 공략을 위한 현지 합작법인 설립

- (기업 정보) 핵심 기술인 재조합 PDRN을 기반으로 한 재생 의료 바이어소재 전문기업
 - * PDRN(폴리데옥시리보뉴클레오티드) : 인체 조직의 재생 활성, 염증 완화 등 효능이 있는 원료로 특히 주름 및 노화, 탄력 개선에 탁월하여 미용 산업에서 수요가 크나, 수급이 어려워 대량생산이 어려웠음
- (성공 사례)
 - 中 아심켐(Asymchem)과 CDMO-MSA 계약 체결('24년 11월) 후 텐진시 고신구에 현지법인 설립 ('25년 6월) 국내 기업 J사의 PDRN 관련 기술과 중국 아심켐의 의약품 위탁개발생산을 위한 현지 합작법인 설립 완료
- (시사점) PDRN 원료 대량생산 및 수출입 거점화, 중국 내 인허가·상용화 등 한중 바이오의료 분야 상생 관계 구축



변압기 제조기업 H사, 변압기 수출 경쟁력 강화를 위한 설비투자 확대

- (기업 정보) H사는 '06년 장쑤성에 진출, 변압기를 생산·수출(수출 비중 90%, 주요 시장은 중동·유럽)
- (성공 사례) 신재생에너지 확산 데이터센터 설치 급증 등으로 ESS 및 변압기 시장이 슈퍼사이클에 진입, 급증하는 수주물량을 대응하기 위해 약 6천만 달러 규모의 생산 설비 증설 추진 중
 - 연산 50대 규모 설비 증설(증설 후 연산 100대 규모), 스마트공장화, 기상상건조탱크, 권선기 등 신규 도입 등('26년 완공 계획)
 - 금번 추가 투자는 신규 설비뿐만 아니라 기존 설비 업그레이드도 포함, 자동화 용접 등 스마트공장화를 통해 생산 효율 제고와 비용 절감을 통해 수출 경쟁력을 한층 높일 수 있을 것으로 기대
- (시사점) 글로벌 시장 변화에 신속히 대응하기 위한 설비 증설 및 업그레이드



자율주행 기업 F사, 중국 제도 활용을 위한 R&D 법인 설립

- (기업 정보) 동사는 자율주행 모빌리티 솔루션 기업으로 도심형 자율주행차, 로보택시 등 스마트 모빌리티 서비스 구현을 위한 기술력 보유
- (성공 사례) 중국 시장을 테스트베드로 활용하기 위한 R&D 법인 설립
 - 글로벌 자율주행 시장 내 중국의 비중 빠르게 증가하며 전략적 입지로서의 경쟁력 강화
 - 중국은 자율주행 분야에서 테스트 인프라, 규제 완화 등 제도적 강점을 바탕으로 외국 기업의 초기 진입 장벽 완화
- (시사점) 정책적으로 조성된 규제프리 환경을 적극 활용해 주행 R&D 및 상용화 기반을 조기에 확보하고, 글로벌 자율주행 생태계 내 경쟁력 제고를 도모함

□ 중국 투자 진출 시 주의사항

- (사회보험) 외자 기업은 중국의 ‘노동계약법(劳动合同法)’, ‘사회보험법(社会保险法)’ 등 중국 규정을 준수해야 함
 - 현지 직원 채용 시 “5险1金”(5대 사회보험과 주택공적금) 납부 의무
- (관리직 구성) 금융·통신 등 특정 업종의 경우 핵심 관리직에 “중국 국적 인원 임용 요건” 적용
 - 일정 비율의 중국 국적 관리직을 배치하거나 중국 내 자격증을 보유한 인력이 핵심 업무를 담당해야 함
- (네거티브 리스트) 중국 정부는 '19년부터 '외상투자 네거티브 리스트'로 특정 산업에 대한 외자 진입 제한
 - 중국 대외 개방 확대 조치의 일환으로 네거티브 리스트에 명시된 외국인투자 제한 및 금지 분야 외 전면 개방
 - '24년 新네거티브 리스트 발표로 진입 제한 분야는 31개에서 29개로 축소
 - * 출판물 인쇄와 중의약재 제조 기술 응용 등 2개 분야의 제한 해제

외국인 투자 진입 특별관리조치 네거티브 리스트('24년판)

연번	구분	산업	전역(29개)		자유무역시험구(27개)	
			투자 제한	투자 금지	투자 제한	투자 금지
1		밀/옥수수 종자 재배	✓	✓		
2	농업, 임업, 목축업, 어업	농림/어업 종 희귀·진귀 품종 양식/재배/생산		✓		✓
3		유전자 변형 신종/생산	✓		✓	
4		중국 해역 내 어획	✓			
5	채광업	희토/방사성/텅스텐 광산 채굴	✓			
6	전력, 열력, 가스, 용수의 생산·공급업	원자력 발전소 건설/경영	✓		✓	
7	도·소매업	담배류 도소매		✓		✓
8		국내 수상운송업	✓		✓	
9	교통운수, 저장 및 우정업	민용 공항 건설/경영	✓		✓	
10		일반 항공운송업, 민영 공항 건설 (공항 관제탑 건설/운영 제외)	✓		✓	
11		국내 우편배달		✓		✓
12	정보 전송, 소프트웨어와 정보기술 서비스업	통신회사	✓		✓	
13		인터넷미디어/출판/영상/ 문화경영업		✓		✓
14	임대와 비즈니스 서비스업	중국 법률 업무		✓		✓
15		시장조사업	✓		✓	
16		사회 조사 업무		✓	✓	
17	과학연구 및 측정/조사 서비스	인체 줄기세포/유전자 진단의 기술개발과 응용업		✓		✓
18		인문사회과학 연구기구		✓		✓
19		육지/해양/항공/행정구역/ 지질/지도 관련 측정/조사		✓		✓
20	교육	유치원/보통중/고등학교	✓		✓	
21		의무교육기구, 종교교육기구		✓		✓
22	위생 및 사회 서비스	의료기관	✓		✓	
23		언론기관		✓		✓
24	문화, 체육 및 오락업	도서/신문/간행물/음반/ 전자출판물의 편집/출판/제작		✓		✓
25		방송국/TV방송국/위성기지국 운영		✓		✓
26		TV/방송 프로그램 제작운영사		✓		✓
27		영화제작/발행/수입		✓		✓
28		문화재 경매/판매/박물관		✓		✓
29		문화예술연출단체 등		✓		✓

자료: 중국 상무부, '24년 9월

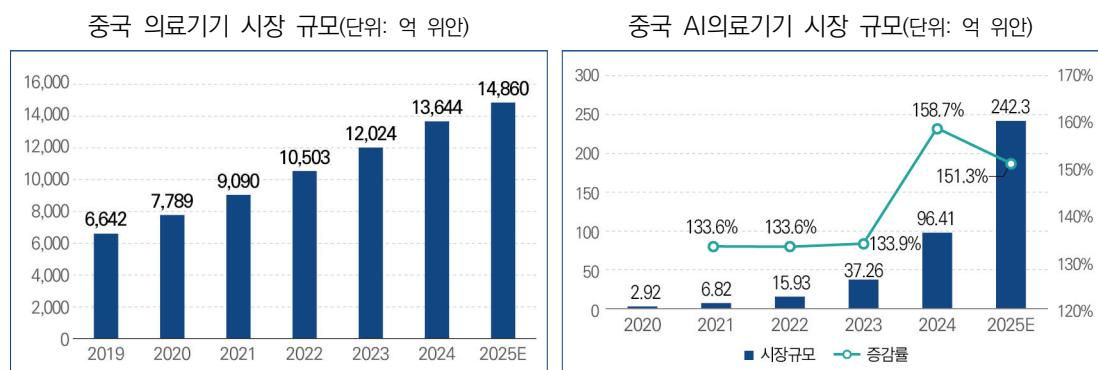
2. 유망 산업

가. 의료기기 산업

□ 산업개요

- (의료기기 산업 규모) 인구 고령화 추세 심화, 건강 의식 향상 등에 따라 중국 의료기기 시장 규모는 최근 5년간 CAGR 16.8%로 급성장 지속
 - ① (첨단 의료기기) 최근 몇 년간 중국 첨단 의료기기 시장 규모는 지속적으로 확대되어 연평균 성장률 20% 초과
 - AI 의료기기, 의료용 로봇 등 중국 AI 의료기기 시장 규모는 '24년 전년 대비 158% 이상의 폭발적인 성장 기록
 - 향후 기술 발전, 시장 수요 증가 등 요인으로 고속 성장을 유지할 것으로 예상
 - * 원격 심전도 모니터, AI 혈압계와 같은 스마트 웨어러블 기기 수요 전통 기기의 3배
 - ② (가정용 의료기기) 중국 가정용 의료기기 시장은 '22년 2,086억 위안(전체 의료기기 시장 비중 21%)에서 '25년 3,800억 위안으로 성장 전망
 - 노인 만성 질환(심혈관 질환, 당뇨병, 고혈압 등)은 장기적인 모니터링과 치료가 필요하며, 이에 따라 가정용 의료기기 시장 발전
 - 재활 보조(전동 훨체어, 간호 침대 등), 건강 모니터링(전자 혈압계, 혈당계 등), 건강 보조(산소 발생기, 수면 인공호흡기 등) 제품의 시장 성과가 특히 두드러짐
 - * '25년 1분기 건강 모니터링 기기(스마트밴드, 혈압계, 혈당 모니터, 심전계 등) 매출은 전년 동기 대비 41.6% 증가
 - * 혈압계와 마사지 기기는 가정용 의료기기 시장의 28.8%와 16% 차지

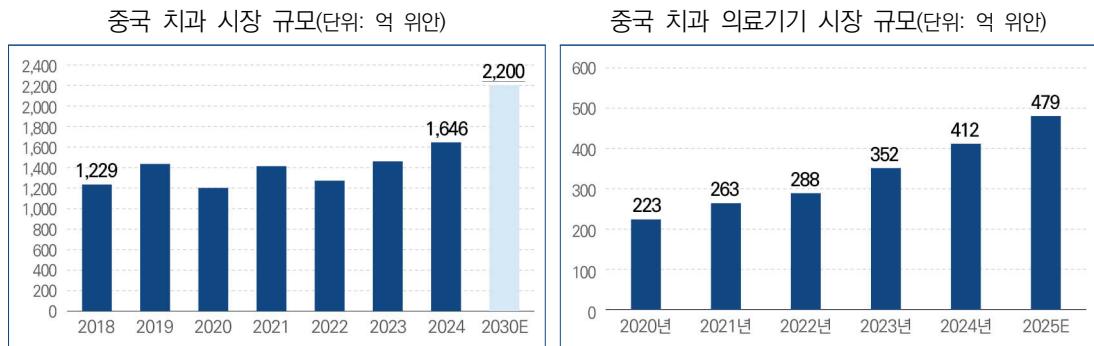
〈중국 의료기기 및 AI 의료기기 시장 규모〉



자료: 중상산업연구원, '25년 7월

- ③ (치과 의료기기) 중국 치과진료 인원 증가 등에 힘입어 중국 치과 산업 시장은 '18년 1,229억 위안에서 '24년 1,646억 위안 기록하며 연평균 5% 성장
- '24년 중국의 구강 질환 환자 수는 약 7억 1,800만 명에 달했으며, '25년에는 7억 2천만 명으로 증가할 것으로 예상됨
 - 중국 치과 의료장비 시장 규모는 '20년 223억 위안에서 '24년 412억 위안으로 성장했으며, 연평균 복합성장을 16.6% 기록

〈중국 치과 시장 및 치과 의료기기 시장 규모〉



자료: Frost & Sullivan, 천진산업연구원(前瞻产业研究院), 중상산업연구원, 상하이무역관 정리 '25년 8월

- (최근 수출입 동향) 중국 내 의료서비스 고도화 수요를 바탕으로 초음파 영상진단기, 정형외과용 기기 등 단가가 높은 고부가가치 장비의 對중국 수출 증가
 - 엑스선관, 분광계 등 의료기기 부품의 수출 증가는 중국 현지 의료기기 생산·운영 과정에서 부품 수입 의존도가 여전히 존재함을 시사

최근 한국의 對중국 주요 수출 증가 의료기기 품목

(단위: 천 달러, 증감률)

HS CODE	품목명	2022년	2023년	2024년	2025년(1~6월)
9018.1290	초음파 영상진단기 부분품과 부속품	13,949 (65.3%)	17,619 (26.3%)	31,808 (80.5%)	21,218 (48.7%)
9022.3000	엑스선관	1,078 (10.2%)	5,859 (443.5%)	6,343 (8.3%)	4,420 (23.0%)
9027.3000	분광계, 분광광동계, 분광사진기	5,553 (14.0%)	6,130 (10.4%)	7,740 (26.3%)	3,432 (78.9%)
9021.9090	정형외과용 기기 부분품과 부속품	647 (137.8%)	1,137 (75.8%)	2,215 (94.8%)	1,607 (15.1%)
9018.5010	안과용 기기	1,063 (-34.7%)	998 (-6.1%)	1,051 (5.3%)	768 (130.4%)
9021.29	임플란트	279,321 (20.2%)	316,425 (13.3%)	336,297 (6.3%)	154,862 (-27.8%)

자료: 한국무역협회, '25년 8월

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

- 중국 내 첨단산업 발전에 따라 AI, 로봇기술 융합 가속화 추세를 보이고 있으며 글로벌 진출 활발

중국 내 주요 의료기기 기업 개요 및 동향

#	기업명 (영문)	설립 연도	소재지 (도시)	분야	기업 특징 및 관련 동향
1	Mindray (迈瑞医疗)	1991	선전 (深圳)	종합 진단·환자 모니터링·영상	<ul style="list-style-type: none"> 중국의 선도적인 첨단의료장비업체 모니터링 기기, 인공호흡기, 제세 동기, 혈구, 초음파 등 제품은 글로벌 시장에서 선두 유지 (3위 이내) '24년 연간 영업액은 전년 동기 대비 5.1% 상승 '25년 7월 체외 진단기(IVD) 11대 낙찰 성공 <ul style="list-style-type: none"> * 총 금액 199.8만 위안, 6대 자동화 혈액 분석기와 11대 소변 분석기 포함 '25년 1~7월 500만 위안 이상의 국내외 대규모 주문 총 32건, 총액 18억 6천만 위안 수주(최대 주문액은 2.3억 위안)
2	United Imaging (联影医疗)	2011	상하이 (上海)	CT, MRI 등 영상장비 * AI 적용 의료솔루션 출시	<ul style="list-style-type: none"> '24년 6월 성능과 품질이 국제 수준에 버금가는 190여 종의 제품 출시 '24년 8월 의료급 보청기 제품인 “uOrigin源” 출시 '24년 말 기준 5.0T MR 중국 시장에서 60% 점유율 기록, 설치량 38대 '25년 세계 최초의 듀얼 와이드 CT uCT SiriuX 출시(심장 의료 영상기기), '25년, 전이종양 AI 시스템 중국 400여 개 병원 보급, '25년 4월 “위안즈(元智)” 의료 대모델 발표 <ul style="list-style-type: none"> * 수천만 개의 의료 영상 데이터와 수십만 개의 의료급 정밀 라벨링 데이터로 훈련되어 있으며, 10개 이상의 영상 모달리티와 약 300종의 영상 처리 작업 지원
3	MicroPort (微创医疗)	1998	상하이 (上海)	심혈관 정형외과, 신경계	<ul style="list-style-type: none"> '24년 연간 매출 약 10억 3천만 달러로, 전년 대비 약 10% 증가. 해외 매출 성장을 85%로 글로벌 진출 활발 '24년 CRM(심장률 관리) 중국 내 매출 61.5% 성장 '24년 수술로봇 부문 매출은 전년 대비 117% 증가 해외 매출은 293% 급증 '25년 1월, 정형외과 로봇(Saky Walker) 캐나다 시장 승인 확보, 북미 진출 교두보 확보 '25년 5월, 세계 최초 원격 수술 상업용 시스템(Toumai)으로 NMPT(MDR) 승인 획득. 중국 내 5개 병원 간 동시 원격 수술 성공적으로 수행
4	Sinocare (三诺生物)	2002	후난 (湖南 长沙)	혈당계, IVD	<ul style="list-style-type: none"> '24년 연간 매출 전년 대비 9.5% 상승. 해외 매출 비중은 약 42%로 전 세계 180여 개국에 제품 수출 '24년 12월, A.Menarini Diagnostics와 유럽 전역 20여 국가 독점 유통 계약 체결하며 유럽 시장 본격 진출 시작 '25년 6월, 정보보안 국제 표준 ISO/IEC 27001 인증 획득하며 디지털 헬스 플랫폼 보안 기반 확보 '25년 7월, Sinocare의 차세대 CGM 시스템(iCanCGM)이 CE-MDR 인증 획득하며 EU의료기기 규제 통과

#	기업명	설립년도	소재지	분야	기업 특징 및 관련 동향
5	iRay Technology (爱瑞科技)	2011	상하이 (上海)	영상 핵심부품 (X-ray)	<ul style="list-style-type: none"> 의료, 산업, 보안용 X-ray 시스템 핵심 부품 개발·제조 전 세계 80개 이상 국가에 제품 공급 글로벌 디지털 X-선 텀지기 시장의 선두권에 위치 <ul style="list-style-type: none"> * '23년 글로벌 점유율 약 20%(Frost&Sullivan) 중국 디지털 X-선 텀지기 시장에서 '22년부터 지속적으로 점유율 1위 유지 '25년 5월, iRay Hefei 공장에서 실리콘 기반 OLED 마이크로디스플레이 백플레인 생산 프로젝트 추진 공시

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

중국 내 주요 치과기기 기업 개요 및 동향

#	기업명	설립년도	소재지	분야	기업 특징 및 관련 동향
1	Angelalign Technology (时代天使)	2003	선전 (深圳)	투명 치아교정	<ul style="list-style-type: none"> '24년 매출은 약 2억 7천만 달러로 전년 대비 28.2% 성장 '24년 전체 교정케이스 수는 약 359,400건으로 전년 대비 46.7% 성장 이 중 국외 케이스 수는 약 140,700건으로 총 교정케이스 수의 39.1% 차지하며 전년 대비 326.4% 성장 미국에 3D 프린팅 기반 제조시설 신설하며 북미 생산거점 확보 예정(발표일자, '25년 3월 13일) Dental Monitoring(프랑스, 치과솔루션)과 AI 기반 원격 교정 협업 발표
2	Zhenghai Biotech (正海生物)	2003	산동 (山东 烟台)	치과 임플란트	<ul style="list-style-type: none"> 재생의학 기반의 의료기기 소재 및 임플란트 재료 개발·생산 국가 중점 R&D 프로그램 수행기관으로 분류되는 하이테크 기업 '24년 3월, 구강 재생용 Oral restorative film 승인 획득
3	Dabo Medical (大博医疗)	2004	푸젠 (福建 厦门)	정형외과·치과 소모품	<ul style="list-style-type: none"> '24년 순이익 3억 5천만 위안으로 전년 대비 505% 급증 '23년 9월, EU 의료기기 규제(MDR) 인증 획득함으로써 유럽 시장 진출 기반 확보 2017년 선전증권거래소 상장
4	Huge Dental (登士柏·沪鸽)	2006	산동 (山东 日照)	치과 재료·기구	<ul style="list-style-type: none"> '24년 1~9월 매출 약 3억 위안으로 전년 대비 14% 성장 MDR(EU), CE(EU), FDA(미국), MDL(캐나다), ISO 13485 등 복수 국제 인증 획득 100개 이상 국가 수출 및 1,500개 이상 딜러 네트워크 운영 '25년 8월, IMPAK(신개념 열반응성 아크릴 재료) FDA 승인 획득 '25년 8월, 지르코니아 Fast Sintering 솔루션 출시
5	Shinva Medical (新华医疗)	1943	산동 (山东 淄博)	멸균 장비, 치과·방역 설비	<ul style="list-style-type: none"> '02년 상하이 증권거래소 상장 전 세계 110개 이상 국가에 제품 수출하고 있으며, 다수의 해외 법인을 통한 네트워크 운영 중 ISO 9001, ISO 13485, CE 등 주요 국제 품질 인증 보유 '25년 2월, 향후 스마트의료기기, 고급 치과장비, 친환경 멸균 기술에 주력할 계획 발표 '25년 7월, 내시경 영상 시스템 EU CE 인증 획득

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (우리 기업 협업 수요) △ 중국 내수시장 확대, △ 중국 기업의 글로벌 진출, △ AI 기반 스마트 장비 관련 진출 가능성 상존
 - 중국 정부 의료 서비스 확충 정책과 주민 소득 증가에 따라 의료기기 수요 확대
 - 중국 기업의 글로벌 진출 확산에 따른 우리 기업의 동반 진출 기회 존재
 - * 중국 기업과의 전략적 파트너십을 위해 선제적으로 유럽 CE, 미국 FDA 등 글로벌 인증 획득 필요
 - AI 기반 스마트 장비 고도화 추세에 따른 우리 기업의 기술 적용 준비 필요
 - * 장비 고도화 추세 관련, 직접적인 의료기기 외 디지털솔루션 분야도 진출 가능

〈중국 의료기관 및 임플란트 시술 수량〉



자료: 중상산업연구원, '25년 7월, 챔난산업연구원(前瞻产业研究院), '25년 3월

□ 기회 요인 및 향후 전망

- (고령화 가속화) 빠른 고령화 속도에 따라 의료기기 산업은 지속 성장할 전망
 - 중국은 세계에서 인구 고령화 정도가 비교적 높은 국가 중 하나로 노인 인구수가 가장 많고, 고령화 속도도 가장 빠름
 - * 65세 이상 인구수(억 명, 비중) : '20년 1.9억(13.5%) → '24년 2.2억(15.6%) → '30년 2.9억(20%) 예상 → '60년 비중 37.4% 예상(민정부, 金融界, 亚经协养老产业委员会)
- (정부 정책) 〈중국 제조 2025〉 이후 중국 정부는 '의료기기 산업' 주도적 양성

의료기기 관련 중국 정책

정책명	시기	발표부처	주요 내용
중국제조 2025	'15년 5월 19일	국무원	<ul style="list-style-type: none"> 의료 기기의 혁신 능력과 산업화 수준을 향상시키고, 영상 장비, 의료 로봇 등 고성능 진단 및 치료 장비를 중점적으로 개발 완전 생분해 가능 혈관 스텐트 등 고부가가치 의료 소모품, 웨어러블, 원격 진료 등 모바일 의료 제품 발전 바이오 3D프린팅, 유도 가능한 출기세포 등 첨단기술 혁신과 응용 실현
건강한 중국 2030 계획 요강	'16년 10월 25일	중국공산당 중앙위원회, 국무원	<ul style="list-style-type: none"> '30년까지 고급 의료기기 시장의 국산화율을 높여 세계 제약 강국으로 성장할 것을 강조 '30년까지 건강산업 규모 대폭 확대, 건강산업을 국가 경제의 기둥 산업으로 성장 '30년까지 건강 서비스 체계 전면적으로 구축, 건강 기술 혁신의 전체적인 역량이 세계 선두 수준으로 성장
14차 5개년 의료장비 산업발전 계획	'21년 12월 21일	공신부 등 10개 부처	<ul style="list-style-type: none"> '25년까지 의료장비 산업의 기초 고급화와 산업 체인의 현대화 수준 도달 '35년까지 의료 장비의 연구개발, 제조, 응용 세계 선진 수준 도달

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (세부 분야 전망) 향후 첨단기술과 융합된 재활로봇 및 스마트 요양 장비 중심의 성장세 예상(中研普华产
业研究院)
 - 재활로봇은 연간 성장을 25%로 건강 요양장비 분야 중 성장을 선두를 달리고 있으며, '30년 규모는 800억 위안에 이를 것으로 전망
 - * 외골격 로봇, 손 기능 재활 기기 등 고부가가치 제품에 대한 수요는 매년 35% 증가
 - AI 돌봄 로봇, 웨어러블 모니터링 장비 등의 스마트 요양 장비 제품은 '30년 800억 위안 규모의 시장을 형성할 것으로 전망
 - 이상 징후 모니터링을 갖춘 스마트 간호 침대의 단가가 일반 제품에 비해 3~5배 높지만 여전히 공급이 부족한 상황
 - * '감정 동반+데이터 관리'의 복합 서비스로 업그레이드(넘어짐 경고, 약물 알림, 긴급 호출 등의 기능 보유)되며 노인들의 '디지털 건강 관리사' 역할을 할 것으로 전망(중연푸화)

나. 탄소 중립 산업

(1) 조선기자재

□ 산업 개요

- (산업 규모) △ 국제해사기구(IMO)의 탈탄소 규제 정책, △ 중국 정부 정책 지원, △ 기술 혁신 등에 따라 중국 친환경 조선기자재 시장은 고속 성장세 기록

- ① (조선업) '24년 중국은 건조량, 신규수주량, 수주잔량 등 조선 3대 지표에서 모두 세계 1위 유지
 - '24년 중국 조선 건조량은 4,818만 톤(DWT)으로 글로벌 시장의 55.7%를 차지하였으며, 전년 동기 대비 13.8% 증가
 - '24년 중국의 신규 선박 수주량은 전년 동기 대비 58.8% 증가한 1억 1,305만 DWT로, 글로벌 시장의 74.1%를 차지하며 사상 최고치 기록
 - '24년 12월 말 기준 수주잔량은 2억 872만 DWT으로 전년 동기 대비 49.7% 증가하였으며 글로벌 시장의 63.1% 차지. 이는 향후 약 4년간의 생산량에 해당하는 규모

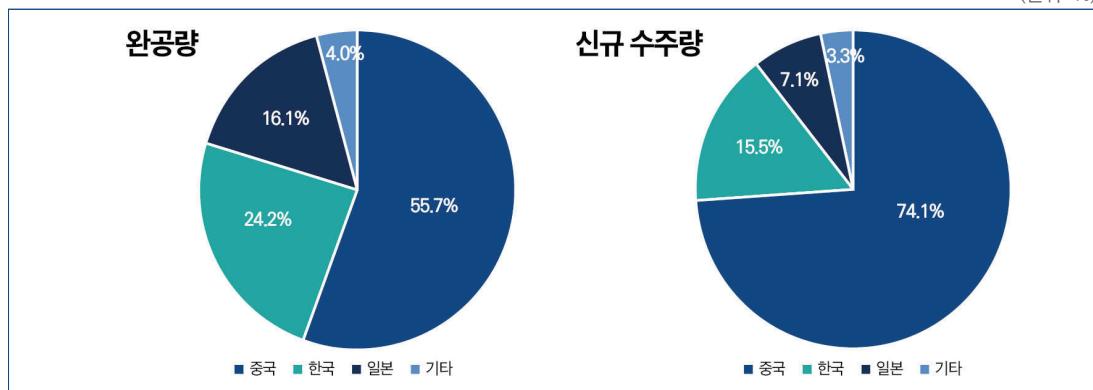
〈중국 조선 3대 지표 추이〉



자료: 중국선박공업산업협회(CANSI), '25년 2월

〈'24년 전 세계 조선 건조량, 신규 선박 수주량 시장 점유율〉

(단위: %)



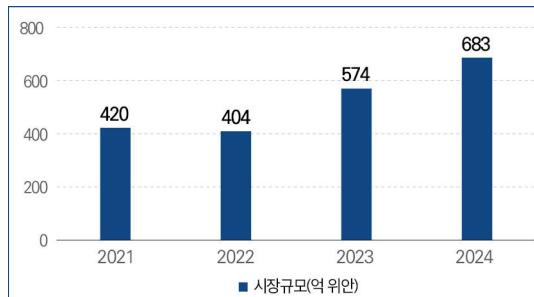
자료: 중국선박공업산업협회(CANSI), '25년 1월

② (친환경 조선기자재) '24년 중국의 친환경 조선기자재 시장 규모는 683억 위안으로 전년 대비 19% 성장

- '24년 중국 친환경(LNG, 메탄올, 수소연료 등) 선박 신규 주문량 세계 1위로 '24년 전 세계의 수주량의 78.5%를 중국이 차지
 - * ('21년) 24.4% → ('22년) 49.1% → ('23년) 57% → ('24년) 78.5%(중국 공업정보화)
- '30년 중국 친환경 조선기자재 시장 규모는 1,322억 위안에 달할 것으로 예상
- 주요 친환경 조선기자재로는 △ 전기 추진 시스템, △ 밸러스트수 처리, △ 해상교통관제시스템 등이 있으며, 관련 품목은 모두 증가세를 보임

〈중국 조선기자재 시장 규모〉

중국 친환경 조선기자재 시장 규모(단위: 억 위안)



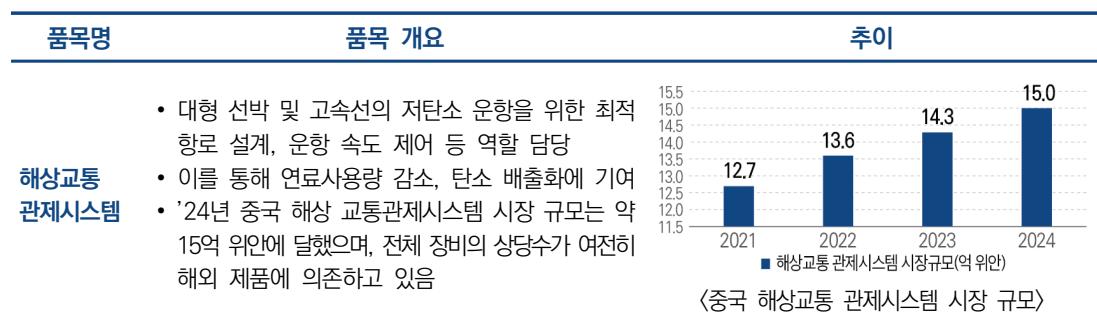
중국 친환경 조선기자재 시장전망(단위: 억 위안)



자료: 중엔푸화산업연구원(中研普华产业研究院)정리, '25년 5월

친환경 조선기자재 주요 품목 추이

품목명	품목 개요	추이										
전기추진 시스템	<ul style="list-style-type: none"> • 전기추진시스템은 선박 운항 시 발생하는 이산화탄소, 항산화물 등 대기오염물질 감축 역할 • 해양 작업선, 호화크루즈, 특수 목적 선박을 중심으로 전기 추진 방식 채택 증가 추세 • '24년 중국 전기추진시스템 시장 규모는 44.8억 위안으로 전년 대비 26.2% 성장 	<table border="1"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>시장규모(억 위안)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2021</td><td>22.6</td></tr> <tr><td>2022</td><td>28.1</td></tr> <tr><td>2023</td><td>35.5</td></tr> <tr><td>2024</td><td>44.8</td></tr> </tbody> </table> <p>〈중국 민간용 선박의 전기 추진 시스템 시장 규모〉</p>	연도	시장규모(억 위안)	2021	22.6	2022	28.1	2023	35.5	2024	44.8
연도	시장규모(억 위안)											
2021	22.6											
2022	28.1											
2023	35.5											
2024	44.8											
밸러스트수 처리 시스템	<ul style="list-style-type: none"> • 선박의 밸러스트수 처리 배출은 유해 수생생물을 이동을 유발하며 해양 생태 환경에 중대한 영향 • 2004년 IMO <국제선박 밸러스트수 및 퇴적물 관리 협약>에 따라 모든 신규 선박은 일정 기준 충족하는 밸러스트수 처리 시스템 설치 의무 • '24년 중국 밸러스트수 처리 시스템 시장 규모는 23억 위안 초과 	<table border="1"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>밸러스트수 처리 시스템 시장규모(억 위안)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2021</td><td>20.2</td></tr> <tr><td>2022</td><td>21.0</td></tr> <tr><td>2023</td><td>22.5</td></tr> <tr><td>2024</td><td>23.6</td></tr> </tbody> </table> <p>〈중국 밸러스트수 처리 시스템 시장 규모〉</p>	연도	밸러스트수 처리 시스템 시장규모(억 위안)	2021	20.2	2022	21.0	2023	22.5	2024	23.6
연도	밸러스트수 처리 시스템 시장규모(억 위안)											
2021	20.2											
2022	21.0											
2023	22.5											
2024	23.6											



자료: 중국동력(CSICP), 중엔푸화산업연구원(中研普华产业研究院), 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (최근 수출입 동향) 한국, 친환경 엔진 및 관련 부품 기술 우위로 중국의 수요 지속 확대되며 한국의 **對중국 조선기자재 수출은 전반적으로 증가세를 보이고 있음**
 - 선박 추진용 엔진은 '23년 전년 대비 93.6% 급증한 후 견조한 성장세 유지
 - * 선박엔진(HS 840810) : ('19년) 370만 달러 → ('24년) 780만 달러, 한국은 중국의 수입 1위 국가 유지
 - * 엔진부품(HS 840999) : ('19년) 81만 달러 → ('24년) 350만 달러, 한국은 중국의 수입 1위 국가 진입
 - 레이더기기 및 자동제어기기 역시 안정적인 수출 증가세를 보이며, 친환경 관련 스마트항해·자동 제어 시스템 수요가 확대되고 있음을 시사

최근 한국의 **對중국 주요 수출 증가 조선기자재 품목**

(단위: 천 달러, 증감률)

HS CODE	품목명	2022년	2023년	2024년	2025년(1~6월)
840810	선박 추진용 엔진	351,870 (-14.6%)	681,219 (93.6%)	900,295 (32.3%)	573,292 (33.3%)
901480	기타 항행용 기기	48 (-87.8%)	1,052 (2,072.5%)	2,650 (152%)	1,515 (8.1%)
852610	레이더기기	9,452 (150.8%)	16,575 (75.4%)	21,009 (26.8%)	9,434 (5.3%)
903289	자동제어기기 (습도, 전압, 유량)	127,793 (9.1%)	101,940 (-20.2%)	119,345 (17.1%)	58,625 (2.1%)

자료: 한국무역협회, '25년 8월

'24년 중국 내 선박엔진 및 엔진 부품 국가별 수입 추이

(단위: 천 달러, 증감률)

선박엔진(HS 840810)				엔진 부품(HS 840999)			
순위	국가	수입액	비중	순위	국가	수입액	비중
1	한국	781,719	70.04%	1	한국	348,813	21.88%
2	일본	152,031	13.62%	2	일본	280,012	17.56%
3	독일	54,554	4.89%	3	독일	258,011	16.18%
4	핀란드	40,819	3.66%	4	미국	124,787	7.82%
5	스웨덴	19,654	1.76%	5	네덜란드	57,631	3.61%
6	미국	17,608	1.58%	6	오스트리아	51,789	3.25%
7	영국	15,683	1.41%	7	튀르키예	44,956	2.82%
8	인도	8,000	0.72%	8	핀란드	43,657	2.74%
9	벨기에	4,733	0.42%	9	영국	43,370	2.72%
10	이탈리아	4,627	0.41%	10	프랑스	32,001	2.01%

자료: 중국해관, '25년 8월

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

- (현지 주요 기업) '24년 수주량 기준 글로벌 상위 10개 조선소 중 7곳이 중국 조선소로, 이는 중국이 글로벌 조선업에서 위상이 견고함을 시사

현지 주요 기업 동향

기업명 (中国船舶集团)	설립 연도	기업개요	최근 동향
CSSC	2019	<ul style="list-style-type: none"> 중국 최대 조선그룹 전국 50여 개 조선소 100개 이상 계열사 보유 '24년 수주량 약 2천만 CGT 	<ul style="list-style-type: none"> '25년 2월 세계 최대 출력 메탄올 이중 연료 선박용 주기관 상하이에서 인도 * CPGC/CMD-WinGD 10X92DF-M-1.0-LPSCR
China State Shipbuilding Corporation Qingdao Beihai Shipbuilding (北海造船)	1898	<ul style="list-style-type: none"> 슈퍼유조선, 대형 벌크 화물선, 슈퍼 FPSO 등 특장점 연간 조선능력 300만 DWT 연간 212척 선반 수리 연간 4개 해양 플랫폼 구축 	<ul style="list-style-type: none"> '25년 상반기, 인도수량과 DWT 모두 역사적 기록 갱신 '25년 상반기 기준, 친환경 선박, 과학기술 선박 수리, 스마트 선박 수리는 연간 목표의 각각 53.57%, 51.43%, 56.42% 달성 '25년 상반기 기준, 99척의 선박 수리, 개조하며 연간 계획의 52.11% 달성 대형 컨테이너 선박 녹색 에너지 절약 및 배출 감소 개조 프로젝트 성공적으로 수주

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

□ 기회 요인 및 향후 전망

- (전망) 국제 조선업의 탈탄소 흐름 강화 및 중국 정부 지원으로 중국의 친환경 조선기자재 시장은 고속 성장 전망
 - * (글로벌 대체연료 탑재 선박 비율 전망) '17년 2% → '24년 8% → '30년 20%(Clarksons)
 - (중국 친환경 조선기자재 시장 규모 전망) '24년 683억 위안 → '30년 1,322억 위안
- (국제 규범) IMO(국제해사기구), EU(유럽연합) 중심으로 선박 온실가스(GHG) 감축 규제 및 조선업 관련 친환경 흐름 강화
 - * IMO, 2050년까지 선박 배출량 순배출 제로(Net Zero) 목표 설정, '27년부터 시장 기반 탄소 감축 메커니즘 공식 시행 예정
 - * EU, '24년부터 EU 배출권거래제(ETS, Emissions Trading System) 해운 적용
- (중국 정책) '35년까지 녹색·스마트 조선 생태계 구축을 목표로 LNG·수소·암모니아·전기 등 신에너지 기반 선박 보급 확대

친환경 선박 관련 주요 중국 정책

정책명	시기	발표부처	주요 내용
제14차 5개년 계획 기간 산업 친환경 발전 계획	'21년 11월	공업정보화부	• 친환경 스마트 선박을 전략적 신흥 산업으로 지정
내수 선박의 친환경 스마트 발전 가속화를 위한 실시의견	'22년 9월	공업정보화부	• LNG·수소 선박 등 친환경 기술 보급, '30년까지 신형 생태계 완성 모표
선박제조업 녹색발전 행동요강(2024~2030)	'23년 12월	공업정보화부	• '35년까지 친환경 조선업 기반 구축, LNG·배터리·수소·연료선박 확대
교통운송과 에너지 융합 발전 추진에 관한 지도의견	'25년 4월	교통부 등 10개 부처	• 녹색 저탄소 선박 개발, 신재생 에너지·수소 연료선박 적극 지원

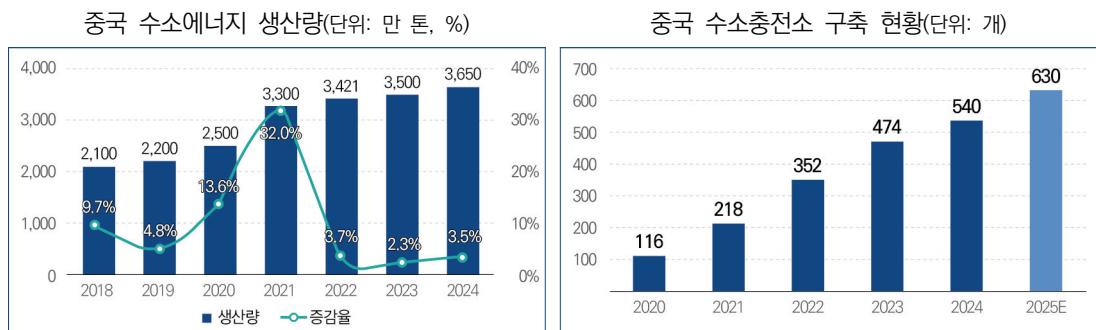
자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

(2) 수소산업

□ 산업 개요

- (산업 규모) 중국은 세계 최대의 수소 생산국으로서 중국 정부는 기후 변화 대응 및 에너지 전환 전략의 일환으로 수소에너지를 핵심 자원으로 육성
 - ❶ (수소에너지) '24년 중국 수소에너지 생산량은 전년 대비 3.5% 증가한 3,650만 톤으로 세계 1위 기록
 - * '23~'24년 승인된 프로젝트의 그린수소 연간 생산능력은 680만 톤, 현재 건설 완료한 프로젝트의 연간 생산능력은 11만 톤에 달함
 - '24년 말 기준 중국 수소충전소 구축량은 전년 대비 66개 증가한 540개이며, 이 중 가동 중인 수소충전소는 392개임

〈중국 수소에너지 생산량 및 수소충전소 구축 현황〉

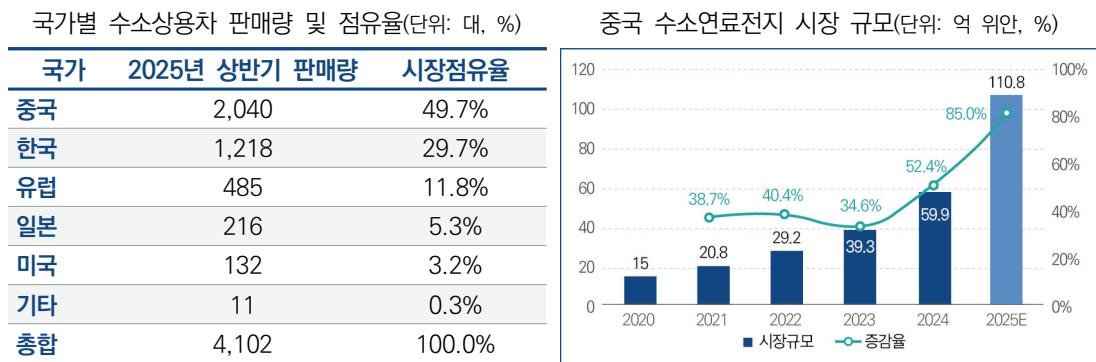


자료: 중상산업연구원, 중국 수소에너지발전보고, 중국 수소에너지연맹, 상하이무역관 정리, '25년 8월

② (연료전지) 중국의 정책 지원과 기술 혁신으로 수소 연료 전지는 교통, 산업, 에너지 등 분야에서 대규모로 응용 진행 중

- '20~'24년 중국 수소연료전지 산업의 시장 규모는 15억 위안에서 59.9억 위안으로, 연평균 복합 성장률은 41.36% 기록, '25년 시장 규모는 110.8억 위안 전망
- '25년 상반기, 중국에서 판매된 수소 상용차는 글로벌 시장의 49.7%를 차지하며 1위 유지
* (2위) 한국, 29.7%, (3위) 유럽, 11.8%, (4위) 일본, 5.3%, (5위) 미국, 3.2%

〈중국 수소연료전지 및 수소상용차 시장 규모〉



자료: 중상산업연구원, SNE리서치, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (최근 수출입 동향) 수소 설비·소재·부품 전반에서 한국의 대중국 수출 증가 품목이 확인되며, 이는 중국의 수소 인프라 확대, 정책 지원 등에 따른 구조적 수요 증가가 반영된 것으로 추측

한국의 對중국 주요 수소 관련 품목 수출 추이

(단위: 천 달러, 증감률)

HS CODE	품목명	2022년	2023년	2024년	2025년(상반기)
902610	액체의 유량이나 액면의 측정용·검사용	12,910 (18.5%)	10,998 (-14.8%)	16,561 (50.6%)	12,282 (109.3%)
381519	기타 촉매	19,029 (81.1%)	8,097 (-57.5%)	12,622 (55.9%)	7,673 (45.1%)
285390	인화물 및 그 밖의 무기 화합물	10,616 (-6.1%)	7,608 (-28.3%)	13,910 (82.8%)	6,889 (4.4%)
850161	교류발전기 (출력 75kVA 이하)	546 (-53.1%)	161 (-70.4%)	1,739 (978.6%)	1,446 (18.8%)

자료: 한국무역협회, '25년 8월

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

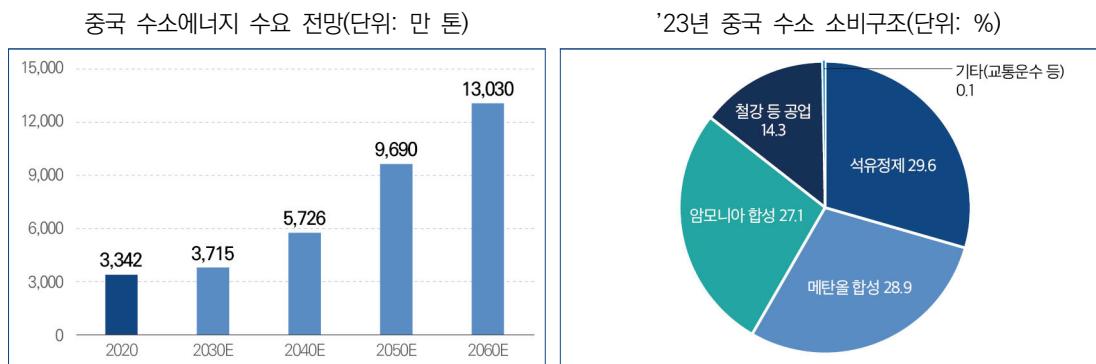
기업명	설립 년도	기업 개요	최근 동향
国家能源集团 (CHN ENERGY)	2017	국가 승인하게 설립된 핵심 에너지 기업	<ul style="list-style-type: none"> '24년 3월, 중국중차그룹(中国中车集团)과 공동으로 중국 최초의 2400kW 수소에너지 동력 기관차 개발, 만 톤 적재 시험 완료. 고출력 수소에너지 장비 응용 분야에서의 첫 돌파구 마련(《중국 수소에너지 발전 보고서》, 2025) '25년 8월, 인도네시아 남수(南苏) 1호 프로젝트 350MW 초임계 석탄화력 발전기 2대, 96시간 시운전 완료 후 전면 상업 운영 전환(Mysteel).
北京亿华通 (SinoHytec)	2012	국가급 하이테크 기업으로 연료전지 시스템 연구개발 및 산업화 선도 수소연료전지 엔진과 스택의 대량생산 체계 확보	<ul style="list-style-type: none"> '24년 4월, 자체 자재권 기반 PEM 전해수 수소 생산 장비를 신장(新疆)에 설치, 수소 생산 성공. 핵심소재·부품·시스템 통합·제어 전 과정을 독자 완성하며 녹색수소 대규모 응용 기반 마련(SinoHytec 홈페이지) '25년 8월, 산시펑페이그룹(山西鹏飞集团)과 전략적 협력 체결. 100대 수소연료전지 중형 트럭과 250대 물류 차량 공급 계약을 통해 대규모 응용 추진(상해증권보)
国富氢能 (GUOFUHEE)	2016	수소에너지 설비 연구·생산 기업 차량용 수소 공급 시스템 분야에서 중국 내 시장점유율 30.4% 기록, 5년 연속 1위 유지 (和讯网)	<ul style="list-style-type: none"> '25년 8월, 독일 Hemtron GmbH와 전략적 협력 체결. 액체수소 탱크 운송, 수소충전소 통합, 녹색수소 제조 프로젝트 공동 개발을 통해 유럽 액체수소 인프라 구축 추진 '25년 8월, 장쑤창위안허두신소재과학기술유한공사(江苏创元合度新材料科技有限公司)와 공동 투자. 장자강 지역에서 수소 소재 연구개발 및 산업화 촉진 계획 추진

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

□ 기회 요인 및 전망

- (기회 요인) 중국의 수소에너지 수요는 지속 성장세로, 수소에너지 저장 및 운송 규모도 동반 성장할 것으로 전망
 - '30년 중국 수소에너지 수요량은 3,715만 톤, 2060년에는 1억 3,000만 톤에 달할 것이며, 수소에너지와 전력 협력으로 10조 위안 규모의 신흥산업을 이끌 것으로 전망
 - * 중국 수소에너지 수요는 대부분 화학공업 분야에 집중되어 있으며, 그 외 교통운수, 에너지 저장 등에도 활용
 - 중국 수소에너지 저장 및 운송 규모는 '30년 700만 톤, 2040년 2,500만 톤, '50년 7,000만 톤에 달할 것으로 예상

〈중국 수소에너지 수요 전망 및 수소 소비구조〉



자료: 중국 수소에너지연맹, 중상산업연구원, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (정부 정책) 중국 정부는 수소 생산부터 저장, 수송, 활용까지 전반적인 생태계 구축 강화
 - 중국 수소에너지연맹 '2030년 그린수소 100 발전 로드맵'을 통해 '30년까지 그린수소 수전해 생산 설비를 100GW로 확대하는 목표 제시
 - 중앙의 정책 발표에 따라 지방정부도 수소에너지 정책 발표, 전국 각지에서 발표한 수소에너지 특별 정책 누적량이 560개 이상에 달함

수소산업 관련 중국 주요 정책

정책명	시기	발표부처	주요 내용
수소에너지산업 중장기 발전 계획 ('21~'35년)	'22년 3월 24일	발개위, 국가에너지국	<ul style="list-style-type: none"> (1단계) '25년까지 연료전지 차량 보유량 5만 대 달성, 수소충전소 보급 확대, 재생기능에너지 수소 활용 확대 등 (2단계) '30년까지 비교적 완전한 수소에너지 산업 기술 혁신 체계, 청정에너지 수소 생산 및 공급 체계 구축 등 (3단계) '35년까지 수소에너지 산업 체계 구축, 교통·에너지 저장·공업 등 다양한 분야 수소에너지 활용 생태계 구축 등
수소에너지 산업 표준체계 구축 가이드('23년판)	'23년 7월 19일	발개위, 공신부 등 6개 부처	<ul style="list-style-type: none"> '25년까지 30개 이상의 수소에너지 국가표준과 업종표준을 제정 및 개정
경제 사회 발전의 전면적인 녹색 전환 가속화 관련 의견	'24년 8월 11일	국무원	<ul style="list-style-type: none"> 수소에너지의 생산·저장·수송 등 전반 산업망의 발전 추진 충전(교환)발전소, 수소충전소 등 인프라 구축 수소에너지의 생산·저장·수송 표준 구축
중국 에너지법	'24년 11월 9일	전국인민대표대회 상무위원회	<ul style="list-style-type: none"> 수소에너지를 에너지 관리 체계에 포함 수소에너지 산업의 고품질 발전 촉진
2025년 에너지 업무 지도의견	'25년 2월 27일	국가에너지국	<ul style="list-style-type: none"> 수소에너지 표준 제정, 전국 수소에너지 정보 플랫폼 구축, 각 지방정부의 수소에너지 관리 체계 개선 등을 명시

자료: 상하이무역관 정리, '25년 8월

다. 소비재·서비스 산업

(1) 프리미엄 패션

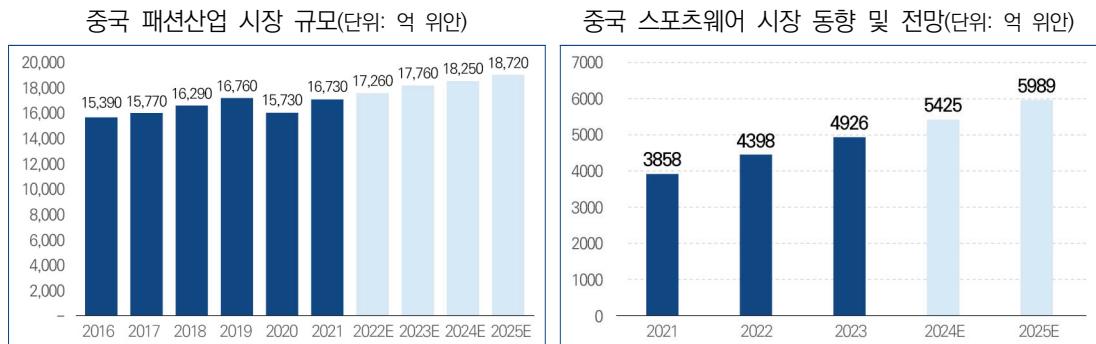
□ 산업 개요

- (산업 규모) 중국 패션산업의 시장 규모는 연평균 3.5% 성장하여 '25년 1조 9,000억 위안에 이를 것으로 전망
 - '25년 상반기 1인당 의류 소비 지출액은 전년 동기 대비 2.1% 증가했으며 소비 지출 총액의 5.9% 차지
- (산업 동향) 중국 Z세대(1995~2009년생) 증가와 함께 패션은 자신을 표현하는 수단으로 전환되면서 독창성, 개성화를 중시하는 의류·액세서리 부상
 - K-패션은 독자적인 스타일로 중국 내 젊은 소비자 중심의 고정 수요층 형성

* 최근 3개월간('25년 5~8월) 7개 한국 브랜드 중국(1·2선 도시 고급 상권 대형 매장) 내 첫 매장 오픈

- 중국 스포츠웨어(운동화 및 의류) 시장 규모는 애슬레저를 중심으로 '20년 3,150억 위안에서 '24년 5,424억 위안으로 급증
 - * 중국 스포츠웨어의 4년간 연평균 성장률(CAGR)은 14.6%에 달해 의류 산업 전체 성장률인 5.2% 상회
- 中 소비자 선글라스에 대해 수요는 단순 차양 기능에서 패션, 품질, 기능성으로 전환

〈중국 패션 및 스포츠웨어 시장 동향〉



자료: Frost & Sullivan, 중상산업연구원(中商情报网), iiMedia Research 등, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (최근 수출입 동향) 여성복(디자이너 패션), 애슬레저, 선글라스(액세서리) 중심의 K-패션 브랜드 중국 시장 진출 가속화

- ① (여성복) '25년 상반기, 중국이 한국으로부터 수입한 '여성복 중심 패션'* 수입액은 2,837만 달러로 한국은 전체 패션 수입국 순위 10위 차지

* △ 여성용 재킷과 블레이저(HS620240), △ 면제 티셔츠, 조끼 등(HS610910), △ 합성섬유제 스웨터·풀오버·가디건·조끼(HS611020) 등 포함

- ② (애슬레저) '25년 상반기 중국의 한국산 레깅스 수입액 118만 달러로 전년 대비 27.1% 증가했으며, 수입국 순위 10위 차지

* 유명 해외 브랜드의 생산 공장이 많이 진출한 △ 베트남 △ 캄보디아 △ 방글라데시 등 국가를 제외한다면, 한국은 유의미하게 중국의 수입 국가 중 상위권 그룹에 속하는 것으로 해석 가능

- ③ (선글라스) '25년 상반기 중국의 한국산 선글라스 수입량 1,906개로 전년 동기 대비 82.6% 증가

* 한국 선글라스 브랜드, 중국 내 오프라인 매장 및 전자상거래 플랫폼 통한 중국 시장 진출 확대

중국 애슬레저·선글라스 국가별 수입 동향

애슬레저(HS 610463)(단위: 만 달러, %)

선글라스(HS 900410)(단위: 개(unit), %)

순위	국가/지역명	수입액				순위	국가/지역명	수입액			
		2023년	2024년	2025년 H1	증감률			2023년	2024년	2025년 H1	증감률
	총계	6,095	5,827	6,592	(-)		총계	552,865	583,950	584,060	(-)
1	베트남	2,672	2,273	2,854	25.6	1	이탈리아	378,613	396,629	366,089	-7.7
2	캄보디아	1,347	1,010	1,418	40.4	2	미국	78,462	86,770	95,804	10.4
3	방글라데시	65	497	572	15.2	3	중국*	46,939	46,960	54,810	16.7
4	중국*	134	121	302	149.5	4	태국	5,071	7,718	25,167	226.1
5	스리랑카	399	617	236	-61.7	5	일본	16,712	15,139	18,969	25.3
6	인도네시아	140	259	206	-20.5	6	대만	15,275	16,086	10,192	-36.6
7	일본	243	206	206	-0.3	7	브라질	3,603	3,337	5,035	50.9
8	이탈리아	245	256	137	-46.4	8	프랑스	3,151	3,407	3,163	-7.2
9	필리핀	90	26	124	374.2	9	한국	1,176	1,044	1,906	82.6
10	한국	35	93	118	27.1	10	독일	430	549	800	45.7

자료 : Global Trade Atlas, '25년 8월

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

중국 내 주요 패션기업 개요 및 동향

#	기업명	구분	설립년도	분야	기업 특징 및 관련 동향
1	Anta Sports	현지 기업	1991	패션, 유통 *스포츠웨어 중심	<ul style="list-style-type: none"> 자체 브랜드+다국적 브랜드 포트폴리오 운영 * Fila China, Descente China, Kolon Sport, Amer Sports 등 '24년 매출액 약 9.8억 달러로 전년 대비 13.6% 성장하며 나이키, 아디다스 이어 세계 3위 기록 최근 무신사와 합작법인(JV) 설립계약 체결
2	Xtep	현지 기업 (브랜드)	2001	패션, 유통 *스포츠웨어 중심	<ul style="list-style-type: none"> 자체 브랜드+다국적 브랜드 포트폴리오 운영 * K-Swiss, Merrell, Palladium, Saucony 등 최근 런닝 특화 브랜드 포지셔닝 강화
3	젠틀 몬스터	진출 기업	2016 (진출)	선글라스	<ul style="list-style-type: none"> 중국 내 20여 개 이상 플래그십 스토어 운영 중 K-POP 콘텐츠(블랙핑크 제니 등) 결합한 스타마케팅으로 SNS 호응
4	무신사	진출 기업	2025 (진출)	패션	<ul style="list-style-type: none"> 무신사 한국 오프라인 매장 중국인 거래액 3배 이상 증가 ('25년 2분기) '25년 중국 시장 본격 진출(안타그룹 협업) 해외 온라인 플랫폼 '무신사 글로벌 스토어' '25년 9월 출시 예정

□ 기회 요인 및 진출전략

- (기회 요인) 중국 '브랜드 1호 매장(首店) 정책' 관련 인센티브 활용 가능성
 - '25년 3월, 국무원이 발표한 <소비 진작 특별 행동 방안(提振消费专项行动方案)>은 국내외 우수 상품 및 서비스 브랜드의 △ 1호점 오픈 △ 신상품 첫 출시 등 장려
 - 지방정부 차원의 인센티브 및 인증제도를 운영하고 있으며, 신규 브랜드 첫 매장 유치 시 △ 보조금, △ 세제혜택, △ 임대료 감면 등 제공

브랜드 1호 매장 정책 관련 주요 지방정부별 지원책

지역	주요 내용
베이징	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아 1호 매장 최대 5백만 위안 지원 • 중국 내 1호 매장 최대 2백만 위안 지원 • 베이징 내 1호 플래그십스토어 최대 1백만 위안 지원 • 패션 소비재(화장품, 가방, 시계, 귀금속 등) 신제품 출시 시 최대 2백만 위안 지원 • 그 외, △점포 입지, △광고판 설치, △상표 등록, △홍보 승인 절차 간소화 등 지원
상하이	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아 1호 매장 최대 1백만 위안 지원 • "Fist in Shanghai" 행사 기간 유치 시 최대 120만 위안 지원 • 대형 론칭/전시 행사에 대한 부스, 홍보비 30% 지원 • 통관 등 행정 절차 간소화
광저우	<ul style="list-style-type: none"> • 첫 매장 유치 시 3백만 위안 지원, 입지 선택 플랫폼 제공 등

자료: 텐센트망(腾讯网), 각 시정부포털, 상하이무역관 정리, '25년 8월

- (진출전략) ① 상표권 선제 등록을 통한 법적 안정성 확보, ② 타깃별 맞춤 접근을 통한 시장 확대, ③ 글로벌 레퍼런스 축적 등의 전략 필요
 - ① (상표권 등록) 현지 진출 전 브랜드 및 디자인의 상표권 선제등록으로 상표 도용 리스크를 최소화하며, 브랜드 이미지 안정성 제고
 - * 중국은 '선출원주의(先出願主義)' 제도를 채택하고 있어, 타인이 먼저 동일·유사 상표를 등록하면 본래 소유자가 추후 사용권을 확보하기 어려운 구조
 - ② (타깃별 접근) B2C, B2B 등 타깃별로 유효한 접근 방법 상이하므로 복합형 전략 필요
 - (B2C) 지역 대리상 및 유통파트너 협력을 통한 온·오프라인 홍보 추진
 - * △ 현지 소셜미디어 플랫폼(샤오HongShu, 더우인, 웨이보 등)을 통한 디지털 마케팅 강화, △ 오프라인 팝업스토어·체험형 매장 운영, △ 대도시 외 신흥소비시장(하침시장) 네트워크 확대 등
 - (B2B) 전문전시회(상하이패션위크, 중국국제패션박람회(CHIC) 등) 및 쇼룸 플랫폼 Ontimeshow, Showroom Shanghai 时堂 등)을 통한 바이어 네트워크 확대
 - * 상하이 패션위크는 중국 패션 트렌드와 비즈니스를 선도하는 가장 영향력 있는 이벤트로, 매년 2회, 3월(FW 시즌)과 10월(SS 시즌)에 개최
 - ③ (실적 축적) 중국 바이어·소비자는 해외 브랜드 선택 시 본국에서의 반응과 평판을 참고하는 경향이 있으므로, 한국 내에서의 SNS 활동은 레퍼런스 역할 수행
 - * 한국 내 SNS 기록은 중국 플랫폼에서 재차 확산되어 간접 홍보자산으로 작동할 가능성이 높음

(2) 펫용품

□ 산업 개요

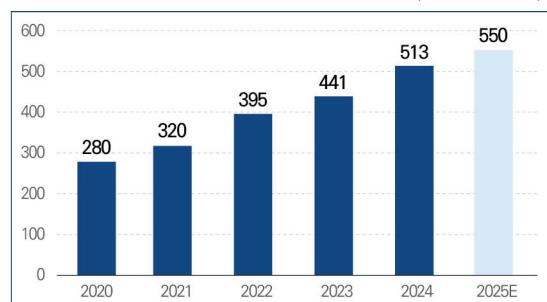
- (산업 규모) 중국의 반려동물 산업은 반려동물 양육 인구 확대와 함께 급성장 지속
 - '15~'24년 중국 반려동물 시장 규모는 978억 위안에서 7,013억 위안으로 연평균 복합성장률 25.4% 기록, '25년 8,114억 위안 도달 전망
 - '24년 중국 도시지역 반려동물 양육 인구는 7,689만 명으로 전년 대비 2.4% 증가, 반려묘와 반려견의 총수는 1억 마리를 돌파하여 거대한 소비 수요 창출(2025 중국 반려 동물 산업 백서(소비자 보고서))
 - 펫용품(반려동물 침구, 케어용품, 스마트 기기 등)이 선택적 소비에서 필수 소비로 전환하며 '24년 시장 규모는 513억 위안으로 전년 동기 대비 16.3% 증가

〈중국 반려동물 및 펫용품 산업 규모〉

'15~'28년 중국 반려동물 경제 산업 규모 및 전망
(단위: 억 위안, %)



'20~'25년 중국 펫용품 산업 규모 및 전망
(단위: 억 위안)



자료: iiMedia Research(艾媒咨询), 중상산업연구원(中商产业研究院), 상하이무역관정리, '25년 8월

- (산업 동향) 반려동물 인식 전환 및 스마트 기술을 활용한 제품 혁신 등으로 반려동물 제품의 고급화, 스마트화 추세
 - 중국 내 반려동물에 대한 인식이 ‘가족’으로 전환되며, 프리미엄 제품 소비 의향 확대
 - * '24년, 반려견 한 마리의 연평균 소비 금액은 2,961위안, 반려묘 한 마리의 연평균 소비 금액은 2,020위안을 기록해 각각 전년 대비 3.0%, 4.9% 증가
 - △ 반려동물 양육 인구의 저연령화, △ 1인 가구 및 맞벌이 가구 증가로, 반려동물용 스마트 제품과 AI 기반 반려동물 장난감에 대한 수요가 증가
 - * '24년, “90허우” 및 “00허우”는 반려동물 총 인구의 66.8%를 차지하고, '23년 대비 15.5% 증가
 - * '24년, 중국 스마트 반려동물 용품 시장 규모는 102억 위안, 반려동물 산업의 20.0% 차지(중상산업연구원(中商产业研究院))

중국 펫용품 유망 품목

구분	품목	세부 내용
스마트기기	스마트 고양이 화장실, 급식기, 원격 케어 카메라, 건강 모니터링 기기 등	• 중국 반려동물 스마트 하드웨어 시장 규모는 '27년까지 200억 위안 돌파 전망
패션	기능성 의류, 디자이너 콜라보 시리즈 등	• '24년 징둥(JD)의 반려동물 패션 GMV는 18억 위안 돌파

자료: Bain & Company, 시나재경(新浪财经), 상관신문(上观新闻), 상하이무역관 정리, '25년 9월

- (최근 수출입 동향) 반려동물 생활용품, 케어용품 등 세분화된 품목을 중심으로 중국 반려동물 용품 시장 수입 수요 증가 지속
 - 한국은 중국의 면도·목욕용 제품 전체 수입국 중 10위 기록
 - * 기타 면도용·목욕용 제품(HS 330790) : ('23년) 194만 달러 → ('24년) 453만 달러 → ('25H1) 236만 달러
 - '25년 상반기 '가정용 전기기계식 기기'의 대중 수출은 전년 동기 대비 513.6% 증가하며 강력한 회복세를 보임
 - * 가정용 전기기계식 기기(HS 850980) : 한국의 수입액은 '23년에서 '24년 사이에 74.1% 감소(6만 2,375 달러 → 1만 6,143 달러). '25년 상반기 수입액은 9만 9,068달러로 전년 동기 대비 513.6% 증가

한국의 대중국 주요 펫용품 관련 품목 수출 추이

HS CODE	품목명	(단위: 달러)		
		2023년	2024년	2025년(상반기)
420100	동물용 마구 (고삐줄, 끈, 재갈, 안장용 방석, 개용 코트 등)	65,537	39,119	86,242
330790	기타 면도용·목욕용 제품 (반려동물용 샴푸·화장품 등)	1,943,065	4,529,576	2,363,868
380899	기타 살균제 (귀 청소제 등)	3,893,077	3,927,225	3,428,090
850980	가정용 전기기계식 기기 (스마트 급식기, 스마트 급수기 등)	62,375	16,143	99,068

자료: Global Trade Atlas, '25년 9월

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

중국 내 주요 펫용품 기업 개요 및 동향

#	기업명	구분	분야	기업 특징 및 관련 동향
1	톈위안종우 (天元宠物)	현지 기업	종합적 반려동물 용품	<ul style="list-style-type: none"> 국내 반려동물 용품 업계 선도기업으로 풍부한 제품군과 글로벌 시장 레이아웃을 바탕으로 꾸준한 실적 성장 <ul style="list-style-type: none"> (파트너십) 월마트, Kmart, AUS 등 대형 슈퍼마켓과 Amazon, Chewy 등 유명 전자 상거래 플랫폼 '24년 해외 생산능력 수요 충족을 위해 베트남과 캄보디아에 공장 설립 반려동물 용품 종합 업체로 고객의 '원스톱' 구매 니즈 충족 '25년 상반기 매출액은 14.35억 위안, 전년 동기 대비 14.6% 증가(新浪财经)
2	화위안종쥐 (华元宠具)	현지 기업	침구/장난감/ 패션/케어용품 등	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 영업 및 전자상거래 운영에 특화 <ul style="list-style-type: none"> 타오바오, 티몰, 징동, 핀둬둬 등 주요 전자상거래 플랫폼에 공식 매장 운영 위챗 공식계정, 미니 프로그램, 더우인 및 기타 플랫폼 활용 소비자 접촉 산하 브랜드 HOOPET은 10년 연속 고양이·강아지 일상용품 선두 차지 디즈니, 미니언즈 등 유명 IP와 적극 협업 추진 14.8만㎡ 스마트 물류센터 보유
3	Homerun (霍曼)	현지 기업	펫테크 제품 (드라이룸, 급식기, 급수기, 반려동물 스마트 장난감 등)	<ul style="list-style-type: none"> 미국, 일본, 캐나다, 영국, 독일 등 30여 개국 및 지역에 제품 판매하고 있는 중국 반려동물 스마트 용품 분야 대표 브랜드 애플리케이션을 통한 급식, 급수, 환경 모니터링 기기 등을 연동하여 스마트 홈 생태계 구축
4	아이캔더	진출 기업	이동가방, 쿠션, 옷 등	<ul style="list-style-type: none"> (온라인) 타오바오, 징동 공식 매장 운영, (오프라인) Electric Pet Company(电力宠物百货)와 협업 하에 접근성 높은 구매 채널 구축 펫페어 아시아와 샤오훙슈 등을 통해 브랜드 홍보를 진행하여 성공적으로 중국 시장에서 브랜드 인지도 향상

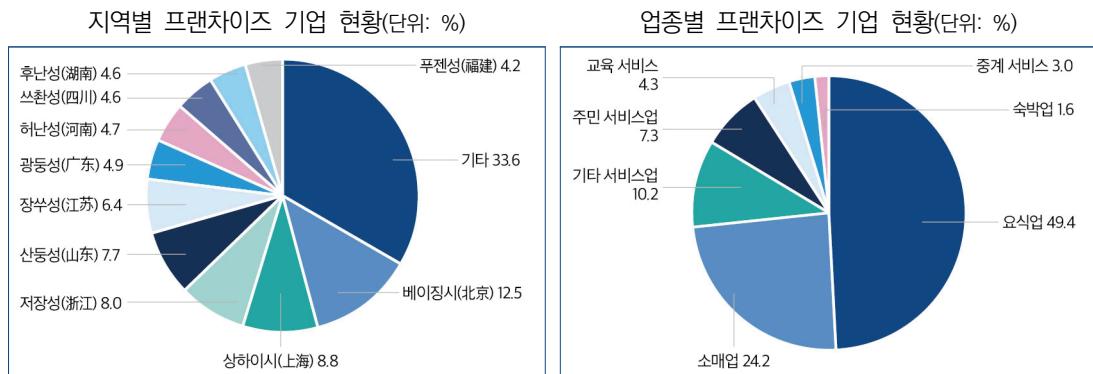
자료: 각 브랜드 포탈, 시나재경(新浪财经), 상하이무역관 정리, '25년 8월

(3) 프랜차이즈

□ 산업 개요

- (산업 규모) '24년 중국 상무부에 등록된 프랜차이즈 기업 수는 1만 2,756개사로 시장 규모는 2조 8,000억 위안 초과
 - (지역별) 베이징(1,786개사), 상하이(1,255개사), 저장성(1,142개사), 산둥성(1,099개사) 모두 1,000개 이상의 기업을 보유하고 있고 전체의 37% 차지
 - (업종별) 요식업 4,927개사로 49.4% 점유율로 1위를 차지하며, 그 뒤로는 소매업 2,414개사, 상업 서비스 1,020개사가 있음
- * 중국 프랜차이즈 경영협회(CCFA)가 발표한 '24년 중국 프랜차이즈 TOP 300'에 따르면, '23년 대비 △ 요식업의 신규 브랜드가 늘어나고 확장 속도가 빨라졌으며, △ 생활 서비스업의 비중이 소폭 증가하고, △ 소매업의 비중 소폭 감소

〈중국 지역별·업종별 프랜차이즈 기업 현황〉



자료 : 중국 상무부, '24년 12월

- (산업 동향) 선도 브랜드 영향력 강화로 시장 집중도 상승하였으며, 하침시장(3·4선 도시, 군, 향)은 새로운 성장 축으로 부상
 - △ 강력한 공급망 가격 협상력, △ 성숙한 운영·관리 체계, △ 높은 브랜드 인지도를 통해 선도 브랜드의 시장 우위 확대 지속
 - * '24년 '중국 프랜차이즈 TOP 300'의 총 점포 수는 83만 개로 전년 대비 30.7% 증가하였으며, 점포 수 1만 개 이상 기업도 '23년 9개에서 '24년 18개로 증가(중국프랜차이즈경영협회(CCFA))
 - * 맥도날드와 KFC는 '본사 직영 + 지역 대리점'의 하이브리드 모델을 통해 경영비용을 30% 절감했으며, 규모의 경제를 활용한 구매 및 공급망 통합으로 식재료 비용도 절감
 - 1, 2선 도시 경쟁이 포화 단계에 접어들면서, 하침시장은 막대한 소비 잠재력과 낮은 경쟁 강도를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 새로운 성장 동력으로 부상하고 있음
 - * 3선 및 그 이하 도시의 프랜차이즈 매장 비율은 '19년 38%에서 '24년 52%로 급증

□ 기업동향

- (중국 기업) 중국 프랜차이즈 경영협회(CCFA) 발표에 따르면, ① 미쉐빙청(음료·디저트), ② 메이자(편의점), ③ 더유우(부동산 중개), ④ 루이스커피(음료·디저트)가 중국브랜드 TOP 4에 선정

'24년 중국 프랜차이즈 TOP 4

순위	기업명	브랜드명	2024년		핵심 성공 전략	
			점포 수 (개)	가맹점 수 (개)		
1	미쉐빙청 주식유한회사 (蜜雪冰城股份有限公司)	미쉐빙청 (蜜雪冰城)	46,479	46,479	음료· 디저트	<ul style="list-style-type: none"> • 압도적인 가성비 전략(아이스크림 가격 3위안) • 자체 원료 생산 시스템 및 효율적인 물류망 구축을 통해 비용 절감 가능 • 바이럴 마케팅 <ul style="list-style-type: none"> * '쉐왕(雪王)'이라는 귀여운 눈사람 마스크트와 중독성 있는 테마송을 활용한 바이럴 마케팅은 젊은층 사이에서 폭발적인 인기를 얻는 데 크게 기여
2	메이자 홀딩스유한회사 (美宜佳控股有限公司)	메이자 (美宜佳)	37,943	37,909	편의점	<ul style="list-style-type: none"> • 압도적 매장 수 및 저임대료 지역 집중 <ul style="list-style-type: none"> * 대도시 중심 상권보다는 주거 지역 및 공업 지역 등 상대적으로 임대료가 저렴한 지역을 중심으로 출점하는 전략을 통해 비용 효율성을 높임 • 현지화 상품 제공 <ul style="list-style-type: none"> * 자체 물류센터 운영 및 상품 개발 역량 강화 집중
3	더유우(톈진) 부동산중개서비스 유한회사 (德佑(天津)房地产经纪服务有限公司)	더유우 (德佑)	24,757	24,757	부동산 중개	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 최대 부동산 중개 플랫폼인 베이커쟈오방(贝壳找房)을 활용을 통한 자원 공유 및 디지털 역량 강화로 경영 효율성 제고
4	루이싱커피(厦門) 유한회사(瑞幸咖啡 (厦门)有限公司)	루이싱 커피 (瑞幸咖啡)	22,340	7,749	음료· 디저트	<ul style="list-style-type: none"> • 초기에 공격적인 가격 할인 및 프로모션 등을 통해 中 커피 시장 빠르게 공략 • 모바일 앱 기반의 주문 및 배달 시스템 구축 • '코코넛 라떼(生椰拿鐵)'등 히트 제품을 통해 고객 유지

자료: 중국프랜차이즈경영협회(CCFA), 시나재경(新浪财经), 상하이무역관 정리, '25년 7월

- (외국 기업) 외국 브랜드는 △ 신속한 확장 △ 디지털화 △ 녹색경제 등 전략으로 중국 시장 진출 가속화
 - (편의점) 로슨(Lawson), 패밀리마트(Family Mart) 등 외자 편의점들은 운영 모델 고도화 및 현지화 전략 강화로 매장 수 빠르게 확대
 - * '25년 6월 기준, 로손(Lawson)은 저비용, 고효율의 '로손 스테이션' 모델을 통해 하침시장으로 진출, 현재 중국에 6,800개 이상의 매장을 운영하고 전국 17개 성을 포함함(신화망)
 - (외식) 중국 내 요식업의 완만한 성장과 함께 외자 브랜드 중국 시장 진출 확대 추세
 - * '25년 상반기, 중국 요식업 매출액은 2조 7,480억 위안으로 전년 동기 대비 4.3% 증가

중국 내 주요 프랜차이즈 브랜드 최근 동향

브랜드명	국가	세부 분야	최근 동향
맥도날드 (McDonald's)	미국	패스트푸드	<ul style="list-style-type: none"> '24년, 맥도날드는 중국에 총 6,820개 매장을 운영했으며, 이는 외자 프랜차이즈 시장 매장 수의 35% 이상을 차지 '24년에만 917개의 신규 매장 추가 '25년 세계적으로 2,200개 신규 매장을 오픈할 예정이며, 그중 1,000개 매장은 중국에서 신규 오픈 계획
BBQ치킨	한국	치킨	<ul style="list-style-type: none"> '25년 5월, 베이징, 칭다오 등 중국 내 8개 전략 지역과 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하고 중국 시장에 본격적으로 진출 가속화 3~5년 내 중국 내 1,000개 이상의 매장 오픈 계획
써브웨이 (Subway)	미국	패스트푸드	<ul style="list-style-type: none"> '24년, 상하이 FRS사와 써브웨이의 역사상 가장 큰 프랜차이즈 계약을 체결하며 20년 내 중국에 4,000개의 매장 오픈 계획
파파이스 (Popeyes)	미국	패스트푸드	<ul style="list-style-type: none"> '25년 3월, 전국 매장 수는 24개로, 월 5~10개의 신규 매장 오픈 계획
파리바게뜨	한국	베이커리	<ul style="list-style-type: none"> 상하이에 중국 1호점 오픈 이후 급성장하며, '24년 기준 중국 내 340개의 매장 운영 중국은 파리바게뜨의 최대 해외 시장으로 부상 '25년, 중국에서 신규 100개 매장 신규 오픈 계획
스타벅스	미국	커피	<ul style="list-style-type: none"> '25년까지 1만 개(신규 및 기존 매장 포함)의 친환경 매장을 구축한다는 목표하에 녹색경영 적극 추진 중국 내 7,500개의 매장이 스마트 사물인터넷(IoT) 운영 시스템을 도입해 에너지 절감 및 탄소 배출 감축 강화 '25년 6월까지, 중국 시장 전체 매장 수는 7,828개로 1,000개 이상의 현급 시장을 포괄함

자료: 시나재경(新浪财经), 신화망(新华网), 흥찬산업연구원(红餐智库), 매일경제, 상하이무역관 정리, '25년 9월

〈참고〉 '24년 중국 프랜차이즈 TOP 300에 진입한 해외 브랜드

순위	기업명	브랜드명	국가	2024년 점포 수 (개)	2024년 가맹점 수 (개)	업종
13	바이성 컨설팅(상하이) 유한회사 (百胜咨询(上海)有限公司)	KFC	미국	11,648	1,461	패스트푸드
31	로슨(Lawson)투자 유한회사 (罗森投资有限公司)	로슨 (Lawson)	일본	6,652	5,443	편의점
42	터퍼웨어(차이나) 유한회사 (特百惠(中国)有限公司)	터퍼웨어 (Tupperware)	미국	4,850	4,847	비식품 전매
44	치이스아이(차이나) 투자 유한회사 (柒一拾壹(中国)投资有限公司)	세븐일레븐 (7-Eleven)	일본	4,639	3,091	편의점
52	바이성 컨설팅(상하이) 유한회사 (百胜咨询(上海)有限公司)	피자헛 (Pizza Hut)	미국	3,724	1,461	정찬
57	톈진 딩차오 식음료 서비스 컨설팅 유한회사 (天津顶巧餐饮服务咨询有限公司)	디코스 (Dicos)	미국	3,352	3,317	패스트푸드
61	중국 대륙 패밀리마트 (中国大陆全家)	패밀리마트 (Family Mart)	일본	3,032	2,997	편의점
131	버거킹(상하이) 음식 유한회사 (汉堡王(上海)餐饮有限公司)	버거킹 (Burger King)	미국	1,489	296	패스트푸드
159	티안하오(차이나) 투자 유한회사 (天好(中国)投资有限公司)	팀 홀튼스 (TIM HORTONS)	캐나다	1,025	451	음료·디저트·베이커리
205	보쉬자동차 기술 서비스(베이징) 유한회사 (博世汽车技术服务(北京)有限公司)	보쉬 (Bosch)	독일	601	109	자동차 애프터마켓 (汽车后市)
261	상하이 아이스비시 식품 유한회사 (上海艾丝碧西食品有限公司)	파리바게트 (Paris Baguette)	한국	344	314	베이커리
265	상하이파파존스음식유한회사 (上海棒约翰餐饮管理有限公司)	파파존스 (Papa John's)	미국	320	103	패스트푸드
281	뚜레쥬르(베이징) 식품 유한회사 (多乐之日(北京)食品有限公司)	뚜레쥬르 (Tous Les Jours)	한국	265	216	베이커리
282	상하이 원도 브랜드 발전(그룹) 유한회사 (上海文道品牌发展(集团)有限公司)	쿠모 쿠모 (KUMO KUMO)	일본	259	225	베이커리

자료: 중국프랜차이즈경영협회(CCFA), '25년 7월

3. 협력 기회

가. 통상·G2G

□ FTA, 다자간협력 및 자유무역시험구(FTZ) 활용

- 한·중 및 한·중·일 3국 FTA
 - 한·중 FTA 2단계 협상은 서비스무역 자유화, 투자 네거티브 리스트, 금융서비스 개방을 포함하고 있어, 금융, ICT, 콘텐츠 기업의 시장 진입 기회가 확대될 것으로 기대
 - * 단, 게임·미디어 분야는 판호(版号) 및 심의 절차 등 규제 리스크 존재
 - '25년 한·중·일 통상장관회의에서 3국은 '포괄적·공정·고품질 FTA' 추진에 합의했으며, 역내 교역·투자 환경 개선과 기술 협력 확대를 목표로 제시



한·중 자유무역협정 2단계 서비스·투자 협상 10~12차 회의 (中韩自贸协定第二阶段服务贸易和投资谈判第10~12轮会议)

- 주요 내용
 - 베이징·서울에서 개최된 10~12차 회의에서 양국은 서비스무역 자유화, 투자 네거티브 리스트 설정, 금융서비스 개방 등에 대해 깊이 있는 협상 진행('25년 01월 15일 / '25년 4월 18일 / '25년 6월 23일)
 - 기존 FTA('15년 12월 20일 발효)로 촉진된 교역·투자 성과를 토대로 서비스·투자 자유화 추진 목표
- 향후 기회
 - 서비스업 분야 개방이 확대되면 보험·자산운용·핀테크, 클라우드·데이터센터 등 ICT, 교육·헬스케어 분야에서 한국 기업의 중국 시장 진출 장벽이 다소 낮아질 것으로 전망
 - 게임·출판 등 문화콘텐츠 분야는 판호(版号) 규제와 심의 절차가 지속될 가능성이 있어 규제 지속 관찰 필요



제13차 한·중·일 경제통상장관회의(第13届中日韩经济贸易部长会议)

- 주요 내용
 - 한·중·일 3국은 포괄적·공정·고품질 FTA 추진에 합의('25년 3월 30일)
 - 공급망 안정화를 위한 협력, 재생에너지, 원자력, 수소 및 수소 파생연료, 탄소포집·활용·저장(CCUS) 등 탄소중립 에너지 기술 협력 및 APEC의 DESG 등 다자적 틀을 통한 협력 강화 논의
 - 2025 오사카·칸사이 엑스포, 2025 한국 APEC 등 국제행사 연계도 언급
- 향후 기회
 - FTA 체결 시 부품, 원자재 수급 리스크 완화 및 조달 비용 절감 예상
 - 전자상거래, 클라우드, 핀테크, AI 서비스 등에서 규제 간소화 및 공동 규범 마련을 통한 디지털 협력 가능
 - 친환경 기술 공동개발, 투자·R&D 협력 분야에 참여할 수 있는 기회 모색 가능



제13차 한·중·일 경제통상장관회의(第13届中日韩经济贸易部长会议)

- 주요 내용
 - 한·중·일 3국은 포괄적·공정·고품질 FTA 추진에 합의('25년 3월 30일)
 - 공급망 안정화를 위한 협력, 재생에너지, 원자력, 수소 및 수소 파생연료, 탄소포집·활용·저장(CCUS) 등 탄소중립 에너지 기술 협력 및 APEC의 DESG 등 다자적 틀을 통한 협력 강화 논의
 - 2025 오사카·칸사이 엑스포, 2025 한국 APEC 등 국제행사 연계도 언급
- 향후 기회
 - FTA 체결 시 부품, 원자재 수급 리스크 완화 및 조달 비용 절감 예상
 - 전자상거래, 클라우드, 핀테크, AI 서비스 등에서 규제 간소화 및 공동 규범 마련을 통한 디지털 협력 가능
 - 친환경 기술 공동개발, 투자·R&D 협력 분야에 참여할 수 있는 기회 모색 가능

- RCEP, 다자간 협력 및 FTZ
 - '22년 발효된 역내포괄적경제동반자협정(RCEP)은 '25년부터 '고품질 이행 단계'에 본격 돌입
 - * 관세·원산지 혜택, 지역 공급망 협력, 서비스(금융·보험 등) 시장 개방, 서비스·디지털 분야 중소·스타트업 지원
 - 중국은 ASEAN과의 FTA 3.0 업그레이드 협상을 추진하여, 디지털경제·녹색경제 협력 강화와 표준 및 통관 절차 개선을 통해 역내 협력 기반 확대 모색
 - * 스마트 물류, 친환경 건설, 디지털 무역 등 신흥 분야에서 새로운 사업 기회 창출 가능



중국-ASEAN 자유무역지대 3.0 협상(中国-东盟自贸区3.0版谈判)

- 주요 내용
 - '22년 착수한 협상이 '25년 5월에 마무리되면서 중국-ASEAN 자유무역지대 3.0 업그레이드 협상 완료
 - 3.0 버전은 디지털경제(数字经济), 녹색경제(绿色经济), 공급망 연결, 표준 및 기술규정·통관 절차, 공정 경쟁 및 소비자 보호, 중소기업 협력 등 새로운 분야 포괄
- 향후 기회
 - 디지털경제 및 공정경쟁·소비자 보호 조항 신설로 플랫폼 신뢰도 강화 및 역내 전자상거래 운영 리스크 완화 가능
 - 표준·기술규정, 적합성 평가 및 통관 절차 개선을 통해 중복 인증 부담 완화, 통관 시간 단축 가능
 - 위생·식물위생(SPS) 협력 확대에 따라 축산물, 가공식품 등 식품·농수산품 수출 승인 절차 예측 가능성 제고



상하이 자유무역시험구 제도개방 조치 전국 확대(复制推广上海自贸试验区77条试点措施)

• 주요 내용

- 중국 국무원은 '25년 7월 3일 발표한 통지를 통해, 상하이 자유무역시험구에서 축적된 77개 제도형 개방 사례를 중국 전역 및 기타 자유무역시험구에 확대 적용하기로 발표('25년 7월 3일)
 - 서비스무역, 상품무역, 디지털무역, 지식재산 보호, 정부조달 혁신, 리스크 관리 등 분야 포함
 - 전국 확대 도입 : 정부조달 플랫폼 디지털화 수준 제고(提升政府采购平台数字化水平) 전자결제 국경 간 활용 확대 추진(推进电子支付跨境应用), 데이터 안전 관리 인증 제도 시행(实施数据安全管理认证制度), 상용 암호 검증·인증 결과 채택 확대(鼓励采信商用密码检测认证结果)
 - 타 자유무역시험구 확대 도입 : 데이터 국외 반출 네거티브 리스트 제정(制定数据出境负面清单) 다국적 기업 국경 간 자금 운영 관리 정책 최적화(优化跨国公司跨境资金集中运营管理政策) 전자 선하증권 등 전자문서 활용 추진(推动电子提单等电子单据应用) 등

• 향후 기회

- 통관 절차 간소화 및 전자 선하증권 등 디지털 문서 적용으로 수출입 비용 절감 및 시간 단축 가능
- 정부 구매 투명도 제고 및 공정 경쟁 환경 조성 등 조치를 통해 공공 프로젝트 시장 진출 기회 확대
- 상표·특허 보호 강화, 행정·사법 보호 확대로 IP 침해 리스크 감소 등
- 데이터 국외 반출 네거티브 리스트 제도 도입으로, 기존 대비 데이터 이동 절차 대폭 간소화

□ (G2G) 국가 간 협력

- 신흥 협력 분야 공동 개척
 - 한중경제협회-주한중국대사관 간담회('25년 5월 22일)에서 양측은 글로벌 불확실성 확대와 공급망 리스크에 대응하기 위한 신흥 분야 협력의 필요성 공유
 - * 인공지능(AI), 첨단제조, 바이오의약, 디지털경제, 저고도경제, 녹색발전 등 고부가가치 산업을 중심으로 공동 연구개발 및 협력 확대 방안 모색



주요 분야별 중국 시장 현황

- 인공지능(AI)
 - '24년 중국 인공지능 산업 규모 7,000억 위안 돌파, 연간 20% 이상 성장 지속
 - '25년 상반기 생성형 인공지능 기술·제품 고도화, 제품 다변화, 활용 영역 대폭 확대
 - '24년 기준 중국 AI 핵심기업 수 4,300여 개 초과, 미국에 이어 세계 2위 수준
- 저고도경제
 - '23년 중국 저고도경제 시장 규모 5,059억 5천만 위안(성장을 33.8%)
 - '25년에는 시장 규모가 약 1조 5,000억 위안을 돌파할 것으로 예측
 - 중국 민항국(CAAC), '35년 시장 규모 3조 5천억 위안 규모 성장 전망치 제시
- 디지털경제
 - '23년 중국 시장 규모 53조 9천억 위안(전년 대비 3조 7,000억 위안 증가)
 - '24년 중국의 데이터 생산 총량 전년 대비 25% 증가, 디지털경제 핵심 산업 부가가치는 GDP의 10% 차지
 - '25년 6월 기준 중국 내 5G 기지국 455만 개 구축, 기가급(千兆) 광대역 사용자 수는 2억 2,600만 가구
 - 중국 내 5G 모바일 전화 사용자 수 10억 8,100만 명, 보급률 75% 초과
- 바이오의약
 - 중국 정부, 의약 기업 연구개발·생산·판매와 빅데이터·클라우드 컴퓨팅 기술 융합 발전 장려 정책 추진
 - '24년 중국 생물의약품(Biologics, 生物药品) 시장 규모는 약 462.2억 달러로 추정
 - '35년에는 3,760억 달러까지 성장할 전망(연평균 성장률 약 20.9%)
- 정부 차원의 디지털·AI 협력
 - '25년 8월 4일, APEC 디지털·AI 장관회의에서 한국 과학기술정보통신부와 중국 공업정보화부 등 참가국은 디지털 및 AI 분야 교류 협력 강화 확인, 정부 차원 지원을 통한 협력 발전 지속 및 관련 프로젝트 추진 논의

나. 프로젝트

□ 개요

- 중국은 '25년 정부업무보고에서 상업우주, 저고도경제, 바이오 제조, 양자기술, 6G, 체화지능(Embodied AI) 등을 신흥·미래 핵심 산업으로 지정
 - 대규모 시범사업 추진, 산업 클러스터 조성, 미래산업 투자 확대 메커니즘 구축 등을 통해 신흥 산업의 안정적·지속적 발전을 지원할 것임을 강조

□ 상업우주(商业航天)

개요	<ul style="list-style-type: none">• 국무원 '25년 정부업무보고는 상업우주를 전면적 개발이 필요한 신흥 산업으로 분류하고, 신기술·신제품·신서비스 대규모 활용 시범사업 추진 제시• '25년 7월 국무원 상무회의는 '인공지능+' 추진과 함께 상업우주·저고도경제·바이오제조 등 신흥 산업을 미래 성장 엔진으로 명시
주요 정책	<ul style="list-style-type: none">• 베이징 인민정부, 베이징 상업우주 혁신발전 행동 방안《北京市加快商业航天创新发展行动方案(2024-2028年)》<ul style="list-style-type: none">- 로켓 재사용·위성별 제작·로켓 시험 검증 플랫폼 및 엔진 시험대 공유 등 추진- 500개 이상 하이테크 기업(100개 이상 전정특신 기업, 10개 이상 유니콘 기업, 20개 이상 상장 기업 목표) 육성 추진, '로켓스트리트(火箭街)' 프로젝트를 통해 국가급 연구·제조 하브 구축 계획• 광동성 인민정부, 광동성 상업우주산업 고품질 발전 추진 행동방안《广东省推动商业航天高质量发展行动方案(2024-2028年)》<ul style="list-style-type: none">- 산업 규모 목표 : '26년까지 광동성 내 상업우주 및 연관 산업 규모를 3,000억 위안 수준으로 확대하고, 로켓 관련 핵심 기술 확보, 10개 이상의 상업우주 핵심 기업 육성, 5개 이상 상업우주 산업집적구 조성 목표 제시- 산업체인 구축 : '쌍핵다점(광저우·선전 핵심, 주하이·양장 등 거점)' 전략을 기반으로 발사서비스·위성 제조·지상국·단말장비·응용서비스까지 전 산업체인 배치 강조- R&D 비용 공제, 하이테크 기업 세제 혜택 등을 제공하여 전정특신(전문화·정밀화·특색화·신형화) 작은거인 혁신기업(专精特新 '小巨人') 육성
세부 내용	<ul style="list-style-type: none">• 진출 기회<ul style="list-style-type: none">- 위성 하드웨어·소프트웨어 공동 개발(卫星制造), 로켓 엔진 및 추진체 등 위성 관련 장비부품(零部件) 연구, 위성 데이터 응용 서비스 등 분야 중점 육성- 특히 하이난 발사장은 위성 발사 분야에서 대외 개방을 추진 중이며, 지방정부는 R&D 비용 추가공제 및 설비 투자 보조 제공 중• 유의 사항<ul style="list-style-type: none">- 우주기술은 국가안보 규제를 받으므로 핵심기술 이전 요구에 대한 사전 검토 필요- 상업발사 하기는 국가항천국(CNSA) 및 군사 부문에서 심사하므로 긴 시간이 소요될 수 있으며, 위성 데이터 사용은 개인정보·국가안보법에 따라 제한될 수 있음
참고사항	



주요 글로벌 협력 사례(1)

- 중국 : Eplus3D(Beijing Eplus3D Technology, 北京易加三维科技有限公司)
 - 대형 금속 3D 프린팅 장비 분야 중국 선두 기업으로, 금속 분말 적층 용융 장비 개발·생산
- 글로벌 파트너 : (한국) 이노스페이스(INNOSPACE)
 - 소형 위성 전용 하이브리드 로켓 개발·제작 및 상업 발사 서비스 스타트업
- 협력 분야
 - 중국 측에서 대형 EP-M450/EP-M300 금속 분말 적층 용융 장비(金属粉末床熔融设备) 공급 및 항공우주 국제 표준(Aerospace International Standards)에 부합하는 기술 공정 제공
(그 외, 적층제조(增材制造) 기반 로켓 엔진 제조 솔루션 패키지 제공 등)
 - Eplus 3D 솔루션 활용, 엔드 투 엔드(End-to-End) 3D 프린팅 로켓 엔진 생산라인 구축
- 성과
 - INNOSPACE의 HANBIT 시리즈 하이브리드 로켓(混合火箭) 핵심 부품 13개 직접 생산
 - 생산 비용 50% 절감, 납기 주기 대폭 단축 및 경량화 설계를 통한 유효 탑재 능력(有效载荷能力) 향상
- 협력 의의
 - Eplus 3D : 중국 적층제조(增材制造) 기술의 글로벌 협력 강화
 - INNOSPACE : 하이브리드 로켓 대량생산 인프라 확보 및 중국 시장 진출 추진 등

자료: ChinaIRN(中研普华产业研究院)



주요 글로벌 협력 사례(2)

- 중국 : GALACTIC ENERGY(星河动力航天)
 - 운송 로켓(运载火箭) 개발 및 발사 서비스(복합재·경량화 설계, 상용 위성 네트워크 배치 지원에 강점)
- 글로벌 파트너 : (독일) FEM-Composites
 - 복합재 설계 및 엔지니어링 전문 기업(항공우주, 방위, 자동차, 풍력 에너지 등 고성능 경량 구조물 제작)
- 협력 분야
 - Ceres-1(谷神星一号) 운송 로켓 복합재료 페어링(整流罩) 중심 협력 추진
- 협력 방식 및 기술적 특징
 - 중국 측에서 초기 단계 설계안 제공 및 하중 조건(载荷工况), 공정 경계(工艺边界) 제시
 - 독일 측은 시뮬레이션 주도 설계(仿真驱动设计) 방법론 적용 및 위상 최적화(拓扑优化) 설계 수행
(복합재 적층 시뮬레이션(复合材料铺层仿真)을 통해 재료 분포, 섬유 각도 등 매개변수 최적화)
- 주요 성과
 - 페어링 경량화 20% 이상 달성 및 로켓 운송 능력(运载能力) 향상 등
- 협력 의의
 - GALACTIC ENERGY : 첨단 시뮬레이션 설계 방법론 도입 → 향후 로켓 연구개발(R&D) 기반 마련
 - FEM-Composites : 중국 항공우주 분야에서 핵심 기술 검증 및 시장 홍보 효과 확보

자료: ChinaIRN(中研普华产业研究院)

□ 바이오제조(生物制造)

개요	<ul style="list-style-type: none"> • '25년 정부업무보고에서 바이오 제조를 미래산업으로 지정하고, 투자 확대 메커니즘 구축으로 연구·중간 시험·제조·상품화 전 주기 지원 발표 • 국가발전개혁위원회(NDRC) 2025 바이오 제조 중간시험 역량 강화 플랫폼 육성 지원 발표 《生物制造中试能力建设平台培育指南(2025版)》 <ul style="list-style-type: none"> - '27년까지 중간시험 플랫폼 육성 및 기업·제품 상용화 목표 설정(중간시험 플랫폼 : 파일럿 생산 지원 인프라) - 플랫폼 구축 시 정부가 설비 투자비 30~50%, 운영 첫 3년간 연간 최대 1천만 위안 지원 • 광동성, '바이오 제조 산업 혁신발전 행동 방안' 마련 《广东省加快建设生物制造产业创新高地行动方案》 <ul style="list-style-type: none"> - '27년까지 생물 제조 전 체인 구축, 국제 경쟁력 클러스터 형성. 3~5개 국가급 혁신 플랫폼, 10개 이상 100억 위안급 기업·20개 50억 위안급 기업 육성 목표 - 생물 제조 분야 하이테크 기업(합성생물, 유전자 기술 관련)은 기업소득세 15% 적용 - 기초 연구 지원 100% 기업소득세 전 공제, R&D 기관에서 중국산 장비를 구매할 경우, VAT(부가가치세) 일부 혹은 전액 환급(구체적인 비율은 국가 지침 준수)
주요 정책 세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 상하이·장쑤 자유무역시험구(FTZ, 自贸试验区) <ul style="list-style-type: none"> - 상하이 자유무역시험구에서는 외국인 전액 출자 의료기관 설립 허용 - 의약품 심사 절차 간소화, 해외 신약 임상데이터 조건부 인정(기술 요구사항 준수), 시판허가자제도 (MAH) 확대 등으로 외국 기업의 시장 진출 장려 • 하이난 자유무역항(FTP) 바이오의약산업 고품질 발전 지원을 위한 정책 조치 《海南省关于进一步支持生物医药产业高质量发展的若干政策措施》('25년 8월 발표) <ul style="list-style-type: none"> - 혁신 신약·의료기기 개발에 대해 단계별 성과에 따라 최대 1,000만 위안 연구보조금 지급 - 국가 집단구매 입찰 성공 시 판매액의 3%를 인센티브로 지원(최대 300만 위안) - 하이난성 외 타 성(省) 기업이 하이난 소재 제약사를 인수·합병할 경우 인수자금 대출이자의 50%를 2년간 보조(최대 500만 위안) - 의약품·의료기기가 국제 권위 인증을 획득할 경우 건당 200만 위안의 보조금을 지급하여(일회성) 글로벌 시장 진출을 장려
참고사항	<ul style="list-style-type: none"> • 진출 기회 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 바이오기업은 중간시험 플랫폼 활용으로 공정 개발·시제품 생산 가능 - 합성생물학·바이오 재료 분야 등 중국 파트너와 연구소 공동 설립 적극 장려 - 네거티브 리스트(负面清单) 제한 지속 감소 추세 • 유의 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 내 의약품·식품 관련 연구는 《생물안전법(生物安全法)》 및 《약품관리법(药品管理法)》에 따른 안전성 평가 필수 - 유전자 편집·합성생물학 연구 관련 기술은 수출 제한금지 기술 목록(中国禁止出口限制出口技术目录)에 해당할 수 있음 - 외국 기업은 기술 이전 요구와 데이터 국외 이전 규정 등 사전 검토 필요



주요 글로벌 협력 사례(1)

- 중국 : Guangxi Kangyu Biological(广西康渝生物制药)
- 글로벌 파트너 : (한국) 케이셀바이오사이언스(K-cell bio)
- 주요 협력 내용
 - R&D센터 : 광시(广西)에 공동 연구센터 설립 후, 케이셀바이오의 식물 줄기세포 배양(植物干细胞培养) 독자 기술 도입 및 현지화 추진
 - 생산 기지 : GMP 표준 충족 바이오제조 기지 건설 → 고급 바이오 활성 원료 대량 생산
 - 제품 개발 : 광시 특산 식물 자원 활용, 신규 화장품 원료 및 기능성 식품 소재 공동 개발
- 성과 및 의의
 - Guangxi Kangyu Biological : 첨단 기술 바이오 제조 기업으로 전환 가속화, R&D 및 고급 제조 역량 강화
 - K-cell bio : 중국 시장 내 핵심 기술 성공적 현지화, 무역 장벽 완화 및 공급망 대응 능력 강화
 - 중국 생물자원 + 국제 첨단기술 융합의 산업화 실증 사례

자료: ChinalRN(中研普华产业研究院)



주요 글로벌 협력 사례(2)

- 중국 : MIAOZHU Biotech(山东淼珠生物科技)
- 글로벌 파트너 : (한국) HR메디컬(HR Medical)
- 주요 협력 내용
 - 연어에서 PDRN 추출·정제하는 전 공정, 품질관리(QC) 표준, 제품 포뮬레이션을 핵심 플랫폼에 이전
 - 산동성에 중국 NMPA 3등급 의료기기(三类医疗器械) 기준 충족 GMP 생산기지 투자 → PDRN 원료 및 최종 의료 미용 제품 현지 대량 생산
 - 중국 내 임상시험 및 등록 신청을 공동으로 추진하여 합법적인 시장 진입 루트 확보
- 성과 및 의의
 - MIAOZHU Biotech : 세계 선도 PDRN 핵심 기술 확보로 스타트업에서 하드테크 기업(硬科技企业) 전환 성공
 - HR Medical : 리스크가 적은 방식으로 중국 시장에서 기술 상용화 및 ‘소프트 랜딩(软着陆)’ 실현
 - 중국 최초의 3등급 의료기기 자격 PDRN 생산기지 구축

자료: ChinalRN(中研普华产业研究院)



주요 글로벌 협력 사례(3)

- 중국 : WuXi XDC(药明合联)
- 글로벌 파트너 : (한국) 셀트리온(Celltrion Inc)
- 협력 방식 : ADC(抗体偶联药物) 후보물질 관련 초기 개발–상업화 생산 전 단계 포괄 전략적 협력 추진
- 주요 내용
 - WuXi XDC 통합 CDMO 플랫폼 역할 수행, Celltrion에 항체(抗体), 링커(连接子), 페이로드(载荷) 관련 공정 개발, 분석 방법 최적화, 결합 공정 서비스 제공 → 글로벌 GMP 기준에 따른 임상시험용 의약품 생산 추진
- 성과 및 의의
 - WuXi XDC : 장기 프로젝트 계약을 통한 기술 경쟁력 확보, 마일스톤 수익 기반 구축
 - Celltrion : R&D 주기 단축, 비용 및 리스크 절감

자료: ChinaIRN(中研普华产业研究院)

□ 저고도경제(低空经济)

개요	<ul style="list-style-type: none"> • '25년 정부업무보고는 저고도경제를 상업우주와 함께 신흥 산업으로 규정하고, 드론 물류·저고도 관광·응급의료 등의 활용을 통한 대규모 시범사업 추진 강조 • 《2024~2027 상하이시 저고도경제 산업 고품질 발전 행동 방안 시행》上海市低空经济产业高质量发展行动方案(2024~2027年) <ul style="list-style-type: none"> - '27년까지 R&D·제조 선도 기업 10개 이상 육성, 핵심 부품·솔루션 기업 100개 이상 집적 - 장강삼각주 주요 도시 연합, 중국 최초 '저고도 성(省) 간 통항 도시군' 건설 - 전국 저고도경제 산업 '종합 시범지역(综合示范地区)'으로 조성 - 현재 진행 상황 <ul style="list-style-type: none"> → 중국 eVTOL 대표 기업 이항(亿航) EH216-S 자율비행기 시범 비행 완료 → 항공기 및 통화 공항 인근 관광 비행 등 도시 물류·약품 배달 등 실증 서비스 다수 등장
주요 정책 세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> • '25년 2월 《광저우시 저고도경제 발전조례(广州市低空经济发展条例)》시행 <ul style="list-style-type: none"> - '27년까지 발전 목표 약 1,500억 위안 달성 - 스마트형 항공기 판매 : '광저우산' 첫 플라잉카 글로벌 생산·판매 추진 - 도시 첨단 공중교통 상용 운영 : 중국 최초 유인 비행 상용화 운영 도시 추진 <ul style="list-style-type: none"> → 도시 공중교통(UAM) 시범(대만구 내 단거리·국경 간 항로 탐색), 무인기 물류 확대('무인기+스마트 물류' 구현), 공공서비스 활용(국도 응급·교통 등 분야), 저고도 관광·항공 스포츠 전개(관광명장 구축), 항공 응급·의료구조 체계 구축 국가급 산업 혁신 플랫폼 조성(검사·안전평가 플랫폼) 등 - 저고도 기반시설 구축 : 첫 활주로형 통용공항 건설, 허브형 수직이착륙장(vertiport) 5곳 이상, 상시 사용 이착륙점 100곳 이상 신설. 투자 규모 100억 위안 이상 • 진출 기회 <ul style="list-style-type: none"> - 동력·비행제어·안전·복합소재 등 핵심기술 분야에서 타 지역(국제 포함) 기술 협력 강화 추진 - 한국의 첨단 드론·배터리·항법 기술 보유 기업은 중국 파트너와 협작 R&D 혹은 공동 프로젝트 형식으로 관련 사업 참여 가능 • 유의 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 저고도 공역은 공공안전과 밀접해 실시간 데이터 제공 및 비행 경로 의무 보고 - 비행 허가·감항증·운영허가증 취득 과정에서 긴 시간 소요 가능
참고사항	



주요 글로벌 협력 사례(1)

- 중국 : United Aircraft(深圳联合飞机)
 - 산업용 무인기 통합 솔루션 제공 기업(헬리콥터, 지상/차량형 지상국, 비행 제어 등 기체/지상/탑재 통합 포트폴리오 보유)
- 글로벌 파트너 : (한국) 디에어(D-AIR)
 - 첨단운송기기 및 그린에너지 전문기업(산업 시설물 점검, 운송시스템 등 무인 항공 기반 솔루션 개발)
- 주요 협력 내용
 - 고성능 3축 짐벌 광전자 모드 하드웨어(高性能三轴增稳光电吊舱硬件) 공급
 - 전용 SDK(소프트웨어 개발 키트) 제공 → 한국 측 무인기 비행제어 시스템 및 지상국 소프트웨어와 통합
- 성과 및 의의
 - 중국 내 에너지·보안 등 전문 분야 시장 진출을 위한 기반 마련

자료: ChinaIRN(中研普华产业研究院)

□ 체화지능(Embodied AI, 具身智能)

개요	<ul style="list-style-type: none"> • 인공지능 모델을 로봇과 센서에 접목해 인간과 유사한 행동을 구현하는 기술인 '체화지능'을 '25년 정부업무보고에서 미래 산업으로 분류하고 투자 확대 제시
주요 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 베이징 과학기술 위원회, 체화지능 과학기술 혁신 및 산업 육성 행동 계획《北京具身智能科技创新与产业培育行动计划(2025-2027年)》 <ul style="list-style-type: none"> - 체화지능 개방 플랫폼(具身智能开放平台) 구축으로 데이터·소프트웨어·하드웨어 공유 지원 - 글로벌 협력 추진(중관총 포럼, 세계 humanoid 로봇 대회 등 개최) - 기업 육성 지원(50개 이상 핵심 기업, 1,000억급 클러스터 형성 등) - 해외 기업 상용화 기회(산업·상업·개인화 서비스 등 100개 이상 대규모 활용 과제 추진)
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 상하이시 인민정부 판공청, 상하이 체화지능 산업 발전 실시 방안《上海市具身智能产业发展实施方案(2025-2028年)》 <ul style="list-style-type: none"> - '27년까지 상하이를 글로벌 체화지능 산업 혁신 중심지로 육성(규모 500억 위안 목표) - 핵심 기술(감지, 운동 제어, OS 등) 분야 보조금 지원 : 프로젝트 총 투자액의 최대 30% - 시급(市级) AI 컴퓨팅 플랫폼 활용 기업에 최대 연 4천만 위안 규모 AI 컴퓨팅 바우처 지원 - 혁신 플랫폼·데모구역에서 외자기업 협작/투자 권장 등 국제 협력 기회 확대
참고사항	<ul style="list-style-type: none"> • 진출 기회 <ul style="list-style-type: none"> - AI 알고리즘·컴퓨터 비전·자연어 처리 기술 보유 외국 기업은 중국 로봇 하드웨어 제조사와 협력해 체화지능 제품 개발 가능 • 유의 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 인간과 로봇 상호작용 데이터는 개인정보·민감정보에 해당할 수 있어 《개인정보보호법(个人信息保护法)》 및 《데이터보안법(数据安全法)》에 따라 처리 필요



주요 글로벌 협력 사례(1)

- 중국 : Atribot(星尘智能)
 - AI 휴머노이드 로봇 개발사(서비스/가정/산업용 휴머노이드 하드웨어 및 소프트웨어 통합 개발)
- 글로벌 파트너 : (미국) Physical Intelligence(Pi)
 - 로보틱스용 범용(제너럴리스트) AI 모델 개발 스타트업 (주력 분야 : 로봇 팔/휴머노이드/모바일 로봇 등에 활용 가능한 로봇용 기초 모델)
- 주요 협력 내용
 - MaaS(Model as a Service, 模型即服务), SaaS(Simulation-as-a-Service, 模拟即服务) 공동 구축
 - 미국 측(Physical Intelligence)의 로봇 기초 모델(机器人基础模型)을 Atribot의 AstroSim 클라우드 네이티브 시뮬레이션 플랫폼(AstroSim 云原生仿真平台)과 통합 추진
 - 클라우드 기반 훈련 → 실제 하드웨어 배치까지 이어지는 심리스툴체인(无缝工具链) 공동 개발
- 주요 성과
 - 효율적인 모델 훈련장(模型训练场), 분산 채널(分发渠道) 확보 및 상용화 가속

자료: ChinaIRN(中研普华产业研究院)

□ AI+(人工智能+)

프로젝트명	세부 내용	참고사항
하난성 AI 산업 생태계 발전 지원 정책 《河南省支持人工智能 产业发展若干政策 措施》('25년 8월)	<ul style="list-style-type: none"> • AI 산업펀드(人工智能产业基金) : <ul style="list-style-type: none"> 투자+보조금, 투자+대출 연계로 AI 기업 전주기 자금 지원 • 대형 모델 지원금(大模型奖补) : <ul style="list-style-type: none"> 국가인터넷정보판공실 등록 생성형 모델당 100만 위안, 산업별 모델 최대 100만 위안 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 하난성에서 실제로 법인 등기를 하고 AI업에 종사할 경우, 외국 기업도 혜택 대상 • 현지 연산 지원과 데이터 보조를 활용해 중국 시장에 특화된 AI 모델 개발 가능 • AI 모델 등록 시 중국의 데이터·사이버 보안 규제 충족 필수
저장성 AI+ 의료건강 고품질 발전 계획 《浙江省加快推动 人工智能+医疗健康 高质量发展行动计划 (2025-2027年)》 ('25년 7월)	<ul style="list-style-type: none"> • '27년까지 국가급 AI 의료 응용 기지 구축 및 50개 질환별 전문 모델 육성 • 의료 데이터 라벨링 플랫폼, AI 모델 평가 플랫폼 등 인프라 구축 • 임상보조 진단, 공중보건 예측, 중의약 스마트화, 미래 병원 건설 등 6대 분야 100개 활용 분야 선정 	<ul style="list-style-type: none"> • 중국에 의료 위생 기관(医疗卫生机构)으로 법인 등록을 할 경우 지원 대상에 포함 가능 • 데이터 라벨링·평가 플랫폼 활용 의료 AI 모델 개발 가능 • 중국 의료기기법 및 개인정보 보호법 준수 필요
광시 AI+ 제조 행동계획 《广西“人工智能+ 制造”行动方案 (2025-2027年)》 ('25년 3월)	<ul style="list-style-type: none"> • '27년까지 중국-아세안 인공지능 혁신 협력 센터, 10개 이상 연구개발 혁신 플랫폼 구축 지원 • 기계 학습, 컴퓨터 비전, 자연언어 처리, 지능 음성 등 핵심 기술 분야 관련 AI 선도 기업과 유명 기업이 광시에 아세안 지역 본부, 혁신 센터 및 디지털 전환 기지를 설립하도록 유치·지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 광시의 지리적 이점을 활용해, 중국과 아세안을 포괄하는 본부 혁신센터 설립 가능 • 광시 난닝에서 개최된 AI Super League에서는 우수 기업을 대상으로 'ASEAN 미래 유니콘기업'을 지정하고, 중국-ASEAN 엑스포 연계 로드쇼 및 전시 참여 기회도 제공



주요 글로벌 협력 사례(1)

- 중국 : Baidu(百度)
 - 중국 대표 빅테크 기업, AI 핵심 기술 플랫폼 ‘PaddlePaddle(飞桨)’ 개발
 - 자율주행, 로봇, 드론 등 AI 응용 생태계 확대 중
- 글로벌 파트너 : (한국) DeepX(迪普爱思)
 - NPU(신경망처리장치) 전문 스타트업으로, 초저전력·온디바이스 AI 반도체 개발 역량 보유
- 주요 협력 내용
 - 바이두가 보유한 AI 모델 핵심기술 플랫폼 ‘패들패들’의 차세대 광학문자인식(OCR) 모델 ‘PP-OCR’ v5와 딥엑스의 AI칩 ‘DX-M1’ 호환 성공
 - 바이두 드론·로봇 제조 협력사 20곳에 DX-M1 칩 공급, 초기 선주문부터 양산까지 공동 대응 체계 구축
 - 딥엑스 칩을 바이두의 ‘패들패들’에 통합하여, 로봇·드론 등 온디바이스 AI 분야 최적화 추진
- 주요 성과 및 전략적 의의
 - (한국) 딥엑스 AI 칩 및 (중국) 바이두 AI 플랫폼 결합을 통한 한국 반도체–중국 AI 플랫폼 간 대표 협력 사례
 - 중국 내 드론·로봇 등 온디바이스 AI 시장(세계 최대 규모) 공략 가속화

자료: ChinaIRN(中研普华产业研究院)

다. 공급망(자원개발)

□ 개방 정책

- ’25년 관세 조정 방안《2025年关税调整方案》
 - 국무원 관세세칙위원회는 ’25년부터 적용되는 관세 조정 방안 발표
 - 935개 품목의 수입 관세를 최혜국 세율보다 낮은 임시 세율로 조정하여 혁신 및 녹색 발전 지원
 - * 관세 인하 : 링 올레핀 공중합체(环烯烃共聚物), 나트륨 지르코네이트(锆酸钠), 의료용 바이러스 벡터(医用病毒载体) 등 첨단 소재·의료 품목
 - * 세번 신설 : 전동 승용차(电动乘用车)와 리튬광석(锂矿石) 등 신에너지 관련 품목
 - * 관세 인상 : 설탕시럽, PVC 원료, 배터리 분리막 등 일부 품목(자국 산업 보호 목적)
- 지방정부 비전략 광물 경쟁입찰 공고《各地自然资源厅公开出让非战略性矿业权》
 - 허베이성과 쓰촨성 등 일부 지방정부가 철(铁), 결정질 흑연(晶质石墨), 리튬(锂), 망간(锰) 등 비전략 광물에 대한 탐사권·채굴권을 공개 경쟁입찰 방식으로 출양(出让)
 - * 지방 자연자원청이 공공자원 거래 플랫폼을 통해 입찰 공고를 게재하며, 자본금, 기술 능력, 환경 복구 계획 등 자격 요건을 갖춘 기업(외자 포함)에 참여 기회 제공
 - * 단, 전략 광물(희토류, 텅스텐, 방사성 광물 등)은 제외

□ 규제 정책

- 시장 진입 네거티브 리스트('25년)《市场准入负面清单 , '25년 4월》
 - 국가발전개혁위원회와 상무부가 '25년 4월 발표
 - 항목 수를 117개에서 116개로 줄여 비허가·허가 분야를 약 30% 감축하였으나, 광물 관련 제한은 유지
 - * 전면 금지 : 희토류(稀土)·텅스텐(钨)·방사성 광물(放射性矿产) 채굴 및 선광
 - * 부분 허용 : 석유·천연가스 탐사·개발은 지정 구역에서 중국 기업과 합작 형태로 일부 허용
 - 네거티브 리스트에 포함된 광물 사업은 내외국인 불문하고 정부 허가 없이는 시장 진입 불가
- 광물자원법 개정판《中华人民共和国矿产资源法, '25년 7월 1일 시행》
 - 전략 광물 : 국가 경제안보·국방안보·전략적 신흥 산업 발전에 중요한 자원으로, 탐사·채굴·선광·저장·감독관리 전 과정에 통합 관리 실시
 - * 이번 개정에서 특정 전략 광물에 대한 국가 보호성 개발 조항 추가
 - * 비전략 광물은 지방정부가 경쟁입찰 방식으로 탐광권을 공개할 경우 외국 기업 참여 가능



전략 광물 24종 목록

- 에너지광물(6종)
 - 석유(石油), 천연가스(天然气), 세일가스(页岩气), 석탄(煤炭), 석탄층 가스(煤层气), 우라늄(铀)
 - 금속광물(14종)
 - 철(铁), 크롬(铬), 구리(铜), 알루미늄(铝), 금(金), 니켈(镍), 텡스텐(钨), 주석(锡), 몰리브덴(钼), 안티모니(锑), 코발트(钴), 리튬(锂), 희토류(稀土), 지르코늄(锆)
 - 비금속광물(4종)
 - 인(磷), 가리염(钾盐), 결정질 흑연(晶质石墨), 형석(萤石)
- ※ 위 전략 광물 24종은 국가 차원의 관리·감독 대상으로, 프로젝트 승인·탐광권 부여·환경 복구 등에서 다른 광물보다 엄격한 규제 적용

□ 진출 유의 사항

- 전략 광물 제한 확인
 - 전략 광물은 국가 통제 대상이므로, 외국 기업은 희토류·텅스텐·우라늄 등 금지 대상에 투자가 불가능 하며, 리튬·흑연·니켈 등 비금지 전략 광물이라도 지방정부 경쟁입찰을 통해서만 참여 가능
- 합작 의무 및 네거티브 리스트 준수
 - 석유·천연가스 탐사·채굴은 중국 기업과 합작 또는 공동 개발 형태로만 참여 가능하므로, 외국인 투자 네거티브 리스트에 명시된 금지 분야 반드시 확인
- 환경 및 복구 의무 확인
 - 개정된 광물자원법에 따라 광산 개발 후 환경 복구 계획 제출 및 생태계 복원 의무 준수
 - * ESG 기준 미충족 시 허가 취소 또는 벌금 부과 위험 존재
- 데이터 및 계약 관리
 - 광산 탐사·채굴 과정에서 생성되는 지리정보 및 생산 데이터는 국가안보 자료로 간주할 수 있으므로, 데이터 관리 및 국외 전송 시 중국 데이터보안법(数据安全法) 및 개인정보보호법(个人信息保护法) 준수 필요
- 지역 정책 및 입찰 공고 확인
 - 비전략 광물 탐사·채굴권에 대한 지방정부 경쟁입찰 사례가 증가하고 있어, 각 성(省) 자연자원청 공고를 통해 리튬·흑연·망간 등 광물 채굴권 입찰 정보 상시 확인
 - * 입찰 조건(자본금, 기술능력, 환경 복구 계획 등) 사전 준비 필요

III. 진출전략

- | | |
|-----------------|-----|
| 1. PEST/SWOT 분석 | 102 |
| 2. 진출전략 | 104 |

III 진출전략



1. PEST/SWOT 분석

PEST 분석



정치정책(Political)

- (정치) 시진핑 3기 후반, 1인 지배 체제 공고화 및 반부패 기조 지속
- (대외) 미·중 경쟁 장기화, 국제 통상 질서 재편 속 외교·통상 불확실성 확대
- (통상) 공급망 내재화, 첨단산업 육성, 이구환신 산업정책 지속 추진
- (재정) 지방정부 부채 누적, 중앙정부 부채 감축·재정 안정화 정책 병행
- (규제) 데이터보안·반간첩법·환경규제 강화 외자기업 운영 리스크 상승
- (인사·권력) 70·80後 간부 세대 교체, 향후 권력 재편 변수로 작용 가능



경제(Economic)

- (성장률) '26년 성장을 4.5% 내외 둔화, 내수 부진·부동산 침체 지속
- (수출) 중국의 對미국 수출 감소, EU·신흥시장으로 다변화 진행
- (투자) FDI 3년 연속 감소세, 대외 불확실성 증가로 외국인 투자 유입 둔화
- (소비) 교체 수요(가전·자동차) 증가, 프리미엄 제품 선호 확대
- (금리) 경기부양을 위해 기준금리 인하·유동성 확대 기조 지속
- (환율) 위안화 환율은 달러 대비 7위안대 초반 박스권 유지 전망
- (공급망) '탈중국화' 대응, 동남아·중동·아프리카 등과 공급망 다변화 추진



사회문화(Social)

- (인구구조) 고령화·저출산, 1인 가구 확대로 인구 성장을 둔화 지속
- (소비 양극화) 중저가 시장 정체, 프리미엄·고급 소비 확대, 소비 양극화 심화
- (신세대소비) Z세대·α세대 중심 온라인·모바일 기반 디지털 소비 확산
- (유통 환경) 라이브커머스·전자상거래·플랫폼 활용 소비 확대
- (문화 트렌드) 건강·웰빙·레저 등 라이프스타일 중심의 소비 증가
- (지역 격차) 동부 해안선 도시 중심의 소비 집중, 지역별 소비 격차 뚜렷



기술(Technological)

- (정책기조) 신질생산력에 따른 AI·반도체·신소재 등 첨단산업 집중 투자
- (인프라) 5G·6G 통신망, 빅데이터, 클라우드, 로봇 등 新기술 보급 가속화
- (스마트제조) 스마트공장, 첨단장비, 디지털 전환 확대로 생산 효율성 증대
- (친환경기술) 탄소 중립 목표에 따른 신재생에너지·전기차 등 기술 육성 강화
- (자립화전략) 기술 국산화·내재화 가속, 해외 기술 의존도 축소 정책 본격

SWOT 분석

강점(Strength)		약점(Weakness)	
<ul style="list-style-type: none"> • 韩 첨단 제조업 기술 경쟁력 보유 • 글로벌 표준, 해외 수출·운영 경험 우위 • K-콘텐츠의 전 세계적 경쟁력 강화 • FTA·RCEP 활용 (비)관세 장벽 완화 가능 		<ul style="list-style-type: none"> • 중국의 기술 추격은韓기술 우위 유지에 부담 • 중국에 자본·인력·비용 등 생산원가 열위 • 비관세장벽 강화로 인증·데이터 이전 비용 부담 • 현지화·네트워크 부족으로 인한 경쟁력 약화 	
기회(Opportunity)		위협(Threat)	
<ul style="list-style-type: none"> • 신질생산력 정책, 전정특신 기업 협력 기회 • 이구환신, 문화·서비스, 무역지구 등 완화 정책 추진 • 인구구조 변화로 Z세대 등 신흥소비층 성장 • 5G 통신망, 빅데이터, 로봇 등 新산업 성장 		<ul style="list-style-type: none"> • 미·중 갈등 및 수출 통제로 간접 피해 가능성 확대 • 자립형 공급망 정책 심화로 시장 축소 우려 • 中 내수 부진으로 가격 등 경쟁이 격화 • 中 공급 과잉·출혈 경쟁은 수익성 악화로 연결 	

SO 전략(적극적 공격-역량 확대)

- 전정특신 기업 협력 고부가가치 분야 공급 확대
- AI·5G+6G 응용서비스 등 첨단 ICT 제품 진출
- K-브랜드·프리미엄 제품 중심으로 신흥 소비층 공략
- 이구환신 정책 활용, 교체 수요 맞춤형 제품 공급 확대

[소부장]
전정특신
기업 파트너십 강화,
공급망 진입

ST 전략(차별화전략-강점 활용)

- 친환경·고성능 소재·부품 공급으로 공급망 편입
- 디자인·안전·품질 인증으로 신뢰도 제고, 프리미엄화
- K콘텐츠+디지털 플랫폼 협업, 차별화·경쟁력 제고
- 한·중 FTA 2단계 협상 활용, 서비스 시장 진출

[소비자]
'쾌락안신(快樂安信)'
트렌드-기업별
전략 수립

WO 전략(단계적 시책-기회 포착)

- 중국 자본과 인력을 활용한 트레이닝 센터 구축
- 新기술 분야에서 중국 시장을 테스트베드로 활용
- 디지털 플랫폼 연계, 문화·엔터테인먼트 서비스 진출
- 자유무역지역 인프라 등 정책 활용 진출 방안 모색

[ICT·서비스]
AI+ IT·서비스
수요 확대,
맞춤형 공략

WT 전략(방어/철수-위협 대응)

- 중국을 생산기지로 활용, 가격경쟁력 보완·내수 확대
- 투자·라인센스 등 중국 기업 협력 파트너십 다양화
- 통상환경 변화에 따라, 협력 지역을 해외로 확대
- 한·중 상호 강점을 활용, 제3국 공급망 공동 진입

[新협력모델]
중국 강점을 활용한
보완 전략 추진

2. 진출전략

2026년 진출전략

주요 이슈 또는 산업

[소부장]
전정특신
기업 파트너십 강화,
공급망 진입

[소비재]
'쾌락안신(快樂安信)'
트렌드-기업별
전략 수립

[ICT·서비스]
AI+ IT·서비스
수요 확대,
맞춤형 공략

[新협력모델]
중국의 강점을 활용한
보완 전략 추진

KOTRA가 제시하는 진출전략



- 전정특신 기업 협력, 고부가가치 소재·부품 공급망 진입
- 이구환신 정책 기반 교체 수요 맞춤형 제품 공급 확대
- 친환경·고성능 소재·부품 중심으로 현지 파트너십 강화

- K-브랜드 프리미엄 제품 중심으로 신흥 소비층 집중 공략
- 라이브커머스·SNS·O2O 플랫폼을 활용한 온라인 판매 확대
- 안전·품질 인증을 기반으로 현지 브랜드 대비 차별화

- AI·빅데이터·6G 활용 스마트제조·데이터센터 수요 진출
- 의료·헬스케어 서비스와 K-콘텐츠 결합 모델 확산
- 디지털 플랫폼과 연계한 문화·엔터테인먼트 서비스 진출

- 중국 자본·기술 활용, 테스트베드 운영 및 수출 시장 공략
- 자유무역지역 등 현지 인프라 연계 비즈니스 기회 포착
- 통상환경 변화 대응, 한·중 협력 제3국 공급망 공동 진입

전략 ①

(소재·부품·장비) 전정특신 기업 파트너십 강화, 공급망 진입



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향 등 최근 상황)
 - 중국은 신질생산력·이구환신 정책을 통해 산업고도화와 대규모 교체 수요를 확대하고, 전정특신 기업 육성을 통해 중국 제조업 공급망 자립 생태계를 구축 중
- (우리 기업의 진출 시 강점 등 진출 Point)
 - 우리 기업은 반도체·신에너지차·신소재·조선기자재 등 고부가가치 분야에서 기술우위 보유, 강점을 바탕으로 전정특신 기업과 협력해 공급망 핵심 파트너로서 장기 시장 확보 가능

□ 현지 동향

- (산업현대화) 중국 정부는 산업고도화와 신질생산력 정책을 통해 첨단 제조업과 내수 중심 고품질 성장 중심의 자립형 경제체제 강화 정책을 적극 추진
 - (신질생산력) '24년 본격 추진되며, 첨단기술 중심의 혁신역량
 - 제고, 전통산업 업그레이드, 신흥산업* 성장, 미래산업** 육성 등 '네 가지 가속' 성과를 강조
- 신흥산업 : 현재 산업화가 진행 중이며 국가 정책으로도 조치가 이루어지고 있는 분야
 - 차세대 정보기술, 신에너지, 신소재, 신에너지 차량, 민용 항공, 선박 등 8개 산업
- 미래산업 : 산업화 초기 혹은 발전 단계로 정책적 선제적 배치 및 연구개발 과제 산업
 - 메타버스, 양자 정보, 휴머노이드 로봇, 생성형 AI, 미래네트워크, 6G 등 12개 산업
- (양신, 양중정책) '25년 중정부는 산업현대화를 위해 두 개의 신규 정책 발표, 노후 설비 교체와 신제품 보급에 국채자금을 투입해 제조업 혁신 기반을 확충

정책명	주요 내용	2025년 예산	특징
양신(两新)	대규모 설비 교체 및 소비재 이구환신	5,000억 위안	제조업 경쟁력 강화, 소비 촉진
양중(兩重)	국가 중대 전략 및 중점 분야 안보 인프라 건설	8,000억 위안	인프라 확충, 안보 능력 강화

- (이구환신정책) '25년 3,000억 위안으로 보조금을 투입('24년 1,500억 위안), 기계설비, 로봇, 자동차 등 교체 수요에 따른 제조업 업그레이드와 연계됨이 특징

'24년과 '25년 중국 정부의 이구환신 정책 비교

구분	2024년	2005년
추진성과	• 자동차·가전·가구·전동자전거 등 4대 품목 교체 판매액 1.3조 위안 돌파('24년 한 해)	• 자동차, 가전, 휴대폰 등 5대 품목 교체 판매액 합계 1.4조 위안 돌파('25년 상반기)
특별국채	• 1,500억 위안 초장기 특별국채 투입	• 중앙투입예산 2배 증액, 3,000억 위안 • 하반기 1,380억 위안 추가 투입 예정
지원범위	• 자동차·가전·가구·전동자전거 4대 분야와 노후 트럭·농기계 폐차, 배터리 교체 등 지원	• 배출기준 4등급 노후 차량의 폐차 교체, 스마트폰·태블릿 등 디지털제품 구매까지 포함
정책의도	• 낡은 제품을 대거 신제품으로 바꾸면서 공장 가동률과 생산라인 증설 투자까지 촉진됨 • 교체 수요의 연쇄 효과는 단순한 내수 부양을 넘어 산업구조 고도화와 녹색성장에 있음	

자료: 중국 국가발전개혁위원회 및 KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 9월

- (국가산업 육성) 반도체, 조선, 인공지능과 같은 전략산업 분야는 산업경쟁력 강화를 위해 국가 주도의 대규모 자금과 국유기업 중심의 재편이 진행 중
 - 중국의 전략산업 육성 방식은 특정 산업 관련 모든 전후방 산업을 가치사슬에 통합해 철저히 지원하고 통제, 국가 주도 수직계열화(vertical integration)화 함
 - (반도체) '14년부터 최대 규모 국가 집적회로 산업 투자 펀드(일명 빅펀드) 조성, 반도체 설계(팹리스) 부터 제조(파운드리), 패키징, 테스트까지 공급망 자립 추진
 - (조선) '25년 중국 1, 2위 국영 조선사 합병을 통해 세계 최대 규모 조선사 탄생. 조선소와 기자재, 해양플랜트, 방위산업까지 국가 주도 해양 강국 전략 추진
- (전정특신 기업 육성) 중국 정부는 산업고도화를 위해 기술 전문성과 성장성을 갖춘 전정특신 기업을 혁신 생태계 핵심으로 지정하여 집중 지원

※ 전정특신 기업 육성 정책이란? ('24년 기준 총 14만 7,950개사, 제조업 비중 높음)

- 전정특신(專精特新)은 전문화·정밀화·특색화·신규성의 약자로, 중국 정부가 육성 중인 혁신형 강소기업을 지칭함. 우리나라로 보면 산업의 “허리를 담당”하는 유망 중소·중견기업으로, 기술 전문성과 성장성을 갖춘 업체들을 단계별로 선정해 지원하는 정책

- (업종) 컴퓨터·전자장비 제조가 1위로, 반도체·전자 산업용 장비, 공작기계 등 핵심 소재·부품·장비 (SME) 업종에서 많은 전문 강소기업 배출
- (지역) 저장성·광동성·산둥성 등 연해 공업지역에 각 1천 개 이상 밀집해 있고, 베이징(840개)·선전 (754개)·상하이(713개) 등 대도시에 특히 많이 분포
- (특징) 평균 업력 10년 이상의 탄탄한 기술기업들로, 연구개발 투자 비율 등 엄격한 기준을 충족하여 정부 인증을 받은 기업으로 기술력과 신뢰성을 보유

- (제조업 자립 생태계 구축) 중국 정부는 이구환신 정책으로 Pull 효과를 만들고, 전정특신 기업의 Push 공급을 늘리는 조합으로, 제조업 자립 생태계를 구축
 - 중국 정부는 이구환신으로 촉발된 거대한 교체 수요를 전정특신 기업들이 공급하도록 유도하고 있으며 이를 통해 공급망 자립 생태계 구축
 - '24년 전기차 판매 호조로 중국 완성차업계 생산량이 늘자, 여러 전정특신 자동차 부품사들(칩, 센서 등)이 증설 투자를 통해 자국산 부품 공급을 확대
 - 단, 전정특신 기업들은 자사 공급망의 70~80%를 국산화하고 있지만, 중국 내 찾기 어려운 혁신적인 제품에 대해서는 수입 의향이 높음 편
 - 중국의 전정특신 전자업체 A사는 “자사 제품의 해외 첨단부품 비중을 20% 이내로 제한하지만 정말 필요한 혁신 부품이라면 수입하겠다.”라고 밝힘
 - 중국의 전정특신 기업들이 자국산 위주의 공급망을 구축하고 있지만, 동시에 해외 혁신제품에 목마른 상태이므로 해외 파트너와 협력 여지가 충분
- * (수요) 우리나라 정밀센서, 소프트웨어 솔루션 등 경쟁력을 가진 제품에 대해 협력 희망

□ 유망 품목

- '25년 중국의 대규모 설비 교체, 이구환신 정책 확대, 산업고도화 추진으로 자동차·산업설비 등 교체 수요가 본격화되면서 시장 내 수입 수요 발생
 - 일부 범용제품에서는 공급 과잉 가능성이 보이나, 수요에 비해 기술 공급이 부족하여 고성능·고품질의 고부가가치 제품은 여전히 해외 의존도가 높음
 - 우리 기업이 주요 산업별 생산라인에 필수 고성능 소재·부품·장비를 공급한다면, 중국의 국산화 확대 기조 속에서도 우리 기업의 고기술·고품질 강점을 앞세워 공급망 핵심파트너로 진입 가능

중국 소재·부품·장비 유망산업 분야별 협력 방안

산업분야	협력방안
선박 및 친환경 조선기자재	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 조선업은 세계 1위 규모로 성장했지만, 선박기자재 국산화율이 평균 54% 수준에 머물러 핵심 장비 상당 부분을 수입에 의존하고 있음 • 중국은 기술 확보에 어려움을 겪고 있는 LNG 이중연료엔진, 배기가스 정화장치 등 추진 시스템 등을 대부분 한국에 의존하고 있음 • 한국 기업들은 친환경 고부가가치 선박 기자재 분야에서 기술 우위를 보유하여 中 조선소와의 거래 확대에 유망한 유치에 있음
디스플레이 (OLED)	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 디스플레이 산업은 中 정부 지원 아래 생산능력 전 세계 1위이나, 첨단 OLED기술과 고부가가치 제품은 해외 협력에 의존 중임 • '25년 1분기 전세계 OLED 패널 시장에서 한국업체들이 65.5%의 점유율로 1위로, 스마트폰용 플래그십 OLED, 대형 TV용 OLED 등 최첨단 제품에서는 한국산이 여전히 품질 우위에 있음 • 최근 중국 업체들은 Micro LED, XR디스플레이 등 신규 시장에도 진출하고 있어 관련 소재·장비 수요에 따른 협력 기회 창출 예정

산업분야	협력방안
신에너지차 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 중국은 전기차를 비롯한 신에너지차 보급에 앞서 있으나, 전기차 배터리 소재·부품 분야에서는 한국 기업들이 글로벌 최고 수준의 기술과 생산능력을 갖추고 있음 • 특히, 한국산 양극재, 음극재, 전해질, 첨가제, 분리막 등 배터리 소재등 고성능 제품군에서 성능과 안정성 면에서 강점이 있음 • 그 외, 배터리 관리 시스템(BMS), 고효율 모터 및 인버터, 경량 차체 소재(탄소복합재 등)처럼 전기차의 성능을 좌우하는 부품에서도 한국 중견기업들의 기술력을 접목할 여지가 큼
신소재 (탄소섬유 등)	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 내 풍력발전, 신에너지차, 우주항공, 수소에너지 분야는 탄소섬유를 비롯한 신소재 수요가 급증하는 시장임 • 해당 산업들의 최근 경량화 수요에 맞춰 잠재고객 대상 한국 기업의 고강도/경량 소재 기술을 어필하면 유리함 • 특히, 풍력 블레이드용 탄소섬유 복합재나 수소 저장용 압력용기 소재 등은 중국에서 전략적으로 확대되는 분야로 진입 기회가 큼

자료: 현지 및 국내 언론기사, KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 9월

□ 진출전략

- (전정특신 기업 협력 강화) 중국의 전정특신 강소기업을 우선적인 파트너로 발굴 및 협업하여, “작지만 강한” 기업을 우리 편으로 만드는 전략 필요
 - 전정특신 기업은 정부가 공인한 유망기업인 만큼 기술 수준과 신용도가 높고, 해외 협력에 비교적 개방적이며 글로벌 기업에 비해 진입문턱이 낮은 편
 - 우리 기업으로서는 복잡한 대기업 공급망보다 접근이 쉬운 전정특신 기업과의 협력이 안정적이고 장기 납품이 가능하다는 장점이 있음
 - 기술 협력, 합작 등으로 현지 공급망에 자연스럽게 편입되어, 이들이 참여하는 글로벌 프로젝트에도 우리 제품을 공급할 수 있는 연쇄 효과를 노릴 수 있음
 - 즉, 중국 시장에서 성공하려면 단순히 완제품을 파는 것 이상으로, 전정특신 기업들의 벤류체인에 참여하여 그들의 최종 수요처에 접근하는 전략 중요
- (고부가가치 핵심 소재·부품 공급 협력 강화) 공급망 국산화 기조 속 즉시 대체하기 어려운 고부가가치 분야를 공략하여 현지 공급망 진입 전략 필요
 - 중국은 첨단부품일수록 수입의존도가 높아 품질이 입증된 해외 제품을 계속 찾고 있음. “중국이 못 만드는 것, 그러나 꼭 필요한 것”에 초점을 맞춰야 함
 - 우리 기업은 이러한 틈새 수요를 노려, 중국 업체들이 꼭 필요로 하지만 자체 조달이 어려운 핵심 소재·부품을 공급함으로써 현지 공급망에 진입할 수 있음
 - 우리의 강점과 중국의 부족한 점을 정확히 매칭하는 것이 관건으로, 중국 시장 정보·동향을 모니터링 하여, 어떤 분야에서 한국 기술이 유용한지 파악

- 가격경쟁력도 함께 고려해 가성비 있는 고품질 제품으로 접근하면, 중국 기업은 국산화를 추진하면서도 해당 분야에서는 한국 기업을 필수적인 공급 파트너로 인정하고 우리 기업은 중국 내 산업 공급망에 뿌리내릴 수 있음
- (이구환신 정책 대응 교체 수요 공략) 이구환신 정책으로 촉발된 노후 설비·제품의 신형 전환은 신규 수입 수요로 이어져 대규모 교체 수요 공략 필요
 - 이구환신 정책은 한국 기업의 설비시장 확보의 기회로서, 실제 공장 설비나 산업기계 분야의 성능 향상을 위해 외국산으로 교체하려는 수입 수요 포착
 - 중국 기업은 생산성 향상을 위해 기존 자국산 장비를 우수한 해외 장비로 대체하려는 움직임으로, 우리 기업에 설비 수출의 기회가 될 수 있음
 - 지역별 교체 프로젝트 정보를 입수하여 입찰에 참여하거나, 교체 대상 장비를 보유한 중국 기업에 맞춤형 업그레이드 솔루션 제안 등의 전략 필요
 - 중국 정부의 보조금 혜택으로 예산이 뒷받침되는 수요인 만큼, 적기에 진입하면 안정적인 매출원 확보가 가능할 것
- (친환경·고성능 소재·부품 중심, 현지 파트너십 강화) 전기차, 신재생에너지, 스마트팩토리 분야 등에서 발생하는 해외 수요 공략 및 협력관계 구축 필요
 - 중국 정부의 제조업의 첨단화·스마트화·친환경화 정책에 따른 중국의 친환경 전환과 고성능화 추세에 맞춰 현지 파트너십을 구축하는 것 중요
 - 우리 기업은 친환경·고효율 부품에서 기술적 강점이나 특화제품을 가진 경우 현지 기업과 협작이나 기술 협력을 통해 파트너십을 강화할 필요
 - 특히, 환경 규제가 지속 강화되는 중국 산업계에서 친환경인증을 받은 고성능 부품은 지속 각광받을 것으로 전망됨. 이에 관련 한국 기업은 중국 파트너와 제품 표준화 작업을 함께 하고 현지 인증을 취득하는 등의 움직임 필요
 - 중국 녹색성장 및 첨단화 흐름에 우리 기업이 솔루션 제공자로 참여하면서, Win-Win의 협력관계를 구축하는 전략 요구

중국 소재·부품·장비 산업 분야 수출 성공 사례

기업명 (지원무역관명)	주요 내용
I사 (선전무역관)	<ul style="list-style-type: none"> 고성능 장비의 소량 공급 통해 신뢰를 쌓아 대규모 수주에 성공한 사례 국내 엑스레이 검사장비 제조 I사는 중국 배터리 제조사 B사와 전략적 공급 협약 체결, 고부가가치 검사 장비를 통해 중국 이차전지 공급망 진입에 성공함. '24~'25년 두 차례 단발성 납품으로 기술력을 인정받아, '26년까지 총 8대(약 200만 달러) 규모의 추가 공급 계약을 체결하며, 중국 배터리사 설비 증설 국면을 선제 포착해 안정적 파트너십을 구축함
G사 (충칭무역관)	<ul style="list-style-type: none"> 국유 대형 바이어 수요를 선점하여 신규 수출 기회를 창출한 사례 충칭 소재 국유기업 J사(매출 12억 달러)가 로타리조인트* 생산하는 한국 기업을 찾는 인콰이어리에 대응하여 무역관은 국내 G사를 발굴해 화상상담 추진함 <ul style="list-style-type: none"> * 회전부와 고정부 간 유체 전달 핵심 부품으로 바이어는 가성비 높은 국내 제품 선호 바이어의 현지 벤더 등록 요구에 따라 협력 D사를 연계, G사가 J사 벤더로 공식 등록되며 납품 기반을 확보하여, '25년 4월 1.68만 달러 초도 수출을 달성함
B사 (톈진무역관)	<ul style="list-style-type: none"> 전기삼투 기술 기반 슬러지 감량 솔루션으로 중국 환경 시장에 진입한 사례 국내 환경기술기업 B사는 전기삼투 기반 2차 탈수 시스템(ELODE) 등 저에너지 슬러지 처리 기술로 에너지 절감 및 탄소 감축 효과를 입증함 톈진무역관의 지원으로 '25년 5월 환경GP에서 중국 국유 하수처리기업 A사와 상담 및 현장실사 진행 후, 7월 MOU 및 NDA 체결을 통해 시범 도입 협의를 구체화하며 중국 친환경 네트워크 기반을 확보함
H사 (톈진무역관)	<ul style="list-style-type: none"> 전기차 부품 매칭을 통해 한·중 자동차 산업 협력 기반을 확대한 사례 중국의 對한국 전기차 커넥터 수입이 증가함에 따라, 톈진무역관은 현지 1차 벤더 Y사 (창청자동차 협력사)와 국내 H사를 연결함 양사는 상호 방문과 협의를 거쳐 '25년 5월 약 4.4만 달러 규모의 첫 거래를 체결하고 후속 협력을 강화 중임. 전기차 확산 및 '이구환신(以旧换新)' 정책으로 고성능 커넥터 수요가 확대되며 향후 한국산 첨단부품의 경쟁력 강화가 기대됨

자료: KOTRA 중국지역본부 및 각 무역관 정리, '25년 10월

전략 ②

(소비재) '쾌락안신(快樂安信)' 트렌드-기업별 전략 수립



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향 등 최근 상황 요약)
 - 중국 소비자 시장은 “즐거움과 신뢰가 공존하는 가치소비 시대”로 전환 중이며, 소비자는 감성적 만족과 실질적 신뢰를 동시 추구하며 브랜드 가치의 진정성을 핵심 기준으로 함
- (우리 기업의 진출 시 강점 등 진출 Point)
 - 우리 기업은 프리미엄 K-브랜드 이미지, 디지털 유통역량, 품질 신뢰성을 결합한 ‘감성+안심’의 하이브리드 진출전략을 수립해야 ‘신뢰받는 브랜드’로 장기적 경쟁력을 확보할 수 있음

□ 현지 동향

- '25년 중국 소비 촉진 정책은 ① 런칭경제(首发经济), ② 소도시경제, ③ 디지털경제의 3가지 주요 키워드로 구분할 수 있으며 '26년에도 이어질 전망
 - ①(런칭경제) 국내외 브랜드가 특정 지역이나 국가에서 신제품을 최초로 출시하거나, 새로운 개념의 매장을 처음 선보이는 소비 경제 트렌드
 - 런칭경제(首发经济) 혹은 1호점 경제(首店经济)의 용어로 쓰이며, 한 지역의 상업 활동과 종합적인 경제력을 측정하는 중요한 척도로 작용
 - 공급 측 구조 개혁을 통해 소비 트렌드를 주도하고, 구매 욕구를 자극하여 소비 수요를 확대하는 역할
 - 이는 기업이 브랜드 이미지와 경쟁력을 강화하고, 산업 업그레이드를 촉진할 수 있도록 지원하는 중요한 경제 모델

중국의 런칭경제(首发经济) 주요 성공 사례

지역/시설명	주요 특징
상하이시 바이엔 ZX	<ul style="list-style-type: none"> • 상하이 바이엔ZX는 '23년 개장 후 아트토이·일콘텐츠사 중국 1호점 유치, '24년까지 40여 브랜드 입점, 5억 위안 매출 달성 • 상하이시는 아트토이 플래그십 등 1호점 매장 확산, 다카(打卡)-소비·오락·소셜 기능 결합해 젊은 세대 중심 신흥 상업공간 조성
베이징시 THE BOX	<ul style="list-style-type: none"> • '24년 베이징 신규매장(1호점·플래그십 등) 717개 개설, THE BOX A관 40개 이상 1호점 매장 입점, 방문객 수 1,500만 돌파 • 미니스 랜드 매장은 <흑신화 : 오공> 테마로 슈퍼 IP·슈퍼 매장 결합, 공식 굿즈 'BLACKMYTH' 출시 첫날부터 큰 호응을 얻음
광저우시 황푸 다위에후이	<ul style="list-style-type: none"> • 광저우시는 '21~'23년 총 794개 브랜드 매장 최초 유치했고 '23년 한 해에만 420개 매장 입점하여 '1호점 경제' 성장 지속 • 황후 다위에후이는 개업 1년 만에 110개 중 30% 이상을 1호점 매장으로 유치, 방문객 1,000만 명·매출 5억 6,000만 위안 달성

자료: KOTRA 중국지역본부 및 난징무역관 정리, '25년 9월

② (소도시경제) 현성(县城)급 소도시로의 소비시장 진출은 상대적으로 낮은 투입 비용으로 빠르게 고객 저변을 확보할 수 있다는 점에 주목

- '24년 중앙경제공작회의에서 '현(县) 지역경제(县域经济) 활성화'가 주요 과제로 제시, '25년 양회에서도 '현(县) 지역경제'가 핵심 화두로 등장

• 중국의 행정구역 위계는 크게 성(省) → 시(市) → 현(县, 현급시 포함) → 향(乡)·진(镇) → 촌(村)임
- 현(县)은 한국의 자치구(自治區)나 군(郡)에 해당함. 현(县) 지역 경제는 현(县) 정부가 위치한 현(县), 현급시(县级市)뿐만 아니라 산하의 향(乡), 진(镇), 가도(街道)와 농촌 지역까지 포함. 중국에는 2,800개 이상의 현급 행정구역이 있고, 중국 경제총량의 약 40%를 차지함

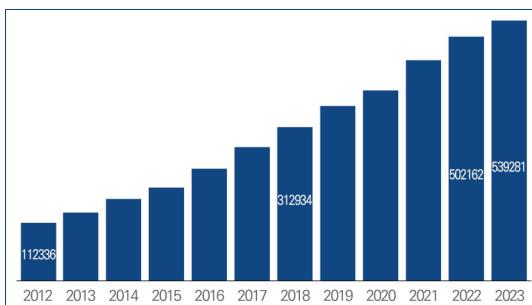
- 중국 중앙정부과 지방정부는 상대적으로 낙후된 지방 소도시와 농촌의 발전을 위해 인프라 확충, 소득 수준 향상, 소비 촉진 등 다양한 정책 추진 중
- 유통망 구축, 물류 시스템 개선, 전자상거래 활성화 등 종합적인 지원이 이뤄지면서 많은 브랜드들이 현급 도시 시장으로 진출할 기회를 확대함
- 현성 도시가 소비 성장의 새로운 블루오션으로 떠오른 배경은 △ 주민들의 소비능력 향상, △ 소비 패턴의 변화, △ 新업태 등장, △ 디지털소비 발전
- 스타벅스나 프리미엄 전기차 니오(NIO) 등은 소비자들의 높아진 구매력과 소비 욕구를 포착해 대도시 → 2, 3선 도시 → 현(县)지역 소도시로 진출 중

③ (디지털경제) 빅데이터, 인공지능, 클라우드, 5G통신 등 첨단기술을 활용해 자원을 효율적으로 배분하고 생산성을 높이는 경제 형태

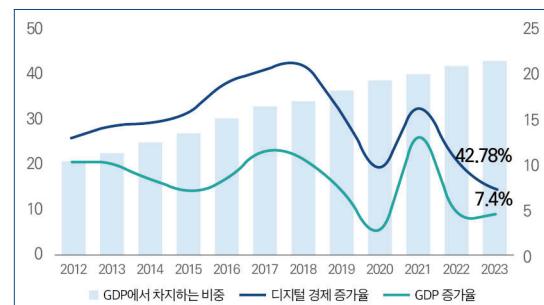
- 중국 정부는 기술 발전과 데이터 요소의 산업적 활용을 적극적으로 촉진하는 정책으로 데이터 기반 산업의 혁신을 가속화
- 산업디지털화(전통산업의 디지털 전환)는 핵심성장 동력으로, 산업과 기술이 융합되면서 기존 경제구조를 변화시키고 새로운 가치와 시장을 창출
- 5G·AI·클라우드 등을 활용한 스마트 물류와 O2O 유통이 빠르게 확산되고 있으며, JD물류의 자동화 설비는 당일배송 서비스로 만족도 제고

〈중국 디지털경제 규모, 비중 및 성장률〉

중국 디지털경제 규모 추이(단위: 억 위안)



중국 디지털경제 비중 및 성장률(단위: %)



자료: 중국정보통신연구원(中国信息通信研究院), KOTRA 난징무역관, '24년 4월

- (中소비시장 변화와 가치소비 부상) 최근 중국 소비자 사이에서 가격(低價)보다 높은 품질과 만족감을 주고 종합적 가치를 중시하는 소비 트렌드 등장
 - ① MZ세대의 트렌드 주도와 ‘재미’ 열풍
 - 중국 Z세대(1995~2009년생)는 약 2.6억 명에 달하며, 소비의 핵심세대로 자기만족과 개성 소비 성향이 강하고 글로벌 유행에 민감
 - 한국의 힙한 젊은 문화에도 높은 관심을 보이며, 우리만의 트렌디(快)함은 중국 청년층에 강하게 어필할 수 있는 매력을 가짐
 - 또한, 중국 청년층은 비공식 경로를 통해 K-콘텐츠를 즐길 만큼 즐거움(樂)을 줄 수 있는 제품·스토리, 즉 ‘즐거운 소비’ 트렌드가 확산되고 있음
 - 중국 SNS인 샤오후스에서 향수, 수면보조용품, 장난감 피규어 등 감정 해소형 상품 관련 게시물이 최근(‘23~25년) 3년간 400배 이상 폭증하였고, 감정적 가치나 흥미에 돈을 쓰는 것이 젊은층 소비의 최우선 동기로 발현
 - ② 서비스 품질과 ‘안락함’에 대한 니즈
 - 중국 시장에서 우리 기업이 갖는 강점 중 하나는 ‘세심한 고객 서비스’
 - 중국 소비자들은 전반적으로 “차부둬(差不多, 대충 이만하면 됐다)” 식의 서비스 문화에 익숙하지만, 동시에 더 나은 서비스 디테일과 편안한 구매 경험(安)에 대한 욕구가 존재
 - 제품 품질은 기본이고, 구매 전후의 상담, 빠른 배송과 교환, 세련된 포장, 사용 설명의 친절함 등 고객 경험 전반에서 안락함을 주는 것이 중요
 - 한국의 섬세한 하이터치 서비스는 중국 소비자들의 재구매를 유도하며, 더 편리하고 안심할 수 있는 사용자 경험을 제공하여 경쟁우위를 보임
 - ③ 신뢰와 안전 중시
 - 중국 소비자들은 가짜 제품 유통과 식품 안전 사건 등으로 신뢰할 수 있는 제품(信)에 대한 열망이 커지고 있음
 - 과거 멜라민 분유 파동 이후 안전한 외국산 유제품에 대한 수요가 급증하여, 한국산 신선 우유가 중국 시장에 성공적으로 진출
 - 중국 정부도 소비자 ‘안심소비’ 환경 조성에 힘쓰고 있어, 중국 소비자들 사이에서도 품질과 진정성을 갖춘 브랜드에 대한 선호도 증가
 - 중국 중산층 소비자들은 안전성과 신뢰도를 내세울 수 있는 프리미엄 유아용품, 위생용품, 헬스케어 제품 등에 특히 신경을 쓰는 편
 - 믿을 수 있는 수입 브랜드 분유, 기저귀, 공기청정기 등을 여전히 선호하며, 프리미엄 유아용품과 헬스 케어 제품은 지속하여 성장할 전망

□ 유망 품목

- 중국 소비자 시장은 MZ세대, 1인 가구, 고령층, 반려동물가구 등 소비층 다변화와 '고급·안전·친환경' 중심의 트렌드가 확산되며 新수요가 창출되고 있음
 - 패션·뷰티, 간편식, 비건 뷰티, 유아용품, 팻 용품 등은 K-브랜드 경쟁력이 발휘될 수 있는 유망분야로, 트렌디·안전성·고급화를 앞세운 진출전략이 요구됨

중국 소비자 분야별 협력 방안

산업분야	협력 방안
패션·뷰티	<ul style="list-style-type: none"> 중국 MZ세대를 중심으로 한국의 트렌디한 패션 의류와 뷰티 제품에 대한 수요가 높은 추세임 한국 브랜드의 힙한 디자인과 감각은 중국 젊은층에게 매력으로 작용하며, 동시에 중국 소비자들은 자기표현과 품질을 중시함. 명품 화장품, 액세서리 등의 고급 소비에도 적극적인 편이며, K-뷰티 제품은 트렌디함과 품질을 겸비해 꾸준한 인기품목으로 꼽힘
식품 (F&B)	<ul style="list-style-type: none"> 재미있고 색다른 음식에 대한 MZ세대의 관심도가 높아, 한국 불닭볶음면(맵고 독특한 라면으로, 틱톡 철린지로 유명)과 같이 스토리가 있는 먹거리는 파급력이 높음 건강과 안전을 고려한 프리미엄 식품에 대한 수요가 큰 편으로, 유기농 식품, 기능성 간식, 한방 건강식품 등과 같이 안전성이 검증된 식품도 유망 품목으로 꼽힘 중국 1인·2인 가구 증가에 따라 한 끼를 간편하게 해결하는 식품 수요가 급증하고 있어, 한 끼 분량 소포장 식품(컵라면, 간편죽 등)과 프리미엄 즉석식(고급 재료의 빵·죽)이 유망함
녹색소비 (비건 뷰티)	<ul style="list-style-type: none"> 친환경·비건 뷰티 시장이 빠르게 성장하고 있으며, 중국 내 많은 소비자가 '클린뷰티'를 중시하고 있음 무동물성 재료·유기농 원료 기반의 스킨케어, 색조 화장품과 제품 인증(비건, 유기농)을 획득한 제품 또는 환경을 중시하는 고급 이미지 제품의 시장 진출이 유망함
유아용품	<ul style="list-style-type: none"> 중국은 저출산에도 불구하고 유아용품 소비시장이 확대되고 있음. '26년까지 시장 규모는 약 934조 원에 도달할 것으로 예상됨 특히 '지우링하우(90년대생 부모 세대)'는 프리미엄 제품을 선호하여 '25년은 유기농 제품의 이유식·간식시장이 호황 추세임 안전성을 강조한 유기농 아기식기, 프리미엄 이유식과 교육적 완구를 고급백화점·유명 몰에 납품하는 마케팅 전략을 추천함
팻 용품	<ul style="list-style-type: none"> 중국 소비자들은 반려동물을 가족처럼 여기며 고급 사료, 수제 간식, 헬스케어 용품에 과감히 투자하는 소비 경향을 보임 자연 원료 간식과 스마트 팻케어(건강 추적, 자동급식기 등)가 인기, 반려동물 맞춤형 건강사료 및 영양보조제, 수제간식, 위생용품 등이 유망하며 현지 진출하여 제품 신뢰도를 높이는 것이 중요

자료: 현지 및 국내 언론기사, KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 9월'

□ 진출전략

- (快樂安信 전략) 한·중 문화의 차이를 공략한 쾌(快), 락(樂), 안(安), 신(信) 전략

쾌락안신(快樂安信) 전략

快(쾌)	樂(락)	安(안)	信(신)
빠른 반응과 트렌드 민감도 제고	감성적·경험 중심 마케팅	한·중 감성에 맞춘 세심한 서비스 제공	브랜드 가치와 진정성 축적
• 소셜미디어 반응 실시간 반영	• 감성 콘텐츠·공감 마케팅 강화	• 세심한 고객 응대·A/S 및 High-touch 서비스 강화	• 브랜드 철학·가치 일관성 있게 전달
• 핵심 트렌드 기반 신제품 주기 단축	• 체험형 이벤트 또는 팝업 스토어 운영	• 까다로운 소비자 만족을 위한 품질관리 및 디테일 개선	• 제조 공정 공개 등 신뢰PR 콘텐츠 제작
• 현지 맞춤형 개발 및 왕통 협업	• K-컬처·전통문화 융합 콘텐츠 기획		• CSR 활동, 지역사회 기여 사례 창출

자료: KOTRA 중국지역본부, '25년 10월

① (快, 쾌) K-트렌드와 힙한 이미지를 활용

- ▶ 한국 청년층이 만들어 내는 글로벌 감각의 트렌디함은 중국 MZ세대에게도 매력 요소로서, K-컬처를 접하고 있는 소비자들의 감성 자극 스토리 필요
- ▶ 한류 콘텐츠나 K-팝 스타를 직접 활용하지 않더라도 SNS 인플루언서 협업, 틱톡 챌린지 등을 통해 한국만의 힙한 문화를 녹여낸 마케팅이 효과적

② (樂, 락) '재미' 중심의 스토리텔링 마케팅

- ▶ 중국 소비자들은 재미를 느낄 수 있는 콘텐츠에 열광하므로 제품 자체의 품질 외에 재미있는 스토리와 경험을 제공하는 것이 관건
- ▶ 챌린지형 마케팅, 릴(Meme)을 활용한 홍보, 제품과 연관된 놀이 요소를 만들어 틱톡, 웨이보 등의 플랫폼 확산 시, 자발적 입소문 효과를 얻을 수 있음

③ (安, 안) 한국식 세심한 고객서비스로 '안락함' 제공

- ▶ 제품 품질은 기본이고, 구매 전후의 상담, 빠른 배송과 교환, 세련된 포장, 사용 설명의 친절함 등 고객 경험 전반에게 안락함을 제공해 차별화 제시
- ▶ 중국 현지 업체들이 놓치기 쉬운 작은 디테일에서 앞서 나가면, 까다로운 한국 시장에서 단련된 우리 서비스 마인드가 현지 고객 충성도로 이어질 수 있음

④ (信, 신) 품질 보증과 신뢰 구축

- ▶ 중국 소비자는 가짜 상품에 대한 경계심이 높으므로, 정품 인증과 품질관리 정보를 투명하게 공개하고 브랜드 스토리에 신뢰 요소를 강조할 것
- ▶ "한국 본사 직영", "국제 인증 획득" 등을 내세워 품질을 보증하고, 안심 소비 캠페인이나 인증마크를 적극 활용하여 장기적 신뢰를 쌓는 전략이 필요

- 프리미엄 K-브랜드 제품을 중심으로 “신흥 소비층 집중 공략” 및 현지 주력 소비층 트렌드 변화에 따른 “新유망상품” 개발 필요

중국의 4대 주력 소비층별 소비 성향 및 유망 품목

구분	신중산층	Z세대	실버세대	단신가정
대상	20~40세, 고소득·고소비 도심 거주자	'95~'09년 출생, 디지털 네이티브	60세 이상 고령층, 경제적 영향력 높은 세대	경제력+디지털 능력 보유, 1인 가구
규모 (‘25년)	5억 명, 성장잠재력 큰 계층	2.6억 명, 소비트렌드 중심축	3억 명, 인구의 22%	2.6억 명, 핵심 신흥 소비층
소비 성향	프리미엄 제품, 브랜드 가치 중시	개성·감성 소비, 웰빙·친환경 선호	건강·안전 소비, 신뢰와 품질 중시	1인 자율소비, 편의·소형 제품
유망 품목	유아·교육 제품 스마트 가전, 디지털 헬스케어	패션·뷰티, 기능식품, 스마트 디바이스	기능성 건강식품, 의료보조기기, 생활편의가전	HMR·즉석식품, 소형가전, 셀프케어, 펫용품

자료: KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 10월

① (신중산층) 소득이 증가하고 삶의 질을 중시하는 계층

- 안정성과 품질을 중시하면서 프리미엄 제품을 구입 여력이 있는 소비층으로, 건강·웰니스 제품, 스마트 가전 등을 중심으로 브랜드 스토리와 품질을 강조
- 프리미엄 백화점, 멤버십 클럽형 매장 및 공식 플래그십 스토어 입점과 품질 증거(리뷰·인증)와 가치형 가격(회원할인·번들) 동시 제시가 핵심

② (Z세대) 개성과 감성 소비를 중시하는 트렌드에 빠르게 반응하는 계층

- 패션·뷰티·컬처 굿즈 등 감성적 제품에 K-브랜드 색채를 입히거나, 제품 출시를 스토리텔링 및 한정판 형태로 하여 희소성과 신선함을 강화
- SNS 영상, 해시태그 등 온라인 콘텐츠를 중심으로 브랜드 이미지 구축 필요

③ (실버세대) 건강, 안전, 신뢰에 관심을 갖는 계층

- 건강보조식품, 생활보조기기, 안전 기능이 강화된 가전 중심으로 제품으로 구성하고, 제품 포장에 중국어 설명과 안전 인증 마크 기재 부착
- 약국 체인·커뮤니티 채널과의 제휴, 건강 세미나·체험 이벤트로 신뢰 형성이 효과적이며, 디지털 적응이 확대 중으로 전자상거래 병행 필요

④ (1인 가구) 편의와 개성을 중시하는 계층

- 1인용 간편식, 소형 가전, 셀프케어, 펫용품 등이 유망하고, 온라인은 신속 구매 가능하도록 가격, 포장 단위를 최소화
- 오프라인에서는 편의점, 무인매장, 팝업 컨셉스토어 등을 활용하는 것을 추천

- SNS 등 품목별로 적합한 “新유통방식”을 매칭하여 유망 품목의 니치마켓 공략
 - '26년 중국 소비재 유통의 핵심은 “온·오프라인의 경계 해소(无界零售)”와 “플랫폼 통합과 실시간 소통형 유통”으로 디지털 소비 생태계는 변화 중
 - 이에 우리 기업은 단순한 온라인 입점에서 벗어나 SNS, O2O 등을 활용한 콘텐츠·브랜딩·로컬 협업을 결합한 ‘풀스택(Full-Stack)’ 디지털 공략 필요

중국 주요 온라인 플랫폼 특징 및 진출 포인트

구분	라이브커머스	SNS 커뮤니티	O2O/온·오프라인
특징	쇼핑+엔터테인먼트 +커뮤니티 모델	리뷰형 소비 네트워크	체험-콘텐츠-구매
진출전략	K-뷰티·패션 등 인플루언서 협업	브랜드 정체성을 담은 캠페인형 콘텐츠 접근	브랜드 스토리 중심의 체험형 판매공간 구축
포인트	실시간 소통형 브랜딩 MCN 협업 로컬 물류 연동	스토리텔링 콘텐츠 UGC 활용 SNS+라이브 연계 마케팅	O2O 통합 체험형 공간 운영 창고·배송 네트워크 확보

자료: KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 10월

① 알리바바(타오바오 라이브), 더우인(틱톡 중국판) 등의 라이브커머스 시장 공략

- 소비자 질의응답(Q&A), 후기 피드백을 즉각 반영하는 실시간 소통형 브랜딩, 현지 인플루언서와 단기 캠페인, ‘징동 풀필먼트’ 연계 신속배송 등이 해당
- 한국 제품은 특히 K-뷰티·패션·식품·소형가전 분야에서 인플루언서와 협업을 통해 콘텐츠를 통한 경험과 실시간 상호작용으로 높은 반응을 얻고 있음

② SNS 커뮤니티를 기반으로 한 ‘리뷰형 소비 네트워크’ 활용

- 이용자들은 ‘진짜 후기’를 중심으로 브랜드를 판단하며, 한국산 제품은 안전성·디자인·감성 스토리로 브랜드 정체성을 담은 콘텐츠로 차별화 필요
- ‘Made in Korea’의 감성과 기술력 병행 강조, 소비자 후기 영상·체험형 이벤트 확산, 샤오흥슈 후기가 실시간 구매로 유도되는 방식 등을 적극 활용

③ O2O, 온·오프라인 통합 유통 전략

- 중국 소비자들은 온라인에서 제품을 인지하고, 근거리 오프라인 매장에서 체험·구매하거나, 반대로 오프라인 체험 후 온라인으로 재구매
- 대도시에서는 ‘즉시배송·커뮤니티 리테일·소형 체험 매장’이 빠르게 확산 중, 우리 한류 브랜드에는 브랜드 스토리 중심의 체험형 판매 공간 기회로 작용
- 우리 기업은 ‘체험-콘텐츠-구매’를 하나의 소비 여정으로 설계하고, 기술 기반의 디지털 마케팅, 현지화된 콘텐츠 운영, 효율적 물류 연계 전략 마련 필요

- 안전·품질 인증을 기반으로 현지 브랜드와의 제품 차별화 강조 및 신뢰 확보
 - (믿을 수 있는 프리미엄) 중국에서 한국산 제품은 정직하고 안전하다는 이미지로 평가받으며 '한국 브랜드 = 신뢰 가능한 프리미엄' 인식 확산
 - (품질·안전·친환경 인증) '친환경·안전성' 인증을 결합한 프리미엄 전략으로, 식품의약품안전처 (KFDA) 인증, ISO·HALAL·비건 인증, ESG라벨 등 확보
 - (중국 인증체계 대응 강화) 중국의 품질인증 제도는 CCC(중국강제인증)를 중심으로 분야별 전문 인증 체계로 확대 중으로 절차·필요서류 사전 숙지 필요

제품군별 대응 전략 포인트

산업군	소비자 기대 포인트	대응 전략
식품·건강기능식품	안전한 원료, 영양 균형, 위생 포장	HACCP·KFDA 인증, 원산지 QR이력제
화장품·뷰티	피부 안전성, 무자극, 친환경 포장	비건·무동물실험 인증, ESG 기반 브랜딩
전자·스마트기기	내구성, 배터리 안전, 개인정보보호	CCC·CE 이중 인증, 데이터보안 홍보
생활용품	안심하고 사용할 수 있는 제품	ISO·친환경 소재 인증, 리사이클 포장

자료: KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 10월

중국 소비자 산업 분야 수출 성공 사례

기업명 (지원무역관명)	주요 내용
S사 (선전무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국식 프리미엄 해물파전으로 중국 회원제 유통망 입점에 성공한 사례 - 국내 기업 S사는 한국식 전통 조리법과 고품질 원재료를 앞세워 프리미엄 이미지를 구축, 중국 중산층 소비자 공략에 나섬 - 위생·품질 인증을 기반으로 현지 브랜드와의 차별화를 인정받아 '25년 중국 샘스클럽에 해물파전 153만 달러 수출, 전국 유통망 진입에 성공함
C사 (충칭무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 펫용품 중소기업의 제품 경쟁력으로 중국 시장 진입에 성공한 사례 - 국내 펫 브러쉬 제조기업 C사는 충칭무역관의 지원으로 첫 수출(5천 달러)을 달성, 이후 바이어의 단가 인하 요구에도 신기술·품질경쟁력을 강조하여 거래를 유지해 옴 - 피부케어 신기술을 셀링포인트로 홍보해 주문량을 2배 확대, '24년 1만 달러 수출, '25년에도 1.3만 달러 수출을 이어가며 안정적 거래 기반을 구축함
O사 (칭다오무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 정통 증류식 소주로 중국 소비자 공략에 성공한 사례 - 국내 전통주 제조기업 O사는 한국산 귀리와 쌀을 원료로 위스키 풍미의 증류식 소주를 개발, '2025 전북농식품 해외 판촉전'을 통해 중국 시장 진출을 추진함 - 칭다오 보세구역 인플루언서 라이브 방송에서 맛(快)-즐거움(樂·安)-신뢰(信)를 강조해 현지 호응을 얻으며, 600달러 첫 수출을 시작으로 향후 수출 확대를 이어갈 계획임
A·M사 (난징무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 인플루언서 마케팅으로 K-뷰티 브랜드 수출을 확대한 사례 - A·M사는 더우인·샤오흥수 등에서 인플루언서 마케팅을 전개해 20~40대 여성층을 공략, 브랜드 인지도 제고와 함께 수출을 150만 → 230만 달러로 확대함

자료: KOTRA 중국지역본부 및 각 무역관 정리, '25년 10월

전략 ③

(ICT·서비스) AI+IT·서비스 수요 확대, 맞춤형 공략



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향 등 최근 상황)
 - 중국은 AI+제조 국가전략(2025) 및 디지털 전환 정책을 통해 AI·빅데이터·6G, 스마트팩토리, 데이터 센터 수요를 집중 확대하고 있으며, 의료·헬스케어와 K-콘텐츠 융합, OTT·게임·웹툰 기반의 문화·엔터테인먼트 서비스에 대한 시장 수요가 급성장하고 있음
- (우리 기업의 진출 시 강점 등 진출 Point)
 - 우리 기업은 고성능 IT·의료장비, 정밀부품, K-콘텐츠 IP, 디지털 플랫폼 서비스 경험에서 경쟁 우위를 보유하고 있어, 중국 현지 기업 및 플랫폼과의 수출·솔루션 공급·공동 마케팅 협업을 통해 안정적 진출 기반을 마련할 수 있음

□ 현지 동향

- (AI+제조 국가전략 추진) '25년 "인공지능(AI)+제조" 행동이 발표되며(6월 6일), 전통 제조업과 AI와의 융합을 통한 중국 제조업 발전모델 업그레이드 가속
 - 6대 중점 실행 분야*(과학기술, 산업, 소비, 복지, 사회, 국제 협력)를 발표하고, AI 모델 기반 역량 강화 등 인프라 구축 지원 세부 방안 제시
 - * AI 기반 제조업 R&D 효율, 스마트 신산업 육성, 스마트 제품 생태계 조성, 스마트 도시 관리 등
 - 新세대 AI 발전 계획 등 국책 사업, AI 인재 양성 프로젝트, 지역별 AI 인프라 구축 전략 등을 통해 AI의 산업 응용 추진에 박차를 가함
 - 제조업, 서비스업, 금융업 등 전 산업분야에 걸친 AI 융합 가속화가 예상되며, 관련 인프라 및 기술 수요가 급증할 전망
 - 스마트 제조를 정책을 최우선 과제로 삼고 AI 로봇, 디지털트윈, 예지정비 등 솔루션을 신에너지차·항공우주·바이오 등 산업에 적극 도입
 - 제조 공정 최적화, 불량률 감소, 유연 생산 등을 통해 생산성을 높이고 있어, 최근 관련 산업용 로봇, AI 솔루션 수요가 급증하고 있는 추세
- (디지털·스마트화 가속화) 주요 목적은 ▲ 상업유통 시스템 개선, ▲ 물류비용 절감, ▲ 공급망 경쟁력 강화를 통한 안전하고 효율적인 공급망 구축
 - '30년까지 산업별 공급망의 디지털·스마트화 전환을 실현하고, 수출 가능한 중국형 모범 디지털 스마트화 공급망 사례 구축, 선도기업 육성이 목표
 - 산업별 공급망 디지털화 및 스마트화 공급망 개발 촉진을 위해 中 상무부는 5대 중점산업(농업·제조·유통·소매·물류)을 지정하고 추진 방향 제시

- 중국 제조 현장의 디지털 전환 가속화에 따라 스마트팩토리 솔루션, AI 알고리즘, 공장 자동화 설비 분야에서 기회가 있음
- 기회 분야에 우수한 기술력을 보유한 우리 중소기업들은 현지 파트너와 협력해 중국 산업의 고도화 수요 공략

5대 중점 산업별 공급망 스마트화 추진 방향

연번	중점분야	주요 내용
1	농업	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트농업, “인터넷+” 농산물 유통, 농산물 콜드체인 및 전자상거래 강화 • ‘창고 내 전처리 +즉시 배송’ 모델 확대, 데이터 분석 통한 생산-판매 연결 등
2	제조업	<ul style="list-style-type: none"> • AI, IoT 기반 스마트공장·스마트 공급망 구축 • 자재 구매-예측-생산계획-재고 관리까지 통합 디지털플랫폼 지원 등
3	도소매유통	<ul style="list-style-type: none"> • 농산물·소비재 등 도매업의 디지털 플랫폼 구축 • 전자결제, 유통·물류·정보 통합, 공급망 금융 및 재자원화 서비스 강화
4	소매업	<ul style="list-style-type: none"> • 대형 소매기업 중심 공급망 협업모델(공동구매 등) 구축 및 확산 • AI·VR·AR 기술 활용한 스마트 소매 매장 조성 등
5	물류업	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트 센서, RFID, 무인 배송 기술 활용한 물류 산업 효율화 • 스마트 물류 창고·차량 운영, 디지털 팔레트·회수 용기 활용 촉진

자료: KOTRA 중국지역본부 및 베이징무역관 정리, '25년 9월

- (헬스케어와 K-콘텐츠의 융합) 한류콘텐츠 체험과 의료서비스를 묶은 패키지 등 디지털 플랫폼과 문화콘텐츠를 활용한 새로운 비즈니스 모델이 떠오르는 추세
 - '25년 중국 의료서비스 시장 규모는 10조 위안을 넘어설 전망으로, 정부는 거대 내수시장에 외자 유치 및 첨단 의료기술 도입을 위해 개방정책 추진 중
 - '24년 의료분야 시범기지 개방 확대 조치에 따라 베이징, 텐진, 상하이 등 9개 지역에서는 외국인투자 기업이 독자적으로 병원 설립·운영 가능
 - 중국 환자들의 한국 의료 선호도가 높아 의료 한류로 불릴 정도로 위상이 상승 중이며, K-뷰티, K-웰니스 트렌드 확산
 - 헬스케어와 K-콘텐츠의 융합은 디지털 헬스시대 유망한 모델로 평가되며, 최근 ‘관광+건강검진’, ‘K-뷰티체험+시술’ 등의 패키지 개발
- (K-콘텐츠의 현지화 서비스) 중국의 디지털 콘텐츠 플랫폼 시장은 세계 최대 규모로, 한류콘텐츠(음원, 게임, 웹툰)에 대한 중국 소비자들의 관심도 증가
 - '25년 2월 중국 국무원이 발표한 외국인투자 안정화 행동계획에 통신, 의료, 교육 분야 외자규제 완화와 문화콘텐츠 분야 협력을 확대할 시범사업도 포함
 - '23년 이후 중국 당국은 한국 게임 판호(서비스 허가)를 다시 교부하는 등 일부 분야에서 빗장을 풀고 있어, 게임사의 중국 재진출 움직임 시작

- 중국 정부가 공식적인 한류 제한*을 인정하지 않아, 명시적 해제 선언은 없겠으나, APEC 정상회의 등 주요 외교를 계기로 실질적인 콘텐츠 교류 정상화 기대
 - * '17년 사드(THAAD) 사태 이후로 중국 내 한국 대중문화에 대한 비공식 규제(한류제한령) 존재
- 이러한 훈풍 속에 한국 엔터테인먼트 업계는 OTT와 현지 플랫폼 협업을 통한 콘텐츠 유통을 중국 디지털 플랫폼 공략 핵심 전략 준비 중

□ 유망 품목

- 중국의 디지털 전환과 신질생산력 정책으로 ICT·서비스 분야가 빠르게 성장 중, 특히, 제조업 자동화와 인건비 상승으로 산업용 로봇·스마트 제조 수요 증가
- 중국의 디지털 헬스케어 투자를 통해 원격진료, 건강 모니터링, 의료 플랫폼 확산 중이며, 고령화·건강 관리 수요에 따라 ICT 융합형 의료 솔루션 수요 증가
- OTT, 게임, 웹툰 등 K-콘텐츠 수요가 급성장하며 IT·엔터테인먼트 융합 서비스가 확산, 디지털 플랫폼과 연계한 맞춤형 콘텐츠 소비가 주류로 자리매김

중국 ICT·서비스 유망산업 분야별 협력 방안

산업분야	협력방안
AI 인프라 및 데이터센터 장비	<ul style="list-style-type: none"> • 인공지능(AI) 서비스 확산으로 데이터센터 수요가 급증함에 따라 서버·스토리지 등 ICT 장비와 AI 반도체 분야가 유망 • 중국이 전국적인 클라우드 데이터센터 확충에 나서며 전력공급장치, 냉각시스템, 고성능 메모리 등 관련 장비·부품 수요가 증가하고 있어 한국 기업에는 AI 인프라용 부품 공급과 솔루션 수출 기회가 클 것으로 예상됨
스마트 제조 및 산업용 로봇	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업의 디지털 전환과 인건비 상승으로 중국 기업들의 산업용로봇 도입 및 스마트 공장 구축 등이 가속화되고 있음 • 한국의 정밀부품(고정밀 감속기, 서보모터, 센서), 고성능 로봇 기술, 자동화 설비 등에 관심도가 높고, 수입 의존도도 높음 • 우리 기업들은 초정밀·초소형 로봇 부품 기술력을 바탕으로 중국 로봇 제조사들과 협력할 경우 시장 진입 기회를 찾을 수 있음
디지털 헬스케어	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 헬스케어에 대한 중국의 투자 확대와 의료 IT 솔루션 수요가 꾸준히 늘고 있으며, 헬스케어 분야 안정적 성장세 유지 • AI 의료영상 판독 시스템, 원격진료 플랫폼, 건강 모니터링 디바이스 등 한국이 강점을 지닌 의료 ICT 기술과 서비스를 활용한 협력이 유망함
서비스 (디지털콘텐츠, 엔터테인먼트)	<ul style="list-style-type: none"> • OTT, 게임, 웹툰 등 K-콘텐츠에 대한 중국 소비자의 관심이 지속되면서, 콘텐츠와 IT 서비스를 결합한 진출에 기회가 있음 • 중국 온라인 콘텐츠 소비는 디지털 플랫폼 중심의 개인 맞춤형 서비스로 재편되고 있는데, 한국 기업은 K-드라마, K-게임 IP를 활용해 현지 플랫폼과 협작 콘텐츠 제작이나 라이선싱 방식으로 접근하는 전략이 효과적임

자료: 현지 및 국내 언론기사, KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 9월

□ 진출전략

- (AI 알고리즘 기반 스마트 제조·데이터센터 수요 진출) 현지 수요 기업 맞춤 협업, AI·빅데이터·6G 기반 제조업 응용을 접목해 고부가가치 시장 공략
 - 중국은 제조업 디지털 전환과 인공지능(AI)+ 제조 전략을 통해 데이터센터, 스마트팩토리, 산업용 로봇 수요가 급격히 확대되며, 거대한 수요 시장 형성
 - 중국은 스마트공장 구축 시 해외 첨단 기술과 제품도 적극 도입하고 있으며, 중국 정부가 글로벌 경쟁력이 있는 외자기업의 참여 독려
 - 이에 한국 기업은 AI·빅데이터·6G 솔루션과 고성능 IT 장비를 중심으로 중국 제조기업의 자동화·효율화 수요를 선점하는 전략 필요
 - 예를 들어, AI 비전 검사 시스템이나 예지정비 소프트웨어, 디지털트윈 기반 설계·시뮬레이션 도구는 중국 제조기업의 품질 향상 수요에 부합
 - 아울러 중국은 5G/산업인터넷에 이어 차세대 6G 통신 기술까지 제조 현장에 적용하려는 계획을 밝히고, 6G는 '25년 중국 핵심전략으로 격상

• 중국 공업정보화부는 “외국 ICT 기업의 중국 통신 인프라 투자·운영을 확대하도록 문을 넓히겠다”고 발표하며 한국, EU 등과 6G 기술 협력을 공식화(‘25년 4월 19일)
→ 한국의 네트워크 장비, 초저지연 통신모듈, 6G 시험용 소프트웨어 등 수출 가능함을 의미

- 나아가 데이터센터 분야에서도 중국은 AI 수요로 기존 IDC(인터넷 데이터센터)를 AIDC(AI 데이터 센터)로 업그레이드하는 추세
- AIDC 건설에는 전력장비와 냉각시스템이 전체 비용의 절반 가까이를 차지, '28년까지 중국 AIDC용 전력장비 시장만 약 140억 달러 이상 급증할 전망
- 대용량 UPS, 변압기, 디젤 발전기 등 고효율 장비 수요가 폭발적이며, 아직 커민스(미국), 미쓰비시(일본) 등 외국 기업들이 중국 시장을 주도하고 있음
- '24년 한국의 핵심 전력장비 9개 품목 대중국 수출액은 약 14억 4천만 달러로 미국에 이어 두 번째로 높아 중국이 중요한 수출시장으로 부상
- 한국 중견기업들이 강점을 가진 고효율 전력제어 시스템, 친환경 냉각기술, 배전 솔루션 등을 앞세워 중국 데이터센터업체와 수출 계약을 체결하거나, 현지 SI 기업과 협업하여 프로젝트에 참여하는 방식이 효과적
- 이처럼 AI·빅데이터 기술력을 접목한 스마트팩토리 솔루션부터 6G 기반 무선설비와 데이터센터 인프라까지 한국 기업은 합작법인 없이도 제품 수출과 기술 제휴를 통해 중국의 제조 및 데이터 인프라 혁신 수요 선점 가능
- 주요 유망 품목으로 △ AI 머신 비전 검사장비, △ IoT 센서 및 엣지게이트웨이, △ 산업용 5G/6G 모듈, △ 클라우드형 MES 솔루션, △ 대용량 UPS·변압기 등

- 해당 유망 품목 분야에서 현지 파트너와 협력해 레퍼런스를 확보하면 향후 지속적인 시장 진입이 가능할 것으로 기대
- (의료·헬스케어 서비스와 K-콘텐츠 결합) “의료서비스+한류콘텐츠”를 입혀 현지 소비자들에게 친숙하게 다가가는 새로운 서비스 모델 접근 전략 주목
 - 중국의 고령화와 건강소비 트렌드 확산에 따라 의료·헬스케어 서비스 수요가 꾸준히 확대되는 가운데, 한국 기업은 K-뷰티·웰니스 콘텐츠를 헬스케어 서비스와 결합하여 패키지형 수출 모델을 제시하면서 현지 관심 집중
 - 한류콘텐츠는 한국 헬스케어 브랜드의 신뢰도·선호도를 높이는 촉매 역할을 하고 있으며, 한국 정부와 업계는 한국의 의료서비스를 단순히 제공하는 것을 넘어 의료와 K-콘텐츠 융합을 통한 차별화된 마케팅 추진 중
 - 최근 “의료관광+K-뷰티+문화체험”을 결합한 패키지는 현지 업계와 소비자의 큰 관심을 끌고 있으며, 한국은 수준 높은 의료진, 첨단장비, 맞춤형 웰니스 프로그램 등 한국 의료서비스의 장점을 강조하면서 중국 파트너들과의 협력 확대 모색
 - 앞으로 한국의 병원, 의료 스타트업은 이러한 결합 모델을 더욱 발전시켜 중국 시장에 비대면 수출과 협업 추진
 - 그 외, 중국어 버전 디지털 헬스케어 플랫폼 개발에 대해 K-팝이나 K-드라마 IP를 활용한 건강 콘텐츠를 탑재하여 이용자의 흥미를 높이기도 함. 구체적으로 K-팝 피트니스처럼 아이돌의 음악과 안무를 활용한 홈트레이닝 앱은 젊은 중국인들의 운동 동기 부여에 효과적
 - 실제로 한국에서는 K-POP과 피트니스를 접목한 ‘K-FIT’ 장르가 등장하여 중국·동남아 시장 진출을 계획하고 있으며, 이는 건강과 다이어트를 동시에 겨냥한 새로운 콘텐츠로 관심 유발
 - 또한 한방 의료, 명상 등 한국형 웰니스 프로그램에 K-문화 요소를 가미해 중의 고급 리조트나 보험사 헬스케어 플랫폼과 협업하는 것도 고려
 - 예를 들어 한류스타가 등장하는 건강관리 웹 예능이나 치료여행 VR 콘텐츠를 공동 제작하여, 이를 중국의 병원 대기실 IPTV나 건강 앱에 공급하면 의료로 유연하게 접근해 리스크를 줄일 수 있는 장점
 - 중국 헬스케어 시장의 수출 품목은 △AI 기반 원격 기반 시스템(중국 병원의 수요가 높음), △스마트 재활기기와 한류 연계 콘텐츠, △건강관리 모바일 앱(맞춤 운동·식단 콘텐츠 포함), △K-뷰티 미용기기 및 기능성 화장품인 코스메슈티컬(cosmeceutical) 제품군이 있음
 - 특히 K-뷰티 제품은 위생허가 없이 중국 역직구 플랫폼을 통해 판매 가능하여, 틱톡 속품 콘텐츠·라이브커머스 활용 마케팅으로 높은 시너지를 냄
 - 이러한 의료+콘텐츠 복합 수출 모델은 중국의 병원, 헬스케어 기업에도 새로운 부가가치를 제공하여 상호 협력 가능

- (디지털 플랫폼과 연계한 문화·엔터서비스 진출) K-드라마, K-게임 IP 기반, 현지 플랫폼과 협력해 라이선싱·유통 계약 추진 및 소비 트렌드에 부합하는 맞춤형 온라인 콘텐츠 서비스를 제공하는 방식의 시장 공략 필요
 - 중국의 OTT, 속품, 웹툰 플랫폼이 빠르게 통합되고 콘텐츠 소비 패턴이 개인 맞춤형 중심으로 변모하면서, 한국 기업은 K-드라마·K-게임 IP를 중국 플랫폼에 라이선스 수출하고, 플랫폼과 공동 마케팅 협업을 추진할 필요
 - 한편, 중국 정부가 해외 콘텐츠 도입 규제를 완화하려는 움직임이 나타나고 있어, 향후 규제 완화 시점을 노려 콘텐츠 계약 및 유통 역량을 확보하는 것인 핵심 전략이 될 것
 - '25년 중국 정부가 해외 문화콘텐츠에 대한 규제 완화 움직임을 보이고 있어, 향후 몇 년은 한국 문화 서비스 기업의 중국 재진출에 호기가 될 전망

• 중국 방송·인터넷 규제당국인 광전총국은 “△ 해외 우수 프로그램의 도입·방송을 확대 △ 해외 드라마 쿼터제 폐지, △ 수입 드라마 심사기간 단축, △ 리메이크 드라마 국적 제한 완화, △ 속품 드라마·애니메이션에 대한 제작 지원 완화 등을 추진하겠다.”고 발표('25년)

- 한한령 완화 시 한국 드라마의 중국 동시 방영권 판매가 재개되면, 콘텐츠 제작사들이 신규 매출을 확보하고 IP 비즈니스를 확대할 전망
- 한국의 중소 콘텐츠 기업은 중국 OTT 플랫폼과 콘텐츠 판권 계약을 맺거나, 예능 프로그램을 공동 제작하여 중국 웹 플랫폼에 공개하는 방식도 유망
- 예를 들어, 한국 인기 드라마의 리메이크를 중국 제작사와 협업하거나, K-팝 아이돌이 출연하는 온라인 팬미팅이나 메타버스 콘서트를 웨이보, 빌리비리 등과 함께 기획하면 현지 이용자를 확보 할 수 있음
- 음악 스트리밍이나 웹툰 플랫폼 분야에 텐센트, 바이두 등의 중국 기업과 제휴하여 K-팝 음악, K-웹툰을 현지 구독 서비스로 제공하는 모델도 고려
- 중요한 것은 합작법인 대신 콘텐츠 배급 계약, 수익쉐어 협약 등의 방식으로 유연하게 진출하여, 정책 변화에 따른 리스크를 관리하는 것
- 유망 품목 및 서비스로는 △ K-드라마 방영권 및 VOD 서비스, △ K-팝 공연 라이브 스트리밍 및 굿즈 판매 연계 서비스, △ 한류 IP 기반 게임이나 메타버스 체험, △ 웹 예능, 버추얼 아이돌 등 뉴미디어용 콘텐츠 등이 있음
- 나아가 중국 정부도 저작권 보호 강화와 함께 우수 외국 콘텐츠의 합법적 유통을 강조하고 있어, 우리 기업은 현지 플랫폼과의 제휴를 통해 합법적인 경로로 K-콘텐츠를 공급하면서 부가 서비스를 연결하는 전략 요구
- 이에 따라 플랫폼 사업자와 협업 마케팅을 전개하고, 현지화된 콘텐츠 기획으로 경쟁력을 갖춘다면, '26년에는 한층 열린 중국 문화·엔터테인먼트 시장에서 우리 중소·중견기업들의 존재감을 크게 높일 수 있을 것으로 예상

중국 ICT·서비스 산업 분야 수출 성공 사례

기업명 (지원무역관명)	주요 내용
F사 (청두무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국형 스마트팜 기술로 중국 쓰촨성 국영 프로젝트 수주에 성공한 사례 - 중국의 스마트팜 산업이 성장하는 가운데, 재배기술·품종·사업모델이 부족한 현지 수요를 겨냥해 한국 스마트팜 기술의 경쟁력을 부각함 - 청두무역관은 '23년 한·중 스마트팜 파트너십 상담회에서 쓰촨성 토마토 온실 프로젝트 (2만㎡, 1,000만 위안)를 발굴하고 국내 기업 F사와 연계함 - '25년 7월 JV 설립 계약 및 10월 자재(양액배지) 공급 계약 체결로 한국 기술이 중국 국영 스마트팜 사업에 본격 도입된 성과를 거둠
H사 (칭다오무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 한국어 교육 플랫폼의 현지 법인 설립을 통한 중국 시장 확장 사례 - 시각장애인 일자리 창출을 위해 설립된 H사는 '20년부터 중국 시장에 진출해 샤오흥수·더우인 등 주요 플랫폼에서 22만 명의 팔로워를 확보함 - 현지 맞춤형 콘텐츠 개발을 위해 6개월 준비 끝에 '25년 4월 칭다오법인 설립, 교육기관 및 복지단체와 협력 네트워크를 구축함 - 적극적인 현지 프로모션을 통해 '25년 9월 온라인 교육 콘텐츠 수출(약 7,200달러) 달성, 중국 내 사업 확장의 기반을 마련함
R사 (톈진무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • K-캐릭터 IP 라이선싱으로 중국 팬시용품 시장에 진출한 사례 - 톈진무역관은 중국 IP 전문 유통상 Y사의 수요를 발굴해 한국 기업 R사의 '브레드이발소' IP 라이선싱 상담을 주선함 - Y사는 '24년 브레드이발소 캐릭터 문구류 8,000달러를 수입해 호응을 얻은 후, '25년부터 본격적인 IP 라이선싱 계약을 체결함 - 현지 생산 제품을 미니소·모거·성품서점·공항면세점 등에 입점시켜 판매 중이며, '25년 기준 라이선스 비용 약 10억 원, 매출 200억 원이 예상됨
C사 (톈진무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • K-캐릭터 IP 협상을 통해 중국 의류 시장 진출을 추진한 사례 - '24년 12월 중국 바이어의 한국 E 캐릭터 IP 수요를 발굴하고, 해당 IP를 보유한 국내 기업 C사와 상담을 진행해 현재 라이선싱 조건 협상을 진행 중임 - 중국 IP 유통상 WM사는 C사 캐릭터를 활용해 의류를 현지 생산·판매할 계획이며, 시장 반응에 따라 문구류·일상용품으로 콜라보 영역을 확대할 방침임 - 한류 캐릭터의 인지도와 중국 내 K-콘텐츠 확산 추세를 바탕으로, 지속적인 라이선싱 협력 및 유통망 확장 가능성이 기대됨
C사 (난징무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • AI 기반 LMS 솔루션으로 중국 교육시장 진출을 추진한 사례 - 글로벌 교육 플랫폼 C사는 교원 구인 문제 해결을 위해 AI 기반 LMS를 개발, 교재·교구·커리큘럼이 결합된 통합형 교육 솔루션을 중국 교육기업에 제공함 - AI 맞춤형 피드백 기능으로 학습 효율을 높이고, 현지 출판사·교육기관과 협력해 온·오프라인 융합형 교육 모델 확산 및 시장 진출을 추진함 - 기술 중심의 학습 효율화와 현지화 전략을 결합해 중국 교육시장 진입 기반을 강화함

자료: KOTRA 중국지역본부 및 각 무역관 정리, '25년 10월

전략 ④**(新협력모델) 중국의 강점을 활용한 보완 전략 추진****전략 수립 배경**

- (현지 시장 동향 등 최근 상황 요약)
 - 중국은 미·중 갈등 속 첨단산업 자립과 공급망 안정화에 추진하며, 자유무역시험구·하이난 자유무역항을 통해 개방정책을 확대해 외국 기업의 R&D와 투자 유치에 적극 나서고 있음
- (우리 기업의 진출 시 강점 등 진출 Point)
 - 우리 기업은 기술력과 품질 경쟁력을 기반으로, 중국의 자본·인프라·시장 규모를 활용해 공동 R&D, 제3국 공동 진출 등 상호 보완적 협력 모델 구축이 가능함

□ 현지 동향

- (첨단산업 및 공급망 재편) 중국 제조업 고도화를 위해 '3新(新산업·新업태·新비즈니스모델)' 경제를 육성 중이며, 이는 전통산업 전환과 산업 업그레이드 가속화를 의미
 - 중국의 반도체 자급률은 25%를 넘어섰지만, 반도체·디스플레이 소재의 70% 이상을 수입에 의존하고 있어 여전히 해외 기술과 부품에 상당 부분 의존 중
 - 첨단 핵심산업 분야에서 중국 국산화를 추구하지만, 현실적 한계도 뚜렷하며, 이러한 상황은 우리 기업에 첨단 소재·부품 공급망 진입 기회를 시사
- (중국 자본의 해외 진출 확대) 내수 위축과 미·중 압박 속 일부 중국 자본은 투자 활로를 해외에서 찾고 있으며, 글로벌 생산망 구축 움직임으로 관찰
 - 배터리 등 제조업 분야와 유통·엔터테인먼트 분야에 대한 투자가 활발하며, 중국 투자자가 중소기업 들에 파격적인 조건으로 지분 인수 제안 사례도 등장
 - 중국 자본이 해외 생산기지를 확보해 미·중 무역제재를 우회하려는 의도가 반영된 움직임으로, 해외 생산망을 갖춘 한국 기업이 협력 대상으로 부상 중임
- (대외 개방 및 협력 환경 변화) 중국 정부는 자본·기술 유치를 위해 자유무역시험구(FTZ) 및 자유무역항 제도 등을 통해 외국 기술·자본 유치 전략 강화
 - 베이징·상하이·광동 자유무역시험구 내에서는 통신, 의료, 엔터테인먼트 분야 외국인 투자 접근성 확대 등의 규제 완화 움직임이 있음
 - '25년 한·중 FTA 2단계 후속 협상이 재개되어, 양국은 상품 교역 외에 공급망 협력 및 문화·서비스·투자 분야 개방 확대 논의
- (통상 리스크와 협력 수요) 미·중 분쟁의 장기화로 핵심 원자재에 대한 수출통제 리스크가 상존하자, 한·중 양국은 공급망 안정을 위한 협력 강화
 - 한·중 간 공급망 협력을 강화하려는 정부 간 움직임이 있으며, 이에 따라 양국은 FTA 2단계 협상 및 산업망 연계 강화를 강조

- 지속되는 대내외 변화로 한국 기업은 중국의 강점을 활용하면서도 리스크를 관리할 수 있는 보완적 전략 모델, 새로운 협력 모델을 모색해야 함

□ 유망 품목

- 중국의 제조 기반, 자본력, 제도 개방성을 활용해 한국의 기술력과 브랜드 경쟁력을 결합한 협력 모델 다각화 추진
 - 제조·R&D·서비스 전 분야에서 한·중 상호 보완형 협력 확대, ODM·JDM 생산, 제3국 진출, 소비자 테스트마켓 등에서 기회 모색
 - 특히 FTZ·FTP 제도 개방과 글로벌 공급망 재편 흐름을 활용해 비용 절감, 시장 확장, 리스크 분산을 동시에 고려한 하이브리드 전략 설계 필요

중국의 강점을 활용한 우리 협력 방안

	협력분야	협력 방안
중국의 제조업 우위를 활용한 ODM·JDM 협력 (생산·원가경쟁력 확보)		<ul style="list-style-type: none"> • 중국의 강력한 제조 인프라와 자동화 설비를 활용해 한국 중심의 기술 경쟁력을 결합한 ODM 및 JDM 협력 가능성이 확대되고 있음 • 삼성은 중국 Wingtech과의 ODM 프로젝트를 통해 일부 스마트폰 설계·생산을 위탁하여 협력 관계를 확대 중임 • LG는 중국 Skyworth 및 Okuma와 JDM 방식으로 세탁기·냉장고를 공동 설계·제조하며, 브랜드 관리와 비용 효율을 동시에 추구함 • '中제조+韓기술' 융합 모델은 중국의 생산 인프라를 활용하면서도 핵심 기술과 품질관리 주도권을 유지하는 방향으로 발전 중임
제3국 공동 진출 (판매·조달 외연 확장)		<ul style="list-style-type: none"> • 韩 기술·품질 역량을 중심으로 中 자금·수행력을 활용해 아세안·중동 재생에너지, 전력, 스마트시티 EPC 분야 컨소시엄 진출 가능성 있음 • 하이난 FTP·주요 FTZ의 보세·통관 효율을 활용해 기자재 집적 → 제3국 가공무역/재수출 허브 전략 병행 모색 • 미국·EU 수출통제·제재 규제를 준수하기 위해 현지 JV나 분업 구조, 원산지·인증 이원화 등 캠플라이언스 설계 필요
바이오헬스케어 (인증우회)		<ul style="list-style-type: none"> • 중국은 일부 자유무역시험구에서 유전자·세포치료 분야 규제를 완화하며 외국 기업의 R&D와 임상 허가를 허용 중임. • 건강기능식품·의료기기·미용 헬스케어 분야에서 한국 기술력과 브랜드를 앞세운 수입 제품 수요가 꾸준히 확대됨. • 하이난 자유무역항 등 규제 완화 지역을 거쳐 본토 유통망에 진입하는 우회 전략도 현실적 대안으로 부상함
소비자 테스트마켓 (면세·CBEC)		<ul style="list-style-type: none"> • K-뷰티·프리미엄 식품·영유아용품 등은 한류 영향으로 꾸준한 수요가 있으며, 크로스보더 전자상거래를 통해 소규모 시험 판매 후 현지 반응에 따라 본격 수출로 확대 가능 • 하이난 자유무역항은 면세유통과 통관 간소화 정책을 통해 화장품 등 고가 소비자를 무관세로 판매할 수 있어, 외국 브랜드의 중국 내 인지도 제고 및 테스트마켓으로 활용도가 높음

자료: 현지 및 국내 언론기사, KOTRA 중국지역본부 정리, '25년 10월'

□ 진출전략

- (중국 내수와 제3의 글로벌 수출시장 접근) 중국 현지 자본과 기술을 활용하는 방안 적극 모색 및 중국 시장의 테스트베드 운영전략 필요
 - 중국은 '24년부터 제조업 분야 외자 진입 제한 해제 및 외국인투자에 유리한 환경을 구축 중이며, 전략적 제휴를 통한 자본·기술 도입 여건을 강화함
 - 우리 중소기업은 현지 파트너의 생산·유통 역량과 자본을 활용해 규모의 경제를 추구할 수 있음. 그러나 지분 구조와 기술 라이선스 조건을 면밀히 설계하여 핵심기술 유출 리스크를 방지해야 함
 - 한편, 중국 시장을 테스트베드로 삼는 접근도 고려할 수 있음. 초기에는 크로스보더 e커머스, 팝업스토어, 라이브커머스를 통해 중국 소비자 반응을 검증하고, 검증된 제품은 中내수·수출 거점 또는 제3국 진출로 전환 가능토록 함
 - 예를 들어, 중동 진출을 노리는 소비재 기업이 하이난 면세점이나 홍콩 등을 통해 중국인 소비자를 상대로 제품 인지도를 높인 뒤, 이를 발판으로 중국 자본과 공동으로 중동에 마케팅하는 식의 “중국+α” 시장 공략이 가능함
 - 아울러 중국의 앞선 디지털 기술도 적극 활용할 필요가 있음. 중국의 AI·빅데이터 솔루션, 모바일 결제 인프라, 공유 플랫폼 등을 우리 제품의 현지 마케팅과 서비스에 접목한다면 경쟁력 강화에 유리함
- (현지 특별구역의 제도적 혜택과 인프라 최대한 활용) FTZ 등에서 비즈니스 기회 포착, 비교적 낮은 비용으로 시장 진입 및 사업 확장
 - 광동 등 22개 자유무역시험구(FTZ)와 하이난 자유무역항(FTP)에서는 외국인 투자 및 무역 관련 규제를 부분 완화하고, 조건부 보세 및 면세 혜택 등을 적용하여, 중국 및 글로벌 시장을 잇는 물류·유통 거점으로 활용
 - 하이난 자유무역항은 ‘외상투자 네거티브 리스트(‘20년)’를 적용해, ’25년까지 섬전역봉관운영 (全島封关运作, Island-wide independent customs) 체계를 구축 중이며, 외국인투자 진입 완화와 상품무역의 단계적 자유화 추진
 - 우리 기업은 FTZ/FTP 내 법인·물류센터를 설치해 보세·신속통관·관세특례(조건부) 등의 혜택을 활용할 수 있으며, 소비자는 하이난 이도면세 유통으로 브랜드 인지도를 높인 뒤 본토 채널 확대 가능성 탐색 전략도 고려
 - 산업재는 한·중 산업협력단지(옌정, 웨이하이 등) 같은 지역특화 산업단지와 연계해 현지 생산 및 유통 공동 체계를 구축하는 방안 검토
 - 이외 전자상거래 종합시험구나 첨단기술개발구 등에서 허용범위 내 수출(수입) 절차 완화, 세제 우대, 시범사업 참여기회를 활용할 수 있음. ’25년 CBEC 시범구가 추가 지정되며 관세/부가세 경감·통관 간소화 등 정책 지원 확대

- (중국 시장 강점 활용과 리스크 관리 기반 제3국 시장 진출) 중국 시장의 강점을 포용하되, 리스크 관리 체제를 갖춘 협력 전략으로 제3국 시장 진출 기반 마련
 - 첫째, 미·중 기술 분쟁 심화 속에서 민감 기술 분야는 공급망 다변화를 선제적으로 모색해야 함. 직접 대중 수출이 규제될 가능성이 있는 품목은 중국 기업과 제3국 연계 생산, 합작 등을 통한 우회 진출 방안을 고려할 수 있음
 - 일부 중국 기업이 생산거점 이전 가능성을 타진 중인 사례도 있으며, 우리 기업은 이를 활용해 제3국 생산거점과 공동 투자 모색 가능성이 커지고 있음
 - 둘째, 중국이 주도하는 해외 인프라 사업(예 : 일대일로) 참여를 통해 한국의 기술력과 중국의 실행력을 결합하면 상호 보완적으로 제3국 시장 진출이 가능
 - 셋째, 중국의 수출통제 품목 확대, 외국인 기술 이전 규제 강화, 반간첩법 등 변화 가능성을 염두, 상시 모니터링 체계와 대응 시나리오를 확보해야 함
 - 마지막으로, 제3국 협력이나 중국 기업과의 제휴 시, 리스크 완화를 위해 기술 보호 장치를 명확히 하고 국제 규범을 준수해야 함. 특히, 민감 기술은 합작법인 지분 구조를 신중히 설계하고 핵심공정은 국내 중심으로 운영하는 전략적 선택지도 고려해야 함

중국의 강점을 활용한 新협력모델 성공 사례

	기업명 (지원무역관명)	주요 내용
K사 (난징무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 한·중 합작으로 이차전지 부품공장 설립 및 글로벌 공급망 진출 기반 마련 사례 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 기업 J사(70%)와 국내 기업 K사(30%)가 합작해 약 600억 원 규모의 이차전지 탑캡 어셈블리 생산공장을 설립, '26년 말 준공 예정임 - 일본 기술 협력을 통해 글로벌 이차전지 공급망 공동 대응 체계를 구축하고, 연간 매출 500억 원 및 고용 150명 등 지역 경제 활성화를 도모함 - 중국의 자본과 네트워크, 한국의 자동화 설비 기술을 결합해 글로벌 경쟁력과 시너지 효과를 강화하여, 한·중 기업이 상생 협력해 이차전지 공급망을 확대함 	
F사 (청두무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국형 스마트팜 기술로 중국 진출 및 제3국 공동 진출 기반을 마련한 사례 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 스마트팜 산업의 성장 속에서 기술·품종·사업 모델이 부족한 현지 수요를 겨냥해 한국형 스마트팜 딸기 재배 기술과 시스템을 제안함 - 청두무역관은 '25년 국내 기업 F사와 국영기업 중농이상을 연계, 방한상담·현지방문·협의 지원을 통해 컨설팅 및 품종 통상실시권 계약을 성사함 - '25년 10월 스마트팜 딸기 재배컨설팅 계약 체결 및 JV 설립 추진 중이며, 향후 중국 내 상용화 및 제3국(우즈베키스탄) 공동 진출 모델로 확산 기대됨 	
B성형외과 (톈진무역관)	<ul style="list-style-type: none"> • 한·중 합작을 통한 프리미엄 성형의료 서비스 협력 추진 사례 <ul style="list-style-type: none"> - 톈진 퍼레니얼 병원은 중국 최초의 100% 외자병원으로, 성형외과 운영 경험과 전문 의료진 확보를 위해 한국의 우수 성형외과와 합작을 추진함 - 톈진무역관 주선으로 '25년 9월 한국 B성형외과와 상담을 진행했으며, 현재 합작 조건 및 협력 세부사항을 구체적으로 협의 중임 	

자료: KOTRA 중국지역본부 및 각 무역관 정리, '25년 10월



I

진출 환경

1. 경제 환경

□ (경제 전망) '26년 홍콩 경제는 미국 관세 정책 및 금리 향방, 중국 경기 상황 등 글로벌 경제의 불확실성 상존으로 전년 대비 둔화 전망

- (동향) 주요 전문 기관의 '26년 홍콩의 GDP 성장을 전망치는 약 1.8~2.3% 수준으로 '25년 홍콩 정부의 전망치인 2.9%보다 다소 낮은 수준을 전망
 - 세계 경제와 밀접하게 연결되어 있는 홍콩의 지역적 특성상 미국발 상호 관세 이슈와 고금리 정책 장기화, 중국 본토의 경제 회복 둔화 가능성의 상존 등은 홍콩 경제성장에 부담 요인으로 작용

※ 주요 기관별 전망치

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| • (IMF) ('25년) 2.4% → ('26년) 2.1% | • (EIU) ('25년) 2.6% → ('26년) 2.3% |
| • (AMRO) ('25년) 2.1% → ('26년) 1.9% | • (홍콩 정부) ('25년) 2~3% → ('25년) 2.9% |

□ (호재 요인) 정부의 경기부양 정책, 중국·아세안과의 교역 확대, 글로벌 자본 지속 유입 등은 글로벌 비즈니스 허브로서의 입지 강화에 긍정적으로 작용

- '25년에도 홍콩 정부의 경기부양 정책, 주요 서비스업 부문에서의 매출 증가로 내수 및 서비스업의 견조한 성장세가 지속
 - 특히 인바운드 관광(외국인 방문객)* 증가와 국제적인 비즈니스 행사 개최 확대(MICE 전시·컨벤션 산업) 및 소비심리 점진적 개선 등이 내수 회복 요인
 - * 홍콩 관광객 지출 규모는 '25년 71억 달러 수준에서 '35년까지 약 159억 달러, 연평균 성장률(CAGR) 8.3%에 이를 것으로 전망(Future Market Insights)
 - 홍콩 GDP의 약 93% 비중을 차지하는 서비스산업은 '25년 1분기 전년 동기 대비 2.3% 성장하며 완만한 증가세 시현
 - * 세부적으로 금융(+32.5%), 보험(+23.1%), IT(+60.2%), 관광·MICE(+0.7~1.1%) 부문의 증가세 뚜렷
 - 홍콩 MICE 산업은 웰니스 관광, 식문화·엔터테인먼트, 미래혁신 산업 등 다양한 산업 분야로 다변화·확장 추세

- '24년 하반기 이후 글로벌 반도체 및 첨단 제조 산업 중심으로 수출 호조세로 전환되며, 홍콩을 경유한 재수출 또한 증가세
 - 특히 중국 본토 및 동남아 지역과의 교역 확대, 글로벌 디지털 전환과 인공지능(AI) 기술 산업 수요 증가에 따른 전자기기·부품 교역 증가가 '25년 상반기 홍콩 전체 교역액 성장의 주요 동력으로 작용
 - * '25년 1~3분기 홍콩의 총 교역 규모는 1조 118억 달러로, 전년 동기 대비 13.2% 증가
- 글로벌 자본 유입 지속, 금융·자산관리 부문 성장으로 국제적 금융 허브로서의 위상을 유지하고 있으며, 스마트시티·탄소 중립 등 미래산업 분야 투자 확대
 - 주요 글로벌 금융사의 홍콩 진출이 꾸준히 늘고, 세계 주요 기업의 아시아·중국 진출 거점으로 활용돼 외국계 법인·지역본부 설립 지속 증가 추세
 - * '25년 기준 홍콩 내 해외 및 중국 본토 기업 9,049개, 스타트업 4,257개사 등록되어 있으며, '22년 대비 6% 증가한 수치(InvestHK)
 - 홍콩 IPO 시장 성장 모멘텀 지속, 홍콩 달러 폐그제(미달러 1달러당 7.75~7.85 HKD, 1983년부터 유지)로 美금리 변동에도 글로벌 금융시장 신뢰도·대외 방어력 높다는 평가
 - * 홍콩의 기업공개(IPO) 시장은 '25년 1~7월 기간 50개 이상의 상장 기록, 전년 동기 대비 30% 증가했으며 동기간 IPO 자금 조달 부문 세계 1위 수준(SCMP)

□ (부진 요인) 미국의 상호 관세 이슈 및 고금리 정책 지속, 중국 경기 둔화 등 세계 경제의 불확실성은 홍콩 경제성장의 하방 리스크 요인으로 작용

- 글로벌 경제 불확실성으로 인해 외부 압력 증가
 - 美 기준금리가 여전히 높은 수준('25년 4~5%대)으로 유지되며 홍콩 포함 아시아 신흥국으로의 자본 유입 위축, 홍콩 내 금융·부동산 등 자산시장 변동성 확대
- 중국과의 경제·교역 연계성 강화로 中경기변동의 민감도도 커지는 경향 존재
 - 중국의 실질 GDP 성장률은 '24년 5.0%에서 '25년 4.6%로 둔화될 전망으로, 경제 구조상 수출의 60.3%('25년 상반기 기준)가 중국 본토향 재수출일 정도로 중국 의존도가 높아 중국 성장 둔화세가 홍콩 경제에 직접적 영향을 줌

□ 주요 경제지표

주요지표	단위	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년e	2026년e
인구	백만 명	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5
명목 GDP	십억 달러	363.1	344.9	369.0	358.7	380.8	406.8	428.2	446
1인당 명목 GDP	달러	48,500	46,050	49,300	47,860	50,710	54,244	56,844	58,999
실질 성장률	%	-1.7	-6.5	6.5	-3.7	3.3	2.5	2.4	2.1
실업률	%	3.0	5.8	5.2	4.3	2.9	3.1	3.2	3.3
소비자물가 상승률	%	2.9	0.3	1.6	1.9	2.1	1.5	1.8	2
재정수지(GDP 대비)	%	-0.6	-9.4	0.0	-6.7	-5.8	-5.8	-4.8	-3.2
총 수출	백만 달러	511,370	503,528	635,982	580,981	535,565	582,355	599,825.	617,820.
(對韓 수출)	백만 달러	7,251	6,700	9,558	10,440	9,449	8,823	7,772.8	-
총 수입	백만 달러	566,082	547,404	680,486	631,727	595,512	631,039	649,970	669,469
(對韓 수입)	백만 달러	28,214	31,688	41,618	37,150	28,670	36,807	29,692	-
무역수지	백만 달러	-54,712	-43,876	-44,504	-50,746	-59,947	-48,684	-50,145	-51,649
경상수지	백만 달러	21,399	24,038	43,628	36,772	32,533	52,706	63,137	75,628
환율(연평균)	현자국/US\$	7.84	7.76	7.77	7.83	7.83	7.81	7.80	7.78
해외직접투자	억 달러	379.4	834	930.8	1193.9	965.3	781.4	687.6	742.6
외국인직접투자	억 달러	585.5	1,168.1	1,366.9	1,228.7	1,224.2	1,170.9	1,077.2	1,141.8

주: '25년 추정치, '26년 전망치

자료: IMF, 홍콩통계청('25년 10월 발표)

□ 현지 경제 상황

- (경제성장률) 홍콩 정부는 '26~'29년 기간 홍콩의 연평균 실질 경제성장률을 2.9%, 연평균 소비자 물가는 1.8% 수준으로 전망
 - '25년 1~3분기 홍콩 GDP는 대외 교역 호조와 관광 회복세로 전년 동기 대비 3.8% 성장했으나, 대외 환경의 불확실성은 존재
 - 특히 최근 글로벌 보호주의 조치 불확실성 지속과 중국 본토의 경제 회복 둔화는 '25년 하반기부터 홍콩 경제의 단기적 부담과 하방 리스크로 작용하고 있으며, 이는 '26년까지 이어질 가능성도 배제 불가
 - IMF 등 주요 기관은 최근 들어 홍콩의 '25~'26년 경제성장을 전망치를 소폭 상향 조정함. 이는 홍콩이 지역 무역 허브이자 금융 센터로서 역할이 강화되고 있음을 시사함.

* (IMF) ('25년) 2.4% → ('26년) 2.1% ('25년 10월)

- (소비) 소비 패턴 변화*가 소매 업계 및 고용시장 불안 요인으로 작용하면서 민간 소비 회복이 지연되는 악순환 지속**

* ① 홍콩 주민의 중국 본토 소비 급증(역외소비), ② 고가품 및 면세 매출 부진 ③ 중국 본토 관광객 지출 감소 등으로 슈퍼마켓·필수 생활소비재 일부만 성장세 유지

** '25년 월별 소매판매 증가율(%), 전년 동월 대비) : (1월)△ 13 → (2월)△ 3.5 → (3월)△ 2.3 → (4월)+1.9 → (5월)+2.4 → (6월)△ 0.3 (홍콩통계청, '25년 7월)

*** 소비자물가 상승률은 '25년 6월 기준 +1.0%로 전월과 동일, 비교적 완만한 수준 유지

- (수출) IT·전자·기초제 중심으로 아시아(베트남, 말레이시아 등) 및 중국 본토 대상 대외교역이 호조세를 보이며 증가세

* 상품 수출 월간 증가율(%) : (1월)+11.9 → (2월)+18.5 → (3월)+14.7 → (4월)+15.5 → (5월)+11.9

* '25년 1~3분기 홍콩의 총 교역 규모는 1조 118억 달러로, 전년 동기 대비 13.2% 증가

- (민간 투자) '25년 들어 민간 고정 투자는 점진적 회복세로 전환, 상반기 내 플러스 성장을 지속했으며, 민간 소비(소매 회복)는 지연 중임에도 투자 및 설비 부문으로 경제성장 동력이 이동하는 양상

- 정부의 혁신산업 및 도심 재생 인프라 투자 촉진, 금융, IT, 바이오 등 신산업 설비 투자 확대 등으로 글로벌 불확실성 불구하고 홍콩의 글로벌 비즈니스 허브 역할 부각에 따라 해외 자본 및 현지 기업 투자심리 개선

- (산업생산) '25년 서비스 및 금융, 유통 중심의 산업 구조 속에서 전체 산업생산·제조업 성장률은 낮지만 서비스·금융 등 도시형 업종이 성장세

- '25년 전통 제조업은 미미한 성장세(+0.7%)이나, 서비스업·유통·금융 등 도시형 산업이 상대적으로 강한 성장세(+2.6~4.4%)를 시현

- (대외교역) '25년 1~3분기 홍콩의 총 교역 규모는 1조 118억 달러로, 전년 동기 대비 13.2% 증가

- 아시아 및 중국 본토 시장 교역 확대에 힘입어 상반기 내수와 수출 모두 견고

- 수출 상위 10대국이 전체 홍콩 교역의 84.4~88%를 차지하며, 무역구조가 소수 국가에 집중되는 구조가 지속되고 있음

- (투자 유입) 홍콩은 글로벌 금융센터 지수 세계 3위*, 아시아 1위를 유지하며 주요 부문 경쟁력(투자관리, 보험, 핀테크 등) 모두 최상위 수준 기록

* '25년 9월 Z/Yen & 선전개발원 글로벌 금융센터지수(GFCI) 발표에 따르면 1위(뉴욕)와 2위(런던)와의 등급 포인트 차이는 각각 2포인트와 1포인트에 불과

- '24년 기준 홍콩의 연간 외국인투자(FDI) 규모는 최근 몇 년간 안정적 수준(달러 110~120억 달러)을 유지하고 있으며, 순투자유입 규모 또한 달러 30~40억 달러 규모로 아시아 3위의 FDI 유치국 지위를 유지

* '24년 투자유입액은 9,133억 홍콩 달러(US\$1,171.9억)이며, '25년 1분기 누적 기준 투자유입액은 2,594.6억 홍콩 달러(US\$332억) 기록

- 자본투자이민제도(CIES) 개편*, 패밀리오피스 유치 확대**, 중국 자본과 본토 기업의 홍콩 투자 증가, 핀테크 산업 육성 등으로 국제 금융 센터로서의 강점은 여전
- 특히 최근 중국 본토·아세안·중동·유럽·미국 등 전 세계 부유층의 본격 유입 및 IPO·상장 후 패밀리오피스 빠른 증가세
 - * '25년 최신 정책(법적 거주 위한 투자금 3,000만 HKD 유지 기간 단축 등), 세금·규제 부담 완화
 - ** '25년 11월 약 2,700개 이상 패밀리오피스 설립 완료, 이 중 30% 이상이 US\$1억 달러 이상 자산 관리
- (투자 진출) 홍콩의 해외직접투자(ODI)는 '25년에도 약세, 관망세 유지
 - '25년 2분기 해외직접투자 유출액은 3,120억 홍콩 달러(달러 400억 달러)로 전년 동기 대비 -7.1%를 기록하며 지속 감소세
 - 이는 세계 경제 성장세 둔화와 더불어, 미국 등 서방 국가의 고금리 정책 장기화로, 달러페그제(연동 환율제)를 사용하는 홍콩은 미국 금리 인상에 직접적으로 영향을 받기 때문에 미·중 갈등, 우크라이나 사태 등 지정학적 불확실성이 지속되며 홍콩의 對해외 신규 투자 결정이 보수적으로 전환된 것으로 분석
 - 홍콩은 글로벌 LP/PE/VC 집적지이자, 대체·지분·M&A 투자, 스타트업 및 인프라 투자 자본의 아시아 핵심 허브로, 해외 기업에 대한 지분 투자 및 M&A 등 재무적 투자가들의 활동이 활발하여 해외지역의 다양한 M&A 바이아웃 등 대체(지분) 투자 기회를 모색하는 움직임은 지속될 전망

2. 정치(정책) 환경

가. 정부 현황

□ '일국양제(一國兩制)' 체제로 독자적인 법·경제·통화 시스템 유지하는 특수성 활용, 고품질 발전에 기여

- '25년 2월 존 리 홍콩 행정장관은 '일국양제'는 홍콩 안정 및 장기 번영의 보호막이며, 금융·법률·무역·항공·해운 등 분야의 고유 장점을 강화하는 것이 중요함을 발표

- 홍콩 정부는 중국 <제14차 5개년 계획(2021~2025)>에 맞춰 금융·물류·무역·법률 서비스·혁신 기술 등 8대 허브 구축을 이행 중이며, 특히 최근 4중전회('25년 10월)에서 중국의 차기 5개년 계획(2026~2030) 기간 광동-홍콩-웨강아오 대만구(GBA)와 보다 긴밀한 통합이 강조되었고, 홍콩의 국제 금융 및 고급 인재 허브로서 역할이 부각

* '25년 웨강아오 대만구(광둥-홍콩-마카오 Greater Bay Area, GBA) 정책 초점 : ① 기술 혁신(GBA 및 본토 R&D·혁신 허브 연계) ② 인재 양성(GBA 도시교류 강화, 교육·취업 협력), ③ 금융·법률·무역·항공·해운·문화·스포츠 분야 중심 경쟁력 제고 및 GBA와 연계, ④ 중동·아프리카 등 일대일로 참여국과 협력 확대

- '25년 중국-홍콩 서비스무역협정 2차 개정안(CEPA 2차 개정안)*이 본격 시행되며, 홍콩의 8대 허브센터 모두 본토 자유화·시장 개방 폭 크게 확대

* Second Agreement Concerning Amendment to the CEPA Agreement on Trade in Services

- 스타트업·외국 기업 등 다양한 비즈니스가 홍콩을 '플랫폼' 삼아 아시아 및 중국 시장에 진출 기반이 견고해졌으며 서비스·지식산업, 혁신산업의 본토 진출 및 파트너십 구축, GBA 및 일대일로 연계 프로젝트 실질 지원

나. 주요 정책 및 규제 현황

□ '25/'26년 홍콩 비즈니스 환경 동향

- 홍콩은 '일국양제' 체제(One Country, Two Systems) 하에 높은 자율성과 독립적인 법·경제 체계를 보유하며 '47년까지 자본주의와 고유의 법·입법·통화 시스템 유지'

- 세계적 금융허브로서, 자유로운 자본 이동, 낮은 법인세, 우수한 인프라와 인력, 지식재산권 보호가 강점

- 중국 본토·대만·동남아시아 시장 접근성 탁월, 자유로운 무역과 투자 환경 제공

- 홍콩정부 '25/'26년 예산안에 따라 주요 세금(법인세, 소득세) 감면, R&D 세액 공제 확대, 글로벌 최저세(BEPS 2.0) 적용, 최저임금 인상 등 정책 변화

□ 정책·제도 개선으로 우수기업과 인재 유치 확대, 디지털 자산·핀테크 등 신시장 창출 기회 확충

- 기업환경·재정정책 개정법('25년 시행)을 통한 기업법 유연화
 - 개정법은 글로벌·비홍콩 설립 기업이 홍콩으로 즉시 이전해 사업을 이어갈 수 있도록 법적·제도적·세제상 연착륙 및 비즈니스 환경 유연성을 대폭 강화하는 내용을 담고 있으며, 홍콩 진출을 고려하는 아시아·글로벌 기업, 투자자, 등에는 매우 큰 유인책으로 작용할 전망
 - 주로 비(非)홍콩 설립 기업의 홍콩 재설립(Re-domiciliation) 제도 도입을 도입하여 홍콩 외 해외에서 설립된 기업이 Hong Kong Companies Ordinance를 따라 법적 거주지를 홍콩으로 이전(등록) 가능하게 지원
 - 이는 복잡하고 비용이 큰 해외 설립기업의 법인 조정 절차를 단순화하여, 홍콩 이전 시 비즈니스 연속성·자산 관리·법적 안정성을 보장한 조치
 - 특히 이전 등록 성공 시 기존 법적·계약적 절차·자산·권리 모두 승계할 수 있어 아태·글로벌 기업의 홍콩 진출 부담을 완화하고 홍콩 기업과 같은 세금 혜택 적용하는 등 연착륙 지원
 - 재설립 이후에는 홍콩 현지 기업과 동일하게 간주되어, 낮은 세율(최대 16.5%), 규제 환경, 국제 금융·전문 서비스 등 제도적 지원 향유 가능

□ 글로벌 인재·기업 유치 강화

- Top Talent Pass Scheme(TTPS), 신규 투자이민제도(New Capital Investment Entrant Scheme; CIES) 등으로 전문직·핵심 산업 인재 유치를 확대하고 있으며, 기업 대상 각종 세제·경력 인센티브 부여
 - 고소득자·세계 100대 대학 졸업생 등 글로벌 고급 인재 유치를 위한 Top Talent Pass Scheme(TTPS)는 최근 지원 대상을 확대하며 인재 유치 효과 달성
 - * TTPS 승인자('22~'25년 8월 기준) 누계 약 11만 명 중 고소득자 비중이 전체의 25%. 비자 연장자 중 평균 월소득은 HK\$50,000, 상위 25%는 HK\$110,000 이상
- 자본투자진입자 제도(CIES, '24년 3월 시행)는 글로벌 투자자의 홍콩 진출을 촉진하며 자산운용·금융·비즈니스 시장 활성화 등 긍정 효과 창출
 - '25년 3월부 투자 대상 확대·관리 기준 강화 등 정책 보완을 통해 신청자 관리의 투명성 및 투자자의 자기 책임성이 높아져 제도 신뢰도 상승
 - 인프라, 금융, 부동산, 벤처펀드 등 다양한 산업과 연결되어 고액자산 신규 투자자의 기업 설립 및 혁신산업으로의 투자 유입이 늘어남
 - * '25년 상반기 기준 New CIES 총 1,200건 이상 접수, 550건 이상의 신청자가 투자 조건을 충족했으며, 약 HKD \$16.5억 달러(2조 8,700억 원) 규모 신규 자본이 홍콩 시장 내 유입

- GBA Youth Employment Scheme(웨강아오 청년 고용 프로그램)은 광동-홍콩-마카오 대만구(Greater Bay Area, GBA) 지역 내 청년 일자리 지원 제도 운영
 - '25년부 홍콩 취업자뿐만 아니라, GBA, 본토 취업자도 홍콩 기업에서 근무할 수 있도록 상호 교류 인력 프로그램이 확장
 - 만 29세 이하, 홍콩 대학(학사 이상) 졸업생이 광동성(선전, 광저우, 주하이 등), 홍콩, 마카오 등 9개의 GBA 도시에서 근무할 수 있는 기회를 제공하며, IT, 금융, 혁신산업, 일반 사무 등 다양한 직군 지원 가능
 - '24~'25년 기간 약 5,000명 이상의 채용 성과 창출, 홍콩-선전·광저우 등 혁신산업과 연계한 경력 개발, 지역 내 청년 유출 억제 및 역외 고용촉진 정책 효과 확산

주요 개편 제도별 주요 내용 요약

주요 제도	주요 내용
Top Talent Pass Scheme 비자 제도 개편	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 199개 상위 대학 졸업생, 연간 소득 HK\$250만 이상 고소득자, 전문 경력자 등으로 확대 • 고소득자(카테고리 A) 최초 비자 유효기간이 2년에서 3년으로 연장('24년 11월 이후 적용)
New Capital Investment Entrant Scheme (New CIES)	<ul style="list-style-type: none"> • '24년 3월 시행, '25년 강화 • 기본 요건 : 최소 HKD\$3천만 달러(약 52억 원) 이상 투자, 증권·채권·허가 펀드 등 지정 투자 자산 <ul style="list-style-type: none"> - '25년 3월 추가 개편 : 투자자산 종류 확대, 검증 절차 및 신청자 관리 기준 강화를 통해 국제 자산가·고액 투자자 유치 • '25년 4월 기준 총 1,200건 신청, 550건 투자 기준 충족, HKD 165억 달러(약 2조 8,700억 원) 유입
GBA Youth Employment Scheme	<ul style="list-style-type: none"> • '25년부터 만 29세 이하 고등교육(학사 이상) 졸업생 대상, 현지 취업 및 직무 체험 연령/조건 완화 • 채용기업 대상 월 최대 HK\$12,000 보조금을 최대 18개월까지 지급하는 등 고용 기업 인센티브 확대 • 기업 대상 세제·경력 특례 인센티브, AI·바이오·스마트 제조 등 혁신 산업 인재 유치 정책으로 관련 재정예산 확대 중

자료: 홍콩 정부, KOTRA 홍콩 무역관 자료 종합

3. 주요 이슈 Pick

가. (경제/산업) 정책혁신과 전략산업 육성을 통한 글로벌 허브 위상 강화

- 아시아 금융허브이자 글로벌 비즈니스의 중심지로서 세제·행정 인센티브를 강화하여 기업 환경 개선
- 사업·투자 환경 개선
 - 국제 중재기관·법 적용 확대, 상장·거래·투자상품 다변화로 금융허브 기능 강화
 - * 홍콩 법 적용 및 중재지 선택의 확대는 홍콩에 투자한 기업(본토·GBA 내 합자 및 100% 자회사 등)가 계약시 홍콩법 적용·중재지(Seat of Arbitration) 선택이 가능하므로 분쟁 발생 시 영어·중국어 모두 활용, 홍콩 법원 및 중재기관(KIAC 등)에서 해결 가능한 장점이 있음
 - 전략기업 유치 및 GBA(대만구) 연계, 투자·운용사 및 글로벌 HQ 확장 지원
 - 기업 본거지 재이전(Company Re-domiciliation) 제도 도입으로 글로벌 HQ·지역 법인 재이전 용이 법률 프레임워크 마련, 해외 기업 홍콩 GBA 거점 활용 용이
 - 세제·행정적 인센티브 혜택 확대
 - 신규 자본 투자이민제도(New CIES, '25년 3월부 시행)를 통해 최소 HKD 3천만 홍콩 달러의 순자산을 보유한 외국인 투자자에게 거주권 부여(금융 자산, 비주거용 부동산 등에 투자 가능)
 - 주식 양도 인지세 인하를 통해 저가 부동산 거래(최대 400만 홍콩 달러) 시 인지세를 낮춰 거래 부담 완화
 - 자산관리, 패밀리오피스, 캐리드 이자(carried interest) 등 운용·투자기업 세제 혜택
 - 국제금융·자산운용, 법률·중재·컨설팅, 지식재산권(IP)·혁신 산업 및 현지 진출·마케팅 분야에서 정책 활용도 높음
 - 영미법과 중국법을 결합한 글로벌 중재·조정의 중심지로 확장 가능하며(GBA·본토 기업과 분쟁 시 실질적 집행력, 다국 언어 지원), 홍콩을 동북아 자산 운용 허브·중국 본토 및 글로벌 네트워크 확장 기반으로 활용 가능
 - 우리 기업에의 영향
 - 홍콩을 통한 중국(GBA) 비즈니스 진출, 법률·금융 리스크 완화, 글로벌 자본 유치가 용이하며, 이는 한국을 포함한 해외 기업에 실질적인 유인으로 역할
 - 혁신 기술, IP, 금융사, 스타트업은 홍콩을 '중국 진출 관문 및 법적 복합지원' 허브로 검토 가능

□ 중국 본토의 정책 연계, GBA 협력, 혁신산업 집중 육성으로 신성장 동력 확보

- 홍콩 정부에 따르면, '25년 이후에도 무역 갈등·지정학적 불안 등 외부 위험이 지속되나, 중국 본토 정책 연계·GBA 협력·혁신산업 육성으로 신성장 동력 확보 예정
 - 홍콩 '25/'26년 예산안의 핵심 내용은 홍콩의 전략산업 발전과 다양한 세제 혜택을 통해 국가 전략을 보완하는 지속가능한 성장 산업 육성을 포함
- 특히 북부 메트로폴리스 개발 계획과 웨강아오 대만구(GBA) 지역 내 협력 정책을 활용, 홍콩을 활용한 해외 기업의 對중국 비즈니스 기회를 확장 추진
 - 대규모 인프라 개발 및 북부 메트로폴리스 프로젝트 : 홍콩 정부는 기술지구 등 인프라·연결성 강화를 핵심 전략으로 삼고 도로·철도 확장, 도시 재개발, 스마트시티 기반 조성 등 대규모 투자 추진

※ 북부 메트로폴리스(Northern Metropolis) 개발 계획(홍콩재정부, '25/'26년 재정 발표)

- IT·헬스케어·로지스틱스 대학타운(90만 m²), 혁신기업·국제 교류 허브로 육성
- 주요 토지 및 인프라 개발에 HKD 37억 달러(달러 4억 7천만 달러) 투자, 연간 HKD 520억 달러(달러 66억 7천만 달러)의 경제 효과 및 5만2천여 개 일자리 창출 예상
- 컨벤션 및 전시 시설 개발 확충
- 철도 연결 : 홍콩-심천 서부 철도(Hung Shui Kiu–Qianhai) 개발을 위한 Northern Link Spur Line의 세부 계획 수립

□ 기술·금융 및 스타트업 생태계 강화

- 홍콩은 국제 금융 허브로서의 입지를 강화하는 한편, 혁신 기술(특히 AI, 핀테크) 산업 육성, 스타트업 생태계 확대에 주력
 - 정부 주도로 다양한 혁신 산업 지원책(세금 인센티브, 창업기업 자금 지원, 인재 육성)이 확대되고 있어, 한국 기업은 핀테크·AI·바이오·환경 관련 협력 모델 및 홍콩 현지 네트워킹, SBIR 등 공공 지원 연계 모델 벤치마킹 가능
 - 특히 패밀리오피스·자산관리·펀드 분야의 세제 혜택 보강, 글로벌 혁신 인재 유치 정책 등으로 해외 투자 유입과 혁신 창업 활성화
- 동시에 글로벌 디지털 금융 허브로서의 입지를 공고히 하기 위해 홍콩 정부는 '25년 가상자산 및 디지털 자산 산업 활성화를 위한 입법을 선도적 진행
 - 주요 정책은 ① 합리적 규제 환경 조성, ② 가상자산 서비스업체 라이선스·AML 등 국제 기준 도입 및 ③ 스테이블코인 등 제도 정비로 투자자 보호와 시장 신뢰 강화
 - '25년 홍콩 통화관리국은 스테이블코인 발행 조건을 강화하고 관련 법령을 8월 1일부터 시행해 글로벌 기술 솔루션 시험장으로서 시장 신뢰도 제고에 집중

나. (사회/문화) 실버경제 육성, 인재유치, 문화·스포츠 허브 등 사회 트렌드 변화에 적극 대응

□ (실버경제 육성) '25년 기준 홍콩의 65세 이상 인구 비율은 23%로 '초고령 사회'에 진입했으며, '26년 26%, '46년 36%까지 증가할 것으로 예측'

- 사회경제 구조의 근본적 변화와 함께 '실버 이코노미'* 성장 기대
 - * 의료, 간병, 헬스케어, 노인용 주거시설, 스마트 헬스·시니어 친화 ICT, 레저·복지 서비스, 실버 푸드·패션 등
 - 홍콩은 아시아 태평양 지역에서 실버경제 성장 유망시장으로 선정*되었으며 홍콩 고령층 소비자의 높은 구매력 수준과 정부 정책 지원으로 성장 잠재력 다대
 - * 아시아 고령화 실버경제지수 2020-2025(Aging Asia) 종 4위
 - 홍콩 정부는 '25년 5월 실버경제 활성화를 위한 '5대 정책 방향 및 30대 조치'를 발표했으며, 주요 내용은 ① 실버소비 증진, ② 실버산업 발전, ③ 실버제품 품질보증 강화, ④ 금융·사회안전망 강화, ⑤ 생산성 제고로 구성

홍콩 실버경제 활성화 위한 5대 정책 방향과 30가지 조치 계획

방향	주요 내용
실버소비 증진	<ul style="list-style-type: none"> • 소매업 : 실버 소비층 할인 혜택 제공, 실버제품, 서비스 도입 • 외식업 : 케어푸드 확대, 노인 기호 즉석식품 제공
실버산업 발전	<ul style="list-style-type: none"> • 노인 친화 기술 분야 연구개발, 프로젝트 실현 • 노인 돌봄 산업, 병원 및 클리닉과 협력하여 제품 개발이 노인의 수요와 연계될 수 있도록 지원
실버제품 품질보증 증진	<ul style="list-style-type: none"> • HKCSS : 노인용 케어푸드 GBA 표준 도입 • 실버 Q-마크 제품 인증 제도
실버금융 및 안전망 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 노인 돌봄 보험 상품 추가 개발, 지역 연금 시장 발전 지원, 노인을 위한 재정교육, 금융 사기 예방 홍보 활동 강화
실버 생산성 제고	<ul style="list-style-type: none"> • 노인 직업훈련, 전문교육, 취업박람회 등 지원

자료: 홍콩정부 발표

- 주요 소비층으로 부상한 고령층 대상 실버 제품 개발·표준보증 강화를 위해 노인용 기술 제품 R&D 지원, 학계·기관·기업 연계를 통한 시장·제품화 촉진

* (예시) 지역 사회복지관 등에서 원격 작업치료·재활 플랫폼(예 : LSCM Tele-Practice Platform), 노인 낙상 방지 특수 소재 매트(NAMI 개발) 등 실제 제품 사용 확대

- 홍콩은 광동·홍콩·마카오가 공동으로 'GBA Standards'를 구축 중이며, 식품·운송·기계제품·의료·노인복지 등 200여 표준 중 노인복지 서비스가 포함됨. 고령자가 제품을 쉽게 구분·선택하도록 정부 인증·기준*도 보편화 추진

* (예시) Elderly Friendly Menu : 삼킴 곤란(연화장애) 고령자를 위한 케어푸드 표준 마련 및 보급

- 우리 기업에의 영향
 - 고령자 복지 및 삶의 질 증진과 동시에 해외 기업이 사업을 확장하거나 경쟁력을 제고할 수 있는 장을 제공
 - 특히 노인돌봄, 헬스케어, 금융, 인증, 노동시장 등에서 외국계 기업과의 전방위적 수요와 협력 기회가 확대되면서, 한국 기업의 관련 표준 및 인증 취득 시 브랜드 신뢰도·시장 접근성 증대 효과 기대
 - 특히 GBA 인증 통한 브랜드 가치 제고, 고령자 시장 접근성 확대, 중국 본토 진출 용이 → GBA Standards* 인증 및 정부 지원을 활용해 홍콩을 거점으로 해서 광동성 및 마카오 등의 지역까지 시장 확대 가능
- * GBA(대만구)로 시장 확대 가능성 : 홍콩·마카오 지역의 고령인구는 의료, 생활비 절감 등 위해 중국 본토로 은퇴하는 ‘크로스보더 리타이어’ 현상

홍콩 내 해외 브랜드의 실버케어 진출 사례

브랜드명	제품/서비스
NEC	사회로봇, 안면인식 방지 시스템, 가정용 노인케어 솔루션
OMRON	상완혈압계, 휴대용 ECG(심전도) 측정기
Shun Hing	Panasonic “Resyone Plus” 로봇침대/휠체어, Wellness Nordic 침대 모니터링, IAQ(공기질) 시스템 등
Sojitz	이동지원로봇 ‘Hug’ 등

□ (인재 유치 강화) 저출산 및 고령화로 인한 인구 자연 감소와 생산연령 인구 정체라는 인구 사회학적 과제를 해외 인재 유치를 위한 정책·인센티브 강화

- Top Talent Pass Scheme(TTPS), 신규 투자이민제도(New Capital Investment Entrant Scheme, CIES) 등으로 전문직·핵심 산업 인재 유치를 확대하고 있으며, 기업 대상 각종 세제·경력 인센티브 부여
 - 고소득자·세계 100대 대학 졸업생 등 글로벌 고급 인재 유치를 위한 Top Talent Pass Scheme(TTPS)는 최근 지원 대상을 확대하며 실질적인 인재 유치 효과 달성
 - * TTPS 승인자('22~'25년 7월 기준) 누계 약 10만 명, 고소득자 비중 전체의 25%. 비자 연장자 중 평균 월소득 HK\$40,000, 상위 25%는 HK\$80,000 이상
- GBA Youth Employment Scheme(웨강아오 청년 고용 프로그램)은 광동-홍콩-마카오 대만구 (Greater Bay Area, GBA) 지역 내 청년 일자리 지원 제도
 - '25년부터 홍콩 취업자뿐만 아니라, GBA 및 중국 본토 취업자도 홍콩 기업에서 근무할 수 있도록 상호 교류 인력 프로그램이 확장
 - 만 29세 이하, 홍콩 대학(학사 이상) 졸업생이 광동성(선전, 광저우, 주하이 등), 홍콩, 마카오 등 9개의 GBA 도시에서 근무할 수 있는 기회를 제공하며, IT, 금융, 혁신산업, 일반 사무 등 다양한 직군 지원 가능

- '24~'25년 약 5,000명 이상 채용 성과 창출, 홍콩-선전·광저우 등 혁신 산업과 연계한 경력 개발, 청년 유출 억제 및 역외 고용 촉진 효과 확산

□ 메가 스포츠·문화 이벤트 유치 및 개최를 통해 다양한 경제적 효과 유도

- 홍콩 정부는 대형 공연 유치와 관련 기반 시설 확충, 지원체계 강화 등을 통해 '콘서트 경제(Concert Economy)'를 적극 육성
 - 홍콩 정부는 홍콩의 대형 대중음악 콘서트는 그를 통한 관광객 유입과 소비가 지역 경제 활성화에 중요한 역할을 하고 있는 것으로 평가
 - * '23~'24년 홍콩에서 연간 약 350건의 대형 콘서트가 개최되어, 월평균 15회 수준(홍콩문화체육관광국)
 - (기반 시설 확충) '25년 3월 1일 카이탁스포츠파크(KTSP) 내 대형 공연장 운영으로 대규모 콘서트 개최 확대될 것으로 기대
 - (지원 체계 강화) 홍콩관광청(HKTB)은 '24년 3월 1일 메가이벤트 개발·지원부(MEDA)를 신설해 메가이벤트 전담 창구 역할 수행
 - * MEDA는 대규모 공연 및 콘서트 주최 측 등 여러 관계자들과 활발히 교류하며, 공연장 물색 및 현장 답사 지원, 행사 기획 자문, 홍보·마케팅 지원 등 폭넓은 지원을 제공
- 문화산업 활성화를 위해 메가 스포츠 및 문화 이벤트를 공식 인증·지원하는 – 'M' Mark 펀딩 제도 도입
 - 이는 국제 스포츠 및 대형 행사의 홍콩 개최와 지역 스포츠 발전 장려를 위해 조건을 충족한 이벤트를 대상으로 정부 예산·행정 지원을 제공하는 제도
 - 홍콩은 한류 확산의 전략적 거점으로서 중요한 위상을 유지하고 있는 곳으로서 '24년에만 홍콩에서 팬 콘서트를 포함하여 약 30회에 달하는 K팝 콘서트가 개최된 것으로 파악되고 있어, 이러한 제도적 기회를 활용 필요
 - 홍콩 정부와 현지 언론은 활발한 K팝 공연이 공연시장 활성화, 해외 관광객 유지, 지역 상권에 긍정적인 영향을 미친다고 평가하며, 콘서트 관람객 소비는 숙박·교통·식음료 등에서 부가적인 경제 효과를 견인
- 홍콩 정부는 관광·문화 생태계 다변화, 글로벌 문화·스포츠 허브 역할 강화, 외국인 방문객 유치 및 지역 경기 활성화를 위해 – '메가 이벤트 전략(Mega Events Strategy)'과 – '문화·체육·관광 정책'을 연계해 사회 트렌드 변화에 대응하며 경제 활성화 모색

II

시장 분석

1. 시장 현황

- (시장) 중국 본토 통합으로 소비 패턴이 변했지만, 중국과 세계를 잇는 '수퍼커넥터', '가치창출자' 역할 강화
- (무역) 중국 본토 및 아세안과의 교역 확대, 교역국 다변화로 무역 안정화 추세
- (산업) 서비스 중심 구조로 물류 부문은 위축, 금융·전문서비스의 GDP 비중 확대
- (투자) 글로벌 3위(아시아 1위) 금융허브 위상 유지, 중국 본토 금융 통합 가속, IPO 활성화로 자본 유입 확대

가. 시장 특징

□ (개관) 서비스 부문이 GDP의 약 93% 수준, 전체 고용의 약 88% 비중 기여

- 홍콩은 정부 개입이 적고, 세율*이 낮은 자유무역항이자 금융허브로, 자본 이동의 자유와 우수한 인프라·인력, 지식재산권 보호가 강점인 자유시장경제로 평가
 - * 관세 및 부가가치세가 없으며, 금융소득(이자, 배당, 양도소득) 및 증여 소득 비과세와 '先통관·後신고' 제도 등 비즈니스 친화적 환경을 보유한 자유무역항
- 4대 서비스산업(금융, 무역·물류, 전문서비스, 관광, 전체 GDP의 57.1% 비중) 중심의 경제구조로, '23년 기준 금융(GDP의 24.9%)이 가장 큰 비중 차지
 - * 금융 및 보험(24.9%), 무역·물류(18.8%), 전문서비스업(10.8%), 관광(2.6%) 순(홍콩통계청, '25년 5월)

□ (소비 성향) 오프라인 매장 중심의 체험 소비, 북상(중국 본토) 소비의 일반화, 정부 주도 대형 이벤트를 통한 B2C 구매 확대 트렌드를 보임

- 화남 경제권과의 교류 확대, 관광객 지출 감소 등 소비 양태 변화가 뉴노멀화
 - 북상소비(北上消費) 일반화 : 홍콩-화남 지역(선전, 광저우 등) 경제권 통합이 진전되며 홍콩 소비자의 쇼핑·식사·레저를 위한 본토 이동이 일상화
 - 방문객 수는 늘었지만* 관광·전시 서비스 수입 지수는 동반 상승세 미미**
- * '25년 1~9월 인바운드 방문객 3,647만 명 규모로 전년 동기 대비 12% 증가(HKTB Research, '25년 10월)
- ** 관광, 컨벤션 및 전시 서비스 사업수입 지수 : '25년 1분기 +1.1% → '25년 2분기 +9.5% 증가(홍콩통계청, '25년 10월)

※ '25년 홍콩 소비시장 주요 트렌드

- ① (오프라인 강세, 온라인은 보완재) '25년 9월 소매판매액(HKD 313억) 중 온라인 비중은 12.5% (약 HK\$39억) 비교적 낮은 편으로 홍콩 소비자는 매장 방문/체험 중심 성향 뚜렷
- ② (관광 수요 회복세, 짧고 체류·보수적 지출) '25년 1~9월 방문객 3,647만 명(+12%), 중 중국 본토 비중이 높으나, 당일 왕복 및 현지 지출 축소로 매출 탄력성은 제한적임
- ③ ('북상(北上)소비' 상시화) 홍콩인은 주말·휴일에 중국 본토로 소비 이동 지속
 - '24년 홍콩 주민의 대륙 출경 9,300만 회(+48%), '25년 1~5월 선전 내 소비의 60%(지출)·68%(건수)가 홍콩 주민으로, 홍콩 내수에 구조적 압력 요인으로 작용
- ④ ('카드+전자지갑' 결제 중심) '25년 2분기 신용카드 결제액 HK\$2,684억(+12.2%), 국내 리테일 비중 62.7%로 카드 중심 소비 지속. 전자지갑·즉시결제(FPS) 확산, 옥토퍼스(홍콩 전자지갑) 보유율 약 98%로 소액·일상결제 위주
 - * '25년 6월부 Payment Connect(IBPS-FPS 연계) 가동으로 GBA 내 국경 간 소액결제 확대 전망
- ⑤ (배달앱 가격·편의 증시 확대) '25년 4월 Deliveroo 홍콩 철수 후 Foodpanda·KeeTa(미투안) 중심 재편, 요식업계는 픽업·자체배달·Q-커머스(식료·즉시배달) 혼합 운영 확대
- ⑥ (정부 주도 메가 이벤트 확대) 정부·HKTB가 연중 대형 이벤트(Super March 등)를 개최하며 체험·공연·스포츠 연계 상품을 통한 소비 진작 추진
- ⑦ (소가구·고령화 → 소용량·프리미엄 수요 증가) 평균 가구원 2.6명 수준으로 소가구 비중이 높고, 초고령화 진입으로 소포장·편의식·건강·프리미엄 제품 수요 확대

자료: SCMP, Statista, Marketing Interactive 및 KOTRA 홍콩무역관 자료 종합

□ (주요 인증) 홍콩은 자유무역형*으로 대부분 제품에 수입·판매 인증이 필요 없으나, 건강·안전·환경보호 등 특수 품목은 별도 인증·허가제도 적용

- * ① 대부분 수입품은 무인증·무관세(단, 담배·주류(알코올 30도 이상)·메틸알코올·탄화수소 등 4개 품목 제외)
- ② '선통관·후신고' 제도로 수입 후 14일 내 신고 가능해 통관 지연 우려 낮음

- 유럽연합·미국 등 선진국 인증 체계를 일부 수용하는 경우가 많아, CE, FDA, ISO 등 글로벌 제품 안전·품질 인증 보유 시 현지 시장 진입에 유리

홍콩의 주요 품목별 인증·시험 제도

품목	주요 인증/시험 제도	담당기관/비고
전기·전자제품	<ul style="list-style-type: none"> • HKSM(Hong Kong Safety Mark) : 제품 안전 인증 단, CE/FCC 등 국제 인증으로 HKSM 절차 간소화 가능 	홍콩인증센터 (HKCC)
의료기기	<ul style="list-style-type: none"> • MDACS(의료기기 등록·등재) : 중 고위험(II~IV등급) 의료기기 자발적 등재 <ul style="list-style-type: none"> * '24년 기준 Class B~D는 필수 * 미국·EU·일본·호주·캐나다·중국에서 안정성 인증된 제품은 별도 적합성 평가 불요, 침조국가 목록에 한국 추가로 등록 절차 간소화 	의료기기 행정과 (MDD)
식품	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 식품환경위생부의 안전 기준 준수 <ul style="list-style-type: none"> * 식품 수입업자 및 유통업자 등록제 	식품환경위생서
화장품	<ul style="list-style-type: none"> • 화장품의 경우 별도의 인증 절차 없이 소비자 안전조례(Cap. 456 Consumer Goods Safety Ordinance) 준수 <ul style="list-style-type: none"> * ISO 22716, EU 또는 FDA 등 글로벌 인증 통용 	자체 안전성 관리 글로벌인증 활용
화학제품·위험물	수입 허가, 환경규제/안전 인증	환경보호국·공업무역서

자료: 홍콩 정부 담당 기관(HKCC, MDD, CFS 등)

□ (홍콩의 전략적 가치) 금융·무역 허브로서 중국 본토와 세계 시장을 잇는 ‘슈퍼 커넥터’

- (세계 3대 금융 허브) 홍콩은 뉴욕·런던과 함께 세계 자본의 교두보 역할
 - 특히 법·제도 안정성과 낮은 세율(최대 16.5%)로 다국적기업과 투자자 유치
 - 국제회계기준(IFRS/HKFRS)과 영어 공시 체계를 적용해 글로벌 비즈니스 접근성이 높음

나. 무역

□ 수출입 동향

- (교역 규모) '25년 1~9월 홍콩 총 교역 규모 전년 동기 대비 16.1% 증가한 11,408억 달러 규모로 전 분야에서 두 자릿수 성장하며 강력한 회복세
 - 이는 중국 본토를 포함한 아시아 지역 역내 교역 규모 증가와 함께 홍콩의 재수출 무역 허브 역할이 강화된 결과로 분석
- (수출) '25년 1~9월 홍콩의 대외수출액 5,439억 달러로 전년 대비 15.9% 증가
- (수입) '25년 1~9월 홍콩의 수입액은 5,969억 달러로 16.2% 증가

홍콩 역외 수출입 규모 동향

(단위: 십억 달러, %)

	2023년		2024년		2025년 1~9월 누계	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
역외수출	576	△5.8%	641	11.2%	544	15.9%
역외수입	656	△2.2%	699	6.6%	597	16.2%
무역수지	△79	△36.2%	△58	△26.6%	△53	19.7%
총 교역	1,232	△3.8%	1340	8.8%	1141	16.1%

자료: Global Trade Atlas

□ 주요 수출국 및 수출 품목

- (수출국) 전체 교역에서 가장 큰 비중을 차지하는 교역 대상국은 중국 본토로서 '25년 1~9월 기준 전체 수출액의 60.2% 비중 차지
 - '25년 1~9월 기준 상위 10대 수출 대상국이 전체 수출의 84.7% 비중을 차지하며 무역구조가 소수 국가에 집중되는 구조

'25년 1~9월 홍콩 상위 10대 수출 국가 및 비중

(단위: 십억 달러, %)

순위	국가	수출액	전체 수출 비중	전년 동기 대비 증감률
1	중국	327.6	60.2%	+18.4%
2	미국	32.5	6.0%	+12.8%
3	베트남	20.4	3.8%	+41.9%
4	대만	18.9	3.5%	+38.7%
5	인도	14.7	2.7%	+1.1%
6	태국	13.8	2.6%	+11.0%
7	아랍에미리트	10.0	1.8%	-4.2%
8	일본	9.0	1.7%	+13.7%
9	싱가포르	8.5	1.5%	+24.4%
10	말레이시아	6.6	1.0%	+41.9%

자료: Global Trade Atlas

- (수출 품목) 전자·IT 관련 제품(HS85, 84)이 전체 수출의 73.3% 비중을 차지
 - 홍콩의 확고한 전자제품 재수출 허브 역할을 보여주며, 글로벌 전자IT 산업 동향에 민감한 구조를 보여줌

'25년 1~9월 홍콩 상위 10대 수출 품목 및 비중

(단위: 십억 달러, %)

순위	HS2 코드	품목	수출액	전체 수출 비중	전년 동기 대비 증감률
1	HS85	전자·전기제품	309.5	56.9%	+14.4%
2	HS84	기계류	88.9	16.4%	+29.9%
3	HS71	귀금속·보석	83.0	15.3%	+24.2%
4	HS90	광학·정밀기기	10.9	2.0%	+5.9%
5	HS91	시계류	4.7	0.9%	-1.1%
6	HS97	예술품·골동품	4.2	0.8%	+12.2%
7	HS39	플라스틱 제품	3.5	0.6%	-4.4%
8	HS33	화장품·향료	3.1	0.6%	-2.6%
9	HS88	항공기·우주선	2.4	0.5%	+30.5%
10	HS95	완구·스포츠용품	2.2	0.4%	+19.3%

자료: Global Trade Atlas

□ 주요 수입국 및 수입 품목

- (수입국) '25년 1~9월 기준 수입액은 주요 10대 수입국 중 한국과 말레이시아를 제외한 다른 모든 국가로부터 수입이 증가

'25년 1~9월 홍콩 상위 10대 수입국 및 비중

(단위: 십억 달러, %)

순위	국가	수입액(달러)	전체 수입 비중	전년 동기 대비(%)
1	중국	207.1	34.7%	+11.0%
2	대만	84.9	14.2%	+22.3%
3	한국	39.5	6.6%	-1.6%
4	베트남	36.3	6.1%	+67.0%
5	일본	32.7	5.5%	+19.8%
6	미국	23.5	3.9%	+27.7%
7	아랍에미리트	21.1	3.5%	+59.2%
8	말레이시아	16.3	2.7%	-0.8%
9	영국	13.1	2.2%	+33.3%
10	스위스	12.4	2.1%	+9.4%

자료: Global Trade Atlas

- (수입 품목) '25년 1~9월 홍콩의 수입액은 5,969억 달러로 전년 동기 대비 16.2% 성장. 이러한 수입 규모 증가는 주로 재수출용 중간재와 전자부품 수요 증가에 기인
 - 특히 전자·전기제품과 기계류가 전체 수입의 52.5% 비중을 차지하여 재수출용 중간재 중심의 수입 구조

'25년 1~9월 홍콩 상위 10대 수입 품목 및 비중

(단위: 십억 달러, %)

순위	HS2 코드	품목	수입액	전체 수입비중	전년 동기 대비 증감(%)
1	HS85	전자·전기제품	314.1	52.5%	+15.9%
2	HS71	귀금속·보석	107.5	18.0%	+30.4%
3	HS84	기계류	82.5	13.8%	+29.6%
4	HS27	광물성 연료	10.0	1.7%	-10.6%
5	HS90	광학·정밀기기	9.9	1.7%	+8.7%
6	HS91	시계류	6.4	1.1%	+12.5%
7	HS97	예술품·골동품	4.8	0.8%	+3.0%
8	HS33	화장품·향료	3.9	0.7%	-3.3%
9	HS39	플라스틱 제품	3.9	0.7%	-5.6%
10	HS30	의약품	2.8	0.5%	-1.3%

자료: Global Trade Atlas

□ 對韓 교역 동향

- (교역) '25년 1~9월 한국은 홍콩의 제3위 수입국, 수출은 11위로 교역 불균형 시현
 - 한국산 전자부품, 반도체, 소비재 수출은 활발하나, 홍콩의 對한 수출은 제한적
- (규모) '25년 1~9월 홍콩으로의 수출은 234억 달러로 전년 동기 대비 약 13.7% 감소했으나, 여전히 수출이 수입의 약 11.1배로 큰 폭의 무역 흑자 유지
 - (수출) '25년 1~9월 기준 약 234억 달러로 전년 동기 대비 13.7% 감소
 - (수입) '25년 1~9월 기준 약 21억 달러로 20.8% 증가했으나, 무역 흑자 213억 달러 기록
- (주요 품목) 전자 집적회로가 수출의 57.3%, 수입의 28.6% 차지
 - (수출) 전자제품 집중 심화로 '25년 1~9월 10대 품목 중 1위(약 134억 달러)인 전자집적회로가 감소세 보이며 전체 수출 감소 견인

한국의 對홍콩 10대 수출 품목 동향

(단위: 백만 달러, %)

2024년					2025년 9월(누계)				
순위	품목코드 (HSK4)	품목명	수출액	증감률	순위	품목코드 (HSK4)	품목명	수출액	증감률
-		총 수출	35,021.61	+39.0%	-		총 수출	23,379.83	-13.7%
1	8542	전자집적회로	23,316.35	+41.5%	1	8542	전자집적회로	13,396.08	-25.5%
2	8473	컴퓨터 부분품·부속품	2,671.55	+81.2%	2	8473	컴퓨터 부분품 부속품	3,268.24	+57.3%
3	2710	석유·액청유 조제품	1,385.93	+41.5%	3	7108	금 (가공하지 않은 것)	1,051.49	+117.6%
4	8523	기록매체 (디스크·테이프 등)	1,024.42	+108.4%	4	8523	기록매체 (디스크·테이프 등)	681.51	-22.2%
5	7114	금·은 세공품	726.74	+2,000.2 %	5	2710	석유·액청유 조제품	614.41	-36.5%
6	7108	금 (가공하지 않은 것)	550.14	+50.5%	6	3304	미용·화장품	439.90	+29.1%
7	3304	미용·화장품	511.13	+16.6%	7	7114	금·은 세공품	392.11	-43.5%
8	7106	은 (가공하지 않은 것)	420.93	+238.6%	8	7106	은 (가공하지 않은 것)	330.19	+9.5%
9	8901	선박 (순항선·화물선 등)	330.23	-41.8%	9	8529	부분품	179.80	+399.0%
10	8536	전기회로 개폐·보호기기	225.09	+21.3%	10	8517	전화기	167.53	+15.8%

자료: 한국무역협회, '25년 9월 기준

- (수입) '25년 1~9월 기준 대홍콩 수입은 전년 동기 대비 20.8% 증가(17.5억 달러 → 21.2억 달러), 귀금속·조제식료품·통신기기 등 수입 확대

한국의 對홍콩 10대 수입 품목 동향

(단위: 백만 달러, %)

2024년				2025년 9월(누계)					
순위	품목코드 (HSK4)	품목명	수입액	순위	품목코드 (HSK4)	품목명	수입액		
-		총 수입	2,256.18	+23.2%	-	총 수입	2118.72	+20.8%	
1	8542	전자집적회로	1,032.82	+8.3%	1	7108	금 (가공하지 않은 것)	906.64	+282.4%
2	7108	금 (가공하지 않은 것)	328.49	+485.6%	2	8542	전자집적회로	568.94	-34.5%
3	8901	선박 (순항선·화물선 등)	109.08	-	3	0301	활어	87.20	-0.7%
4	8473	컴퓨터 부분품·부속품	105.32	-14.2%	4	8473	컴퓨터 부분품·부속품	76.16	+0.2%
5	0301	활어	87.80	-32.5%	5	2106	조제 식료품	73.10	+786.6%
6	8534	인쇄회로	75.87	+40.0%	6	8523	기록매체 (디스크·테이프 등)	66.82	+90.2%
7	8523	기록매체 (디스크·테이프 등)	59.33	-6.6%	7	8534	인쇄회로	32.14	-46.4%
8	7404	구리의 웨이스트와 스크랩	34.34	-7.2%	8	8471	자동자료처리기계	19.85	+11.0%
9	9701	회화·데생·파스텔	29.34	+68.1%	9	8517	통신기기 (스마트폰 포함)	18.56	+42.9%
10	8528	모니터·프로젝터	28.81	+50.7%	10	7404	구리의 웨이스트와 스크랩	15.69	-47.1%

자료: 한국무역협회, 25년 9월 기준

• 한국의 해당국(권역) 내 수입시장 점유율

- 전기기계·부품(SITC77) : '25년 1~9월 홍콩 10대 수입품 중 최대 품목으로, 수입액 2,384.8억 달러. 이 중 한국은 147억 3,100만 달러(6.2%)로 4위 차지
 - * 중국(958억 달러, 40.2%) > 대만(473억 달러, 19.8%) > 싱가포르(305억 달러, 12.8%) 순
- 통신/음향기기(SITC76) : 총 수입액 602.5억 달러 중 한국은 6억 900만 달러(1.0%)로 7위
 - * 중국(318억 달러, 52.8%) > 베트남(144억 달러, 23.8%) > 미국(39억 달러, 6.5%) 순

(참고)홍콩의 10대 수출입 품목('25년 1~9월)

(단위: US\$억, %)

순 위	수출					수입				
	SITC 2단위	품목(대분류)	금액	증감률	비중	SITC 2단위	품목(대분류)	금액	증감률	비중
1	77	전기기계 및 부품	2,374.3	+15.9	48.8	77	전기기계 및 부품	2,384.8	+16.2	45.4
2	75	사무기기 및 자동자료처리기기	651.7	+30.1	13.4	76	통신/음향기기	602.5	+16.4	11.5
3	76	통신/음향기기	563.0	+8.5	11.6	75	사무기기 및 자동자료처리기기	550.4	+32.5	10.5
4	89	귀금속·주얼리 등	243.6	+8.3	5.0	89	귀금속·주얼리 등	317.1	+5.0	6.0
5	71	발전기기	147.1	+24.4	3.0	71	발전기기	201.2	+32.0	3.8
6	87	과학·정밀기기	144.2	+5.0	3.0	87	과학·정밀기기	134.3	+4.1	2.6
7	66	비금속광물제	116.9	△16.9	2.4	66	비금속광물제	129.7	△7.5	2.5
8	88	광학·사진·시계 등	94.8	+2.4	1.9	88	광학·사진·시계 등	109.0	+10.9	2.1
9	68	비철금속	80.7	+22.9	1.7	68	비철금속	94.0	+43.8	1.8
10	72	특수산업용기계	65.0	+51.8	1.3	33	석유·석유제품 등	74.0	△8.0%	1.4

자료: 홍콩 통계청(적용환율 : 1US\$ = 7.8HKD)

- 글로벌 공급망 다변화 속에서 주요 품목(반도체·부품)의 대만(현지 조립)과 베트남(직수출)으로 이동하며 한국의 대홍콩 주요 수출 품목(전자기계·자동처리기기 등) 경유 물량이 점진적으로 감소 하여 전체 수출 비중 하락

□ 홍콩 주요 수출 성공 사례



- 제품의 비교우위
 - 신선도 및 안전성 : 우수한 품질 관리로 중국산 대비 높은 신뢰도 확보
 - 차별화된 포장 : 프리미엄 시장을 타깃으로 고급 포장 디자인으로 소비자 선호도 상승
 - 소비자 계층 확대 : 고소득층 외에도 중산층을 공략하기 위한 중저가 라인으로 홍콩 시장 내 다양한 소비자층 동시 공략
- 필수 인증 : 식품위생허가서, 원산지증명서, 수입허가서
- 성약 소요기간 : 6개월
- 바이어 발굴 경로 : “아시아 과일 로지스티카” 박람회 참가를 통해 주요 바이어 발굴 및 네트워크 구축
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 정부 지원 강화 필요 : 일본산 및 중국산과의 치열한 경쟁 속에서 정부 차원의 홍보비 및 물류비 지원 필요
 - 신제품 개발 필요 : 홍콩 시장에서 트렌드를 주도하기 위해 현지 소비자 취향을 반영한 신제품 개발 필수



식품 기업 J사(현지 H'사에 수출 성약)

- 제품의 비교우위
 - 한국 식품은 특히 가공식품과 프리미엄 신선식품 분야에서 경쟁력이 뛰어남
 - J사 제품의 우수한 품질과 고급 포장 디자인으로 홍콩 내 프리미엄 소비층 수요 충족
- 필수 인증 : 인증은 필수는 아니나, 홍콩 내 경쟁력 강화를 위해 HACCP 인증 취득 권장
- 성약 소요기간 : 약 2주
- 바이어 발굴 경로 : KOTRA 홍콩 무역관 소개
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 홍콩에는 다양한 식품이 많이 유통되고 있어, 차별화된 맛과 문화적 스토리를 갖춘 한국 식품 성장 가능성 다대
 - 상온 보관이 가능한 식품 및 식자재에 대한 수요 증가 추세



패션브랜드 S사(현지 N'사에 수출 성약)

- 제품의 비교우위
 - K-패션은 K팝, K드라마 등 한류와 함께 트렌디한 디자인으로 홍콩 소비자들로부터 수요가 높음
 - S사 제품은 감성적이고 미니멀한 디자인과 더불어 합리적인 가격으로 홍콩 내 젊고 트렌디한 고객층에 적합
- 필수 인증 : 없음
- 성약 소요기간 : 약 7개월(홍콩 내 팝업 스토어 개최)
- 바이어 발굴 경로 : KOTRA 홍콩 무역관 소개
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 홍콩에서 한국 패션 및 액세서리 브랜드에 대한 관심이 매우 높음
 - 패션 브랜드는 현지 협업 파트너와 팝업스토어와 같은 테스트 판매를 통한 홍콩 진출 검토 가능

□ 홍콩 수출입 시장 주요 특징

- 홍콩의 전체 수출 중 재수출 비중은 약 98.9%*로 매우 높은 편임. 홍콩은 전통적으로 재수출(중계무역) 허브 역할을 해왔으며, 직접 수출보다 해외에서 수입한 제품을 제3국(중국 본토, 미국 등)으로 재수출하는 비중이 절대적

* '25년 1~9월 기준 총수출 4,870억 달러 중 재수출 4,814억 달러로 전체의 98.9%

'25년 1~9월 홍콩 주요 20대 수입국의 재수출 규모 및 비중

(단위: 달러 백만 달러, %)

순위	국가명	对홍콩 수출액	재수출 금액	재수출 비중
1	중국 본토	292,192.1	289,914.5	99.2%
2	미국	28,457.82	28,167.82	99.0%
3	베트남	20,313.46	20,122.56	99.1%
4	대만	18,497.82	18,011.54	97.4%
5	인도	13,803.21	13,569.23	98.3%
6	일본	8,952.564	8,802.949	98.3%
7	UAE	8,097.308	7,947.436	98.1%
8	태국	7,816.026	7,618.846	97.5%
9	싱가포르	6,646.923	6,307.949	94.9%
10	말레이시아	6,341.538	6,235.641	98.3%
11	한국	5,899.487	5,740.897	97.3%
12	마카오	5,833.59	5,611.538	96.2%
13	네덜란드	5,527.179	5,506.154	99.6%
14	독일	5,323.462	5,296.667	99.5%
15	영국	4,840.897	4,759.615	98.3%
16	멕시코	4,331.026	4,328.333	99.9%
17	필리핀	3,773.974	3,756.923	99.5%
18	스위스	3,192.949	3,054.744	95.7%
19	프랑스	3,028.462	3,006.41	99.3%
20	호주	2,359.359	2,305.385	97.7%

자료: 홍콩 통계청, '25년 11월(적용환율 : 1US\$ = 7.8HKD)

'25년 1~9월 홍콩 주요 수입 품목별 재수출 국가 비중

(단위: US\$백만 달러, 전년 동기 대비 증감률(%))

순위	1위 품목 (전기기계 및 부품)	재수출 (달러)	증감률	2위 품목 (통신/음향기)	재수출 (달러)	증감률	3위 품목 (사무기기 및 자동처리기기)	재수출 (달러)	증감률
1	중국 본토	179,564.4	14.0%	중국 본토	11,004.6	5.3%	중국 본토	44,341.3	47.8%
2	베트남	13,371.2	65.3%	미국	97,484.7	21.3%	미국	3,562.7	113.8%
3	대만	9,218.7	30.7%	UAE	4,347.1	-16.1%	대만	2,338.0	80.4%
4	미국	5,547.0	19.5%	대만	3,278.0	131.3%	베트남	1,994.9	-12.0%
5	인도	5,256.1	6.6%	네덜란드	2,953.7	-1.2%	태국	1,361.9	15.3%
6	태국	2,829.7	16.4%	인도	2,761.5	3.1%	말레이시아	986.4	80.8%
7	말레이시아	2,365.7	11.6%	말레이시아	1,644.2	184.5%	일본	913.2	3.7%

자료: 홍콩 통계청(적용환율 : 1US\$ = 7.8HKD)

다. 산업

□ 홍콩에서 전통적으로 가장 큰 비중을 차지하는 서비스 산업은 '25년 상반기 기준 전년 동기 대비 3% 증가하며 완만한 산업 회복세 시현

- 4대 서비스산업(금융, 무역·물류, 전문서비스, 관광 등) 중심의 경제구조로, '25년 상반기 기준 금융 부문이 가장 큰 비중 차지
 - * 세부적으로 금융(+32.5%), 보험(+23.1%), IT(+60.2%), 관광·MICE(+1.1~0.7%) 전년 동기 대비 크게 증가
 - 홍콩 MICE 산업은 웰니스 관광, 식문화·컬쳐 경험 확대 등 다변화 추세
- 최근 해상물류 거점 기능 약화*에도 금융 및 전문서비스 경쟁력을 중심으로 해외 기업의 중국 진출과 중국 기업의 해외 진출의 양방향 거점 기능 강화
 - * 홍콩국제공항은 '25년 세계 최대 항공 화물 허브로서 1위 자리를 유지 중. 단, 항만 물동량 및 해운 컨테이너 처리량은 약 10년 이상 꾸준히 감소하면서 '23년부 10위권을 벗어난 후 '25년에도 10위권 밖을 유지 중. 이는 주변국 주요 항만의 성장과 중국 본토로의 물류 이전, 환적포트 간 경쟁 심화로 기인(Alphaliner, '25년 9월)

□ 금융·전문서비스 경쟁력을 활용한 「수퍼커넥터」 기능 고도화

- 중국 본토의 쌍순환 정책을 뒷받침하는 전략적 거점 위상 업그레이드
 - 법률·제도 개선을 통해 다양한 전문서비스 인프라와 인력이 보강되면서 해외 기업의 중국 본토 진출 거점(Headquarters Economy) 기능 확대

주요 개편 제도별 주요 내용

주요 제도	주요 내용
자본투자비자제도(CIES) 개편 ('24년 3월)	<ul style="list-style-type: none"> • 3천만 HKD(약 53억 원) 이상 투자 시 이주 기회 제공, 7년 거주 시 영주권 신청 가능 • '21년 Invest HK(홍콩투자청) 내 전담팀이 설치된 후, '25년 까지 200개 이상의 패밀리오피스(FO) 유치를 목표
저작권 조례 개정 ('23년 5월)	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 저작권 제도를 현대화하고 국제표준에 부합시켜, 홍콩의 법률 시스템과 지식재산권 보호 제도적 이점을 활용하여 홍콩을 지역 IP 거래 허브로 육성
중재 임시 처분의 본토화 상호 집행	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩에서 중국 소재 기업이나 개인을 상대로 중재를 진행하는 경우 자산 동결이나 가처분 신청 및 집행 가능
Top Talent Pass Scheme 비자 제도 개편(2023.11월)	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 100대 대학 졸업자에서 184대 대학 졸업자로 비자 신청 기준 완화 (9가지 주요 산업 분야 51개 직군 대상)
홍콩 특허 출원기업에 대한 중국 본토 특허 우선 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 기준을 만족하는 홍콩 출원인의 발명에 대해 신속하게 중국 본토 특허 등록 가능

자료: 홍콩 정부, KOTRA 홍콩 무역관 자료 종합

- 특히 웨강아오 대만구(GBA) 진출의 거점이자 중국 기업의 연구개발 거점(R&D 센터 등)으로서 혁신 기술과 산업 육성을 위한 홍콩의 전략적 가치 확대
 - 전략기업유치국(OASES)* 운영 등을 통해 외국계뿐만 아니라 중국 본토 기업 지역본부·R&D 센터 및 해외 패밀리오피스 적극 유치 중
 - * '25년 4월 84개 전략기업(신규 18개사 포함)이 홍콩 내 글로벌/지역본부, R&D센터 설립 공식 발표
 - * 홍콩사이언스파크(HKSTP)는 선전·광저우 등과 연계해 국제 인재를 유치하며 GBA 산업 허브로 부상

□ 중국 본토 기업의 해외 진출 거점으로서의 홍콩의 전략적 활용도 증대

- 홍콩 보안법('20년 시행)과 '24년 3월 시행된 홍콩 기본법 제23조(국가안전 유지 법률)에도 불구, 홍콩의 금융 중심지로서 지위는 안정적으로 유지되고 있으며, 중국 본토와의 금융 통합이 더욱 가속화 되는 양상
 - 역외 위안화 예금 규모 세계 1위, 지속 증가세
 - 은행·기업의 위안화 무역결제, 위안화 자금 조달 수요, 금융거래가 증가하면서 홍콩의 위안화 유동성 풀이 더욱 확대되는 양상
 - * 홍콩 금융관리국(HKMA) '25년 2월총 1,000억 위안 규모의 '위안화 무역금융 유동성 지원기구(RMB Trade Financing Liquidity Facility)' 도입
 - 중국 본토 기업의 홍콩 내 법인 설립이 증가하면서 홍콩 내 중국 기업의 비중 증가
 - * 홍콩 내 외국 법인 수(개사) : ('19년) 9,040 → ('20년) 9,025 → ('21년) 9,049 → ('22년) 8,978 → ('23년) 9,039 → ('24년) 9,960
 - * 홍콩 외국법인 모회사 국별 순위 : 중국 본토(2,620개) > 일본(1,430개) > 미국(1,390개) > 영국(720개) > 싱가포르(520개)

라. 투자

□ 외국인 투자 동향

- '24년 투자유입액은 9,133억 홍콩 달러(US\$1,170.9억)이며, '25년 2분기 누적 기준 투자유입액은 5,407억 홍콩 달러(US\$693억) 기록
 - 對홍콩 투자 유입(Inflow)이 감소세를 이어오는 원인은 글로벌 경제의 불확실성이 지속되고, 미국 등 선진국의 고금리 정책 장기화로 자금 조달 및 투자 비용이 높아진 것으로 분석

홍콩의 투자 유입액 연도별 추이(유량)

(단위: HKD억/ US\$억)

2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년 1~2분기
9,110.90 (US\$ 1,168.06)	10,661.54 (US\$ 1,366.86)	9,583.61 (US\$ 1,228.67)	9549.09 (US\$ 1,224.24)	9,133.15 (US\$ 1,170.91)	5,406.54 (US\$ 693.15)

자료: 홍콩통계청/적용 환율 : 1US\$ = 7.8HKD

□ '25년 기준 홍콩 내 유입되는 투자 품목은 금융(국제 금융기관·자산운용사), ICT, 헬스케어·바이오 및 패밀리오피스·사모펀드 유입 활발

- 중국 본토 금융과 연결되는 홍콩 특성상 IPO 및 상장으로 인한 투자 유입 활성화
 - '25년 상반기 홍콩 IPO 자금 조달액은 141억 달러로 세계 1위, NASDAQ(2위)보다 48억 달러 많은 수준으로 전년 동기 대비 695% 증가
 - '25년 홍콩 IPO 시장은 중국 본토 기업이 96%의 자금 조달을 차지하며, 전기차·AI·바이오 등 신산업 상장 급증
 - 부동산 투자 : 직접 매입보다 REITs(부동산투자신탁)·상업용 부동산 비중이 높음
 - 디지털 자산(토큰화 증권·디지털 채권·커스터디 등) 투자시장이 최근 233% 급성장

'25년 對홍콩 주요 투자 유치 섹터

품목	주요 투자 기업	투자 형태 및 특징
주식/자본시장	중국 본토 및 글로벌 대기업, 금융기관	IPO·상장, 대형 follow-on deal 증가 * '25년 1분기 홍콩 IPO 자금 조달액 : 141억 달러(Dealogic)
부동산 및 REITs	부동산투자사, 금융기관	상업용·주택·호텔·산업용 부동산
헬스케어·바이오	바이오·제약사, 글로벌 투자사	IPO·성장자금, 기술혁신 중심
IT·핀테크	ICT·AI 기업, 스타트업, 투자사	AI·핀테크·빅데이터 신사업 확대
신재생에너지	CATL, BYD, 에너지 기업	배터리·전기차·에너지 기술 R&D 투자
녹색금융	정부·금융기관·ESG 투자펀드	녹색채권·ESG 중심 투자·조달 급증
디지털 자산	은행·자산운용사	토큰화 증권, 디지털 채권, 커스터디
소비재·서비스	소비재기업, 글로벌 투자자	주식, M&A, 소비트렌드 연계

자료: 홍콩교역소(HKEX) 등

- 홍콩의 주요 해외 투자 대상국은 중국 본토(49.8%), 영국령 버진아일랜드(28.9%), 對 홍콩 주요 투자국은 중국 본토(31.1%), 영국령 버진아일랜드(30.5%)로, 두 국가가 전체의 약 60% 차지('23년 기준)

TOP 10 국가별 해외 직접투자액('23년 기준)

국가/지역명	해외투자금액(유출)		해외투자금액(유입)		(단위: HKD억, %)
	투자액	비중	국가/지역명	투자액	
중국 본토	79,265	49.8	중국 본토	51,676	31.1
버진아일랜드	45,951	28.9	버진아일랜드	50,617	30.5
버뮤다	4,557	2.9	케이만제도	17,568	10.6
케이만제도	4,291	2.7	영국	15,418	9.3
싱가포르	3,364	2.1	버뮤다	7,459	4.5
영국	3,303	2.1	미국	4,136	2.5
일본	1,855	1.2	싱가포르	3,217	1.9
미국	1,781	1.1	캐나다	2,686	1.6
호주	1,275	0.8	일본	2,424	1.5
태국	918	0.6	대만	1,969	1.2

자료: 홍콩 통계청

- '25년 2분기 홍콩의 對한국 투자 신고 건수는 전년 동기 대비 약 16% 증가한 131건이며, 신고금액은 전년 대비 약 84.3% 크게 감소한 1.3억 달러 기록

홍콩의 최근 5개년 對韓 직접투자 추이

연도	(단위: 백만 US\$, 건)				
	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년 상반기
신고금액	636	385	1,166	1,008	131
신고건수	191	145	191	208	113

자료: 산업통상부 외국인투자통계(INSC)

- 한국의 對홍콩 외국인직접투자(금액 기준) 18위 수준으로, 주요 투자 분야는 금융, ICT/테크, 음식·유통, 창업 및 스타트업, 부동산 등

- '25년 1~2분기 기준 홍콩 내 투자 진출 신규 법인 수 45개사, 투자금액은 3억 9,100만 달러 기록

한국의 최근 5개년 對홍콩 해외 투자 추이

연도	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년 1~2분기
신규법인 수	44	64	51	69	45
투자금액	891	910	356	812	391

자료: 한국수출입은행 해외직접투자통계(※ '25년 6월까지 반영)

□ 우리 기업 투자 진출 사례



AI 투자솔루션 Q사 홍콩 핀테크 생태계 투자 확대

- (기업 정보) Qraft Technologies
- (성공 사례) '21년 홍콩 내 지역사무소 설립하여 자산 운용사를 위한 AI 기반 투자 솔루션 제공. 이후 홍콩 사무소를 지역본부로 확대. '24~'25년 기간 한국의 AI 금융 알고리즘 스타트업, 투자 솔루션 기업이 홍콩에 진출 혹은 투자 확대로 홍콩을 GBA 및 글로벌 시장 진출 교두보로 활용
- (시사점) AI 금융·디지털 기업은 홍콩의 중국-글로벌 금융 네트워크를 활용한 비즈니스 모델 구축 가능



韓 엔터테인먼트, 아시아 및 글로벌 공략을 위한 합작사 설립

- (기업 정보) Mast International
- (성공 사례) 홍콩 엔터테인먼트 그룹(Great Entertainment Group)과 합작투자, Harbour Mast Productions Limited 설립
 - 태양의 서커스(Cirque du Soleil) 등 글로벌 쇼(KOOZA) 홍콩 재진출 공식 프로모터로 역할. 홍콩 공연을 시작으로 한국 서울, 부산 순회 예정. Mast International은 2006년 설립된 엔터테인먼트 기업으로, 공연·문화예술·전시·이벤트 등을 전문적으로 기획, 운영. 홍콩 합작투자를 시작으로 아시아 시장(홍콩) 및 글로벌 시장 확장 기대
- (시사점) KOOZA 투어와 같은 이벤트 개최 시 약 2~3개월의 기간 해당 지역 요식, 숙박, 식음료업계 경기 진작 및 고용 창출 효과

□ 현지 투자 진출 시 진입장벽

- (높은 운영 비용) 높은 사무실 임대료, 인건비, 서비스·유틸리티 등 운영비가 아시아 최고 수준으로, 진출 초반 애로 요인
 - '14년부터 홍콩의 은행은 고위험 고객 또는 고위험 거래 필터링을 위해 고객 신원확인(KYC), 자금세탁방지(AML) 및 테러자금 조달 방지 제도를 따르는 등 금융규제 절차가 엄격해 서류·실사·대면방문와 같은 복잡한 프로세스로 시간이 오래 소요될 수 있음
- 홍콩은 낮은 세금 등 유리한 조세 시스템을 유지 중이지만, 연말 재무제표 감사를 수행해야 하며, 비교적 엄격한 세무·재무 신고 절차 운영 중

- (특정 부문에 대한 엄격한 규제 적용) 홍콩은 국제적으로 개방적인 투자 환경이 특징이지만 특정 산업 분야에서는 외국인, 내국인 모두에게 규제를 적용하거나 금지하는 경우가 있음
 - '25년 SFC 규제 강화로 금융, 자산운용, 펀드 관련 특정 레이블·자격 없는 금융기관이나 자산운용사는 허위 정보로 마케팅·고객 모집 불가
 - '25년 8월부 '스테이블코인' 관련 사업자는 홍콩 통화당국(HKMA)의 라이선스, 자본금 등 요건을 충족해야 사업·투자 활동이 가능함. 비인가 스테이블코인 발행 및 관련 투자 행위는 법적으로 금지
 - 도박·카지노(경마 제외), 포르노·음란물 산업(제작·유통·플랫폼 전면 금지), 군·경찰·공산당 등 특수 목적 교육기관은 외국인 투자 금지 대상

2. 유망 산업

가. 소비재

□ (전망) '25~'26년 홍콩 소비재 산업은 ① 완만한 성장, ② 디지털 전환 가속 및 ③ 중국 본토·아세안 시장 연결 강화가 주요 특징으로 전망(HKTDC, SCMP)

① (완만한 성장) '25년 상반기 홍콩의 소매 산업은 총 235억 달러(1,851억 홍콩 달러) 수준으로 전년 동기 대비 △ 3.3% 감소하여 리테일 업계 전체의 구조적 어려움은 여전히 존재

- 다만, 홍콩 소매 산업의 중요한 축인 관광업 활성화*, 온라인 쇼핑 확산, GBA(광동·홍콩·마카오 대만구) 연결 강화로 인한 소비재 산업 고도화 등이 전반적인 홍콩 리테일 산업의 완만한 성장 흐름세를 유지할 것으로 예상(HKTDC, 홍콩통계국, SCMP 등)

* '24년 말부 시행된 중국 선전 주민의 홍콩 비자 정책 완화(홍콩 7일 무제한 방문 가능), 주요 스포츠 이벤트, 콘서트 유치와 같은 대형 이벤트 관광부양책 등

② (디지털 전환 가속화) '25년 홍콩 온라인 소비시장은 지속적인 성장세를 유지하고 있음. '25년 홍콩 이커머스 시장 총 거래 규모는 달러 53억 4천만 달러 수준으로 연평균 성장률(CAGR) 7.87% 예상 (Statrys)

- '24~'25년 기간 홍콩의 전체 소매 매출 대비 온라인 거래 비중은 7.8~8.5%로 비중이 확대되고 있음(Statista)

- 또 홍콩 정부는 내수 확장과 산업 혁신 및 글로벌 진출을 위해 정책적으로 주요 소매 부문의 '디지털 전환' 지원 제도를 지속적으로 확대 중. 예를 들어, 무역산업부의 중소기업(SME) 지원 확대, BUD Fund(브랜드 업그레이드·내수 판매 지원자금)*, 금융 보증 제도 유예 등 지원책으로 내수 확장과 산업 혁신 촉진

* BUD Fund(Fund on Branding, Upgrading and Domestic Sales)은 기업 혁신과 해외 시장 진출 지원을 위해 홍콩 산업무역부(TID), 생산력심의회(HKPC)가 운영하며, 주로 중소기업의 내수·해외 시장 개척, 브랜드 개발, 사업구조 혁신, 판로 확대를 지원하기 위해 마련된 전략적 기금

③ (중국 본토·아세안 시장 연결 강화) 홍콩 정부는 CEPA, GBA(웨강아오 대만구) 정책 등으로 중국 본토와의 무관세·교역 간소화, 서비스 분야 자유화, 스마트 물류·디지털 유통 지원을 강화하고 있음

- 특히 중국 본토와 홍콩, 그리고 동남아-홍콩 간 크로스보더 구매가 확대됨에 따라 홍콩 브랜드·제품 홍보와 온라인 판매, 인플루언서 활용 라이브 판매 등은 대내외 시장에서 실질적인 소비 진작을 유도할 것으로 전망

※ 홍콩무역발전국(HKTDC) 홍콩 기업의 중국 본토 전자상거래 소매시장 설문조사('25년 8월) 요약

- 중국 본토 온라인 소비 응답자의 78%, 과거 1년 이내 온라인으로 홍콩 제품을 구매한 경험
- 주로 소비 수준이 높은 1, 2선 도시에서 구매 비중이 높았음
- 특히 홍콩 제품에 대한 정품 보증, 높은 품질안전 기준 등이 구매로 이끈 요인으로 나타남

※ Hong Kong Trade Development Council(HKTDC) 對아세안 국가 설문조사('25년 3월) 요약

- 주요 아세안 국가(인도네시아, 말레이시아, 싱가포르, 태국, 베트남 등) 6개국 온라인 소비자 대상 설문 조사 결과, 지난 1년간 응답자 2/3 비중 이상이 홍콩산 제품을 하나 이상 구매 경험(태국 81% > 인도네시아 73% > 필리핀 69% 순)

자료: HKTDC

- 동시에 홍콩 소매업계는 홍콩 정부 정책 흐름에 맞춘 이벤트 경제(대형 박람회, 국제행사 연계)와 연계한 관광상품 개발, 실버경제, 중국 본토 인재 유입 등에서 신규 사업 기회와 잠재력을 발굴하고 있음(홍콩소매관리협회)

□ (세부 산업별 트렌드) 홍콩의 주요 소비재 품목인 뷰티(미용) 산업과 식품 산업은 모두 수입 의존도가 매우 높으며, 프리미엄·건강·기능성 중심으로 성장세 시현

- (뷰티·미용) 홍콩의 뷰티 및 퍼스널 케어 시장 총 수익은 '25년 약 23억 8천만 달러로, '30년까지 약 2.35%의 연평균 성장률을 시현할 것으로 전망(Statista)
 - 특히 팬데믹 이후 홍콩의 관광 산업 회복과 함께 인바운드 관광객이 홍콩으로 돌아오면서 선물용으로 적합한 미용 제품(스킨·페이셜 케어) 수요가 크게 늘었음
 - 건강과 웰니스에 대한 관심이 높아지고 있는 홍콩 뷰티 시장 특성상 스킨케어 중에서도 식물성 성분을 우선시하는 비건류, 항산화·영양케어를 겸비한 노화 방지 등 제품 수요가 높아지고 있음.
 - 동시에 내·외부의 아름다움을 동시에 추구하는 이너뷰티(Inner beauty) 콘셉트가 인기를 끌면서 기능성 식품군 수요 또한 동반 상승 추세. 특히 이너뷰티는 성분·인증에 대한 소비자 신뢰도가 중요 하며, 이에 인지도 높은 프리미엄 제품의 시장 진입이 수월한 편
 - (식품) 홍콩의 식음료(F&B) 시장은 무관세 자유무역 정책과 최소한의 인허가 요건으로 주요 식음료 수출업계에서 아시아 태평양 지역 진출을 위한 전략적 진입 거점 시장으로 알려져 있음
 - 특히 대부분의 농식품에 대해 무관세를 유지하여 아시아 대표적 자유항·물류 허브로, '24년 기준 총 식품·농수산물 수입액은 240억 달러로 약 90% 이상을 수입에 의존
 - 연간 수입 규모의 약 58%만이 현지에서 소비되고, 나머지 42%(100억 달러 규모)는 중국 본토, 마카오, 베트남, 한국, 대만 등으로 재수출(달러A FAS홍콩 '25년 5월 보고서)
- * '24년 기준 주요 식품 수입국 : 중국(76억 달러), 호주(19억 달러), 미국(16억 달러), 일본(14억 달러), 칠레 (14억 달러) 순

- 홍콩 국제공항은 신선과일·유제품의 주요 운송 허브(세계 1위 화물 공항)로 빠른 물류(중국 남부 12시간 배송) 이점으로 고부가 신선식품의 중계 거래가 활발한 것이 특징
- 최근 5년간('19~'24년) 농식품 수출입 통계 추이를 보면 수입, 수출액 모두 감소세를 보이고 있음
- 재수출 주요 품목도 식품제조품 및 종류주 재수출은 증가 추세이나 유제품·소고기 재수출은 주로 중국 직접 수출 증가로 감소세를 보임(달러A FAS홍콩 '25년 5월 보고서)
 - * 총 수입 '19년 283.7억 → '24년 241.4억 달러(-14% 감소)
 - * 총 수출(재수출 포함) : '19년 114.8억 → '24년 102.2억 달러(-11% 감소)
- 오프라인 매장 쇼핑 문화가 일반적인 홍콩에서는 주요 식품 판매 채널은 오프라인 슈퍼마켓이며, 전체 시장의 약 60%를 차지. 온라인 판매는 여전히 8% 수준대로 낮은 편

나. 헬스케어·바이오

□ (전망) 홍콩은 ‘아시아 프리미엄 의료·바이오 R&D·상업화·자본조달 허브’로 GBA·중국·글로벌 연결고리 역할을 강화하는 추세

- (배경) '25년 기준 홍콩의 65세 이상 인구 비율은 23%에 달하며 ‘초고령 사회’로 진입했으며, 홍콩의 공공·민간 보건 지출은 난 10년간 지속 증가하는 추세로 '22~'23년 기준 약 364억 달러(GDP의 10%)에 달함(홍콩식품건강국)
 - * '41년 홍콩의 65세 이상 고령 인구가 전체의 32%로 급증할 전망
- 이처럼 고령 인구 확대와 건강 의식 상승으로 의료 서비스·제품 수요가 크게 늘었으며, 혁신 기술에 대한 시장·정책적 니즈 또한 매우 큰 편
- 관련해서 규제 완화(의료·바이오) 및 혁신적인 제도 여건을 기회 요인하여 한국-홍콩 기업 간 협력 확대와 성과 제고 기대
- (현지 산업 규모) 의료기기·헬스케어 기업 기준 제조 300개사, 수입·수출 등 무역회사 2,720개 사('23년 기준)로 지속 증가하는 추세
 - 주요 품목은 OEM(가정용 마사지기, 혈압계 등) 및 기관용(병원, 클리닉) 부품·모듈 중심이며 최근에는 제품 설계·개발·국제 인증까지 서비스 확장 단계
 - 특히 의료 서비스·병원 네트워크*가 탄탄하게 구축되어 있으며 CUHKMC(중문대 스마트병원 등) 혁신 의료시스템(전자진료, 모바일 ICT, 실시간 환자 데이터) 등 의료디지털화, 진료서비스 혁신 기술 도입 활발
 - * 공공병원·기관 43개, 전문 외래 49개, 일반외래 74개, 민간병원 13개
- (시장 특징) 홍콩의 의료 및 헬스케어 장비 부문은 ① 가정용 소비자 시장과 ② 전문·기관 구매자(병원 및 진료소) 시장으로 구분 가능
 - 홍콩에 소재한 대부분의 의료 및 헬스케어 장비 회사는 OEM(Original Equipment Manufacturer) 방식으로 운영되며, 경쟁력 강화를 위해 엔지니어링·설계 서비스를 제공하는 경우도 많음

- 생산 비용 감축을 위해 제조시설은 중국 본토로 이전했으나, 품질 관리, 마케팅, 연구개발, 설계, 자재 및 장비 조달은 홍콩에서 수행하는 구조
- (최근 수출입 동향) '24년 기준 홍콩의 의료 및 헬스케어 장비 총 수출 규모는 '23~'24년 각각 △ 2.2%, △ 3.5% 감소세를 보였으나, '25년 1~2월 전년 대비 10.2% 증가하며 호조세를 보임
 - 주요 수출국은 중국 본토, EU, 미국, ASEAN, 일본 등이며, 중국 본토는 의료 및 헬스케어 장비 수출 중 가장 큰 비중 차지('24년 홍콩 전체 수출의 23% 비중)
 - 품목별로는 전기 진단기기가 전체 수출의 41.8% 비중으로 가장 크며, 뒤이어 기타 의료기기 (21.3%), 의료용 주사기(15.3%) 순('25년 1~2월 기준, 홍콩통계청)

홍콩 메디컬·바이오 의료 분야 수출 동향

(단위: 전년 대비(%))

주요 국가/ 지역별 구분	2023년		2024년		2025년 1~2월	
	전체 수출 비중	증감률	전체 수출 비중	증감률	전체 수출 비중	증감률
중국 본토	27.0	5.8	23.0	-17.8	21.6	-4.7
EU	15.8	-4.6	17.8	8.6	16.1	-11.0
- 네덜란드	6.4	-6.1	6.9	3.0	7.2	-8.5
- 독일	2.3	-10.5	3.0	23.5	3.0	17.7
미국	6.2	-30.1	7.1	10.0	15.8	141.7
ASEAN	7.7	4.8	9.3	16.7	7.1	-0.4
일본	5.2	-14.8	3.8	-29.0	4.1	-16.1
인도	4.0	-32.8	5.7	36.9	5.6	17.5

자료: HKTDC Research

□ (현지 주요 기업 및 최근 동향) 홍콩의 초고령화 사회 진입과 증가하는 의료 서비스 수요로 인해 첨단 의료·바이오, 스마트헬스, R&D 및 임상, 자본시장 진출 등에서 높은 성장성을 보유하고 있으며 글로벌 협력 수요가 높음

- 홍콩 과학기술단지(HKSTP)* 내 글로벌 바이오기업이 집적하고 있으며, CUHKMC 등 스마트병원, AI·유전체·진단·로보틱스·디지털헬스 혁신 기술 교류가 활발히 진행되고 있음

* HKSTP : 바이오메디컬(BMT) 관련 5대 핵심 기술 클러스터 중 하나

(참고) 홍콩 바이오·메디컬 산업 주요 기업 동향

기업명	기업 최신 동향
OrbusNeich Medical Company	<ul style="list-style-type: none"> • '00년 HKSTP 내 설립된 홍콩 기반 글로벌 메디컬 기업 - 글로벌 혁신 스텐트·풍선 기반 바이오기업, 미국·중국·유럽 FDA·CE 인증 제품 다수 - 대표 제품 : COMBO Dual Therapy Stent(세계 최초 “이중치료제 스텐트”), Scoreflex NC(세계 최소 프로파일 풍선), JADE Peripheral Balloon 등
Insilico Medicine	<ul style="list-style-type: none"> • '14년 설립(글로벌 본사는 미국 보스턴 소재, 홍콩은 아시아지역본부 역할) - 생성형 AI 기술을 신약 개발에 적용한 최초의 기업 중 하나로 AI 플랫폼(Pharma.AI, PandaOmics) 기반 신약 후보물질 설계·발굴·임상 데이터 분석(딥러닝/생물정보학) - 세계 최초로 AI가 설계한 신약 후보(rentosertib)의 임상 2상(폐섬유증 등), IBD 등 각종 만성 질환 신약 개발 극적 단축
Continusurge	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩의 대학·산업·공공협력 기반 최첨단 의료 로봇벤처로, 의료기기·로봇 수술 혁신 분야에서 GBA, 중국, 아시아권 선도적 룰모델 - '19년부터 주로 비뇨기, 대장, 상부 소화기계 수술용 로봇시스템을 개발해 왔으며, 홍콩 사이언스파크 바이오메디컬 클러스터의 대표 혁신 기업 중 하나. 글로벌 의료진과의 실증 시험도 활발히 진행하고 있음

자료: HKTDC Research

□ (주요 정책 및 협력 환경) 홍콩 의료·바이오 산업은 중국 본토와 연결되는 GBA 시장·글로벌 협업을 위한 교량 역할 가능

- 홍콩-선전 혁신기술파크(HSITP) 내 ‘InnoLife Healthtech Hub’ 설립 및 아시아 최고 R&D 허브로 육성할 계획
 - 중국 본토·GBA와 규제 연동을 확대하고 임상시험·신약 등록* 규제 간소화
 - * '1+' 신약등록(신속심사)제도 도입 : 임상 연계, 백신·첨단치료제까지 확대
 - 이로써 홍콩 임상데이터 → 중국·미국·EU 신약등록을 연계할 수 있는 글로벌 임상시험 거점 역할 가능
 - 홍콩 등록 의료기기·의약품은 GBA 45개 지정 의료기관에서 사용 가능하며, 중-홍 CEPA로 ‘홍콩산 제품’은 중국 수입 시 무관세·간소한 등록 절차 적용
- 홍콩은 ‘아시아 프리미엄 의료·바이오 R&D·상업화·자본 조달 허브’로 GBA·중국·글로벌 연결고리 역할이 강화되고 있으며 해외 기업, 기관, 대학과의 기술·인재·자본 협력 수요 증가
- 동시에 자본시장(IPO)·글로벌 펀딩 허브 역할이 강화되어, '18년 'HKEX Chapter 18A' 도입 후, 수익성 없는 바이오기업도 홍콩 내 상장 가능
 - * 홍콩은 아시아 최대 IPO·펀딩 허브로서 홍콩 증권시장 내 전체 헬스케어·바이오기업 126개 상장, 달러 353억 달러 이상 조달. '24년 67개사 IPO 상장, 달러 156억 달러 자금 조달

다. 첨단기술 산업(AI·핀테크·디지털 전환 등)

□ 개요

- (배경) 홍콩 정부는 ‘하나의 국가, 두 개의 체제(One Country, Two Systems)’의 강점을 기반으로, 중국 국가 발전전략과 연계된 신산업화 정책을 적극 추진
 - 혁신 기술과 산업 육성을 위한 허브로서의 홍콩의 가치 증대

- AI 슈퍼컴퓨팅 센터(AISC) 개소, 3억 홍콩 달러 규모의 AI 보조금 도입, 100억 홍콩 달러 규모의 혁신 산업 발전계획 등 다양한 홍콩 정부의 정책지원 확대
- 웨강아오 대만구(大灣區·Great Bay Area)* 발전 차원에서 홍콩·선전 혁신 및 과학 기술원(HSITP)을 통해서 생명과학, 핀테크, AI 등의 분야 혁신 기술 개발 지원 확대

- 특히 신산업화와 관련된 AI·디지털산업은 홍콩 정부·기업 모두의 전략적 성장 축으로 역할을 하고 있으며 글로벌 인재·자본 유치와 지역 허브 전략, 대규모 R&D센터, 스타트업·유니콘의 집적 등으로 ’25년 이후에도 ‘아시아 AI+디지털 허브’ 위상 강화 전략은 이어질 것으로 전망
- ’24년 신설된 홍콩 신산업화개발기구(New Industrialisation Development Office, NIDO)는 첨단·전략산업 해외 기업 유치 및 지원, 전통제조업의 혁신 전환(스마트화·R&D), 스타트업 지원 등을 총괄하고 있음
- 특히 홍콩과학공원(HKSTP), 이노파크(첨단산업단지), Cyberport 등과 연계한 정부 지원 방안 추진
 - * (대표 사례) 홍콩 정부의 New Industrialisation Funding Scheme(NIFS) : 식품가공/헬스푸드, 의약·바이오, 의료기기, 신소재·나노, 의류, 건자재, 전자, 프린팅 산업 등의 스마트 생산라인 업그레이드에 최대 달러 576만 달러까지 지원
- 현지 산업 규모 홍콩의 AI 시장 규모는 ’25년 10.2억 달러(약 1.3조 원)에 달할 것으로 예측되며, 홍콩 AI 시장은 ’33년까지 230억 달러를 초과할 것으로 예상
 - AI 산업의 발전과 더불어 ’25년 홍콩의 디지털 트랜스포메이션 주요 트렌드는 크게 세 가지로 분류
 - (1) 금융·핀테크·헬스테크 : AI 기반 시장 예측·리스크 관리, 고객 응대 챗봇, 자동화 업무, 개인화 서비스 등 금융업계의 AI 기반 분석 도구를 활용한 시장 트렌드 예측·투자전략 최적화 도입
 - (2) 생명과학·산업 자동화·엔터테인먼트 : AI 기반 신약 개발, 자동화 로봇, 영상처리 등 첨단 분야에 적용
 - (3) 클라우드·빅데이터·보안 : AI·데이터 분석, 사이버보안, 하이브리드 클라우드에 집중되는 추세

- (정책 활용) 홍콩 정부의 혁신 기술 육성 관련 지원 정책 연계 기회 多
 - '25년 8월, 홍콩 전략기업유치국(OASES)은 첨단 제조 및 신에너지 기술, AI 및 데이터 과학, 펍테크, 생명 및 건강 기술 분야의 신규 전략기업 유치 및 지원 확대
 - 홍콩 정부는 펍테크와 AI 등 신기술 육성을 위해 사이버 포트(Cyberport), 홍콩사이언스파크 (HKSTP)* 등을 통해 다양한 재정적 및 인프라 지원 제공
 - * 초기 스타트업을 위해 최대 129만 홍콩 달러(약 2억 원)의 시드 펀딩을 제공하고, 이후 혁신 기술 펀드 (Innovation and Technology Fund, ITF)를 통해 기술 개발 프로젝트를 수행할 수 있도록 지원
 - 이에 따라 바이오 테크, IT 등 혁신 기술 분야 틈새 수출 및 R&D 협력 기회와 연계가 가능하여 국내 혁신 기업의 중국* 및 글로벌 기업 공급망 참여 가능
 - * HKSTP는 입주 선정이 된 스타트업 대상 아스트라제네카, 지멘스, 베링거인겔하임 등 글로벌 기업과의 협력 연계 지원

3. 협력 기회

가. 통상·G2G

□ (무역협정) '25년 8월 기준 홍콩은 총 21개 국가 및 지역과 총 9건의 FTA(자유무역협정) 또는 CEPA 체결·발효 중

* 중국 본토(CEPA, '04년), 뉴질랜드('10년), 유럽자유무역연합(EFTA : 아이슬란드, 리히텐슈타인, 노르웨이, 스위스, '11년), 칠레('12년), 마카오('17년), ASEAN(동남아 10개국, '17년), 조지아('18년), 호주('19년), 페루('24년)

- RCEP(역내포괄적경제동반자협정)도 '25년 연내 조속한 가입을 추진하고 있으며, RCEP 발효 시 해당 협정국의 전체 교역량의 70% 이상, 서비스 교역의 50% 차지할 전망
 - 특히 중국 본토 시장 진출 및 중국 기업과의 협력 교류보로서 홍콩의 기능*을 강조하며 조속한 가입을 추진
 - * 국제금융 중심지, 고품질의 전문서비스 제공 역량, 중국과 세계를 연결하는 관문, 웨강아오 대만구(GBA) 지역에서의 기회 등이 회원국의 경제적 번영에 기여
- 중-홍 CEPA는 중국 기업과의 협력 교류보, 대만구 지역 및 중국 본토 진출, 중국 기업의 역내 공급망 재편 참여 등을 위한 전략적 도구
 - CEPA 서비스 협정('25년 3월 시행 개정)으로 금융·법률·엔지니어링·콘텐츠·물류·교육 등 대부분 업종의 중국 본토 및 ASEAN 진입 조건 대폭 완화

※ CEPA(Closer Economic Partnership Agreement, 포괄적 경제 동반자 협정)

- '03년 6월 중국-홍콩 간 CEPA 체결(중-홍 간 FTA격에 해당하는 협정, '04년 1월 발효)
 - 체결 후 보충 협정을 지속 진행하여 체결하여 자유화 단계 및 범위를 확대
 - 상품 분야에서는 모든 홍콩산 제품(단, CEPA의 원산지 리스트에 포함된 품목에 한함), '20년 3월 기준 1,900여 개 품목)에 대해 무관세 적용
 - 원산지 기준(ROO, Rules of Origin) 개정도 '25년 상/하반기 두 차례 진행, 품목 추가 및 규정 보완 이후 '25년 7월/'26년 1월 시행 예정
 - 서비스 협정 : '15년 11월 최초 서명, '16년 6월 시행. 이후 '19년/'20년/'24~'25년까지 단계별 개정 추진 중
- * '25년 3월부 시행된 CEPA 개정안은 홍콩 기업·전문직의 본토 진출, GBA·전국 단위 서비스 시장 진입이 이전보다 용이해지고, 글로벌 기업이 홍콩 경유 진출 시 혜택도 확대

- FTA나 MOU 등을 토대로 홍콩은 중국 본토, GBA, 동남아, 오세아니아, 중남미, 유럽으로 이어지는 접점을 구축
 - 신산업과 디지털 전환·첨단제조·서비스 융합 분야의 해외 기업들과 상생 및 시너지가 높아질 전망
- CEPA(+중국), ASEAN, RCEP 등은 회원국 기업(한국 기업 포함)에게도 홍콩 통한 우회 진출(글로벌 +중국) 기회를 제공할 것으로 기대

성공 사례

- (개요) '25년 CEPA 서비스 무역협정 2차 개정(3년 실적 필요 요건 폐지, 진입자격·지분 제한 완화)로, 한국 식품·리테일·뷰티·헬스 서비스기업이 중국 사업 진출 시 기준 직접 진출보다 홍콩 경유 진출이 유리해짐
 - 홍콩에 법인 설립 → CEPA상 '홍콩 기업' 자격 취득 → 중국 진출 시 소유·업무범위·진입장벽 완화
- 중국 내 서비스, 유통, 금융, IT, 법률, 의료, 건설 분야 등 대부분 업종에서 추가적인 시장 진출 및 지분·사업 범위 확대 가능
 - 사례 : P사 등 요식 브랜드는 홍콩에 법인 설립 후 '홍콩 기업' 자격으로 중국 백화점·쇼핑몰·온라인 플랫폼 진출 시 CEPA 혜택(자본금·지분·매장 수 제한 해제, 무관세 수출 등) 활용
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 한국 IT·물류, 광고·마케팅, 콘텐츠 업종은 홍콩 현지 파트너와 합작법인 설립 → 본토 진출 시 CEPA로 지분·진입 장벽 완화, 각종 신규 사업 확대(광고·디지털, 스마트 물류·IT 서비스 등)로 실제 계약 및 진출 활용 가능

나. 현지 정부 산업 육성 정책 활용 : MICE 산업을 통한 협력 강화

□ 협력 여건

- (배경) 홍콩은 아시아 태평양의 주요 MICE 허브로, 정부 지원·인프라 투자·이벤트 보조금·우수한 항공 여건 등에 힘입어 MICE·전시·관광 산업이 동반 성장하며 글로벌 무역·비즈니스 허브로 위상 강화
- (현지 산업 규모) 홍콩의 MICE 산업은 관광·경제 전략의 핵심으로, '24년 방문객 약 142만 명(전년 대비 +10%) 중 절반 이상이 해외 방문객이었음
 - '25년 홍콩관광청(HKTB) 지원으로 대형 국제 MICE 56건, 신규 국제 컨벤션 16건 개최 등 컨벤션·소매·요식·엔터테인먼트 전반에 경제 효과 창출*
- 방문객 총 체류 지출 HK\$14억 예상, 1인당 지출 HK\$7,800
 - 전체 MICE 참가자 26만 명, 행사 분야도 핀테크, ICT, 의료, 항공, 럭셔리 소비재, 패션, 친환경 등 다양한 산업 분야로 다변화 추세

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

- 홍콩 정부는 국제적인 문화, 창의 및 상업 행사 유치를 통해 장기적인 산업 발전 추진 중이며, 주요 MICE 기업은 정부에 기반을 둔 기관이 다수
 - 홍콩관광청(HKTB), 홍콩무역발전국(HKTDC) : 국제 MICE 행사 유치/마케팅, 각종 정책·지원금(Gov't Incentive 2.0) 등 산업 육성 주도
 - 홍콩컨벤션전시센터(HKCEC) : '25년 CrescentRating 골드 인증 최초 획득 등 글로벌 MICE 시설로 국제 행사 개최 중심
 - 아시아월드엑스포(AWE) : 주요 국제 대형 이벤트(Connect Marketplace, UFI Global Congress, Build4Asia, Mobility Tech Asia 등) 전문 개최
 - Informa Markets·Connect : 세계 최대 B2B 전시·이벤트 그룹으로, '25년 Connect Marketplace Hong Kong 첫 개최를 통해 홍콩을 아시아 MICE 허브로 확장 중
- HKCEC, AWE 등 주요 이벤트 시설 확장 및 인프라 보강 지속
 - '25년 홍콩 공항 제2터미널, 카이탁스포츠센터 등 대형 MICE 인프라 확충
 - 신규 행사장 개장과 그린·스마트 MICE 인증 도입으로 지속가능한 글로벌 비즈니스 플랫폼 구축
 - 핀테크, 혁신 기술, 바이오·의료, 항공·MRO 등 신산업 분야 MICE 행사 확대

□ (주요 정책·협력 환경) 홍콩 개최 국제 전시·컨퍼런스 플랫폼을 활용해 중국 본토·GBA 등 주변 지역으로 저변 확대

- GBA 연계 강화로 홍콩 MICE 산업은 글로벌 허브 지위와 GBA의 제조 경쟁력·내수 확대가 결합된 '아시아 최대 비즈니스 이벤트 생태계'로 발전
 - 교통·행정·시장 연계 정책, 국제공항·스마트 MICE 인프라 확충*, B2B 파트너링·스타트업 쇼케이스 등으로 이벤트 대형화와 협력 확대 전망

* GBA 연계 초대형 네트워크 허브 구축

- 홍콩-GBA 인프라 확충으로 주요 도시 간 1시간 '비즈니스 생활권' 실현
- 대만구 11개 도시 간 기업·문화 교류 활성화로 참가자·관람객·비즈니스 네트워크 확대
- GBA 공동 MICE 추진 : 국제행사 공동 유치·마케팅, 홍콩-심천·광저우 등 연계 '크로스보더 MICE' 확산

□ 우리 기업 활용 방안

- 신규 트렌드 타깃 또는 신성장 산업 분야 전시회 참여 확대를 통해 홍콩의 MICE 산업 부가가치를 제고하면서 우리 기업의 수출시장 다변화 기여
- 특히 한류를 매개한 K-소비재 및 K-푸드 인기로 관광·소비시장 활성화
 - 중화권 한류 거점인 홍콩에서는 젊은 관광객의 문화·예술·전시 참여 및 대형 콘서트 관람이 증가
 - KCON 등 대형 한류 행사 연례화로 K-소비재·K-푸드 홍보 사업 확대 여력 큼

※ 한류 활용사례

1. 케이콘 홍콩(KCON Hong Kong)
 - CJ ENM 주최 글로벌 K-콘텐츠 행사로, K-POP 콘서트와 라이프스타일 체험 결합
 - '12년 미국 시작, '24년 홍콩 첫 개최 후 '25년 3월 2회차 예정
 - K-POP 수출 6위, 홍콩 개최로 중화권·동남아 확산의 전환점
2. '25년 홍콩 MAMA(Mnet Asian Music Awards)
 - CJ ENM·Mnet 주관 대형 K-POP 시상식으로, 2010년 마카오 첫 개최 이후 '25년 27회차
 - '25년 11월 28~29일 카이탁스타디움에서 개최, 유튜브 등 온라인 채널로 글로벌 생중계
 - '25년 홍콩 MAMA는 K-pop 역사상 가장 큰 규모의 시상식 중 하나가 될 것으로 전망

III

진출전략

1. PEST/SWOT 분석

PEST 분석



정치정책(Political)

- 홍콩의 '일국양제' 체제(One Country, Two Systems) 하에 중국 본토와 연결되면서 동시에 차별화되는 높은 자율성과 독립적인 법·경제 체계 유지
- 기업환경·재정정책 개정법('25년 시행)을 통한 기업법 유연화
- 글로벌 인재·기업 유치 강화 : '25년 3월부 투자 대상 확대·관리 기준 강화 등 정책 보완을 통해 제도 신뢰도 상승
- 홍콩정부 '25/'26년 예산안에 따라 주요 세금(법인세, 소득세) 감면, R&D 세액 공제 확대, 글로벌 최저세(BEPS 2.0) 적용, 최저임금 인상 등 정책 변화



경제(Economic)

- 아시아 금융 허브이자 글로벌 비즈니스의 중심지로 기업 환경 개선을 위해 세제·행정적 인센티브 혜택을 지속 강화 중
- 전략기업 유치 및 GBA(대만구) 연계, 투자·운용사 및 글로벌 HQ 확장 지원
- 최근 교역국 다변화 노력으로 중국·아세안·중동 신시장 교역 확대, 글로벌 자본 지속 유입 등은 글로벌 비즈니스 허브로서의 입지 강화에 긍정적으로 작용



사회문화(Social)

- 사회경제 구조의 근본적 변화와 함께 '실버 이코노미' 성장 기대
- 소비트렌드 변화 뚜렷 : 오프라인 매장 중심의 체험 소비, 북상(중국 본토) 소비의 일반화, 정부 주도 대형 이벤트를 통한 B2C 구매 확대 트렌드
- 메가 스포츠·문화 이벤트 유치 및 개최를 통해 다양한 경제적 효과 창출
- 문화산업 활성화를 위해 메가 스포츠 및 문화 이벤트를 공식 인증·지원하는 - 'M' Mark 편성 제도 도입



기술(Technological)

- 기술·금융 및 스타트업 생태계 강화
- '25년 가상자산 및 디지털 자산 산업 활성화를 위한 입법 선도 진행
- 저출산 및 고령화로 인한 인구 자연 감소와 생산연령 인구 정체 등 인구 사회학적 과제를 해외 인재 유치를 위한 정책·인센티브 강화
- 빅데이터, AI 기술, 로봇, 자동화 등

SWOT 분석

강점(Strength)		약점(Weakness)	
<ul style="list-style-type: none"> 한국 제품에 대한 높은 선호도 글로벌 PE/VC와 협력을 통한 밸류업 가능 글로벌 비즈니스 허브로서 사업 확대 용이 		<ul style="list-style-type: none"> 높은 물가 및 운영비용에 따른 경영 부담 본토와의 경제통합 가속화로 의존도 증가 시장 규모가 협소하고 트렌드 변화가 빠름 	
기회(Opportunity)		위협(Threat)	
<ul style="list-style-type: none"> 한류의 높은 인기, 소비 진작 정책 확대 높은 자유화 수준으로 親기업 환경 조성 中본토 기업 對홍콩 투자 및 진출 교두보 		<ul style="list-style-type: none"> 소비 패턴 변화로 민간 소비 회복 지연 아세안, 중동 등 전략 시장과 교역 다변화 높은 개방성으로 글로벌 변동에 큰 영향 	
SO 전략(적극적 공격-역량 확대)		한류 및 新소비 트렌드 맞춤형 마케팅 지원	
<ul style="list-style-type: none"> 한류의 높은 인기와 정부의 소비 진작 정책을 수출 마케팅 확대 기회로 연결 중국 및 글로벌 재무적 투자 유치로 강소·중견기업 글로벌 밸류업 지원 	»		
ST 전략(차별화전략-강점 활용)		수출시장 다변화 거점으로 활용	
<ul style="list-style-type: none"> 소비 패턴 변화 등 新소비 트렌드에 대응한 맞춤형 마케팅 지원 강화 아세안, 중동 등과의 비즈니스 협력 확대를 통한 수출시장 다변화 지원 	»		
WO 전략(단계적 시책-기회 포착)		미래 산업 분야 틈새 수출·협력 기회 발굴	
<ul style="list-style-type: none"> 중화권 한류 거점으로서의 강점을 활용하여 中본토 소비자 우회 공략 확대 새로운 트렌드 변화에 대응하는 테스트 마켓으로의 전략적 위상 제고 	»		
WT 전략(방어/철수-위협 대응)		中본토 시장과의 슈퍼 커넥티 기능 활용도 제고	
<ul style="list-style-type: none"> 中본토 시장과의 경제 통합이 가속화되면서 中시장 진출의 테스트 마켓 기능 부각 바이오·의료, 친환경 등 혁신 기술 산업 분야 틈새 수출 기회 및 협력 수요 발굴 	»		

2. 진출전략

2026년 진출전략

주요 이슈 또는 산업

슈퍼 커넥터
슈퍼밸류업
기능 활용

新소비
트렌드 공략

수출시장
다변화 활용

미래 산업
기회 창출

KOTRA가 제시하는 진출전략



- (슈퍼 커넥터) 중국 본토-아시아·세계 시장을 연결하는 허브
 - 중국 본토 · ASEAN 시장 진출 및 협력 확대 거점으로 활용
 - 상품·서비스, 자본, 인력 등 다양한 분야로 진출 기회 모색

- (新소비 트렌드) 소비 패턴 변화에 능동적으로 대응
 - 다국적 바이어 활용 유통채널 및 마케팅 전략 다변화 필요
 - 한류 이벤트, 소비 진작 정책과 연계한 맞춤형 마케팅 강화

- (수출시장 다변화) 아세안·중동 등 수출 지역 다변화 지원
 - 경제외교 다변화 노력을 수출시장 다각화의 기회로 활용
 - 홍콩의 MICE 산업, 대형 이벤트를 활용한 파트너 발굴 확대

- (新산업 기회) 미래 혁신 분야 수출·협력 기회 발굴
 - 저출산, 고령화, 탄소제로 등 사회적 이슈를 비즈니스 기회로 연결
 - 바이오·의료, 친환경 등 혁신 분야 수출 기회 발굴 확대

홍콩의 강점을 전략적으로 활용하여

중국 시장과 글로벌 시장 진출 기회 동시 확대

전략 ① 슈퍼 커넥터 기능 활용



전략 수립 배경

- (현지 동향) 홍콩 정부는 해외 기업의 중국 시장 진출과 중국 기업의 해외 시장 진출의 양방향 거점 역할인 'Super-connector'로서의 역할
- (우리 기업의 진출 시 강점 등 진출 Point) 중-홍 CEPA를 활용, 대만구 지역 및 중국 본토 진출, 중국 기업의 역내 공급망 재편 참여 기회 모색 가능 → 홍콩을 중국 본토 진입 전 테스트베드로 활용
 - * 시장 진입 장벽이 낮고 트렌드 변화에 민감한 홍콩 시장에 선진출하여 테스트 마켓으로 활용 후, 중국 본토로 추가 진출 모색. 현지 법인 설립, 투자 자격 취득, 라이선스 인허가 등 실무 절차도 타 지역 대비 우월

□ 현지 동향

- 홍콩 정부는 해외 기업의 중국 시장 진출과 중국 기업의 해외 시장 진출의 양방향 거점 역할인 'Super-connector', 'Super-value adder'로서의 역할 강조
 - 홍콩은 '일국양제' 체제(One Country, Two Systems)로 중국 본토와 연결성이 강화되는 동시에 차별화되는 높은 자율성과 독립적인 법·경제 체계 유지하는 강점을 가지고 있음
 - '슈퍼 커넥터(Super-connector)'로서의 기능을 강화하기 위해 제도 혁신에 꾸준히 힘쓰고 있으며 금융, 무역, 인력, 법률(IP 포함) 등 전문 서비스 인프라를 고도화*하는 한편 연구개발(R&D) 거점** 으로의 전략적 가치를 높이기 위해 노력하고 있음
- * 자유로운 외환 거래, 낮은 세율, 글로벌 인재 유치와 전문 인력 확보를 위한 보충노동력 제도 및 비자 정책(Top Talent Pass Scheme 등), 국제분쟁중재기구(IOMed) 홍콩 설립 등
- ** 홍콩과학기술단지(HKSTP), 의료기기·바이오 클러스터(MARS Centre), 첨단 제조업센터 등
- 특히 중-홍 CEPA를 활용한 대만구(GBA) 지역 및 중국 본토 진출, RCEP(역내포괄적경제동반자 협정)와 ASEAN·아시아 시장 연계 강화, 일대일로(BRI) 등 글로벌·지역 경제 거버넌스의 핵심 노드로 기능

홍콩 디지털 핀테크 플랫폼 E사의 핀테크 사업 해외 확장 사례

기업명	주요 내용
Evident	<ul style="list-style-type: none"> • 개요 : '20년 설립, 홍콩에 본사를 둔 디지털 대체투자 플랫폼 기업. 자산 토큰화 등 혁신 블록체인 기반 인프라로 PE 자산투자, 관리, 유통 거래 지원 • 성공 사례 : 홍콩 내 글로벌 본사를 설립한 후, 현지 규제 친화적 환경과 Cyberport (스타트업 인큐베이터) 및 홍콩 정부 기관(Invest HK)의 지원 적극 활용 • 결과 : '25년 중동 최초의 디지털은행 UAE Zand Bank와 파트너십 체결 후 Evident의 토큰화(DLT) 시스템 진출. 이후 동남아 등 해외 금융기관과 파트너십 확장 중 • 의의 : 홍콩 핀테크 및 Web3 생태계의 글로벌 경쟁력을 보여준 사례로, 글로벌 자본 및 신시장 연결의 '슈퍼 커넥터' 역할을 입증

자료: Invest HK, Evident 홈페이지

□ 유망 품목

- (전문 서비스·컨설팅) 홍콩은 아시아 최고 수준의 금융·법률 인프라와 국제 공인 영미법 적용, 다국적 금융·법률기관이 집적된 지역으로, 한국 전문 서비스·컨설팅 기업의 중국·아시아·글로벌 시장 진출에 최적의 관문 역할
 - GBA·중국 본토 진출 교두보 : CEPA 체계하에 홍콩을 거점으로 투자·사업·크로스보더 자문·중재 등 실질적 협력 기반 구축 가능
 - 신흥시장·글로벌 확장 시너지를 위해 RCEP, 일대일로 등 역내 협력 채널을 통한 동남아, 중동, 유럽 등 신시장 진출 도모. 역내 경제권 내에서는 글로벌 컨설팅, 국제 사건·계약·자문·분쟁 해결 이관이 손쉬운 것이 특징
- (복합 비즈니스 플랫폼) 韓기업·스타트업의 글로벌화·투자 유치를 위한 벤처업 플랫폼으로 활용
 - 홍콩 내 재무적 투자가와의 협력(바이아웃 M&A, VC 투자 등)을 통한 韩기업의 벤처업(value-up), 중국 기업과 협력을 통한 해외 진출 등 다양한 협력 기회 발굴
 - InvestHK, Cyberport, HKTDC 등 현지 지원기관의 인센티브 및 스타트업 엑셀러레이팅 프로그램 참여, 현지 인큐베이팅·매칭 기회 활용
 - 또한 한류 인기에 기반한 F&B 프랜차이즈 진출, 현지 법인 설립을 통한 홍콩 및 중국 본토 마케팅 강화 등 종합적 접근을 통한 홍콩 시장 활용도 제고

□ 진출전략

- (현지화, 차별화, 네트워크 강화) 홍콩의 국제 허브, 중국·아시아 교차점, 규제 신뢰성, 풍부한 네트워크 인프라라는 이점 적극 활용
 - (현지화) 서비스 및 솔루션의 현지화와 국제 영미법 및 중국계 법률 환경(이중 체계)에 특화된 글로벌 인재 확보 및 로컬 네트워크 조성으로 서비스와 솔루션 현지화 모색
 - (차별화) 동시에 한류를 활용한 대외 홍보, 한국형 서비스 브랜드화 등 홍콩 및 중국 본토 기업과는 차별화된 비즈니스 모델 개발
 - (네트워크 강화) 홍콩을 전초기지 삼아 동남아, 서남아, 일대일로, RCEP 등 신흥시장까지 자문, 중재, 금융서비스 범위를 확장
- (정부 지원 및 혁신 생태계 적극 활용) 홍콩 정부의 글로벌 인재·기업 유치 정책, C 펀드·매칭 지원, 인프라(사이버포트-HKSTP) 활용, CEPA 등 FTA 기반 무관세·자유 진출 환경 장점을 최대한 적극적으로 활용

전략 ② 新소비 트렌드 공략



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향) 오프라인 매장 중심의 체험 소비, 북상(중국 본토) 소비의 일반화, 소가구·고령화 증가 추세 및 대형 이벤트를 통한 B2C 구매 확대 증가
- (우리 기업의 진출 시 강점) 한류의 인기와 더불어 홍콩 내 다수 온·오프라인 채널 내 한국 제품 입점 및 소비도 증가세. 특히 K-푸드 관련 F&B 외식 프랜차이즈 서비스 부문의 진출도 증가

□ 현지 동향

- (소비 성향 변화) 오프라인 매장 중심의 체험 소비, 북상(중국 본토) 소비의 일반화, 소가구·고령화 증가 추세 및 대형 이벤트를 통한 B2C 구매 확대
 - (오프라인 매장 위주 체험 소비)* 홍콩은 브랜드 매장, 백화점, 쇼핑몰 등 오프라인 리테일 중심의 소비문화가 강하며, 주요 소비층은 매장 방문과 직접 경험을 통해 제품에 대한 신뢰와 만족도를 높이는 경향이 뚜렷함
 - * '25년 6월 소매판매액(HKD 301억) 중 온라인 구매 비중은 8.5%(약 HK\$25억) 수준으로 여전히 낮은 편으로 홍콩 소비자는 매장 방문/체험 중심 특성이 강함
 - 특히 대형 백화점과 프리미엄 쇼핑몰이 소비 트렌드를 선도하며 다양한 글로벌 현지 브랜드를 한 곳에 집결시켜 소비자와 관광객 방문 유도
 - * 최근 K11 MUSEA·IFC Mall·랩스(Labs) 등 복합 문화·예술·테마 매장이 확대되고 동시에 글로벌 브랜드의 플래그십 매장을 통한 체험형 공간도 강세
- (북상소비(北上消費) 일반화) 홍콩과 중국 화남 지역(선전, 광저우 등) 간 경제권 통합이 강화되며 최근 몇 년 동안 홍콩 소비자들이 쇼핑, 식사, 레저 활동을 위해 국경을 넘어 중국 본토로 이동하는 추세가 보편화되고 있음
 - * '25년 1~5월 선전 소비 거래 중 지출 60%·건수 68%가 홍콩 주민으로, 홍콩 내수에 구조적 부담 요인
- (소가구·고령화 진행 → 소용량·프리미엄 동시 수요) 홍콩은 평균 가구원 2.6명으로 소가구 비중이 높고, 65세 이상 인구 23%로 초고령사회 진입. 이에 편의식·즉석식·친환경 소용량 포장·시니어 건강식품·기능성 음료 등 수요 확대, 식품·유통업계의 핵심 트렌드로 부상
- (한류·스타성 행사를 통한 소비 진작 정책) 홍콩 정부는 Super March, 뜻볼 페스티벌 등 연중 대형 이벤트를 통해 유명 스타 초청·관람객 유입으로 소비 확대 추진, 공연·스포츠 연계 상품도 확대
 - 한류 인기와 맞물려 온·오프라인 유통 채널 내 한국 제품 입점 및 소비 증가, K-푸드 서비스 부문 진출 확대

한류 열풍을 토대로 홍콩 F&B 시장으로 진출한 사례

기업명	주요 내용
Modu Consulting	<ul style="list-style-type: none"> • 개요 : 홍콩 법인 설립, 진출을 지원하는 종합 컨설팅사로 최근 한국의 유망 F&B 프랜차이즈를 홍콩, 싱가포르 등 선진 지역으로 진출 확대하고 있음 • 성공 사례 : '25년 한국식 순두부(Mapo Tofu House), 요아정(Yoajung) 등 한국에서 인정받은 요식업계 브랜드로 홍콩 시장 진출. 홍콩 정부와 Invest HK 등 현지 지원제도를 적극 활용하는 동시에 다양한 한식 메뉴와 K-푸드 관련 체험행사를 도입하여 높은 방문율과 재방문 고객을 유치하고 있음. 전통 요리, 저가 메뉴와 프리미엄 메뉴의 조화가 현지인과 한류 팬들에게 고루 어필하고 있다는 평가 • 의의 : 홍콩 시장의 문화적 수용력, 간편식, 패스트푸드 소비 트렌드에 맞춘 전략적 진출 성과

자료: Invest HK

□ 유망 품목

- (화장품) 홍콩 내 한국산 스킨케어·화장품의 경쟁력은 지속적으로 강화되고 있으며, 트렌드 변화, 프리미엄·기능성 제품에 대한 현지 소비자 선호, 한류·디지털 마케팅 효과 등이 주요 성장 원인으로 분석
 - * 홍콩의 뷰티 제품 수입국 순위 : 한국(39.8%) > 싱가포르(11.7%) > 중국(9.9%) > 일본(8.52%)(Statista)
 - (식음료·F&B프랜차이즈) 홍콩 내 K-푸드 인기 상승 추세와 더불어 팬데믹 기간을 거치면서 다이어트식 건강식과 간편 조리식품 등 선호하는 방향으로 소비 패턴이 꾸준히 변화
 - K-푸드는 다이어트식, 건강·기능성 식품, 간편 조리식, 프리미엄/특화 소용량(개별 포장) 제품, 친환경 패키징 분야에서 경쟁력을 가짐
 - 식품 박람회, K-푸드 마스터셰프 이벤트, 현지 대표 레스토랑 진출 및 OEM 메뉴 개발 성공 사례가 증가하고 있으며, 모듈식 레스토랑 및 유산균 요거트 등 독특한 콘셉트와 경쟁력 있는 가격·스토리텔링·브랜드 마케팅 등이 주요 성공 포인트로 평가(Invest HK)
 - (프리미엄 소비재) 홍콩 고소득층과 디지털 세대는 프리미엄·기능성·독창성·브랜드 스토리가 결합된 제품을 선호하는 경향
 - 증가하는 북상소비(중국 본토에서 가성비 높은 제품 구매)와 대비된 홍콩만의 프리미엄 소비재·가치 소비재 확대
 - '24~'25년 고급 핸드백·주얼리·스포츠·레저용품·프리미엄 식품·간식·명품 뷰티·홈리빙 등 틈새 시장 성장세 뚜렷. 한국 브랜드는 창의적 콘셉트·트렌디 디자인·지속가능 가치로 제품 차별화 필요 (실버소비(Silver Consumption) 품목) 사회경제 구조의 근본적 변화와 함께 홍콩의 '실버 이코노미'* 성장이 기대되고 있으며 주요 소비자로 등장한 노령 인구를 대상으로 한 실버소비(Silver Consumption) 제품 개발, 표준인증 확대 추세
- * 의료, 간병, 헬스케어, 노인용 주거시설, 스마트 헬스·시니어 친화 ICT, 레저·복지 서비스, 실버 푸드·패션 등

- 홍콩 정부는 노령 소비층 대상 제품 R&D 지원을 확대하고 있으며 관련 학계, 기관, 기업과 연계한 시장·제품화 기회 다수
 - * (예시) 홍콩의 각 지역 사회복지관 등에서 원격 작업치료·재활 플랫폼(예 : LSCM Tele-Practice Platform), 노인 낙상 방지 특수 소재 매트(NAMI 개발) 등 실제 제품 사용 확대
- 홍콩은 광동·홍콩·마카오 간 공동으로 'GBA Standards'(Greater Bay Area Standards) 표준을 구축 중이며, 식품, 운송, 기계제품, 의료, 노인복지 등 200여 개의 표준 중 노인복지 서비스는 5개 분야 내 포함됨
- 고령자 시장 접근성 확대, 중국 본토 진출 용이 → GBA Standards* 인증 및 정부 지원을 활용해 홍콩을 거점으로 해서 광동성 및 마카오 등의 지역까지 시장 확대 가능

□ 진출전략

- **오프라인 체험소비, 북상소비 확산, 소가구·고령화, 가치소비 확산 등을 반영해 계층별 맞춤형 마케팅 추진**
 - (프리미엄) 고소득 소비계층을 겨냥한 프리미엄 브랜드 마케팅 강화
 - (가치소비) 본토의 가성비 소비와 차별화된 트렌디 제품, 스토리 중심 브랜드 구축 등으로 빠른 트렌드의 홍콩 시장에서 틈새 공략
 - **(진출 채널·마케팅 다변화) 온·오프라인 병행, 한류 마케팅 등 전략 다변화**
 - (유통 채널) 홍콩은 대형 백화점과 프리미엄 쇼핑몰이 소비 트렌드를 주도하며, 관광객 유치를 위한 문화·예술·테마형 매장, 플래그십 스토어, 이벤트 연계 팝업스토어 등 복합 소비공간이 확대
 - * 소고(SOGO, 코즈웨이베이), 레인크로포드(Lane Crawford, IFC Mall·퍼시픽플레이스), 윙온(Wing On, 성완 등), 하비니콜스(Harvey Nichols), 마크스앤스펜서(Marks & Spencer), 유화(Yue Hwa), AEON 및 YATA
 - (온라인 마케팅) 홍콩 소비자는 체험 중심의 오프라인 소비 성향이 강하며, 최근 SNS·온라인몰 마케팅 확대로 온·오프라인 상호 보완 활용
 - (한류마케팅) 현지 한류 문화행사와 연계한 제품 홍보 기회 활용
- * '25년 한국 스타 내한 공연(JISOO, Super Junior 등), 11월 MAMA 등 팬 참여형 상품·체험 확대

전략 ③

홍콩의 수출시장 다변화 전략 활용



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향) 중-홍 CEPA 2차 개정, RCEP 가입 추진, 일대일로(BRI) 확대를 위한 경제외교 다변화 노력 지속
 - * '25/'26년에도 사우디아라비아, 방글라데시 등 신규 국가와 투자 협정 체결 예정으로 글로벌 사우스(Global South) 협력 지속 확대
- MICE 산업의 중심지*로 국제 전시회와 컨퍼런스 참가 및 방문 국가의 다양성이 높음
 - * '25년 홍콩관광청(HKTB)의 지원으로 약 56개의 대형 국제 MICE 이벤트 개최, 16개 신규 국제 컨벤션을 유치하는 등 컨벤션 서비스, 소매, 요식업 및 엔터테인먼트를 포함한 산업 부문 전반에 걸친 경제 효과 창출

□ 현지 동향

- (역내 협력 강화) RCEP 가입 노력, 일대일로 경제권과의 협력 확대 등으로 중국 본토와 아세안, 중동, 중남미 등과의 역내 경제 협력 제고
 - '25년 8월 기준 홍콩은 총 21개 국가 및 지역과 총 9건의 FTA(자유무역협정) 또는 CEPA 체결·발효
 - * 중국 본토(CEPA, '04년), 뉴질랜드('10년), 유럽자유무역연합(EFTA : 아이슬란드, 리히텐슈타인, 노르웨이, 스위스, '11년), 칠레('12년), 마카오('17년), ASEAN(동남아 10개국, '17년), 조지아('18년), 호주('19년), 페루('24년)
 - 중-홍 CEPA는 중국 기업과의 협력 교두보, 대만구 지역 및 중국 본토 진출, 중국 기업의 역내 공급망 재편 참여 등을 위한 전략적 도구
 - * CEPA 서비스 협정('25년 3월 시행 개정)으로 금융·법률·엔지니어링·콘텐츠·물류·교육 등 대부분 업종의 중국 본토 및 ASEAN 진입 조건 대폭 완화
 - CEPA(+중국), ASEAN, RCEP 등은 회원국 기업(한국 기업 포함)에게도 홍콩 통한 우회 진출 (글로벌+중국) 기회를 제공할 것으로 기대
 - FTA나 투자 협정 MOU 등을 토대로 홍콩은 중국 본토, GBA, 동남아, 오세아니아, 중남미, 유럽으로 이어지는 접점을 구축하여 신산업과 디지털 전환·첨단제조·서비스 융합 분야의 해외 기업들과 상생 및 시너지가 높아질 전망
- (MICE 거점) MICE 산업의 중심지 공고화 및 신규 전시회 개최 확대
 - 홍콩은 아시아 태평양 지역 내 주요 MICE 산업 허브로 최근 홍콩 정부의 적극적인 지원과 인프라 투자, 이벤트 지원금, 유리한 항공 여건 등 보유
 - 이에 따라 홍콩의 MICE/전시/관광 산업 동시 성장세를 보이는 등 글로벌 무역 허브·비즈니스 이벤트 도시로 위상 강화

- 홍콩의 MICE 부문은 관광 및 경제 전략의 중요한 요소로, '24년 기준 약 142만 명 방문객 기록 (전년 대비 10% 증가)했으며, 이 중 절반 이상이 해외에서 유입된 방문객
- '25년 홍콩관광청(HKTB)의 지원으로 약 56개의 대형 국제 MICE 이벤트 개최, 16개 신규 국제 컨벤션을 유치하는 등 컨벤션 서비스, 소매, 요식업 및 엔터테인먼트를 포함한 산업 부문 전반에 걸친 경제 효과 창출*
 - * 방문객 총 체류 지출 HK\$14억 예상, 1인당 지출 HK\$7,800
- 전체 MICE 참가자 26만 명, 행사 분야도 핀테크, ICT, 의료, 항공, 렉서리 소비자, 패션, 친환경 등 다양한 산업 분야로 다변화 추세

□ 유망 품목

- (전자·전기(IT/디지털/반도체·부품 등) 제조·수출) 무관세/원산지 통합 혜택) RCEP, ASEAN FTA, CEPA(원산지 규정 완화, 누적·공통 적용)로 베트남·태국 등에서 생산해 부가가치를 더한 제품도 홍콩 경유로 중국 본토, ASEAN, 오세아니아 등지로 재수출 시 무관세 및 신속통관 혜택 가능
- (첨단 서비스·지식산업) 핀테크, 소프트웨어, 클라우드·IT 서비스, 디지털솔루션 등 신산업의 경우 '25년 3월 CEPA 서비스 협정 개정으로 중국 및 대만구(GBA)·ASEAN 등 진입 장벽이 대폭 완화되어 전문인력·서비스·지식산업 분야의 '홍콩 경유 우회 진출'이 더욱 용이해질 것으로 기대
- (컨벤션/전시 및 관광·문화콘텐츠) 홍콩에서 개최되는 국제 전시회와 컨퍼런스 플랫폼을 활용하여 홍콩 외 주변(중국 본토, GBA) 시장까지 저변 확대 가능
 - 특히 중국 남부 지역(웨강아오 대만구(GBA)) 간 연계가 강화되면서, 홍콩의 MICE 산업은 홍콩의 글로벌 허브 지위와 GBA의 제조 경쟁력, 내수시장 확대 효과가 결합되는 '아시아 최대 비즈니스 이벤트 생태계'로 발전
 - 중화권 한류 거점인 홍콩의 특성상 젊은 관광객들이 문화, 예술, 전시 활동에 참여하거나 대규모 콘서트 등을 관람하기 위해 홍콩을 방문하는 사례 증가. 특히 한류·콘텐츠·패션·전시회와 연계한 K-콘텐츠, 크리에이티브 굿즈, 문화 융합 패키지는 홍콩 현지 소비자 및 외부 관광객으로도 판매 확대 가능
 - KCON 개최의 연례화 등 대형 한류 이벤트를 활용하여 K-소비자 및 K-푸드 홍보 사업 기회 모색

중-홍 CEPA 협정 활용 무관세 혜택 수출 사례

기업명	주요 내용
IT 부품 (배터리/모듈/PCB 등 공급사)	<ul style="list-style-type: none"> 성공 사례 : 동남아 → 홍콩 경유 → 중국 본토로의 물류/밸류체인 허브를 구축한 한국·글로벌 전자 부품기업들이 동남아 생산 부품을 홍콩에서 최종 조립·검수 공정을 거쳐 CEPA 인증을 기반으로 중국 본토로 0% 관세로 대량 납품한 사례 다수 <ul style="list-style-type: none"> * 홍콩통계청에 따르면 '25년 5월 기준 CEPA를 통해 누적 1,030억 위안(RMB, 약 19조 원) 이상의 관세가 면제됐으며, 이 중 전자·전기·IT·기계 품목이 가장 큰 비중을 차지 의의 : 홍콩 시장의 글로벌 개방성, 중국 시장과의 강화된 연계성 등을 활용하여 CEPA 원산지 기준을 맞추면 무관세 및 신속통관의 실질적 파트너십·수출 가능

자료: HKTDC Research

□ 진출전략

- (역내 협력 시스템 활용) CEPA, GBA협력, RCEP 등 홍콩의 이점을 활용하여 중국 본토, GBA, 동남아, 오세아니아, 중남미, 유럽으로 이어지는 점점 구축
 - 신산업과 디지털 전환·첨단제조·서비스 융합 분야의 해외 기업들과 상생 및 시너지가 높아질 전망
- (글로벌 바잉오피스 활용) 홍콩은 아시아 최대의 글로벌 바잉오피스 집적지로, 다국적 유통·리테일 브랜드(미국·유럽·일본·동남아 등)가 지역별 제품 소싱 본부를 운영
 - 글로벌 기업의 홍콩 내 아시아 바잉오피스 상시 관리·네트워킹을 통해 한국 소싱 추가 수요에 기반한 제품 매칭 및 對홍콩 및 제3국 수출 확대
 - 바이오·의료 등 헬스케어 분야 등 신성장 분야의 경우 홍콩에서 개최되는 다양한 산업별 전문 컨퍼런스에 참가함으로써 제품 인지도 제고 및 수요 확대 추진
 - * '23년 7월~'24년 6월까지 81개의 컨퍼런스 행사 등이 홍콩전시컨벤션센터(HKCEC)에서 개최되었으며, 여러 기관과 단체에서 현지 호텔 등에서 다양한 전문 컨퍼런스를 개최하고 있음
- (전시회 활용도 제고) 홍콩 전시회를 수출 확대 및 테스트 마케팅 기회로 활용
 - (한국관 참가) 홍콩에서 개최되는 대표(flagship) 국제 전시회 및 신산업 분야 전시회 한국관 참여를 통한 신규 바이어 발굴 및 거래선 관리 강화
 - * '23년 코스모프로프 뷰티 홍콩 전시회(11월)에는 119개국 65,582명의 참관객이 방문
 - 신규 트렌드 타깃 또는 신성장 산업 분야 전시회 참여 확대를 통해 홍콩의 MICE 산업 부가가치를 제고하면서 우리 기업의 수출시장 다변화 기여

전략 ④

미래 산업 기회 창출



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향) 1인 가구 확대(20.2%), 소가구 위주 구성원(평균 2.6명), 초고령 사회 진입 등이 사회적 이슈로 대두되면서 파생 비즈니스 기회 증가
- (기회 요인) 홍콩은 ‘아시아 프리미엄 의료·바이오 R&D·자본조달 허브’로 GBA·중국·글로벌 연계가 강화되며, 해외 기업·기관·대학과의 기술·인재·자본 협력 수요가 지속 증가

□ 현지 동향

- (초고령 사회 진입) 고령화와 의료 수요 증가로 첨단 의료·바이오, 스마트헬스, R&D·자본시장 등에서 성장 잠재력·협력 수요 확대
 - * '25년 기준 65세 이상 인구 비율 23%로 초고령사회 진입, 공공·민간 보건 지출은 최근 10년간 꾸준히 증가해 '22~'23년 약 364억 달러(GDP의 10%) 기록(홍콩식품건강국)
- 실버경제(Silver Economy) 육성*, 민생 안정 등 다양한 정부 정책을 지속 발표하면서 관련 산업에 경제적 활력을 불어넣고 있음
- (혁신산업) 혁신 기술과 산업 육성을 위한 허브로서의 홍콩의 가치 증대
 - 홍콩 정부는 ‘일국양제(One Country, Two Systems)’의 강점을 바탕으로 중국 국가발전전략과 연계한 신산업화 정책을 추진하며, 혁신 기술·산업 육성 허브로서 홍콩의 가치 제고

- AI 슈퍼컴퓨팅 센터(AISC) 개소, 3억 홍콩 달러 규모의 AI 보조금 도입, 100억 홍콩 달러 규모의 혁신 산업 발전계획 등 다양한 홍콩 정부의 정책 지원 확대
- 웨강아오 대만구(大灣區·Great Bay Area)* 발전 차원에서 홍콩·선전 혁신 및 과학 기술원(HSITP)을 통해서 생명과학, 핀테크, AI 등의 분야 혁신 기술 개발 지원 확대

- AI·디지털 산업은 홍콩 정부와 기업의 핵심 성장축으로, 글로벌 인재·자본 유치, 지역 허브 전략, R&D센터 확충, 스타트업·유니콘 집적으로 '25년 이후에도 '아시아 AI+디지털 허브' 위상 강화 전망

□ 유망 품목

- (금융·핀테크·헬스테크 등 신산업) 홍콩은 혁신 기술 기반 수출·R&D 협력 거점으로, 한국 기업의 중국 및 글로벌 공급망 참여 기회 확대
 - AI 금융 수요 증가 : 금융허브인 홍콩은 시장 예측·리스크 관리·고객 응대 챗봇 등 AI 분석 기술 도입이 활발
 - 전략기업 유치 강화 : '25년 8월 신설된 전략기업유치국(OASES)은 첨단 제조, 신에너지, AI·데이터 과학, 핀테크, 바이오·헬스 등 핵심 산업 투자 유치 확대 중

- (실버산업 관련 품목) 건강 중시 트렌드로 헬스케어·홈·뷰티기기 수요가 견조하며, 1인·소가구 확대로 펫용품 등 연관 비즈니스 수요도 증가

중-홍 CEPA 협정 활용 무관세 혜택 수출 사례

기업명	주요 내용
Westwell Technology	<ul style="list-style-type: none"> • 성공 사례 : 스마트 신에너지 차량을 포함한 AI 기반 물류 솔루션 개발을 전문으로 하는 Westwell Technology는 '23년 홍콩 지사 설립 이후, 홍콩 전략산업유치국(OASES)의 전략 기업으로 선정. 이후 홍콩 과학단지 내 R&D 센터를 설립하고 전 세계 28개국 200개 이상 고객사를 보유한 글로벌 본부로 성장 • 의의 : 홍콩의 글로벌 금융 허브이자 물류 중심 이점, 그리고 홍콩 정부의 지원정책을 활용하여 사업 확장

자료: SCMP

□ 진출전략

- (정책 활용) 홍콩 정부의 혁신 기술 육성 관련 지원 정책 연계 및 활용
 - 홍콩 정부는 핀테크와 AI 등 신기술 육성을 위해 사이버 포트(Cyberport), 홍콩사이언스파크 (HKSTP) 등을 통해 다양한 재정적 및 인프라 지원 제공
 - 홍콩 전략기업유치국(OASES) 등 혁신산업 기업 유치 전용 지원을 활용해, 초기 현지 진출/법인 등록·테스트베드·파트너 연계·인증 컨설팅·자금·R&D 펀드·유니콘화 등 성장지원 체계를 적극 이용할 수 있음.
- (현지 금융 생태계·글로벌 기업 네트워킹 활용) 홍콩은 세계적 금융 중심지로, 현지 은행·자산운용사·핀테크 기업·글로벌 VC(벤처캐피털)와 전략적 파트너십 구축 기회 다수
 - 이와 동시에 홍콩의 글로벌 인증 인프라, 참조국(한국 포함) 제도를 활용하여 신규 핀테크·테크솔루션 등록/테스트를 신속히 진행할 수 있음
 - 또한 GBA 및 중국·동남아 현지 파트너 협력 확보를 위해 우선적 홍콩 진출로 시장 검증 후 중국 본토·글로벌 시장 확장 전략을 취할 수 있음
- (파생 기회 활용) 실버산업 관련 전시회 확대 등 파생 진출 기회 발굴
 - 홍콩은 '아시아 프리미엄 의료·바이오 R&D·상업화·자본조달 허브'로 GBA·중국·글로벌 연결고리 역할이 강화*되고 있으며 해외 기업, 기관, 대학 과의 기술·인재·자본 협력 수요 지속 증가
 - * 중국 본토·GBA와 규제 연동으로 임상시험·신약 등록 규제 간소화 서비스로 홍콩 임상데이터 → 중국·미국·EU 신약 등록을 연계할 수 있는 글로벌 임상시험 거점 역할 가능
 - 바이오·의료, 헬스케어, 건강식품, 반려동물 산업 등 실버경제와 관련된 홍콩 전시회 개최는 지속 확대되고 있으며 해당 전시회, 대형 이벤트 참가를 통한 바이어 발굴 가능



① 해당 지역 : 중국 본토

친환경 연료 전환, LNG·연료전지 기자재의 블루오션

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> 중국은 '이중탄소' 목표 아래 친환경 연료 기반 선박 개발을 가속 중으로, LNG 이중연료, 연료전지, 디지털 트윈, AI 항법 시스템 등 적용이 확대되며 고성능 기자재 수입 수요가 지속됨 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> 중국은 친환경·스마트 선박 개발을 확대했으나, 고성능 엔진·정밀 항법장비는 여전히 수입 의존도가 높음 한국·일본이 고급 선박 기술에서 우위를 유지하고 있으며, 유럽은 친환경 선박 표준화 주도로 기술 경쟁을 주도 중 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> 우리 기업은 LNG·수소·암모니아 연료 추진 기자재, 스마트 항법·제어 시스템 분야의 공동 개발 및 기술 라이선스 협력 추진 가능 중국 내 한중산업단지, 조선 관련 자유무역시험구를 거점으로 현지 조선소와 부품 공급망·R&D 협력 네트워크 구축 전략 유효 |

AI·로봇 융합의 실버테크 봄, '휴머노이드 돌봄 로봇' 급부상

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> 중국 고령화가 가속되며, 노인 돌봄·건강관리 로봇 수요 급증으로 중국 정부는 돌봄·지능형 로봇을 미래 핵심 산업으로 지정, 정부 차원의 정책·재정 지원이 강화되고 있음 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> 휴머노이드 로봇은 중국이 글로벌 공급망 점유율 60% 이상, 단, 정밀부품·AI센서 등 핵심기술은 여전히 수입 의존도가 높음 특히, 노인 돌봄 로봇은 에코백스, 메이디, 유비테크 등 중국 대기업 중심이나 아직 독점체계는 아니며 경쟁 여지 존재 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> 우리 기업은 고령친화형 서비스 로봇, 재활·간병 특화 모듈, 안전인증기술 등 틈새형 부품·소프트웨어 중심으로 협력 유망 휴머노이드 완성체 기업 공급망에 참여하여 '대체 불가능한 부품'으로 포지셔닝하고, 한·중 기술 협력사업 참여 효과적 |

친환경·스마트화 전환 속 ‘복합식 산업용 집진설비’ 수요 급증

- | | |
|-------------|---|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none">• 중국 정부의 대기오염 규제 강화로 초저배출 개조 및 신에너지·반도체·의약 등 청정생산 환경 산업이 확대되며 산업용 집진설비 고정밀 소형 집진설비 수요가 급성장 중임 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none">• 기존 대형 집진기 시장은 현지 기업이 주도하나, 초미세 입자 필터·스마트 제어형 설비는 수입 의존도가 높음• ’24년 중국의 집진설비 수입액 중 한국산이 20% 차지, 복합식 집진기 부문에서 1위 수입국으로 부상 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none">• 반도체·배터리 등 첨단산업용 초미세 집진설비 및 PTFE 필터 등 고성능 소재 중심의 시장 공략 필요• 장쑤·저장·광둥 등 산업 밀집지역 중심으로 대리상 발굴 및 현지 산업단지 기반 협업 확대가 효과적 |

AI 데이터센터 확산이 견인하는 고효율 전력장비 시장 급성장

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none">• 중국의 AI 데이터센터(AIDC) 확산으로 전력 장비 수요가 급증하며 시장 규모는 ’28년 1,000억 위안 돌파 전망• AIDC는 기존 IDC 대비 5~10배 전력 수요를 요구, 고효율·저손실 전력공급장비가 핵심으로 부상 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none">• 글로벌 기업(EATON, SIEMENS, SCHNEIDER 등)은 모듈형 통합 솔루션 중심으로 고급 시장 주도• 반면 중국 기업은 장비 단품 중심 생산에 집중하며, 품질·효율 면에서 외자 대비 기술 격차 존재 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none">• 우리 기업은 UPS·BBU·HVDC 등 고효율 전력장비 기술력을 앞세워 AI 데이터센터용 시장 공략 필요• 중국 통신·인터넷기업(Ali, Tencent 등) 중심의 AIDC 프로젝트 참여 확대를 통한 전략적 공급망 진입 유망 |

디지털 신뢰 강화와 함께 성장하는 중국 사이버보안 시장

- | | |
|-------------|---|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none">• 디지털 전환·AI 확산으로 사이버보안이 기업 경쟁력의 핵심 수단으로 부상, ’24년 시장 규모 721억 위안 도달• 정부·금융·제조·의료 등 전 산업에서 정보보호 수요 급증, 클라우드·AI·제로트러스트 기반 기술 중심으로 고도화 진행 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none">• 치안신, 치밀싱천, 선신푸 등 대형 기업이 통합 보안 플랫폼 구축을 주도하며 시장점유율 확대 중에 있음• 스타트업·중소기업은 AI·산업제어보안·모바일보안 등 틈새분야에서 기술특화 전략으로 성장 중임 |

- 진출방안**
- 우리 기업은 AI 기반 위협 탐지, 클라우드 보안, SaaS형 관리서비스 등 기술경쟁력이 높은 영역 중심으로 진출 유망
 - 현지 기업과 R&D·유통망 협력 및 정부 프로젝트 참여를 통한 시장 진입이 효과적, 산업별 맞춤형 보안 솔루션 제안 필요

구강건강 인식 확산에 따른 디지털 치아 교정 시장 고성장

- 선정사유**
- 구강건강 의식 확산과 치과 진료 접근성 향상으로 치아 교정 수요가 빠르게 확대되고 있음
 - 3D 프린팅, AI 기술 접목 교정기 확산, 개인 맞춤형 치료 선호로 고급 교정장비 수요가 증가함
- 경쟁동향**
- 글로벌 브랜드 중심 시장(미국 Invisalign, 3M 등)이지만, 중국 기업도 디지털 기술 고도화로 점유율을 높이고 있음
 - 중국 내 교정기 시장은 고급화·다양화로 세분화되고, 해외 브랜드와의 경쟁이 심화되는 추세임
- 진출방안**
- 우리 기업은 AI 기반 3D 스캐닝 교정장비, 투명 교정기 등 재활·심미형 의료기기 분야 진입 유망
 - 현지 NMPA 인증 확보와 치과병원·의료플랫폼 협업을 통해 유통 채널 다변화 전략이 효과적임

기능성과 패션 감각을 결합한 신(新)패션 트렌드

- 선정사유**
- 중국 패션 시장은 리오프닝 이후 회복세와 함께 기능성·프리미엄 제품 중심으로 소비가 고급화 되는 추세임
 - 애슬레저, 자외선차단복 등 기능성 의류가 일상복으로 확산되며, 고성능·친환경 소재 수요가 빠르게 증가함
- 경쟁동향**
- 중국 로컬브랜드(리닝·안타·특보 등)는 라이브커머스·SNS로 점유율을 확장하며, 글로벌 브랜드와 경쟁 심화
 - 한국 브랜드(젝시믹스·코오롱스포츠 등)는 프리미엄 소재, 디자인 차별화로 상하이·베이징 등 대도시 중심 유통망 확대
- 진출방안**
- 우리 기업은 고기능성 원단·항균·자외선 차단·경량 소재 중심, 제품 다각화 및 프리미엄·친환경 브랜드 이미지 강화 필요
 - 더우인·샤오흥슈 등 SNS 기반 온라인 마케팅 강화, 피트니스 인플루언서 협업 등 현지화 전략으로 브랜드 인지도 확대

간편함이 경쟁력, 1인 가구·요식업 혁신이 이끄는 간편식·밀키트 시장

- | | |
|-------------|---|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none">• 1인 가구 증가와 외식비 상승으로 간편식·밀키트 수요가 급증, '26년 시장 규모 1조 위안 돌파 예상• 팬데믹 이후 가정 내 조리와 '혼밥' 문화 확산, 편의성·품질 높은 한식형 간편식이 새로운 소비 트렌드로 부상 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none">• 현지 브랜드(캉스푸, 웨이룽 등)는 제품 다양화·IP 콜라보·팝업스토어를 통한 마케팅으로 시장 주도• 한국 비비고·풀무원 등은 품질과 한식 특색으로 프리미엄 이미지 구축, 합리적 가격으로 중고소득층 중심 점유율 확대 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none">• 현지 기업과의 협력으로 제품 현지화 및 포장 차별화 추진, 온·오프라인 복합 유통망 적극 활용• 징동·타오바오 등 온라인 플랫폼 활용 한식 밀키트 직판, 현지 생산 및 체험형 매장 모델로 시장 접근성 강화 |

스마트 육아와 프리미엄화가 이끄는 중국 유아용품 시장

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none">• 출산율 감소에도 '24년 출생 인구 954만 명으로 반등하며 육아소비 시장은 4조 6,000억 위안 규모로 성장 전망• MZ세대 부모의 과학적 육아·정보 기반 소비 확산으로 프리미엄, 스마트형 육아용품 수요 급증 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none">• 로컬 브랜드 '하이즈왕', 'Winona Baby' 등은 온라인 채널 중심 유통과 SNS 마케팅으로 빠르게 점유율 확대• 한국·일본 브랜드는 안전성·품질 신뢰로 프리미엄 시장에서 여전히 경쟁력 보유 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none">• 유아 스킨케어·AI 완구 등 세분화 시장 공략, 중국 Z세대 부모의 디지털 친화 소비 패턴에 맞춘 온라인 유통 강화 필요• 현지 규제에 부합하는 안전 인증 확보 및 제품 성분·검사 결과 투명 공개로 브랜드 신뢰도 제고, 프리미엄화 전략 지속 추진 |

② 해당지역 : 홍콩

산업의 핵심 부품, 전기전자 제품의 수요 증가

- | | |
|-------------|---|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> 중-홍 CEPA 등 정책 확대로 공급망 GVC 진입 기회 증가 → 한국의 수출 다변화 주요 품목 홍콩의 전자·전기(IT/디지털/반도체·부품 등) 제조·수출) 무관세, 원산지 통합 혜택 활용 가능 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> 전자·전기제품은 홍콩 전체 수입의 51.3%('25년 상반기) 비중으로 홍콩 대외교역의 가장 중요한 품목. 주요 수입국은 중국(39.6%) > 대만(20.1%) > 싱가포르(12.7%) 순(한국은 전체의 5순위) |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> RCEP, ASEAN FTA, CEPA(원산지 규정 완화, 누적·공통 적용) 등 역내 협정 등 역내 파트너십 기반 활용 베트남·태국 등 생산비용이 낮은 역내국에서 생산 후 홍콩 경유로 최대 시장(중국 본토, 미국, 일본 등)으로 재수출, 무관세 및 신속 통관 기회 활용 |

한류와 함께 증가하는 K-뷰티 인기 열풍

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> 프리미엄·기능성 제품 현지 선호 증가, K-뷰티 인기 상승 홍콩 화장품 시장은 수입 브랜드 비중이 크며 한국산 제품이 시장점유율 39%로 수입국 1위 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> 전체 스킨케어·화장품 시장 매출의 60% 이상이 글로벌 브랜드에 집중. 색조화장품 시장에서는 로레알, 에스티로더, 시세이도, 샤넬 등 4개사의 점유율 60% |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> (프리미엄) 중국 본토 소비(가성비)와 차별화되는 독특한 콘셉트, 브랜드 아이덴티티를 구축하여 고소득 소비계층을 겨냥한 프리미엄 브랜드 마케팅 강화 (한류마케팅) 현지 한류 문화 행사와 연계한 제품 홍보 기회 활용 |

홍콩의 초고령 사회 진입, 실버경제 증가 전망

- | | |
|-------------|---|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> 홍콩의 초고령화 사회 진입으로 정부 차원의 실버산업 육성· 소비촉진 정책 확산 중 홍콩 실버산업은 '24년 약 달러 436억 달러(GDP 11% 비중)에서 '34년 달러 635억 달러 규모로 크게 증가 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> 미국·일본·중국 등이 실버기기(의료기기, 보조기)로 주요 경쟁국이며, Johnson&Johnson, Medtronic, 필립스 등 글로벌 브랜드 강세 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 실버제품(의료·보조기기, 건강식품, 영양제 등)과 테크 기반 R&D 협력 강화 실버 전문전시회(홍콩 시니어엑스포 등) 등 대형 이벤트 참가를 통한 바이어 발굴 |



① 해당 지역 : 중국 본토

도시경제를 움직이는 ‘콘서트 소비’, K-콘텐츠의 新기회

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> • 콘서트 산업은 중국에서 ‘이동하는 GDP’로 불릴 만큼 지역 경제에 미치는 파급력이 큼 • 젊은층 중심의 팬덤 문화가 공연·여행·소비를 결합한 새로운 경제 구조를 형성하며 지속 성장 중 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> • 주걸륜, TFBOYS 등 인기 아티스트 공연이 도시별 브랜드화·관광소비 확산 견인, 각 지방정부는 콘서트 유치정책 강화 • ‘K-POP 파티’, 지역형 음악축제 등 새로운 팬 참여형 문화가 확산하며 공연산업이 지역 인프라 산업으로 발전 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> • 우리 기업은 K-POP 공연·굿즈·패키지 관광 등 공연 연계 소비상품으로 협력 기회 확대 가능 • AR·VR 공연기술, 팬덤 플랫폼, 실시간 스트리밍 등 디지털 공연 솔루션 분야에서도 기술 협력 수요 존재 |

‘굿즈 경제’의 급성장, 감정소비와 IP 결합의 新시장

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> • 중국 MZ·알파세대의 감성소비 확대에 따라 IP 기반 감정소비·힐링경제가 빠르게 확산 • 서브컬처 대중화로 굿즈 시장은 애니메이션·게임 IP 확산과 Z세대의 정서적 가치 소비 확대로 시장이 급성장 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> • 팝마트·카요우 등 현지 기업이 굿즈 전문 매장·랜덤 굿즈 시장 주도, IP 상업화 체계 확립 • 해외 IP 의존도 높고 모조품·리셀 문제 지속, 현지 IP는 스토리성 부족으로 경쟁력 제한 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> • 우리 기업은 웹툰·이모티콘·일러스트 등 독자 IP 확보 및 현지 콜라보 확대 필요 • 한국 캐릭터·콘텐츠 기업은 ‘IP+경험+마케팅’ 전략으로 현지 플랫폼과 협력한 상업화 모델 구축 필요 |

IP 비즈니스로 확장하는 중국 애니메이션 산업

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | • '25년 '너자 2' 흥행으로 중국 애니메이션 산업이 글로벌 시장에서 상업적 잠재력과 경쟁력을 입증함 |
| 경쟁동향 | • 텐센트·유쿠·빌리빌리 등 플랫폼이 주도, 자체 IP 및 3D 제작 강화로 시장 집중도 확대
• 로컬 기업은 굿즈·게임·테마파크 등 IP 파생상품 사업으로 수익 다각화, 글로벌 OTT 협력도 확대 |
| 진출방안 | • 우리 기업은 공동 제작, IP 라이선스, 게임·완구 연계 등 복합 IP 비즈니스로 협력 기회 확보
• 현지 플랫폼·기업과 협작을 통해 규제 리스크를 줄이고, 글로벌 OTT 채널을 활용한 해외 동시 진출 전략 추진 유효 |

② 해당지역 : 홍콩

홍콩의 아시아 AI+디지털 허브 거점 활용

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | • '하나의 국가, 두 개의 체제(One Country, Two Systems)'라는 홍콩의 강점을 기반으로, 중국 본토와는 차별화되는 홍콩의 전략적 가치 증대
• '아시아 AI+디지털 허브' 도약을 위한 정책 확대 |
| 경쟁동향 | • 중국계/미국계·현지 디지털·금융 기업이 우위를 점하고 있으며, 특히 중국계 AI/빅테크 기업은 자금 조달, 글로벌 인재 유치, 글로벌 시장과의 연결을 위해 홍콩에 거점을 마련하는 추세 Deepseek, CloudWalk 등 |
| 진출방안 | • 홍콩 정부, Cyberport, HKSTP(과학기술단지) 액셀러레이터 및 다양한 다국적 금융기관 연계 인큐베이팅, 혁신·기술 펀드, R&D 지원 등 각종 인센티브 활용
• 홍콩의 샌드박스(테스트베드), 인허가(라이선스), PoC(개념 검증) 등 현지의 테스트 제도를 활용한 선진출 → 테스트 → 후검증으로 시장 리스크 최소화 |

K-Food의 인기로 프랜차이즈 신규 입점 확산

- | | |
|-------------|--|
| 선정사유 | • 1인 가구·고령화, 바쁜 일상 등 변화로 간편식, 건강식, 비건/친환경 식품 수요가 급증하고 있으며, 이에 따라 F&B 요식업계의 업종 전환 회전율도 빠른 편 |
| 경쟁동향 | • 홍콩 총 인구(750만) 대비 밀집도 높고 경쟁이 매우 높은 편. 특히 현지 대기업/글로벌 브랜드와 중국계 레스토랑 강세 |
| 진출방안 | • 홍콩의 높은 운영비용(렌트, 인건비)으로 초기 투자비용이 높으므로 진출 초반 현지 마스터 프랜차이즈/파트너와의 협작 형태(JV, 라이선싱 등)로 리스크 최소화
• 현지 식문화·취향 및 트렌드 변화 분석, 점포 관리 시스템(위생, 품질, 빠른 회전율 등) 구비, 관련 정책(외식업계 수입근로자 운영지침) 준수 |

글로벌 금융·법률·컨설팅산업의 아시아 허브

- | | |
|-------------|---|
| 선정사유 | <ul style="list-style-type: none">• 중국 본토·아시아 및 글로벌 시장 확장을 위한 관문 역할• 영미법 기반과 국제 인증, 세제·사업환경 우위로 아시아 및 신흥시장 진출 네트워크 활용 용이 |
| 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none">• 홍콩은 글로벌 금융·법률·컨설팅 업계의 아시아 허브로, 미국·유럽·싱가포르·일본 등 전문서비스 회사의 집적지 |
| 진출방안 | <ul style="list-style-type: none">• (현지화) 서비스 및 솔루션의 현지화와 국제영미법 및 중국계 법률 환경(이중 체계)에 특화된 글로벌 인재 확보• (차별화) 글로벌 금융·법률·컨설팅 업계의 집적지로, 비교적 치열한 경쟁환경 내 한국형 서비스 브랜드화 등 차별화된 비즈니스 모델 개발 |

첨부 4

'26년도 KOTRA 주요사업(잠정)



'26년 중국 지역 KOTRA 주요 사업

구분	주요 사업명	일시/장소
소재·부품·장비	한-중(창춘) 차세대 모빌리티 협력 플라자	4월/창춘
	한중 로보세미콘 파트너링 상담회	4월/선전
	환경기계 스마트제조 수출상담회	5월/톈진
	중국 중부 조선 박람회 연계 한국관	5월/우한
	전정특신기업 협력 내수시장 진출 상담회	6월/칭다오
	한-산동성 친환경 조선해양 기자재 파트너링 상담회	6월/칭다오
	한중 자동차전장 파트너링 상담회	6월/선전
	반도체 장비 및 부품 수출 상담회	6월/난징
	2026 중국 베이징 로봇 전시회 연계 전시용복합사업	8월/베이징
	한-중 조선해양 비즈니스 파트너링 플라자	8월/다롄
	2026 한중 항공기 부품 공급망 진입 상담회	8월/톈진
	톈진 신에너지차 박람회 연계 중국 완성차 네트워킹 데이	9월/톈진
	충칭 완성차 기업 수소에너지 핀포인트 상담회	9월/충칭
	조선 해양중공업 친환경 기자재 수출상담회	9월/난징
ICT·서비스	위린 국제에너지수소전시회	9월/시안
	2026 한중 미래차 자동차 부품 GP DAY	10월/베이징
	2026 중국 푸저우 해양장비박람회 연계 수출상담회	10월/샤먼
	2026 중국 우한 스마트시티 전시회 연계 수소산업관	4월/우한
	2026 항저우 AI+ 기술협력 로드쇼	5월/항저우
	2026 한중 AX 제조 및 서비스 파트너십	9월/청두
	한-중(산동성) AI 스마트팜 수출 로드쇼	9월/칭다오
바이오헬스	한중 콘텐츠 산업 비즈니스 상담회	11월/베이징
	한중 서비스 교류촉진(프랜차이즈) 로드쇼	11월/베이징
	2026 중국 청두 IP 콘텐츠 클러스터 파트너십 상담회	11월/청두
	K-콘텐츠 상품화 쇼케이스 플랫폼 운영	연중/청두
	2026 중국 상하이 의료기기 전시회	4월/상하이
	2026 중국 천진 병원건설 전시회	5월/톈진
	2026 중국 상하이 의약품 전시회	6월/상하이

구분	주요 사업명	일시/장소
바이오헬스	한중 의료바이오 산업 협력 상담회	6월/난징
	한-중(산등성) AI 의료 파트너링 행사	7월/칭다오
	한-후베이 미래협력플라자_실버헬스	9월/우한
	2026 베이징 복지전시회 연계 한국관 운영	9월/베이징
	중국(창춘) 국제 의료건강산업 전시회	12월/창춘
소비재	한-중 국제무역산업원 콴징 입점사업	3월/선양
	웨이하이 수입상품박람회 연계 한국관 운영	3월/칭다오
	시안 춘계 뷔티박람회 한국관	4월/시안
	2026 베이징 양로전시회 연계 한국관 운영	5월/베이징
	2026 중국 상하이 미용 전시회	5월/상하이
	2026 중국 스포츠 전시회	5월/샤먼
	한중 무역플랫폼 협력 소비재 수출지원	6월/하얼빈
	2026 중국 국제크로스보더 전자상거래 전시회 연계 수출상담회	6월/샤먼
	한-저장성 섬유산업 온라인 상담회	6월/항저우
	2026 홍콩 쥬얼리 & 젬 페어	6월/홍콩
	2026 중국 상하이 유아용품 전시회	7월/상하이
	2026 중국 청두 추계 미용 전시회 한국관	10월/청두
	2026 한국상품(옌정)무역투자박람회 연계 융복합사업	11월/난징
	2026 홍콩 코스모프로프 아시아 미용 전시회	11월/홍콩
	C-커머스 활용 온라인 판촉지원 사업	연중/베이징
	더우인 온라인 한국관 B2B2C 및 티몰글로벌 입점 지원 사업	연중/항저우

첨부 5

'26년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더



주요 정치 일정

주요 행사	일시(잠정)	비고
양회(兩會) (전국인민대표대회, 전국인민정치협상회의)	3월	당해 연도 정치·경제 운영 방침 결정, 향후 5년 경제발전계획 심의
중국공산당 20기 5중전회	10월	당 발전 방향 논의 및 확정

주요 경제·통상 일정

구분	주요 행사	일시(잠정)	비고
중국 본토	보아오 포럼	3월 24~27일	하이난
	중앙경제공작회의(中央經濟工作會議)	12월	거시경제정책 방향 결정
	아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의	미정	
홍콩	2026~2027 홍콩 연간 정책 방향 발표	2~3월	
	중국-홍콩 CEPA 서비스 무역 보충협정	상반기	협의
	홍콩-신흥국 투자 협정 체결	잠정	사우디, 페루 등
	2026년 홍콩 행정장관 시정연설	10월	

유망 전시회 캘린더

주요 행사	일시(잠정)	비고
홍콩 유아용품 전시회	1월	홍콩
2026 중국 광저우 치과의료기기 전시회	3월	광저우
2026 중국 광저우 스마트 제조기술 및 장비 전시회	3월	광저우
홍콩 아트 바젤 전시회	3월	홍콩
오토차이나 2026(베이징 국제 오토쇼)	4월	베이징
제35회 중국국제건강산업박람회	4월	베이징
2026 중국 상하이 의료기기 전시회	4월	상하이
2026 중국 하이커우시 국제 소비재 전시회	4월	하이커우

주요 행사	일시(잠정)	비고
2026 중국 우한 스마트시티 전시회	4월	우한
2026 중국 우한 미용 전시회	4월	우한
2026 중국 춘계 수출입 상품 교역회(캔톤페어)	4~5월	광저우
홍콩 선물용품 전시회	4월	홍콩
홍콩 전자 전시회(춘계)	4월	홍콩
중국 홍콩 글로벌소시스 소비재 전자 전시회(춘계)	4월	홍콩
베이징 국제 로봇 전람회(CRS Expo)	5월	베이징
2026 중국 상하이 미용 전시회	5월	상하이
실크로드 국제전시회	5월	시안
2026 중국 스포츠 전시회	5월	샤먼
마카오 비욘드 엑스포	5월	홍콩
2026 중국 마카오 글로벌 게이밍 박람회	5월	홍콩
베이징 인공지능 전람회(AI Expo)	6월	베이징
2026 중국 상하이 의약품 전시회	6월	상하이
2026 중국 광저우 스마트 로봇 전시회	6월	광저우
2026 중국 샤먼 국제크로스보더 전자상거래 전시회	6월	샤먼
홍콩 프리미엄 반려동물용품 전시회	6월	홍콩
홍콩 주얼리 & 젠 아시아 전시회	6월	홍콩
2026 중국 상하이 유아용품 전시회	7월	상하이
중국 마카오 소비재 전시회	7월	홍콩
홍콩 시니어 엑스포 아시아	7월	홍콩
홍콩 기술 및 스타트업 전시회	7월	홍콩
2026 중국 상하이 애완동물 전시회	8월	상하이
2026 중국 광저우 배터리 산업 전시회	9월	광저우
2026 중국 광저우 배터리 산업 전시회	9월	광저우
위린 국제에너지수소전시회	9월	시안
홍콩 리테일 아시아 전시회	9월	홍콩
홍콩 주얼리 & 젠 월드 전시회	9월	홍콩
2026 중국 상하이 치과기자재 전시회	10월	상하이
2026 중국 포산 수소에너지, 연료전지 기술 및 제품 전시회	10월	포산
2026 중국 청두 추계 미용 전시회	10월	청두

주요 행사	일시(잠정)	비고
중국 홍콩 글로벌소시스 소비재 전자 전시회(추계)	10월	홍콩
2026 중국 추계 수출입 상품 교역회(캔톤페어)	10~11월	광저우
2026 중국 상하이 자동차 부품 전시회	11월	상하이
2026 중국 국제 항공우주 박람회(에어쇼 차이나)	11월	주하이
2026 중국 광저우 해양 조선 선박기술 전시회	12월	광저우
중국 창춘 국제 의료건강산업 전시회	12월	창춘

〈작성자〉

연번	작성자	직책	소속	Tel	Email
1	엄선혜	차장	중국지역본부	+86-10-6410-6162(56)	sunhye@kotra.or.kr
2	성희현	과장	베이징무역관	+86-10-6410-6162(19)	heehyun@kotra.or.kr
3	김소현	차장	상하이무역관	+86-21-5108-8771(104)	shsh1224@kotra.or.kr
4	성현정	과장	광저우무역관	+86-20-2208-1605	sseonghj@kotra.or.kr
5	김다인	차장	홍콩무역관	+852-3465-2922	tea@kotra.or.kr
6	정윤관	인턴	구미동북아팀	+82-3460-3232	yoonkwan721@kotra.or.kr



2026 중국 진출전략



공공누리



공공 저작물 자유 이용 허락

ISBN: 979-11-402-1461-7 (93320)
979-11-402-1462-4 (95320)(PDF)