

새로운 경제시스템 창출을 위한

경제주평

Weekly Economic Review

- 시진핑 장기집권 가능성과 한중 경제관계 향방
- 한중 경제 동조화 약화에 대비해야 한다!

목 차

■ 시진핑 장기집권 가능성과 한중 경제관계 향방

- 한중 경제 동조화 약화에 대비해야 한다!

Executive Summary	i
1. 개요	1
2. 향후 한중 경제관계 전망	2
3. 시사점	14

□ 비상업 목적으로 본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재할 경우 내용의 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있으며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

□ 총 괄 : 이 부 형 이 사 대 우 (2072-6306, Leebuh@hri.co.kr)

□ 동북아연구실 : 한 재 진 연 구 위 원 (2072-6225, hzz72@hri.co.kr)

 천 용 찬 선 임 연 구 원 (2072-6274, junius73@hri.co.kr)

 박 용 정 선 임 연 구 원 (2072-6204, yongjung@hri.co.kr)

Executive Summary

□ 시진핑 장기집권 가능성과 한중 경제관계 향방 - 한중 경제 동조화 약화에 대비해야 한다!

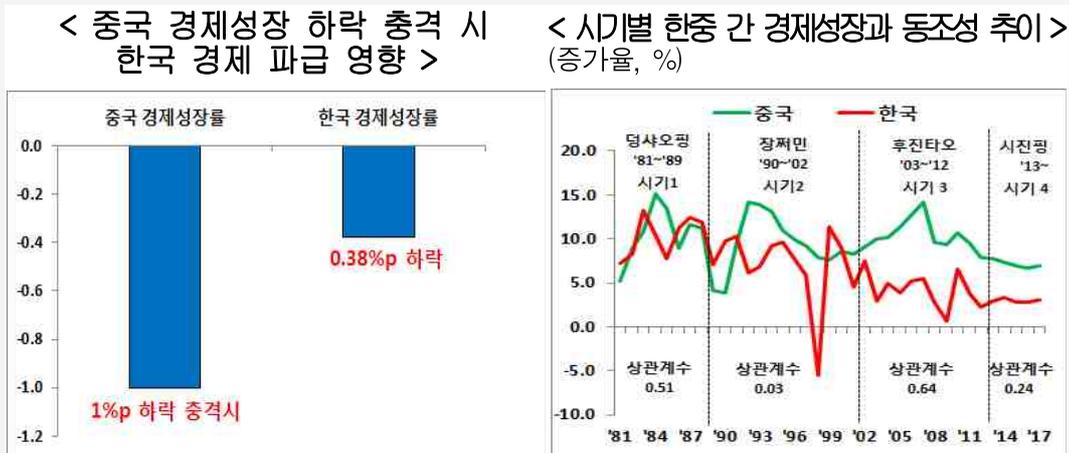
■ 개 요

지난 2017년 10월 제19차 중국공산당 전국대표대회에서 시진핑 주석 이름이 명기된 '신시대 중국특색 사회주의 사상'이 당장에 삽입되는 파격적인 상황이 벌어졌다. 그런데, 2018년 3월에 개최된 중국 양회(兩會)에서도 국가주석 3 연임 제한이 폐지되는 개헌안이 통과되면서 또 다른 파격이 연이어 나타나고 있다. 이에 본 보고서는 시진핑 주석의 장기집권 가능성에 대해 對 중국 경제의존도가 높은 우리경제에 미칠 영향을 부문별로 점검해 보고자 한다.

■ 향후 한중 경제관계 향방

한중 경제관계를 교역, 투자, 인프라 협력, 금융 협력, 기업 경쟁력, 인적 및 문화 콘텐츠 교류 등 6가지 측면에서 전망하면 다음과 같다. **첫째, (교역) 우리의 고부가 가치 품목에 대한 중국 수요 편중 양상이 더욱 확대될 것으로 예상된다.** 한국의 對 중국 수출의존도는 지난 후진타오 정부 1, 2기에 각각 20.9%, 23.9%로 20%를 상회하고 있고, 시진핑 정부 들어서면서 상승세가 이어지고 있다. 다만, 시진핑 시기에는 對 중국 수출품목 중 전자집적회로(반도체), 액정디바이스 등 고부가 품목에 대한 수출의존도가 각각 42%, 69%로 급증하면서 특정 품목에 대한 편중 양상이 심화되고 있다. **둘째, (투자) 對 중국 비즈니스 환경 개선에 따른 서비스업 확대가 기대된다.** 중국의 GDP 대비 2차 산업 비중은 2000년 45.5%에서 2017년 40.5%로 점차 감소하는 반면 서비스업 비중은 동기준 39.8%에서 51.6%로 급상승하고 있다. 이에 따라 중국의 외국인직접투자(FDI) 중 서비스업 비중도 2008년 49.7%에서 2017년 65.3%로 빠르게 늘고 있다. 다만, 2017년 한국의 對 중국 직접투자 중 서비스업 비중은 약 27%로 동년 對美 서비스업 투자 비중인 93%에 크게 못 미치는 수준이다. **셋째, (인프라 협력) 일대일로(一帶一路) 사업 참여를 통한 기회 확대가 기대된다.** 중국의 일대일로 관련 해외도급 프로젝트 매출총액은 2014년 644억 달러에서 2017년 855억 달러를 기록하고 있으며, 동기간 신규 체결 프로젝트 규모도 약 2배 증가하고 있다. 한국의 해외건설수주의 약 78%가 일대일로 연선국가에 걸쳐 있지만 아직까지는 중동에만 편중되는 양상을 보이고 있다. **넷째, (금융협력) 국내 위안화 수요가 지속 증가할 것으로 예상된다.** 현재 한중간 맺고 있는 통화스와프는 560억 달러(3,600억 위안)로 중국 및 한국이 맺고 있는 전체 통화스와프의 각각 약 11.8%, 45.8% 수준이다. 또한, 국내위안화 결제비중도 2012년 0.7%에서 2017년 5.4%로 빠르게 증가하고 있는 등 양국 간 금융협력이 강화되고 있다. **다섯째, (기업 경쟁력) 중국 기업과의 경쟁에서 우위 유지가 어려워질 전망이다.** 우선 자동차의 경우 한국 자동차 산업의 세계 시장 점유율이 2011년 7.0%에서 2017년 5.1%로 하락하고 있으며, 중국 시장 내 점유율도 2014년 9.0%까지 상승 후 2017년 4.6%까지 급락한 상황이다. 이어서 스마트폰 산업은 2017년 4분기 기준, 우리의 세계 시장 점유율이 18.6%로 미국 다음으로 높은 수준이나, 중국 시장에서는 동시점 1.7%로 중국 로컬기업에 크게 밀리고 있는 실정이다. 화장품 역시

중국시장 내에서 4.9%를 차지하고 있는 브랜드 외에는 순위권에 들지 못하고 있으며, 이마저도 프랑스, 홍콩, 중국 기업에 뒤쳐지는 수준이다. 마지막으로 전자상거래 시장도 중국과 미국 기업에 밀리는 상황이다. 2016년 현재, 글로벌 Top 10 기업은 대부분 미국과 중국기업이며, 이 중 알리바바(Alibaba)는 전세계 약 27% 점유율을 보이며 글로벌 최고 기업으로 성장했다. **여섯째, (인적 및 문화콘텐츠 교류) 중국과의 양적 및 질적 경쟁에서 밀릴 것으로 우려된다.** 향후 2020년 중국의 1인당 GDP가 1만 달러를 넘어서면 연간 중국의 관광 지출액 규모는 4,000억 달러를 초과할 전망이다. 이에 따라, 향후 방한 요우커(遊客)는 저가의 단체관광보다는 고소득 개별 관광객이 늘 가능성이 크다. 문화·콘텐츠 부문도 우리는 중국보다 시장규모가 작고, 콘텐츠 수출에서 對 중국 편중이 높은 상황이다. 한국은 전세계 콘텐츠 시장의 약 2%에 불과할 뿐 아니라, 콘텐츠 수출의 약 27%가 중국에 의존하고 있다. **종합적으로** 지금까지 한중 경제 관계에서 한국은 對 중국 의존도가 여전히 높은 상태이다. **중국 경제성장률이 1%p 하락하면 한국 경제성장률은 0.38%p 하락한다.** 다만, 시기별 한중 경제성장 동조성을 분석하면, 후진타오 시기는 0.64였으나, 시진핑 시기에는 0.24로 크게 감소하고 있다. 이에 따라, 향후 시진핑 집권이 장기화될 경우 한중간 경제 동조화 약화에 따른 새로운 리스크 발생 우려도 상존할 것으로 판단된다.



자료 : 현대경제연구원 자체 추정.

자료 : World Bank.
주1) 연간 실질GDP 기준.
2) 구간별 양국 간 실질GDP 상관계수.

■ 시사점

최근 시진핑 장기집권 가능성이 커지는 가운데, **향후 중국의 산업 경쟁력 강화에 따른 한중간 경제 동조화 약화에 대비해야 한다.** 첫째, 기존 한중 간 분업구조를 더욱 긴밀한 관계로 발전시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다. 둘째, 한중 FTA 서비스·투자협상을 통해 중국 서비스 시장 진출 환경 개선도 시급하다. 셋째, 일대일로 등 중국의 인프라 사업 기회를 적극 활용해야 한다. 넷째, 한중 간 금융 및 통상 분야에서 유기적으로 활용할 수 있는 상호 협력 시스템을 구축해야 한다. 다섯째, 글로벌 및 중국 시장에서 우리의 주력 산업 경쟁력 강화 마련이 절실하다. 여섯째, 국내 관광 및 문화·콘텐츠 산업의 자체 경쟁력 확보를 통해 중장기적으로 글로벌 시장에서 입지를 높여야 한다.

1. 개요

○ 이번 중국 양회(兩會)에서 국가주식 연임제한 폐지 등 새로운 개헌안이 통과된 가운데, 향후 시진핑 집권 장기화 가능성에 따른 파급영향에 대한 관심이 집중

- 시진핑 국가주식의 집권 장기화 초석 마련

- 지난 2017년 10월에 개최된 19차 당 대회에서 시진핑 주석의 이름이 들어간 '신시대 중국특색 사회주의 사상'이 당장(黨章)¹⁾에 삽입
- 더욱이 지난 2018년 3월에 있었던 양회(兩會)에서는 국가주식 임기제한 조항을 삭제하는 등 파격적인 행보가 지속²⁾
- 이에 따라, 시진핑 주석의 장기화 집권 가능성은 사실상 매우 커지고 있는 상황

○ 이에 본 보고서에서는 對 중국 경제의존도가 높은 우리경제에 미칠 영향에 대해 부문별로 점검하고 시사점을 도출

< 중국 역대 정권별 특징 >

구분	덩샤오핑 (1977~1989)	장쩌민 (1990~2002)	후진타오 (2003~2012)	시진핑 (2013~?)
사상	- 덩샤오핑 이론	- 3개 대표론 (본인 이름 삽입 無)	- 과학적 발전론 (본인 이름 삽입 無)	- 신시대 중국특색 사회주의사상 (본인 이름 삽입)
외교 전략	- 도광양회 (韜光養晦)	- 유소작위 (有所作為)	- 화평굴기 (和平崛起)	- 돌돌핍인 (咄咄逼人)
경제 이슈	- '78년 개혁개방	- '01년 WTO 가입 - '00년 새부대개발 개시 - '97년 IMF 위기	- '08년 글로벌 금융위기 - G2로 부상	- '16년 위안화 SDR 편입 - 일대일로 추진
지도 체제		- 집단지도체제 도입 - 국가주식 3연임 금지		- 국가주식 임기제한 조항 삭제

자료 : 각종 언론 자료로 현대경제연구원 자체 작성.

주1) 도광양회는 '때를 기다리며 힘을 키운다', 유소작위는 '적극 나선다', 화평굴기는 '평화적으로 우뚝선다', 돌돌핍인은 '기세등등하게 맞서 싸운다' 라는 의미.

주2) 장쩌민 시기부터는 총서기 기준이며, 덩샤오핑은 총서기는 아니었으나, 실질적 권력인 당중앙군사위 주석을 내려놓은 1989년까지로 구분함.

1) 중국 공산당의 이념, 조직, 당원 등을 규정한 당내 헌법.

2) 중국 헌법 79조에 의하면, '중화인민공화국 국가주석과 부주석의 매회 임기는 전인대 회기(5년)와 같으며, 그 임기는 두 회기(10년)를 초과할 수 없다'고 명시됨.

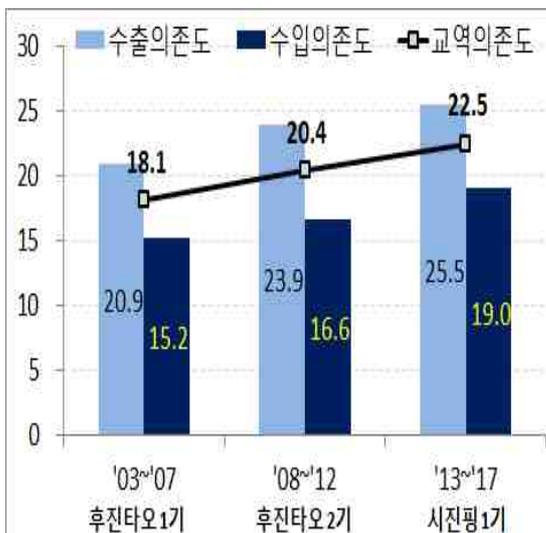
2. 향후 한중 경제관계 전망

① 교역 : 고부가가치 품목에 대한 중국 수요 편중 양상 확대 예상

○ 시진핑 정부 들어 우리의 고부가 품목에 대한 중국의 질적 수요가 높아지고 있는 가운데, 향후에는 이러한 양상이 더욱 심화될 가능성이 높음

- 우리의 對 중국 교역의존도는 시진핑 정부 들어서면서 더욱 심화
 - 한국의 對 중국 수출의존도는 후진타오 1, 2기에 각각 20.9%, 23.9%이었고, 시진핑 정부 들어서면서 상승세가 지속
 - 전체 對 중국 교역의존도도 후진타오 1기 18.1%에서 시진핑 1기에서는 4.1%p 증가한 22.5%를 기록
- 우리의 對 중국 주요수출품목인 전자집적회로, 액정디바이스 등 고부가 제품에 대한 수출의존도는 전체 對 중국 수출의존도의 수준을 크게 상회
 - 중국의 정부 시기별로 보면, 전자집적회로(반도체), 액정디바이스 등 고부가가치 품목에 대한 對 중국 수출의존도가 시진핑 시기에 크게 상승함
 - 이에 따라, 향후 중국의 對 한국 제품 수요는 질적으로 높아질 것으로 예상

< 한국의 對 중국 교역의존도 >
(비중, %)



자료 : 무역협회 자료로 HRI 재구성.

< 한국 주요품목의 對 중국 수출의존도 >
(비중, %)

품 목	후진타오 1기 '03~'07	후진타오 2기 '08~'12	시진핑 1기 '13~'17
전자집적회로 (HS 8542)	18.2	29.6	41.7
액정디바이스 (HS 9013)	48.0	60.5	69.3
화장품 (HS 33)	26.7	24.9	34.4
석유제품 (HS 2710)	22.6	18.7	13.3
화학제품 (HS 2902)	54.0	59.3	76.2

자료 : 무역협회 자료로 HRI 재구성.
주 : 상기 품목은 2017년 對 중국 수출에서 42.6%를 차지.

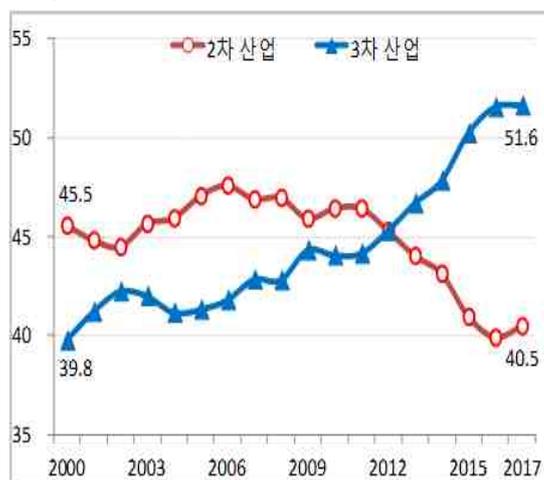
② 투자 : 對 중국 비즈니스 환경 개선에 따른 서비스업 확대 기대

○ 중국의 산업구조가 서비스업 중심으로 재편되는 가운데, 우리의 對 중국 투자 업종도 점차 서비스업에 집중될 것으로 예상

- 시진핑 정부 들어 중국의 산업구조는 서비스업 중심으로 빠르게 재편
 - 중국의 GDP 대비 2차 산업 비중은 2000년 45.5%에서 2017년 40.5%로 점차 감소하는 추세
 - 반면, 3차 산업은 동기간 39.8%에서 51.6%로 급상승, 2013년부터 2차 산업의 비중을 추월하고 있음
 - 이는 시진핑 정부 들어 가속되고 있는 소비주도의 질적 성장 전략에 기인한 것으로 판단됨

- 이에 따라, 지난 10년간 중국의 FDI 중 서비스업 비중도 급증
 - 중국 서비스업 외국인직접투자(FDI) 총액은 2008년 539억 달러에서 2017년 890억 달러로 연평균 약 6.0% 증가
 - 특히, 전체 FDI 중 서비스업이 차지하는 비중이 2008년 49.7%에서 2017년 65.3%로 급증하는 양상을 보임

< 중국의 2·3차 산업구조 변화 추이 > < 중국의 서비스업 FDI 규모와 비중 >
(비중, %) (억 달러) (비중, %)



자료 : CEIC.



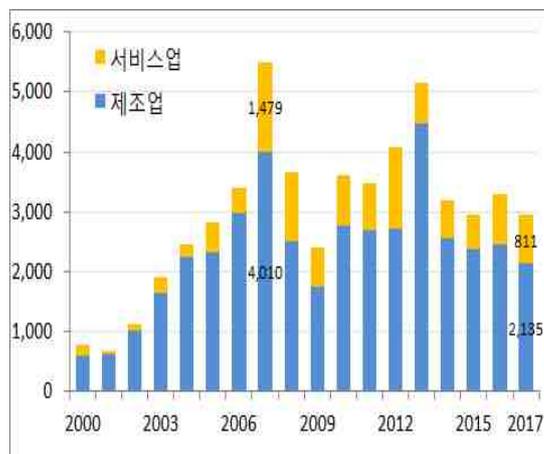
자료 : CEIC.

- 주1) 금융 등 14개 서비스업종 기준.
- 주2) 전체 FDI 중 서비스업 비중.

- 향후 중국의 소비시장이 더욱 확대될 것으로 예상되면서 우리의 對 중국 투자 업종도 서비스업으로의 전환이 예상
 - 2017년 한국의 對 중국 직접투자는 약 30억 달러이며, 이 가운데 제조업 부문은 약 21억 달러로 전체의 약 72.0% 수준
 - 반면 對 중국 전체 투자 가운데 서비스업 비중은 27.3%로 동년 對 미국 서비스업 투자 비중인 93.2%에 비해 크게 떨어지는 수준임

< 한국의 對 중국 업종별 투자 규모 > < 한국의 對 美中 서비스업 투자 비중 추이 >

(백만 달러)



(비중, %)



자료 : 한국수출입은행 자료로 현대경제연구원 재구성.

주1) 서비스업은 도·소매업 등 14개 업종.

주2) 對美 및 對中 서비스업 투자 비중은 각각의 우리 투자총액 중 서비스 부문 비중.

③ 인프라 협력 : 일대일로(一帶一路)³⁾ 사업 참여를 통한 기회 확대 기대

○ 시진핑 정부에서 추진하고 있는 일대일로 프로젝트에 전략적으로 접근하여 우리의 해외건설수주를 일대일로 연선국가 등으로 확장할 가능성 존재

- 중국의 일대일로 관련 해외도급 프로젝트 매출액 및 신규체결 규모는 매년 빠른 속도로 증가하는 추세
 - 중국의 일대일로 관련 해외도급 프로젝트의 매출총액은 2014년 644억 달러에서 연평균 10.0%씩 증가하여 2017년에는 855억 달러를 기록
 - 동기간 신규체결 해외도급 프로젝트 규모도 2배 가까이 증가하여 2017년에는 1,443억 달러에 달함

3) 일대일로는 육·해로를 통해 중국에서 중앙 및 동남아시아, 중동 등을 지나 유럽을 연결하는 연선(沿線)국가를 대상으로 6개 경제회랑(Economic Corridor)을 건설하는 사업.

- 향후 한국은 산업설비 수주 강점을 내세워 일대일로에 참여, 중동에 편중되어 있는 해외건설수주를 일대일로 연선국가로 확대할 기회 확대 예상
 - 2010~2017년 누적기준으로 한국의 해외건설수주 중 78.3%가 일대일로 연선국가에 걸쳐 있지만, 아직까지 우리의 해외수주는 중동 및 아시아 지역에 편중
 - 특히 동기간 우리의 해외건설수주의 67.6%는 산업설비에 집중되어 있는 만큼, 이 분야의 기술측면의 강점을 살려 일대일로 프로젝트를 활용할 기회가 많음

< 중국의 일대일로 해외도급공정 현황 >

(억 달러)



자료 : 中國 商務部 자료로 HRI 재구성.

< 한국의 해외건설수주 현황 >

(단위 : 억 달러)

지역별 ('10~'17년, 누적)					
전체	중동	아시아	태평양 북미	기타	일대일로 연선국가
4,302 (100%)	2,130 (49.5%)	1,416 (32.9%)	212 (4.9%)	544 (12.7%)	3,369 (78.3%)
공종별 ('10~'17년, 누적)					
전체	산업설비	토목	건축	용역	기타
4,302 (100%)	2,911 (67.6%)	626 (14.6%)	551 (12.8%)	118 (2.8%)	95 (2.2%)

자료 : 해외건설협회 자료로 HRI 재구성.

주1) 산업설비는 가스시설, 발전소, 화학공장, 정유시설 등을 포함함.

2) ()는 비중을 의미함.

④ 금융협력 : 국내 위안화 수요 지속 증가 예상

○ 시진핑 정부 들어 한중 간 통화스와프를 무역결제에 활용해 원화와 위안화의 활용도를 높이고 있으며, 향후에도 이 추세가 지속될 전망

- 한중 양국은 2011년부터 상호 560억 달러 규모의 통화스와프를 맺고 있음
 - 한중 간 맺은 560억 달러(3,600억 위안)의 통화스와프는 중국의 전체 통화스와프의 11.8%, 한국 전체의 45.8%로, 상호간 이득이 되는 금융협력임

- 2012년부터 한중 양국은 통화스와프 자금을 한국기업의 對 중국 위안화 무역 결제 및 중국기업의 對 한국 원화 무역결제에 지원하기 시작
 - 양국 간 경상거래에서 원화·위안화 사용이 많아질수록 달러환전 필요성이 그만큼 작아지기 때문에 결제비용도 절감되고 환 리스크도 줄어들게 됨
- 중국의 위안화 국제화 전략과 무역결제에서의 통화스와프 자금 활용의 시기가 맞물리면서 한국의 對 중국 교역에서 원화와 위안화의 결제비중이 증가
- 2013년부터 한국의 對 중국 교역에서 원화와 위안화의 결제비중이 본격적으로 높아지기 시작함
 - 특히, 위안화의 결제비중은 2012년 0.7%에서 2017년 5.4%로, 원화의 결제비중 증가속도보다 훨씬 빠르게 나타남
 - 이는 우리기업의 국내 본사와 중국에 진출한 자회사 간의 기업 내 무역 (intra-firm trade)에서 위안화의 수요가 훨씬 많은 것에 기인

< 한중 간 통화 스와프 규모 >

중국 (억 위안)	한국 (억 달러) * 달러환산액
1위 : 홍콩 4,000 (13.1%)	1위 : 중국 560 (45.8%)
2위 : 한국 3,600 (11.8%)	2위 : CMIM 384 (31.4%)
3위 : 영국, ECB 각각 3,500 (각각 11.5%)	3위 : 인니 100 (8.2%)
총 32개국, 3조 510억 위안 (4,600억 달러 규모)	총 6개국, 1,222억 달러

자료 : 中國人民銀行, 기재부.
주 : CMIM은 차양마이 이니셔티브.

< 한국의 對 중국 교역에서 결제통화별 비중 >

(비중, %)



자료 : 한국은행.

⑤ 기업 경쟁력 : 중국 기업과의 경쟁에서 우위 유지 한계 전망4)

○ (자동차 및 스마트폰) 한국 주력 산업인 자동차와 스마트폰 산업은 현지 브랜드의 급성장과 경쟁심화로 글로벌 및 중국 시장 내에서 점유율 하락

- 한국 자동차 산업은 세계를 비롯해 중국 시장 내에서도 점유율이 지속 하락
 - 2017년 중국 자동차(승용차) 생산량은 2,481만대로 세계 1위 수준이며 2위인 일본의 835만대를 약 3배 앞선 수준임
 - 이에 반해 한국 자동차 산업의 세계 시장 점유율은 2011년 7.0%를 기점으로 2017년 5.1%까지 하락
 - 2010년 7.5%에 불과하였던 중국 시장 내 한국 자동차 점유율은 2014년 9.0%까지 상승 후 2017년 4.6%까지 급감
- 한국 스마트폰 산업은 세계 시장에서 높은 점유율 수준을 유지하고 있는 반면, 중국 시장에서는 로컬 브랜드의 성장으로 점유율이 낮은 수준
 - 세계 스마트폰 시장 성장률은 2016년 3.3%에서 2017년 1.3%까지 하락한 반면 한국은 상대적으로 높은 시장 점유율 수준을 유지5)
 - 하지만, 중국 업체들의 시장 점유율 향상이 두드러지면서 중국 내 한국 스마트폰 시장 점유율은 매우 낮은 수준임

< 한국 자동차 산업 시장 점유율 >

(비중, %)



자료 : 세계자동차공업연합회(OICA), 중국 자동차공업협회(CAAM).

주1) 승용차 기준.

2) 세계시장 : 생산량, 중국시장 : 판매량.

< 세계 및 중국 스마트폰 시장 점유율 >

(단위 : %)

기업	세계	기업	중국
Apple(미국)	19.3	Huawei(중국)	19.6
Samsung(한국)	18.6	OPPO(중국)	18.4
Huawei(중국)	10.2	VIVO(중국)	16.6
OPPO(중국)	7.4	Apple(미국)	13.3
Xiaomi(중국)	6.9	Xiaomi(중국)	12.5
기타	37.5	Samsung(한국) 8위	1.7

자료 : Strategy Analytics.

주 : 2017년 4분기 기준.

4) 본 연구에서는 자동차, 휴대폰, 화장품, 전자상거래 등 시장만을 대상으로 함.

5) 세계 스마트폰 시장 (Strategy Analytics, 전년대비 성장률, %) : 2016년 1,488.2백만 달러(3.3%)→ 2017년 1,507.5백만 달러(1.3%).

○ (화장품) 중국 시장에서 한국 화장품 브랜드의 경쟁력은 주요 글로벌 화장품 브랜드 대비 여전히 낮은 수준이며 중국 자체 브랜드와의 경쟁도 치열

- 중국의 화장품 시장 규모 증가율은 세계 평균을 상회하고 있는 가운데 미국 다음으로 시장 규모가 큰 수준

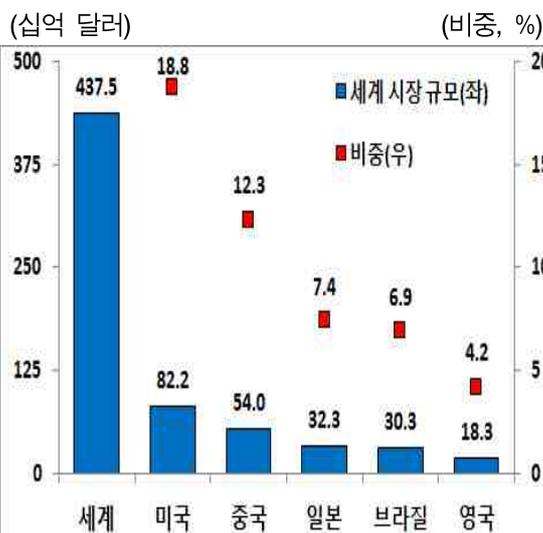
- 2013년부터 2016년 기간 중국 화장품 시장의 연평균 증가율은 약 6.7%로 동기간 세계 화장품 시장의 연평균 증가율 약 4.1%를 상회
- 특히, 2016년 기준 글로벌 시장 규모 중 중국 시장의 비중은 약 12.3%로 미국(18.8%) 다음으로 높은 수준임

※ 세계 화장품 시장 규모(십억달러) : '13년 388.4→'14년 407.0→'15년 426.3→'16년 437.5
 중국 화장품 시장 규모(십억달러) : '13년 44.5→'14년 48.2→'15년 50.7→'16년 54.0

- 한국 화장품의 점유율은 중국 시장 1위 기업과 여전히 큰 격차를 보이고 있으며, 중국 기업들과의 경쟁도 치열한 상황임

- 한국의 화장품 브랜드의 시장 점유율은 2013년 1.8%에서 2016년 4.9%로 2.8%p 상승한 4위를 기록 중이나, 프랑스 브랜드 보다는 여전히 낮은 수준
- 2016년 중국 브랜드의 자국시장 점유율은 한국의 4.9%를 상회하는 5.2% 수준이며 성장세도 빠르게 확대되는 양상

< 글로벌 화장품 시장 규모 >



자료 : Euromonitor, 한국보건산업진흥원.
 주 : 2016년 기준.

< 중국내 화장품 브랜드 점유율 >

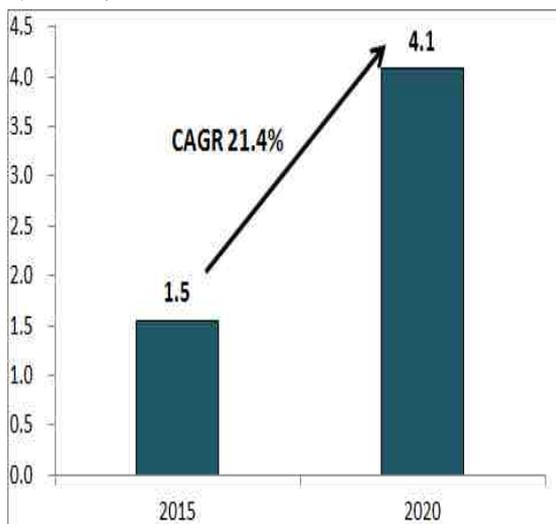
기업	'13	'14	'15	'16
L'Oreal (프랑스)	32.0	30.5	29.0	26.8
Carslan (홍콩)	4.9	5.2	5.6	5.5
Shanghai Chicmax (중국)	1.9	2.0	5.1	5.2
Amore Pacific Corp (한국)	1.8	2.5	3.8	4.9
Dior (프랑스)	3.0	3.1	3.1	3.1

자료 : Euromonitor, KOTRA.
 주 : 색조 화장품 브랜드 점유율 기준.

- (전자상거래) 거대 소비시장과 인터넷, 모바일 보급 확대로 중국의 전자상거래 시장은 급성장하였으며 주요 중국 기업들은 글로벌 시장을 주도
 - 모바일과 온라인 쇼핑의 성장으로 글로벌 전자상거래 규모가 급속히 확대되는 가운데 중국은 글로벌 온라인 쇼핑 시장에서 가장 높은 비중을 차지
 - 향후, 글로벌 전자상거래 시장규모는 2015년 약 1.5조 달러 수준에서 2020년 약 4.1조 달러까지 연평균 약 21.4% 증가할 수준으로 확대될 예상
 - 특히, 중국은 온라인 쇼핑의 급속한 성장으로 글로벌 시장에서 중국 시장이 차지하는 비중이 2015년 43.0%에서 2020년 60.0%(eMarketer)까지 확대될 전망
 - 글로벌 전자상거래 10대 기업 가운데 중국 기업 4개가 포함되면서 관련 시장을 적극적으로 이끌어가는 양상
 - 1999년 설립된 중국의 알리바바(Alibaba)는 글로벌 전자상거래 시장을 주도하고 있으며, 1688.com(B2B), TaoTao(C2C), Tmall(B2C) 등을 설립하며 시장 점유율을 선점
 - 특히, 중국 기업들은 적극적인 인수합병(M&A) 통해 기업 규모를 확장시키고 있으며, 글로벌 시장에서의 영향력을 확대

< 글로벌 전자상거래 시장규모 >

(조 달러)



자료 : eMarketer.

< 글로벌 전자상거래 10대 기업 순위 >

(단위 : %)

순위	기업	시장 점유율
1	Alibaba (중국)	26.6
2	Amazon (미국)	13.0
3	ebay (미국)	4.5
4	JD.com (중국)	3.8
5	Rakuten (일본)	1.5
6	Apple (미국)	1.4
7	Sunning (중국)	1.3
8	Xiami (중국)	1.0
9	Dell (미국)	0.9
10	Wallmart (미국)	0.8

자료 : Internet Retailer, 외신보도 종합.
주 : 2016년 평가 발표 기준.

⑥ 인적 및 문화콘텐츠 교류 : 중국과의 양적 및 질적 경쟁에서 열위 우려

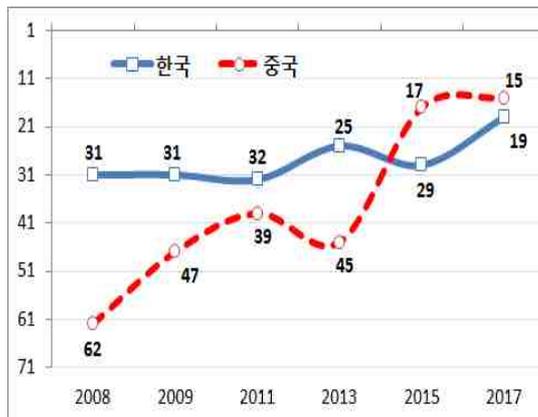
○ 향후 중국인 소득 수준 향상으로 인한 관광부문의 질적 수요가 늘어날 경우 저가 단체관광 형태의 방한 요우커는 더욱 줄어들 것으로 예상

- 중국의 관광산업 경쟁력이 우리를 추월

- WEF에 따르면, 한국의 관광경쟁력은 2008년 31위에서 2017년 19위로 12계단 상승한 반면 중국은 동기간 62위에서 15위로 47계단 급상승
- 중국의 해외 관광객(요우커, 遊客) 수는 향후 2020년 2억 명을 넘어서며, 전 세계 해외 관광객 수의 14.0%에 이를 것으로 전망
- 이에 따라, 1인당 GDP가 1만 달러가 넘어설 것으로 보이는 2020년이면 연간 관광 지출액규모는 4,000억 달러를 초과할 것으로 예상

< 한중 관광경쟁력 순위 추이 >

(순위)



자료 : WEF 자료로 현경연 재구성.
주 : 환경조성, 관광정책 및 기반조성, 인프라, 자연문화자원 등 4가지 부문에 대한 설문을 지수화한 지표.

< 중국 해외 관광객 수 전망 >

(백만 명, 비중 %, 억 달러, 달러)

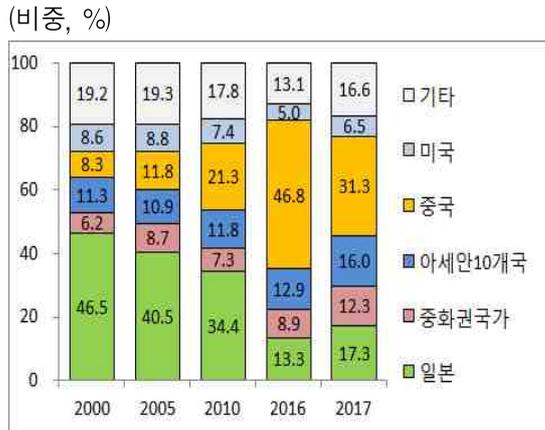
구분	요우커 수	전세계 대비 비중	중국 관광 지출액	1인당 GDP
'08	46	4.9	-	3,467
'10	57	6.0	-	4,524
'15	128	10.7	1,045	8,167
'17	143	10.8	1,896	8,583
'20(E)	208	14.0	4,009	10,986

자료 : CEIC 자료로 현대경제연구원 추정.
주 : 2020년 해외 관광객수는 2008~2017년, 관광지출액은 2014~2017년 연평균 증가율로 계산.

- 향후 방한 요우커 유형은 단체관광보다는 개별관광이 늘어날 전망

- 사드 갈등으로 2017년 방한 요우커 수는 전년대비 약 48.0%가 감소한 약 417만 명이며, 2018년 1~2월 누적수도 65만 명으로 전년 동기간 116만 명 대비 약 44.0%가 감소
- 이에 전체 방한 외국인 중 요우커 비중은 2017년 약 31.0%로 2016년 약 47.0%에 비해 크게 감소, 상대적으로 일본, 아세안 10개국, 중화권 국가는 상승
- 한편, 향후 저가 단체관광 목적의 방한 요우커는 감소하는 반면, 개별관광 형태는 중장기적으로 늘 것으로 예상됨

< 방한 외국인 비중 >



자료 : 한국관광공사.
 주 : 중화권 국가는 홍콩, 대만, 마카오 등 3개국을 의미.

< 방한 요우커 유형별 추이 >



자료 : 한국관광공사.
 주 : ()는 방한 요우커 중 개별 및 단체관광객 비중.

○ 최근 세계 콘텐츠 시장에서 중국의 경쟁력이 지속 상승하고 있어 게임 등 특정 부문의 對 중국 콘텐츠 수출 경쟁력 하락이 우려

- 전 세계 콘텐츠 시장 중 우리는 약 2.0%로 세계 7위 수준
 - 2017년 기준, 전 세계 콘텐츠 시장의 약 32%는 미국이 점유, 그 뒤로 중국(9.4%), 일본(7.0%), 독일(4.0%), 영국(3.9%), 프랑스(2.8%), 한국(2.1%) 순임
 - 향후 2021년 부문별 한중일 콘텐츠 시장 점유율에서 한국은 출판, 만화, 음악 등 10개 카테고리에서 중국과 일본에 모두 뒤처지는 상황

< 주요 국가별 콘텐츠 시장 비중 >



자료 : PWC, 2017 해외콘텐츠시장 동향조사.
 주) 콘텐츠 시장 규모 상위 7대 국가 기준.
 2) 2017년, 2021년은 전망치.

< 2021년 부문별 한중일 콘텐츠 시장 점유율 전망 >

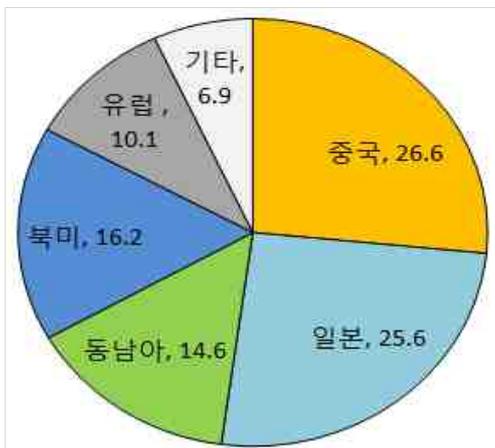
(비중, %)

구분	한국	중국	일본
출판	2.5	13.8	10.5
만화	6.7	7.1	38.3
음악	1.9	1.5	9.6
게임	7.1	19.4	12.3
영화	3.0	23.5	4.7
애니메이션	2.0	22.6	8.8
방송	1.5	8.9	5.7
광고	2.0	15.8	6.9
지식정보	3.1	12.3	8.5
캐릭터/라이선스	0.7	3.7	4.2

자료 : PWC, 2017 해외콘텐츠시장 동향조사.
 주 : 콘텐츠 부문별 전세계 규모 대비 한중일 각각의 부문별 비중.

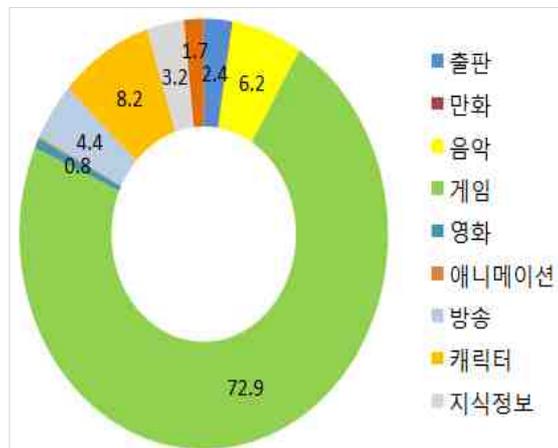
- 한국의 對 중국 콘텐츠 수출은 게임 등 일부 분야에 편중된 구조
 - 2015년 기준, 한국의 지역별 콘텐츠 수출은 중국(홍콩 포함) 및 일본이 각각 26.6%, 25.6%로 전체의 절반을 차지
 - 특히, 對 중국 부문별 콘텐츠 수출 비중은 게임 부문만 약 73.0%로 편중이 심한 양상을 보임

< 한국의 지역별 콘텐츠 수출 비중 > (비중, %)



자료 : 2016 문화콘텐츠산업 통계.
주 : 중국은 홍콩을 포함.

< 한국의 對 중국 부문별 콘텐츠 수출 비중 > (비중, %)



자료 : 2016 문화콘텐츠산업 통계.
주 : 對 중국(홍콩 포함) 콘텐츠 수출 중 부문별 비중.

⑦ 종합평가

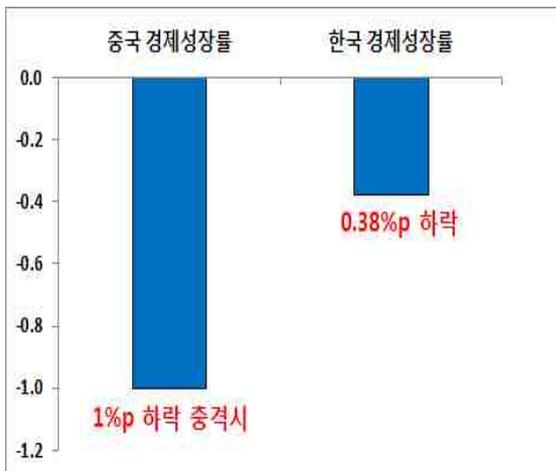
○ 지금까지 한국의 對 중국 의존도는 높은 수준으로 중국 성장 충격 시 한국의 성장도 둔화될 가능성이 있으나, 최근 시진핑 정부 들어 한중 간 경제성장의 동조화는 약화되고 있는 것으로 분석

- 중국의 성장 1.0%p 하락 충격 시 한국 성장은 0.38%p 둔화되는 것으로 분석
 - 분기별 실질 GDP, 물가상승률, 이자율, 실질실효환율 등 거시경제변수를 활용하여 VAR(Vector Autoregressive Model)모형을 구성
 - 분석 결과, 중국 경제성장 1.0%p 하락 충격 2분기 후, 한국 경제성장은 0.38%p 하락하는 것으로 분석됨

- 다만, 2013년 시진핑 집권 이후 한중 경제성장 간 동조화는 약화되는 흐름
 - 1980년대 덩샤오핑 집권기 한국과 중국 경제성장의 동조성은 0.51로 높은 수준이었지만 1990년대 아시아 외환위기를 경험하며 크게 약화
 - 2000년대 후진타오 집권기 중국은 연평균 10.6% 고성장을 경험하며 세계경제의 리더 국가로 성장하였고, 동기간 한국 경제와의 동조성은 0.64로 가장 높았음
 - 하지만 2013년 시진핑 집권 후 중국의 성장률이 하락하며, 한국 경제성장과의 동조성이 크게 약화되는 양상

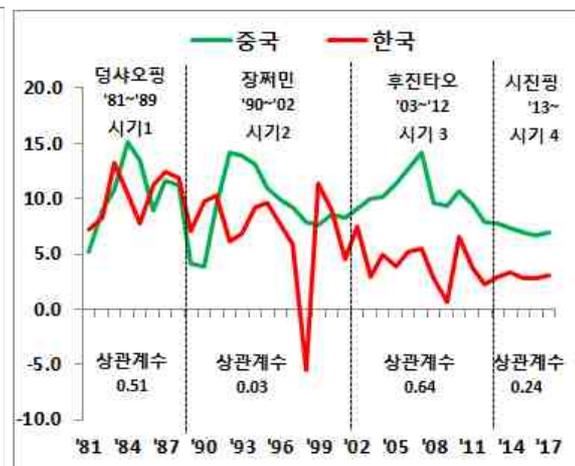
※ 중국 실질GDP 성장률(연평균) : 시기1 10.0% → 시기2 9.7% → 시기3 10.6% → 시기4 7.1%
 한국 실질GDP 성장률(연평균) : 시기1 9.9% → 시기2 7.1% → 시기3 3.8% → 시기4 3.0%

< 중국 경제성장 하락 충격 시 한국 경제 파급 영향6) >



자료 : 현대경제연구원 자체 추정.

< 시기별 한중 간 경제성장률과 동조성 추이 > (증가율, %)



자료 : World Bank 자료로 현대경제연구원 계산.

주1) 연간 실질GDP 기준.

주2) 구간별 양국 간 실질GDP 상관계수.

○ 이에 따라, 향후 시진핑 집권이 장기화될 가능성이 커지면서 한중 간 경제 동조화 약화에 따른 새로운 리스크 발생 우려도 상존할 것으로 평가

- 시진핑 주석의 집권이 장기화될 경우, '중국제조 2025' 등 중국의 산업고도화 전략이 가속되면서 향후 한중간 분업구조 균열에서 올 수 있는 리스크도 커질 것으로 판단

6) 추정 방법은 <참고 1> 참조.

< 참고 1 > 한중 간 경제성장 충격 반응 분석 방법

○ 5변수 Recursive VAR(Vector Autoregressive Model)모형을 활용하여 중국 경제성장 충격이 한국 경제에 미치는 영향 분석

- Vivek Arora and Athanasios Vamvakidis(2010)⁷⁾ 모형을 참고하여, 5변수 Recursive VAR 모형 구축

- 충격 반응 분석(Impulse Response Analysis)을 위해 축약형 방정식으로 변환 후 내생성과 외생성을 고려한 제약식(Lower triangle matrix) 구성

- 분석에 활용된 변수는 1992년 1분기부터 2017년 4분기까지의 자료이며, 제약조건을 고려하여 Y_t 행렬을 중국 실질GDP, 한국 실질GDP, 한국 물가상승률, 한국 단기이자율, 한국 실질실효환율로 구성

- 구조형(Structural Form) : $BY_t = \Gamma Y_{t-1} + e_t$, $e_t \sim iid(0, I_5)$

- 축약형(Reduced Form) : $Y_t = \Phi Y_{t-1} + u_t$
 $\Phi = B^{-1}\Gamma$, $u_t = B^{-1}e_t$
 $e_t \sim iid(0, \Omega)$

- 제약식(Lower triangle matrix) : $B = \begin{bmatrix} \beta_{11} & 0 & 0 & 0 & 0 \\ \beta_{21} & \beta_{22} & 0 & 0 & 0 \\ \beta_{31} & \beta_{32} & \beta_{33} & 0 & 0 \\ \beta_{41} & \beta_{42} & \beta_{43} & \beta_{44} & 0 \\ \beta_{51} & \beta_{52} & \beta_{53} & \beta_{54} & \beta_{55} \end{bmatrix}$

7) IMF(2010), "China's Economic Growth: International Spillovers", Vivek Arora and Athanasios Vamvakidis, IMF Working Paper.

3. 시사점

- 최근 시진핑 장기집권 가능성이 커지는 가운데, 향후 중국의 산업 경쟁력 강화에 따른 한중간 경제 동조화 약화에 대비한 방안 마련이 필요할 것으로 보임
- 첫째, 한중 양국 간 긴밀한 분업구조를 향후 더욱 고도화된 파트너십 관계로 발전시키기 위해 우리 산업의 차별화되고 우위적인 경쟁력 강화가 요구됨
 - 최근 유망분야에 대한 중국의 기술추격이 빠르게 진행되고 있어 정보통신, 전기전자 등 주요 제품에서의 '중국 내수화' 현상이 더욱 확대될 것으로 판단
 - 對중국 부품 등 중간재 수출 의존도가 높은 국내 산업은 혁신능력 제고뿐 아니라, 부품 개발 인프라 개선 등 중간재 업그레이드 방안 모색
 - 이를 위해 정부가 적극적으로 국내 제조업을 육성하고 산업공동화를 방지할 수 있는 기반을 마련하도록 정책적 뒷받침 필요
 - 중장기적으로는 베트남 등 아세안 시장의 특성에 맞는 맞춤형 시장 공략 전략 수립을 통해 post-CHINA인 아세안 시장을 효율적으로 활용해야 됨
- 둘째, 한·중 FTA 서비스·투자 부문 추가협상을 통한 중국의 서비스 시장 진출을 위한 광범위한 제도적 장치를 구축해 보다 실질적인 對 중국 비즈니스 환경 개선을 모색해야 함
 - 시진핑 집권 시기 동안 소비 중심의 성장 패턴 심화에 대비해 중국 고부가 소비시장 진출 방안 모색
 - 또, 對 중국 서비스 교역에서 현재 직면하고 있는 비즈니스 장벽 해소를 위한 한중 FTA 서비스·투자 추가협상의 실질적 진전 노력도 필요
 - 이에 최근 한중 FTA 서비스·투자 부문 추가협상에서는 뉴질랜드, 스위스, 호주처럼 한국도 중국으로부터 최혜국 대우를 받을 수 있도록 협의 진행

- 셋째, 일대일로 등 중국의 글로벌 진출 정책에 전략적으로 편승하여 對중국 서부지역 인프라 직접투자는 물론, 중국을 통한 제3국 공략도 필요
 - 지난 15년간 對 중국 지역별 투자는 장쑤성, 산둥성 등 동부연해 지역에 집중되고 있음
 - 향후 일대일로(一帶一路) 등 국내외 지역별 개발이 가속될 것으로 예상되는 만큼 이에 맞는 對 중국 지역별 투자 전략도 모색
 - 아시아인프라투자은행(AIIB)을 매개로 한 양국 간 협력 강화는 동아시아의 경제 통합을 앞당길 뿐 아니라 향후 동아시아에서 창출될 경제적 이익 활용에도 큰 도움이 될 것임

- 넷째, 한중간 금융 및 통상 분야에서의 상호 협력시스템을 구축하여 우리나라 금융 산업에서의 적극적인 기회활용 필요
 - 원-위안 직거래 시장 개설, 위안화 통화스와프 확대 등으로 향후 국내 경제는 위안화 수요 증가로 인해 위안화 경제권이 빠르게 형성될 전망
 - 중국정부의 금융시장 개방 플랜을 적극 활용하여 향후 QFII, RQFII 등 자본 시장 규제 완화에 따른 對중국 진출 확대 모색
 - 향후 위안화 상품 개발 등을 통해 국내 금융 산업 경쟁력 강화로 연계할 수 있는 방안도 필요함

- 다섯째, 글로벌 및 중국 시장에서 한국 주력산업과 유망산업의 경쟁력 수준은 중국 기업에 미치지 못하고 있어 산업경쟁력 강화 방안 마련이 절실
 - 주력 산업인 자동차, 스마트 폰 등은 중국 로컬 브랜드와의 경쟁심화로 중국내 시장 점유율이 급속히 하락하고 있으며, 유망 소비재 산업인 화장품 산업 역시 글로벌 브랜드에 경쟁력이 뒤처지는 상황
 - 특히, 新산업 분야인 전자상거래 분야에서 중국 기업들의 성장세가 두드러지고 있으며, 국내 기업은 글로벌 시장에서 차지하는 비중이 미미한 것으로 평가
 - 최근 보호무역주의 확대, 중국 시장의 트렌드 변화 등 국내외 산업 환경 변화 대응력을 높이고 주력 산업의 체질 개선을 위한 끊임없는 혁신 노력을 병행함으로써 글로벌 경쟁력을 확보하기 위한 전략 수립이 절실한 상황임

- 여섯째, 관광 및 문화·콘텐츠 산업 자체 경쟁력 확보에 주력
 - 향후 국내 관광 산업이 요우커에 대한 양적 편중 마케팅에서 탈피, 중국뿐 아니라 동남아 지역의 고소득 관광객에 맞는 스마트 관광 등 혁신형 콘텐츠 개발
 - 아울러, 국 K-Pop 등 한류 콘텐츠에 의존한 관광객유치를 넘어 구조적이고 중장기적인 관광산업 경쟁력을 향상 방안을 모색
 - 게임 등 문화콘텐츠 산업 중 비교적 경쟁력이 있는 분야뿐 아니라, 향후 부가가치가 높고 우리가 가진 장점이 많은 영화, 음악 등 부문에 대한 경쟁력 향상 노력도 필요

한재진 연구위원 (2072-6225, hzz72@hri.co.kr)
천용찬 선임연구원 (2072-6274, junius73@hri.co.kr)
박용정 선임연구원 (2072-6204, yongjung@hri.co.kr)