

# 중국 소매업 발전 개관 및 추세

(출처: 딜로이트 중국 홈페이지 [www.deloitte.com/view/zh\\_CN/cn/ind/cbt/index.htm](http://www.deloitte.com/view/zh_CN/cn/ind/cbt/index.htm))

## 1. 소매업 발전 둔화

- 2012년 초, 중국 상무부는 12차 5개년계획(十二五계획)의 소매업 발전 촉진을 위한 지침을 발표했다. 十二五기간의 상품 소매규모는 안정세를 유지하여 비교적 빠르게 증가하고 있으며, 사회소비품 소매 총액과 소매업체 부가가치 모두 연 평균 15% 성장했다고 밝혔다. 그러나 실제 상황을 보면 2012년 사회소비품 소매 총액은 20.7억 위안으로 작년대비 14.3% 증가했으며 이는 예상액보다 낮은 수치이다. 2013년에 들어서서, 사회소비품 소매 총액 증가 속도는 여전히 둔화세이며, 2013년 1월에서 4월까지 증감 폭은 12.5%에 불과했다. 수출이 줄어들어 따라, 중국 국내시장은 더욱 주목을 받게 되었다. 국민 가처분소득이 끊임없이 증가하고 성진화(城镇化)개혁을 추진함에 따라 장기적으로 봤을 때, 국내 소비의 유망성이 경제 성장의 주요 동력으로 될 것이다.

< 중국사회소비품 소매 총액과 증감률 >



数据来源：国家统计局

(막대 그래프: 사회소비품 소매총액(위안), 꺾은선 그래프: 증감률)

## 2. 2013년 중국 소매업 발전 추세

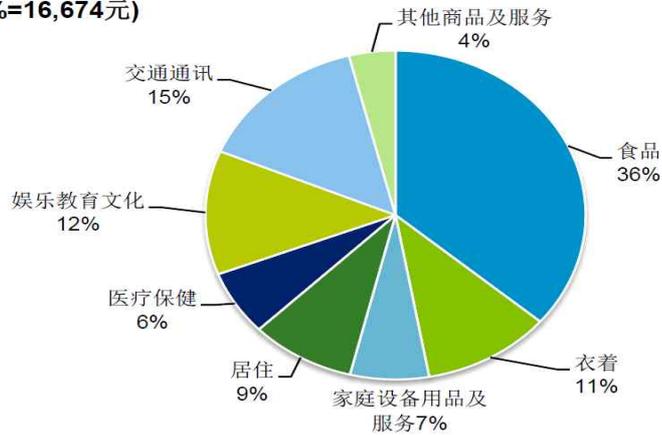
### 2.1 2012년 중국인 거주지별 소비형태

#### □ 도시민

- 식품 36%, 교통·통신 15%, 오락·교육·문화 12%, 의복 11%

图 3.1 : 2012 年城镇居民人均消费

(100%=16,674元)



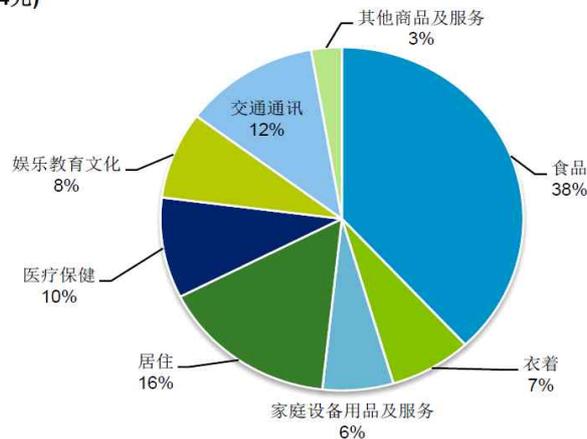
数据来源：国家统计局、德勤分析

#### □ 농촌민

- 식품 38%, 거주 16%, 의료비 10%, 오락·교육·문화 8%

图 3.2 : 2012 年农村居民人均消费

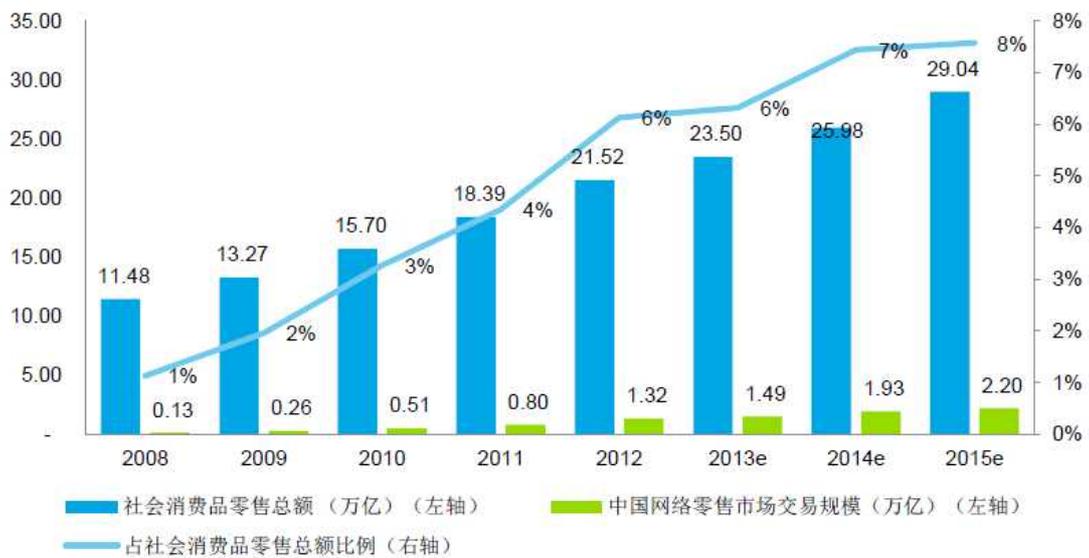
(100%=5,414元)



数据来源：国家统计局、德勤分析

## 2.2 유통 경로의 다변화

- 2013년 중국 인터넷 소매업계는 빠르게 발전하고 있지만 여전히 인터넷 유통은 전통 유통 경로를 완전히 대체할 수 없다. 이 두 가지는 서로 보완하고 융합하는 추세를 보이고 있다. 중국 전자상거래 연구센터의 통계에 따르면, 2012년 중국 전자상거래시장 교역 규모는 7.85만억위안에 달하고 전년 동기 대비 31% 증가했다. 그 중 인터넷 유통 시장은 1.32만억 위안에 달하고 전년 동기 대비 65% 증가했다. 사회소비품 소매 총액 비중의 6.3%를 차지하는 것이다. 2015년에는 중국 인터넷 소매업 매출액이 2만억 위안을 초과할 것이라고 예측했다.



数据来源：中国电子商务研究中心、德勤分析

(과란 막대그래프: 사회소비품 소매 총액, 초록 막대그래프: 중국인터넷소매시장 교역규모 (단위: 만억), 꺾은선그래프: 사회소비품 소매 총액 비중)