

투자포커스

중국 정부, 소비 트렌드에 맞춘 부양정책 발표

Analyst 성연주 769-3805 cyanzhou@daishin.com

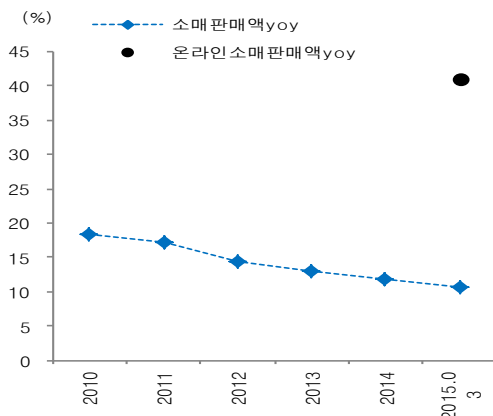
중국 정부 부양 정책, '투자'에서 '소비'로 확대

중국 정부가 지난 11월부터 통화/재정정책을 실시하면서 민간기업/지방정부 투자를 부추겼으나, 실물 경기로의 자금 투입 시기가 지연되면서 경기둔화 우려가 지속되고 있다. 이에따라 지난 4월 28일 국무원 상무회의에서 '소비 진작'을 위한 수입관세/소비세 조정 등 5개 구체적인 방안을 발표했다. 이는 중국 소비자들의 소비 트렌드, 즉 전자상거래(온라인 소매판매액 증가율 상승) 및 해외브랜드 패션/뷰티 제품 구매 증가에 맞춘 내수 진작을 위한 부양정책이다.

사실 2013년 시진핑 정부 들어서면서 공무원 지출(접대/출국/차량 구매 등) 및 사치품 규제로 인해 전반적인 소비 규모가 축소됐고, 특히 성수기인 춘절/국경절에도 소비 증가율이 둔화되고 있다. 비록 GDP에서 차지하는 소비 지출 비중은 증가하고 있으나 내수 부진(부동산 등)으로 소매판매 증가율이 10%대인데, GDP성장률에서의 기여율도 하락한다면 2015년 7%대 성장률 지지 가능성도 낮아진다.

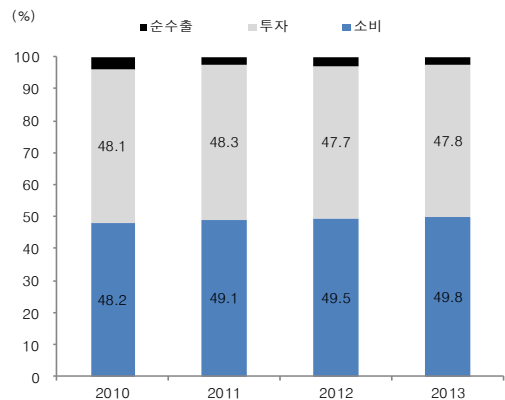
따라서 이번 정책의 핵심은 세수(수입관세, 소비세) 조정을 통한 중국내 '소비 진작'이다. 6월말부터 사치품(화장품/피부보호제/액세서리 등) 포함한 수입 소비재에 대한 관세(현재 약 10%~14%) 및 소비세(현재 약 30%) 징수 부담이 낮아지고(약 10%이하로 조정 예상), 중국내 면세점 구입 한도도 확대된다면 하반기 소매판매액 증가율도 약 1%p내외 상승폭 확대가 예상된다.

그림 1. 중국 소매판매액 증가율 둔화



자료: Wind, 대신증권 리서치센터

그림 2. 중국 GDP에서 소비 비중 ↑



자료: Wind, 대신증권 리서치센터

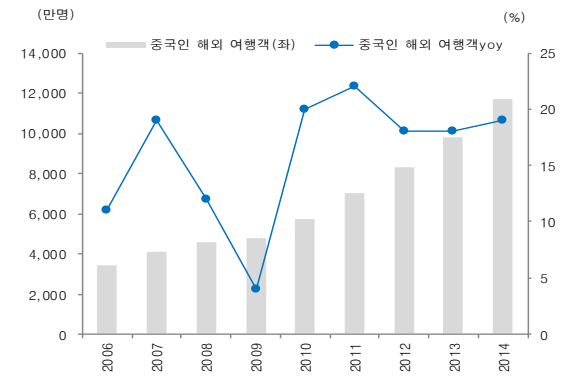
중국 소비 트렌드 변화 – 온라인 구매/해외 소비 증가

중국 소매판매 증가율이 10%로 둔화되고 있는 상황에서, 온라인 구매/해외 소비는 오히려 증가하고 있다. 즉 중국 가계 소비 트렌드 변화에 따라서 해외 소비 지출이 일부 소비품에서 확대되고 있다.

우선 중국 소비 트렌드의 주요 변화로는 2선/3선 도시 소비자들의 패션/뷰티 관심이 높아지고 있고 해외 자유여행객도 늘어나고 있다는 점이다. 다시말해서 중국 소비자들의 해외 여행시 해외 브랜드 제품 구매가 증가하고 있다. 이는 중국내 세금(수입관세, 소비세) 장벽이 높기 때문에 좀더 낮은 가격으로 해외 백화점/면세점에서 제품을 사오고 있음을 말해준다. 중국 재부품질연구소에 따르면 2014년 중국인 해외 소비액의 전체 소매판매액에서 비중은 1.9%로 증가했고, 이는 소매판매 증가율 2%p 상승시키는 효과이다.

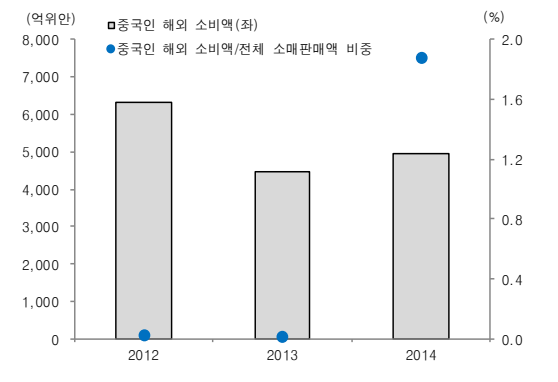
반면 중국 정부가 자국(중국) 산업 보호를 위해 패션/뷰티 관련 로컬 브랜드 제품에 대한 지원을 확대하기 쉽지 않은데, 이는 중국 소비자들의 해외 브랜드 제품 인지도가 높기 때문이다. 특히 광고/드라마 등을 이유로 한국 등 해외 화장품/의복 관련 브랜드에 대한 선호도가 높으며, 이에따라 중국 정부는 해외에서의 소비를 내수로 돌리기 위한 정책으로 ‘세수 조정’을 발표했다.

그림 3. 중국인 해외 여행 증가



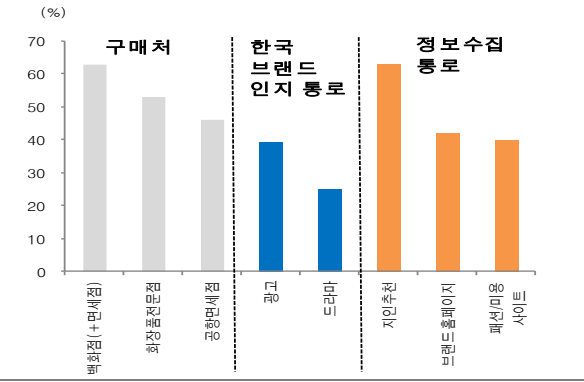
자료: 중국 재부품질연구소, 대신증권 리서치센터

그림 4. 중국 소비자 해외 소비액 증가



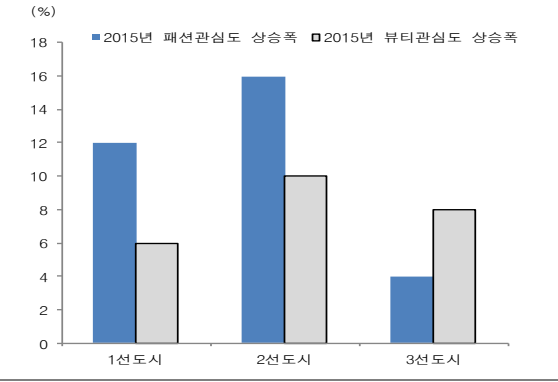
자료: 중국 재부품질연구소, 대신증권 리서치센터

그림 5. 중국인 여행객의 한국 화장품 구매행동



자료: YOKA, 대신증권 리서치센터

그림 6. 중국 2선/3선 도시 패션/뷰티 관심도 ↑



자료: YOKA, 대신증권 리서치센터

중국 6월말부터 일부 수입 소비재 관세 및 소비세 하향조정 실시

지난 4월 28일 리커창 총리 주재하에 열린 국무원 상무회의에서 소비재 수출입 및 소비자 구매 선택 확대와 관련한 5개 구체적인 방안을 발표했다.

첫째, 중국인 소비자들의 수요가 많은 일부 해외 필수 소비재에 대해 6월말부터 수입 관세를 시범적으로 하향조정하고 점차 품목 범위를 확대한다.

둘째, 세제개혁과 맞물려 의복/액세서리/화장품 등 주요 소비품목에 대한 소비세 정책을 실시, 징세범위/세율/징수방법을 조정한다.

셋째, 중국내 면세점을 증설하고 면세품목 확대(현재 38개 품목 허용)및 일정수량 면세 구매액(현재 8,000위안)을 늘려 중국인 소비자가 중국내에서 해외브랜드 상품 구매를 편리하게 한다.

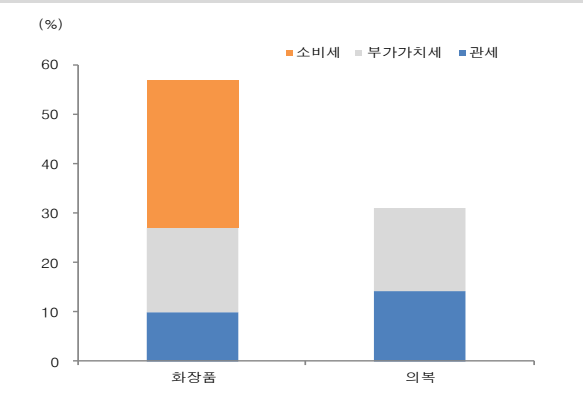
넷째, 해외 여행객의 구매 물품에 대한 통관 및 환급 절차 편리성을 확대하고, 해외 구매상품에 대해 자발적으로 신고 납세하도록 엄격하게 실시한다. 또한 해외 전자상거래 검역 정책을 제정하여 불합리한 비용 구조를 완화한다.

다섯째, 중국 제품 브랜드 위상 제고 및 오프라인 매장 지원을 확대한다.

이번 정책의 핵심은 세수(수입관세, 소비세) 조정을 통한 중국내 ‘소비 진작’이다. 즉 중국 면세점 뿐만 아니라 오프라인 매장에서조차 낮은 금액으로 해외 브랜드 제품을 구매할수 있도록 세수 조정 및 규제를 완화한다는 것이다. 그리고 한번에 세율 조정폭을 확대하기 보다는 점진적으로 하향조정할 것으로 판단한다(재정수입 28% 비중).

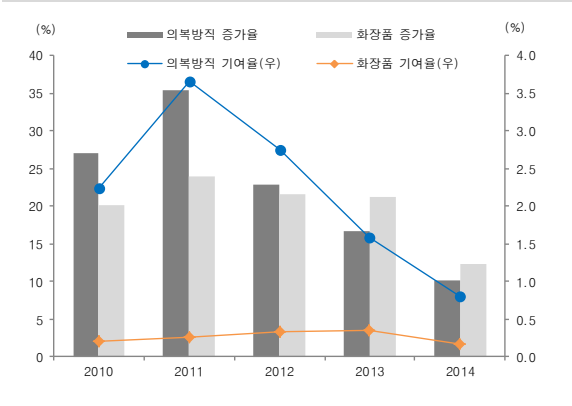
따라서 6월말부터 사치품(화장품/피부보호제/액세서리 등) 포함한 수입 소비재에 대한 관세(현재 약10%~14%) 및 소비세(현재 약 30%) 징수 부담이 낮아지고(약 10%이하로 조정 예상), 중국내 면세점 구입 한도도 확대된다면 하반기 소매판매액 증가율도 약 1%p내외 상승폭이 확대될 것으로 예상된다.

그림 7. 중국 수입 화장품/의복 관세율 높음



자료: 대신증권 리서치센터

그림 8. 중국 소비세 인하로 인해 의복/화장품 판매 증가



자료: Wind, 대신증권 리서치센터

▶ Compliance Notice

- ✓ 본 자료에 수록된 내용은 당 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로 얻어진 것이나 정확성을 보장할 수 없으므로 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- ✓ 자료 작성일 현재 본 자료에 관련하여 위 애널리스트는 재산적 이해관계가 없습니다.
- ✓ 본 자료에는 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하였습니다.
동 자료는 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.