

해외수요 위축에 대응한 중국 기업의 적응 노력

- 유럽 및 신흥경제국의 수요 위축 등으로 중국의 수출이 금년들어 마이너스 신장세를 보이고 있음(1~9월중 전년동기 대비 $\Delta 1.7\%$)
 - 중국 수출의 마이너스 신장세는 금융위기 직후인 2009년($\Delta 15.9\%$) 이후 처음 발생
- 중국경제를 견인해 온 수출 부진, 임금 급등에 대응해 중국 기업들은 확대되고 있는 고가제품의 내수시장을 공략하는 방법으로 어려움을 극복해가고 있음
 - 중국 제조기업의 임금은 지난 10년간 4배로 상승
- 그 대표적 사례가 모바일 제조기업 Xiaomi*라고 할 수 있음
 - 알루미늄 철판에서 알루미늄 소재 자동차 부품 및 건물 외장재로 제품을 확대해 오던 GKO는 최근 중국인의 여행붐에 대응해 알루미늄 여행용 가방** (suitcase) 을 생산
 - * Xiaomi 스마트폰의 중국내 점유율: 15.9% (애플: 19%, Huawei: 15.7%, 삼성: 4%)
 - ** GKO사의 가방은 유명브랜드 Samsonite 및 Rimowa와 비슷한 모양이지만 가격은 그 절반 수준임
 - 발전기 부품 및 난방기 제조업자 Megmeet는 2,000달러 상당의 “smart toilet” 을 생산
 - * 대다수 중국인들은 富를 상징하는 iPhone, 조리기구, 청소기 등을 가지고 있어 이제 고가의 toilet으로 富를 과시하고자 함. smart toilet은 인공센서를 통해 자동으로 변기뚜껑 여닫기 및 물내림, 향기분사 등의 기능을 가지고 있음
 - 공구제조업자 Gezhi는 외발 전기스쿠터(self-balancing, one-wheel electric scooter)를 생산



담당: 엄지연 대리
Tel. 051) 620-3187