

#### ■ 집필진

김용태 실장 (☎02-6000-5260, dragon@kita.net)

김은영 수석연구원 (☎02-6000-7623, ordiy@kita.net)

이은미 수석연구원 (☎02-6000-5179, eunmilee@kita.net)

홍정화 수석연구원 (☎02-6000-5178, marina01@kita.net)

박진우 수석연구원 (☎02-6000-5188, jinwoo84@kita.net)

유승진 연구원 (☎02-6000-5455, esjay@kita.net)

장새롬 연구조원 (☎02-6000-5499, roma912@kita.net)



# **C**ontents

현지 리포트	올해 중국 소비시장의 4대 키워드는? 김종환 한국무역협회 성도지부장 중국, 해외직구(B2C) 어디로 가나? 세율 변경에 품목 제한, 일부 품목 인증 요구도 최용민 한국무역협회 북경지부장		
	한-인도 CEPA 개정 이슈를 살펴본다 (1) 법률 서비스 이유민 (사)인도연구원 객원연구원	• 09	
BRICs 경제동향	<b>브라질</b> 3월 산업생산 증가율은 -11.4%로 감소폭 확대 2월 소매판매 증가율은 -4.2%를 기록하며 감소폭 축소	• 13	
	<b>러시아</b> 3월 러시아 수출입 두 자릿수 감소세 지속 4월 소비자물가 상 <del>승률은</del> 7.3%	• 15	
	<b>인 도</b> 2016년 2월 산업생산 증가율은 2.0%로 증가세 전환 3월 도매물가상승률(WPI) -0.9%, 소비자물가상승률(CPI) 4.8%	• 17	
	중 국 3월 사회소비재 소매판매액 10.5% 증가 1분기 중국 GDP 동기 대비 6.7% 증가한 5조 8,526억 위안	• 19	
EM News	<b>브라질</b> 프리미엄 뷰티·자기관리용품 시장 규모 9.7% 성장 유아용 물티슈 보급이 확대되며 물티슈 매출 증가	• 21	
	<b>러시아</b> 러시아인 해외관광 지출 30% 감소 2015년 러시아 가전시장 19.6% 감소	• 25	
	<b>인 도</b> 인도 화장품 시장, 향후 3년간 11~12% 성장 전망 2015년 인도 FDI 유입액 세계 1위	• 29	
	<b>중 국</b> 광둥성, 자유무역시험구 위안화 역외사용 정책 완화 中 가전시장의 유망분야, 스마트가전	• 32	
	<b>기타 신흥국</b> 인도네시아 전자상거래 시장 현황 2016년 1/4분기 베트남 경제 동향	• 37	
	한-신흥국 수출입 <del>동</del> 향	• 40	
EM 주요 경제통계	BRICs 주요 경제통계	• 42	

## 현지 리포트

EM inside

## 올해 중국 소비시장의 4대 키워드는?

김 종 환 한국무역협회 성도지부장

중국 알리바바그룹 산하 시장조사업체인 알리리서치(阿里研究員)에 따르면 2015년 중국개인 소비시장 규모는 4조2천억 달러를 기록했으며, 오는 2020년에는 6조5천억 달러에 달할 전망이다. 향후 5년간의 중국 소비시장의평균 성장률은 9%로 견조한 상승세를 이어갈것으로 예상된다.

최근 개인 소비시장의 추세와 관련해 중국의 언론에 자주 등장하고 있는 4가지 키워드는 'O2O서비스', '실시간 참여 온라인 콘텐츠 서비스', '여성시대', '건강한 삶'이다. 이를 통해최근 소비패턴을 파악함으로써 중국에 진출하려는 우리 기업들이 중점적으로 세워야 하는 전략의 주요 포인트를 살펴보고자 한다.

## O2O(Online to Offline) 서비스

알리리서치는 중국의 온라인 소비시장이

2020년까지 연평균 20% 이상의 성장률을 보이며 중국 전체 소비시장의 25%를 차지할 것으로 전망하고 있다. 특히 중국 국가통계국은 2016년 중국 O2O(온·오프라인 연계) 생활서비스 시장 규모가 6,600억 위안을 넘어 전년대비 58%라는 폭발적인 성장할 것으로 예상하고 있다.

최근 중국 도시 소비자들은 온라인 방문 서

#### [2009~2017년 중국 O2O 시장 규모 및 전망] (단위: 억 위안)



자료: 중국 국가통계국



비스(음식배달, 세탁, 가구청소, 안마 등) 방식 에 열광하고 있다. 중국인 소비자의 46%는 이 런 O2O 서비스를 예약 및 사용해 본 적이 있 고. 사용자의 78%가 재차 사용할 의사가 있음 을 밝히고 있다.

또한 O2O 서비스의 양상은 지역과 생활방 식에 따라 서로 다른 특성이 나타나고 있다. 예를 들어 화동(華東)지역 소비자들의 72%는 바쁜 생활로 가정식을 먹는 경우가 비교적 적 어 음식배달 어플리케이션을 활용한 O2O 서 비스에 더욱 높은 관심을 보이고 있다. 또한 20~29세 젊은 남성들의 경우 40% 이상이 맞 춤제작 상품과 서비스를 선호하고 있는 것으 로 나타났다.

#### 실시간 참여 온라인 콘텐츠 서비스

온라인 매체의 발달과 함께 중국 소비자들 의 온라인 영상 시청은 갈수록 늘어나고 이와 더불어 실시간 상호 커뮤니케이션이 확대될 전망이다.

인터넷 사용자의 83%가 PC 온라인 영상을 시청하고 있으며 73%의 사람들이 태블릿을



실시간 상호 커뮤니케이션- 탄무(弹幕)

사용해 영상물을 보고 있다. 이들 영상물 시 청자의 38%는 이미 유료 동영상을 본 적이 있 고, 아직 유료 시청 경험은 없지만 향후 관심 있는 영상물에 대해서는 유료로 시청할 수 있 다는 태도를 보인 비율이 31%에 이른다.

실시간으로 온라인상에서 함께 의견을 나눌 수 있는 창을 의미하는 '탄무(彈幕)'의 출현을 계기로 중국 소비자들이 인터넷 채팅에 참여 해 상호 소통을 통해 소비를 결정하는 경향 역 시 늘고 있다.

이밖에도 많은 종류의 영상 및 브랜드들이 생중계를 통해 다양한 방식으로 중국 소비자 들의 일상생활 속으로 파고들고 있으며 생방 송과 인터넷 쇼핑이 결합한 형태의 판매경로 가 소비자들에게 다가가고 있다.

#### 여성시대(她時代)

생활의 자유와 경제적 독립을 추구하는 중 국 여성들이 더욱 늘어남에 따라 소위 '여성시 대(她時代, 她는 영어의 Her에 해당)'시장이 확장되고 있다. 최근 중국 언론보도에 따르면 중국 국내총생산(GDP)에 대한 여성의 기여도 는 41%에 달한다. 이는 전 세계에서 가장 높 은 수준으로 고학력, 고소득의 특징을 가진 중 국 여성 소비자는 자기 성취욕이 높고 자신에 대한 투자를 아끼지 않으며 여러 소비품목에 서 고품질, 고가화되는 성향을 보인다.

실제 2015년 중국 도시 여성의 월평균 임금 7.267위안 중 소비 61%, 저축 23%, 투자16% 비중으로 지출하고 있어 소비가 압도적인 것 으로 나타났다. 조사에 따르면 중국 가정의 경 제관리를 여성(아내)측이 전담하는 가정이 전 체의 58%로 드러났다. 또한 2016년 현재 여 성 CEO 기업이 중국 전체 기업의 25%를 차지 하고 있고. 여성 창업 비율은 25%로서 10년 전보다 17% 상승했다. 이에 따라 여성 소비자 의 마음을 사로잡으려는 시도도 대폭 증가하 고 있다.

알리바바 타오바오에서는 창업자의 50.1% 가 여성(2014년 기준)이며 이는 알리바바 전 체 거래액의 46.0%를 차지하고 있다. 여성의 사회진출에 따라 식료품이나 일용잡화 등의 상품에서는 점점 시간절약형 상품이 나타나고 있으며 다품목을 동시에 구입할 수 있는 '원스 톱 쇼핑'이 확대되고 있다.



나 이거 살래 / 마누라 말은 항상 옳지!

### 건강한 삶에 대한 욕구

오늘날 중국인들은 '행복한 삶'의 요소로 ▲ 건강(20%) ▲성공(18%) ▲가정(13%)을 꼽고 있으며 이 중 '건강'을 가장 중요한 요인으로 사고하고 있다.

먼저 건강관련 상품군에서는 운동과 관련된 상품이 52.3%, 웰빙식품이 33.7%, 의약품이 29.4%의 비율을 차지하고 있다.

중국 휴대폰 사용인구의 30%는 건강관리 어플리케이션으로 하루의 활동량을 점검하고 있고, 소비자의 74%는 향후 전자디바이스를 이용해 건강관리를 할 의향이 있다고 밝히고 있다. 이렇듯 중국 소비자들의 웰빙 트렌드에 따라 향후 건강식품 및 헬스케어 산업의 발전 이 가속화될 것으로 보인다.

특히 2015년 기준 중국 아웃도어용품 시 장규모는 총 221.9억 위안으로 전년 대비 10.1% 증가라는 양호한 추세를 보이고 있다.

아웃도어(戸外服裝) 산업 중 가장 큰 비중을 차지하는 종목은 등산용품이며 그 중 전자상 거래를 통한 거래는 50%의 가파른 증가율을 보이고 있다.

이상에서 열거한 최근 중국 소비 시장에서 나타나고 있는 4대 핵심 트렌드의 공통점은 프리미엄 제품에 대한 선호도가 높고 브랜드 를 중시하며 단순한 소비를 떠나 문화를 향유 하고자 한다는 것이다. 이 점은 중국 내수시장 에 진출하려는 우리 기업들의 시장접근 전략 의 중요 포인트가 될 것이다.



디톡스 주스(최근 인기있는 음료)



# 중국, 해외직구(B2C) 어디로 가나? 세율 변경에 품목 제한, 일부 품목 인증 요구도

최 용 민 한국무역협회 북경지부장

#### 중국, 4월부터 B2C에 다양한 규제

중국은 해외직구(B2C)로 날이 샌다고 할 정도로 그 열기가 뜨겁다. 지난해 중국판 솔로의 날(11월 11일)에 해외직구 물품이 밀려들면서 해관(세관) 업무가 마비될 정도였다고 한다. 해당 주간(7일)에 해외에서 도착한 물건이 1천만 건을 돌파해 세관직원이 과로에 쓰러질정도였다고 한다. 일반 물품은 거래금액이 커도 관련 서류가 확실해 절차가 자동적으로 진행되지만 B2C 물품에 대한 통관은 제품을 확인하고 코드를 입력하는 버거운 작업이 연달

#### [중국의 해외직구 금액 증가 추이]

(단위: 억 위안)



자료: BigData-Research(2015)

아 이어지기 때문이다. 그럼에도 면세점 이하가 대부분이어서 세수에도 도움이 안 되는 실정이었다. 일반 무역업체들의 불만도 하늘을 향해 치솟고 있었다. 정식 통관된 제품은 관세와 증치세(부가가치세, 17%)를 내고 중국에 상륙하는 반면 B2C로 들어온 물품은 한 푼도세금을 내지 않는 경우가 흔했기 때문이다.

세관과 일반 무역업체들의 불만이 과장이 아니라는 점은 수치로 확인되고 있다. 중국 인터넷 시장 조사기관 BigData-Research(比达咨询)에 따르면 2014년도 중국의 해외직구 금액은 1,500억 위안에 달해 전년 대비 95.6% 나 급증했으며, 지난해에는 그 규모가 다시 60.0%가 늘어나 2,400억 위안에 이른 것으로 추정되고 있다. 중국에서 일명 '하이타오족(海淘族)'으로 불리는 해외직구족의 규모는 2014년 2천만 명에 달했으며, 2015년 말에는 2,400만 명에 이른 것으로 알려지고 있다. 미국의 온라인 결제업체 페이팔(PayPal)은 중국의 해외직구족이 2018년에는 3,600만 명에 달할 것으로 내다보고 있다. 특정분야의 시장

이 아니라 웬만한 나라의 인구 전체가 참여하 고 있는 시장과 같은 규모다. 구입품목으로 의 류·가방을 선택한 사람이 45.5%로 제일 많 았으며, 그 다음으로 화장품, 분유·영유아제 품, IT제품, 보건식품 등 순으로 나타났다. 해 외직구족 중 미국에서 구입한 사람이 58.2% 로 제일 많았고, 한국은 34.3%로 2위, 그 다 음으로 일본. 호주, 영국 등의 순으로 집계됐 다.

## 해외직구 상품, 일반무역에 준해서 통관관리

이런 상황에서 중국 재정부는 3월 24일 저 녁에 웹사이트를 통해 전자상거래를 이용한 해외직구 상품에 대한 세제 개편안을 공식 발 표했다. 그동안 설로만 횡행하던 세제 인상 소식이 공식화된 것이다. 해외직수입 상품 에 대한 세제 개편안은 지난 4월 8일부터 본 격적인 시행에 들어갔다. 개편안에서 가장 주 목된 점은 그동안 해외직구 소비자들이 즐겨 온 면세혜택이 사라지고 해외직구 수입상품 에 대해서도 일반 화물처럼 관세. 증치세. 소 비세를 부과한다는 것이다. 그동안 행우세(行 邮税) 적용 시 세액이 50위안을 넘지 않으면 세금이 면제됐으나 이번 개편으로 면세는 아 예 사라지고 해외직구 상품마다 무조건 최소 11.9%(증치세의 70%)의 세금이 부과된다는 점이다. 이밖에 그동안 B2C상품에 적용해 왔 던 행우세는 B2C가 아닌 여행객 짐, 개인물 품, 이사화물 등에만 적용하는 것으로 조정됐 는데 세율이 전반적으로 상향 조정됐다. 중국

정부는 수출입 상품을 화물(货物)과 물품(物 品)으로 구분하며, 화물에 대해서는 수입 시 관세, 증치세, 소비세를 부과하고, 비무역 속 성의 여행용 짐(行李), 우편물(邮递物品) 등은 물품으로 구분하면서 관세, 증치세, 소비세를 종합한 수입세(进口税)를 부과하는데 이를 일 반적으로 행우세라고 명하고 있다. 중국 정부 당국은 '크로스보더 전자상거래 B2C 수입 세 수정책'을 통해 크로스보더 B2C 수입상품을 기존에는 물품으로 분류했으나 이제는 화물로 분류해 종합세(综合课稅)를 적용한다고 밝힌 것이다

#### 【B2C 수입제품에 대한 개편 내용】

#### ◈ 해외직구 구매한도

- 1회당 거래금액 2천 위안(기존 1천 위안), 연간 거래한도 2만 위안

#### ◈ 조세의 종목 및 세율 변경

- 수입통관 시 종합세 적용 : 관세(간이세율 : 0%) + 증치세(세율: 17%)의 70% + 소비세의 70%

#### ◈ 과세가격 기준 및 납세의무자

- 과세가격은 소비자 실제거래가격(상품소매가 격 +국 내외 운임 + 보험료 등 포함)임
- 납세의무자는 소비자임, 단, 물류업체나 전자상 거래 운영업체에서 납세대행

#### ◈ 거래금액 한도 초과시 규정

- 1회당 거래금액 한도 또는 1인당 연간 거래금 액 한도를 초과할 경우 일반무역으로 취급해 세금 혜택 없이 일반수입화물과 똑같은 관세 와 증치세. 소비세(해당품목)를 부과

#### ◈ 신규 수입종합세 적용 대상

- 교역 명세서/대금 지불증빙/물류 배송 등 전자 서류 제공가능 상품

#### ◈ 새로 개편된 행우세

- 행우세 세목을 기존 4개 세목에서 3개 세목으 로 축소, 세율도 각각 15/30/60% 로 조정



또한 종합 세제를 적용받으려면 해관과 전 자적으로 연결된 전자플랫폼에서 교역이 이뤄 지고 거래명세서, 대금 지불증빙, 물류 배송 등과 관련된 전자서류를 제공하는 경우로 제 한했다. 해관과의 전산망이 연결되지 않은 전 자상거래 플랫폼에서 교역이 진행됐다면 특송 (우편물) 배달업체에서 교역명세서, 대금 지불 증빙, 물류 배송 등에 대한 3가지 전자서류를 일괄 제공하면서 수입된 해외직구 상품에 대 한 법적 책임을 지겠다고 약속해야 한다. 이런 약속은 중국 업체나 중국에 거점을 둔 경우에 만 가능할 것으로 전문가들은 진단하고 있다.

## 사전에 품목 제한과 인증 등 규제여부 파악 필수

또 B2C 상품에 대한 다른 변화는 품목 제한 이다. 새로운 세제 개편안의 시행을 하루 앞두 고 중국 재정부는 해외직구 가능품목을 공식 발표해 관련 업계를 혼란에 빠뜨렸다. 기존에 는 B2C를 통해 동물을 제외하고는 사실상 거 의 모든 제품의 거래가 가능했으나 이번 조치 로 1.142개 품목(HS 8단위 기준)만으로 제한 됐다. 식음료, 의류, 신발, 모자, 가전용품, 기 저귀, 아동완구, 안경, 보온병 등 생활소비재 가 주로 가능품목에 포함됐다. 이어서 4월 중 순에 중국 정부는 2차로 B2C 가능목록을 발 표했다. 여기에는 신선식품(새우, 사과 등), 의 료기기(혈압계. 콘택트렌즈 등). 식량류(현미. 밀가루 등). 유제품 등 151개 품목이 새로 추 가됐다. 유의할 점은 신선식품과 밀가루 등 일 부 품목은 보세구를 통한 판매만 가능하고 식 량류는 1인당 연간 구매량을 20kg으로 제한

했다는 점이다. 중국 보세구를 통한 B2C 수입 의 경우 일반무역과 같이 통관 관련 규제(통관 서류 및 검역절차 요구)를 동일하게 시행하게 되어 업무절차가 더 강화된 느낌이다. 해외직 구 직송상품에 대해서는 통관 시 검사·통관 서를 면제해주나 중국 업체가 보세구를 통해 사전에 수입한 후에 B2C를 통해 판매되는 제 품은 일반무역 절차를 그대로 준수하게 된 것 이다. 특히 B2C를 통한 유망 수출품목인 보건 식품, 화장품, 영유아용 분유, 의료기기 등에 대해 사전에 인증을 받은 제품만 통관이 가능 토록 제한했다(아래 제한품목 목록 참조). 기 존에 인증을 받지 않고 시장테스트 차원에서 B2C로 수출하던 방식이 불가능해져 신제품 출시와 동시에 B2C를 통해 마케팅을 진행하 던 관행에 제동이 걸리면서 국내 중소기업들 의 B2C 수출에 타격이 우려된다.

#### 【B2C 수입 제한품목 명단】

- 법에 근거해 일반식품으로 분류되지 않거나 인 증(注册), 또는 서류등록(备案) 제도로 관리하는 특수식품
- 특수의학용도 조제식품
- 식품안전법의 규정에 근거해 인증(注册) 대상 품 목으로 아직 인증을 취득하지 못한 영유아용 조 제분유
- 최초로 수입하는 화장품
- 인증(注册)이 필요한 의료기기
- 아생동식물종류 수출입 상품목록의 상품
- 자동수입허가증 관리화물목록의 상품
- 농약 수출입 관리목록의 상품
- 양용물자(两用物项)와 기술수출입허가증 관리 목록의 상품
- 동물용 소독제
- 국가에서 수입을 금지 또는 제한하는 중고기계 전기제품
- 암호제품(**密码产品**) 혹은 암호기술을 포함한 설비

그동안 논란이 됐던 화장품과 조제분유에 대해 중국 정부는 명확한 해석을 덧붙였다. 화 장품은 반드시 인증서를 취득해야만 판매가 가능하고, 조제분유는 등록관리제도가 2018 년 1월 1일부터 정식으로 실시될 예정이므로 그 이후에는 인증 심사를 통과해야 한다고 강 조했다. 또 다른 변화는 행우세 대상으로 분 류될 경우 일부 화장품에 대한 세율이 인하됐 다는 점이다. 과거 화장품에 대해 일괄적으로 50%의 행우세를 부과했지만. 최근 시행에 들 어간 규정에서는 화장품을 60%와 30%로 구

분해 일부 상품은 낮아졌다. 행우세 대상은 개 인간 물품이동에 적용되기 때문에 해외에 소 재한 B2C업체가 발송한 물건이 여기에 해당 될 수 있느냐에 대한 논란도 있음에 유의해야 한다.

## 영유아용 분유, 화장품은 인증 없이 B2C 수출 사실상 불가능

B2C 마케팅을 통해 중국 시장에 진출을 추 진할 경우 판매가 가능한 제품인지 사전에 확

#### [B2C제품의 세제 변경 방안]

변경전	4월 8일 변경 후(종합세와 행우세 병행 운영)			
행우세	신규 종합세 적용시 (관세+증치세+소비세)	새로 개편된 행우세 적용시		
① 세액 50위안 이하 - 면세 혜택 ② 세액 50위안 이상  - 우편세율 적용	① 1회당 거래금액 2천 위안 이하 - 관세 면세 - 소비세의 70%, 증치세의 70% 부과 ② 1회당 거래금액 2천 위안 이상 또는 1인 당 연간 거래금액 2만위안을 넘을 경우	<ol> <li>주로 일반무역 기준 무관세(관세 0%) 상품은 행우세율 15% 적용</li> <li>일반무역 기준 소비세가 부과되는 상품은 행우세율 60% 적용</li> <li>기타 상품은 모두 행우세 30% 적용 단</li> </ol>		
- 세율: 10/20/30/50%	- 관세 부과, 증치세 및 소비세 전액 부 과(일반무역과 동일)	세액 50위안 이하일 경우, 면세혜택을 유지하나 세율이 높아져 실질 혜택 없음		

#### [행우세 대상 화장품의 세율]

구분	분류	품목	행우세	
화장품	방향제품	향수 등		
	입술화장품	립스틱, 립글로스, 립라이너 등	60%	
	눈화장품	마스카라, 아이라이너, 눈썹연필, 아이섀도 등		
	손(발)톱용품	매니큐어, 매니큐어 리무버 등		
	분말형 화장품	파운데이션, 파우더 블러셔, 루스파우더 등		
	특수기능류 화장품	_		
청결용품 · 케어용품	청결용품	클렌징폼, 클렌징크림, 클렌징워터 등		
			30%	
	헤어케어용품	샴푸, 린스 등		



인할 필요가 있다. 특히 영유아용 분유와 화장 품은 인증을 받지 않으면 사실상 B2C 수출이 불가능하다는 점에 유의해야 한다. 따라서 화 장품과 조제분유 등 CFDA 인증을 요구하는 품목에 대해서는 대중국 수출에 앞서 시험생 산 단계에서 선제적인 인증작업이 필요하다고 하겠다. 정상적인 B2C제품일 경우 세율이 높 은 행우세가 아닌 일반세율을 적용받을 수 있 도록 철저하게 사전에 준비해야 한다. 현행 해 외직구 수입품목 명단에 해당되더라도 만약 주문서, 지불서, 운송장(물류 배송) 등에 대한 전자데이터를 중국 세관에 제출할 수 없는 경 우, 기존보다 10~20% 높은 새로운 세율을 적 용받을 수도 있다. 그러나 엄격하게 통관을 제 한할 경우 B2C제품이 행우세를 통해 통관하 는 것이 기존과 달리 거절될 위험성도 있다. 이에 따라 전자상거래 물품에 대한 서류 요구 를 충족하지 못하는 한국의 해외직송 사이트 의 경우 중국 B2C 업체와 제휴를 통해 가급적 해외직구 종합세율 적용 방안을 강구할 필요 가 있다. 이밖에 과세가격 기준과 세율의 변경 에 따라 중국 내 소비자 부담이 최소화되는 방 안을 강구해야 한다. 해상운송을 통해 운송비 를 절감하거나 새로운 포장(중량)을 통해 세금 부담이 낮은 제품을 개발할 필요가 있다.

## 한-인도 CEPA 개정 이슈를 살펴본다 (1) 법률 서비스

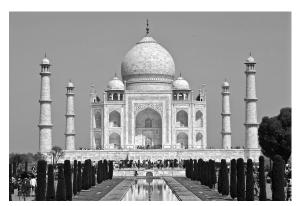
이 유민 (사)인도연구원 객원연구원

세계 경제의 둔화로 각국의 경제성장률에 비상이 걸리고 있는 최근, 신흥국 중 인도만이 꾸준하게 높은 성장률을 기록하고 있다. 우리나라는 인도와 2009년 한-인도 포괄적 경제동반자협정(CEPA)을 체결했고 현재 450여개 우리 기업이 현지에 진출해 활동하고 있다. 하지만 아직도 해결돼야 할 각종 문제들 때문에 인도 진출 시 기업들이 겪는 어려움이 상대적으로 다른 개발도상국에 비해 매우 크다. 특히 인도 현지 법제 분야의 애로사항으로 인해인도 진출을 계획 중이거나 이미 진출한 기업들의 활동에 많은 제약이 따르고 있다. 따라서오는 6월로 예정된 한-인도 CEPA 개정 협상에서 법제 분야, 특별히 법률 인적 서비스 개방이 집중적으로 거론돼야할 것이다.

## 복잡한 인도 법률 체제의 이해 필요

인도는 연방국가로서 우리나라와 다른 정치 체제로 형성돼 있는 나라이다. 중앙정부를 중 심으로 일관된 정책 아래 운영되는 한국과 달리 인도는 중앙정부와 주정부가 분리돼 있으며 연방법률과 중앙법률이 혼재된 복잡한 법 체 제로 이루어져 있다. 그렇기 때문에 인도 진출 을 계획하고 있는 해외 기업들의 경우 진출 이 전부터 정치적·사회적 현황, 법제도 등 관련 사항에 대해 면밀한 검토와 준비가 선행되지 않으면 현지에서 많은 문제들을 겪게 된다.

모디 총리 취임 이후, 인도 중앙정부는 해외 기업 친화정책을 계속 추진해 왔지만 중앙 정 부와 주정부의 정책이 일관되지 않고 현존하 는 주정부의 각종 불합리한 규제들이 현지에 서 해외 기업의 경영 활동들을 제약하고 있다.



인도에 진출하는 우리 기업들이 늘어나고 있지만 세금, 인허가, 통관 등 마주치는 법률 시스템적 문제는 아직까지도 미해결 과제이다



## 우리 기업들의 법률적 고충, 부족한 인도 법령 정보

CEPA 발효 이후. 한-인도 간의 교역과 한 국 기업의 인도 진출이 더욱 활발해지고 있는 것은 사실이지만 세금, 인허가, 통관 등에서 우리 기업인들이 마주하고 있는 법률 시스템 적 문제는 아직까지도 미해결 과제이다. 이는 인도 법령에 대한 정보 부족, 비일관적인 법 령 해석, 그리고 행정 역량 부족으로 인한 어 려움이라 해도 과언이 아니다. 특히 인도 조세 법의 경우 관련 시행령이나 시행 규칙이 한 달 에 50건씩 개정될 때도 있는 만큼 해당 법령 을 파악하고 판례와 그 적용 사례에 대해 정확 한 이해가 필요하다.

이런 측면에서 우리 기업들은 계약 단계에 서부터 미리 전문 변호사를 통해 각 조항에 대 해 정확하게 법률적으로 분석해야 한다. 이를 통해 법적 분쟁과 불필요한 비용 지출을 사전 에 미리 예방할 수 있다. 하지만 인도 진출에 앞서 계약서 작성 시 법리적 분석과 자문을 해 주는 전문가 또는 관련 시스템의 부족으로 인 해 이런 단계를 거치지 않아 법률 분쟁이 빈번 히 일어나고 있다.

### 인도 법률 전문가 양성 절실

인도의 복잡한 법률 체제는 관련 전문 지 식과 정확한 이해가 없이는 실질적인 문제 해 결에 도움이 되지 못한다. 하지만 인도는 지 난 50여년간 1961년에 제정된 '인도 변호사 법(Indian Advocates Act, 1961)'을 바탕으

로 외국계 법률회사의 국내 활동을 제지해 왔 다. 다행히 지난해 7월부터 인도 정부는 상대 방 국가와의 상호(Reciprocal)협정 관계를 기 반으로 외국 법률회사의 국내 활동을 합법화 했다. 이로써 해외 법률회사와 외국 변호사의 인도 현지 활동이 조금은 수월해질 것으로 예 상되지만 과연 이것으로 충분한 것일까? 인도 법에 대한 정확한 이해와 적용을 위해 외국인 이 인도 법 전문가이자 변호사로서 활동할 수 는 없는 것일까?

현재 한-인도 CEPA 협정 제 6.8조(인정)는 '당사국에서 습득된 교육 또는 경험 충족된 요 건 또는 부여받은 면허 또는 증명을 인정할 수 있다'고 규정하고 있다. 이는 어느 한 쪽 당사 국이 규제되는 서비스 분야에 있어서 다른 당 사국에 서면으로 요청할 경우, 양 당사국은 협 정 발효일 이후 12개월 안에 해당 서비스 분 야에서 습득된 교육 또는 경험 충족된 요건이 나 부여받은 면허나 증명 등 상호인정을 위해 당사국 각각의 전문가 단체가 그 서비스 분야 에서 조기에 성과를 성취할 목적으로 협상하 고 타결토록 장려한다. 즉. 법률 서비스 분야 에서 양 국가간에 상호 인정이 이루어진다면, 한국인 자격으로 인도 법학 전문 대학원 과정 을 통해 이 분야에서 습득된 교육 또는 경험이 인정돼 인도 변호사 시험을 볼 수 있는 자격 또한 얻게 될 수 있는 것이다.

실제로 현재 인도 변호사법(The Advocates Act, 1961)의 제24조는 변호사 시험을 볼 수 있는 자격 조항으로, 이는 시민(Citizen of India)에게만 자격을 제한하고 있지만 24조 1 항 (a)조건부에서는 '만약 인도인이 한국 법

학 전문 대학원을 졸업한 후 변호사 시험을 거 쳐 한국 변호사로 활동할 수 있는 자격이 주어 진다면 한국인에게도 그와 같은 자격이 주어 진다'고 그 범위를 확대하고 있다. 현재 한국 은 2011년에 개정된 한국 변호사법과 변호사 시험법에 따라 법학 전문 대학원의 입학 및 변 호사 시험 응시 자격을 대한민국 국민으로 제 한하고 있지 않다. 따라서 외국 국적자도 국내 법학 전문 대학원의 석사학위 취득 후 변호사 시험에 합격할 경우 국내 변호사 자격 취득이 가능하다.

이로써 CEPA 협정의 '상호인정' 조항에 따 라 인도 시민이 아닌 외국인일지라도 인도 법 학 저문 대학원을 졸업했다면 적어도 인도 변 호사 시험을 볼 수 있는 자격은 반드시 주어져 야 하며 나아가 인도 변호사로서의 활동도 가 능하다는 것을 보여준다.

하지만 현실 속 CEPA 협정에서의 제 6.8 조 '인정' 조항은 어디에서도 적용이 되지 못하 고 있는 상황이다. 인도는 변호사법이 제정된 1961년 이후 인도 법학 전문 대학원을 졸업하 고 해당국 변호사 시험에 응시한 외국인의 선 례가 지금까지 없었기 때문에 협정이나 변호 사법에 제정된 내용이라 할지라도 섣불리 이 를 인정하거나 통과시킬 수 없는 문제라며 이 에 대한 어떠한 답변이나 협상조차 이뤄지지 못하고 있다.

### 법률 전문가를 통한 교역 확대 지원 필요

지금까지 한국에서는 인도 법률 체제를 이 해하는 전문가의 활동이 거의 없었다. 다른 개 도국에 비해 까다로운 행정 절차와 일관되지 않은 법 집행에서 비롯되는 각종 문제점들로 인해 우리 기업들의 인도 진출은 더욱이 망설 여지는 과제로 남아 있다. 따라서 이런 시점에 인도 법률 전문가의 역할은 우리 기업의 인도 진출 문제뿐만 아니라 한-인도 교역 관계의 발전을 위해 필수적이 됐다. 그렇다면 어떤 부 분에서 그들의 역할이 반드시 필요한 것일까?

먼저 인도는 거대한 소비시장과 저렴하고 풍부한 노동력, 다양한 천연자원 등 매력적인 투자 요소를 갖고 있지만 각 주마다 다른 행정 및 법률 체제. 상이한 언어. 다양한 인종 및 종 교. 환경 등으로 이루어져 있기 때문에 철저한 사전 조사가 없이는 모든 진행이 불가능하다. 따라서 국내 또는 해외 기업의 경제 활동과 관 련해 인도 내에서 이루어지는 포괄적 업무에 관련된 계약, 송무(訟務), 중재 및 분쟁 소송 등을 자문해주는 단계가 반드시 필요하다.

다음은 계약서 작성 단계에서 요구되는 인 도 법률 전문가의 역할이다. 위에서 언급한 바 와 같이 인도 조세법과 같이 개정과 시행이 빠 르게 이루어지는 법령의 경우 신속한 파악과 판례 및 적용 사례의 정확한 이해를 통해 계약



법률 체제. 다양한 언어와 인종 등 저해 요소 또한 적지 않다



단계부터 법률적 분석이 이루어져야 한다. 하 지만 지금까지 한국 기업들은 대부분 이런 법 리적 분석 단계를 거치지 않아 인도 현지에서 여러 법률 분쟁에 얽매이곤 했다. 이에 따라 인도 법률 전문가는 현지 진출을 앞둔 우리 기 업들을 위해 법률 초안 작성의 중요성을 인식 할 수 있는 세미나 또는 공식적 자리를 마련해 법적 분쟁을 사전에 예방할 수 있도록 지원해 야 하다.

마지막으로 인도 법률 전문가는 현지에서 활동 중인 우리 업체들을 위해 기업 경영에 관 한 현지 최신 법령을 빠르게 파악할 수 있도록 도와줌으로써 발생 가능한 법률 문제들에 대 해 신속히 대응할 수 있게 지원하는 버팀목 역 할을 해야 한다.

인도에 대한 관심이 높아지면서 인도로 진 출하거나 진출을 추진하는 우리 기업의 수는 날로 증가하고 있다. 인도 진출을 앞둔 우리 기업들의 최대 과제는 현지를 제대로 이해하 고 발생할 수 있는 모든 법률적 문제를 정확히 분석해 미리 예방하는 것이다. 이를 위해서는 인도를 이해하고 현존하는 복합적인 법률시스 템을 정확히 분석할 수 있는 인도 전문 법률가 의 양성이 그 어느 때보다 시급하다. 다가오는 CEPA 개정 협상을 통해 한-인도 법률시장에 대한 관심이 높아지고 관련 각종 법안들이 더 욱 심도 있게 토의되어 양국 간 관계 발전을 위한 인도 법 전문가의 길을 밟을 수 있는 인 재들이 많아지기를 희망한다.

## BRICs 경제동향

EM inside

## 브라질

#### ▶ 3월 산업생산 증가율은 -11.4%로 감소폭 확대

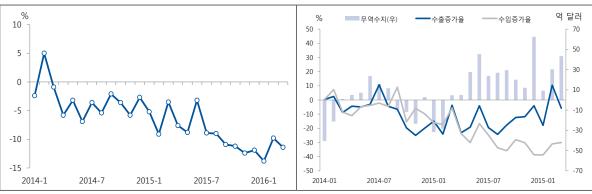
- 3월 산업생산은 전년 동월 대비 11.4% 감소하며 2월(-9.8%)에 비해 감소세가 심화됨
  - 자본재(-24.5%)와 내구소비재(-24.3%)의 생산이 가장 크게 감소한 반면 비내구재 (-3.8%)가 유일하게 한 자릿수의 낮은 감소율을 기록
  - 품목별로는 컴퓨터 및 전자 · 광학 장비(−31.1%), 자동차(−23.8%), 기타운송장비(−22.0%) 등이 가장 심한 감소세를 기록 중인 반면 담배(17.4%)와 의약품(2.7%)의 생산은 전년 동월 대비 증가
- 전월 대비 산업생산 증가율은 1.4%로 반등
  - 2월 2.1% 감소했던 식음료 생산이 3월 4.6% 증가
  - 기계 및 설비(8.5%), 의약품(8.3%), 자동차(2.7%) 등의 생산도 전월 대비 증가세

#### ▶ 3월 무역수지 43.3억 달러 흑자 달성

- 3월 수출은 전년 동월 대비 5.8% 감소한 159.9억 달러를 기록하며 2월(10.4%)의 증가세를 이어가지 못하고 감소세 전환
- 수입(116.6억 달러)은 헤알화 약세로 인해 -30.0%의 높은 감소율 유지
- 무역수지는 43.3억 달러 흑자로 2월(30,4억 달러)에 비해 흑자폭 크게 확대

#### 〈산업생산 증가율〉

#### 〈수출입 증가율〉



자료: 브라질 국립통계원(IBGE), 브라질 통상산업개발부, CEIC



#### ▶ 2월 소매판매 증가율은 -4.2%를 기록하며 감소폭 축소

- 2월 소매판매는 전년 동월 대비 4.2% 감소하며 1월(-10.3%)과 12월(-7.1%)에 비해 감소세 가 크게 완화됨
  - 의약/화장품의 판매가 전년 동월 대비 6.2% 증가하며 반등
  - 석유/유활유(-13.8%→-4.1%).식음료(-5.8%→-1.4%),가구/가전(-24.7%→-10.9%), 사무용품(-24.9%→-17.3%) 등 다양한 품목에 걸쳐 감소세 완화
- 자동차와 건자재가 포함된 확장 소매판매 증가율은 -5.6% 기록
  - 특히 자동차(-21.3%→-6.6%) 판매 감소율이 큰 폭으로 줄어듦

#### ▶ 3월 소비자물가 상승률 9.39%로 9개월 내 최저

- 3월 소비자물가는 지난 9개월 내 가장 낮은 상승률을 기록하며 인플레 압력 완화
  - 브라질 내 소비자물가는 2개월 연속으로 안정되는 추세
  - 전기료(6.35%) 인상률이 2월(34.42%)에 비해 크게 줄어들었으며 주거비용 (14.88%→ 8.41%) 또한 인상폭이 크게 감소하며 인플레 압력 완화에 기여
  - 전월 대비 소비자물가 상승률은 0 43% 기록
- 3월 생산자물가 상승률 또한 5.25%를 기록하며 2월(8.57%)에 비해 큰 폭으로 하락

#### 〈소매판매 증가율〉 〈소비자물가 상승률〉 10 - 소매판매 증가율 11.0 <>>─전년동월 대비 -□-전월대비 (우) 확장 소매판매 증가율 10.0 1.3 9.0 0.8 8.0 -5 7.0 -10 0.3 6.0 -15 5.0 -0.2 2014-01 2014-07 2015-01 2015-07 2016-01 2014-01 2014-04 2014-07 2014-10 2015-01 2015-04 2015-07 2015-10 2016-01

자료: CEIC, 브라질 국립통계원(IBGE)

## 러시아

#### ▶ 3월 러시아 수출입 두 자릿수 감소세 지속

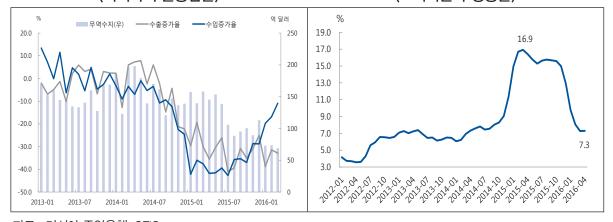
- 수출은 2014년 8월 이후 20개월 연속 감소하며 전년 동월 대비 32.9% 감소한 221억 달러
  - 비 CIS 지역 수출은 190억 달러로 전년 동월 대비 33.2% 감소
- 수입은 두 자릿수 감소가 지속되고 있으나 그 감소폭이 다소 줄어들며 3월은 전년 동월 대비 10.9% 감소한 152억 달러
  - 비 CIS 지역 수입은 전년 동월 대비 10.1% 감소하여 137억 달러 달성
- 두 자릿수 수출 감소가 지속됨에 따라 무역수지 흑자폭도 줄어들어 3월은 69억 달러 흑자에 그침

#### ▶ 4월 소비자물가 상승률은 7.3%

- 러시아 소비자물가 상승률은 올들어 한 자릿수를 기록하며 둔화세 유지
  - 지난해 20%를 상회하며 물가 상승률을 겸인했던 식품물가는 4월 5.3% 증가에 그쳤으 며. 비식품물가 역시 지난해 두 자릿수 증가에서 둔화되며 4월은 8.5% 증가
  - 식품 중에서는 우유 및 유제품, 빵류, 곡물이 각각 6.9%, 6.6%, 6.0% 증가했으며 과일 및 야채류는 1.6% 감소
  - 비식품 분야에서는 섬유 11.4%, 세제류 11.1%, 가전제품 10.3%, 의약품 5.4%, 건자재 5.4% 상승

#### 〈러시아 수출증감률〉

#### 〈소비자물가 상승률〉



자료: 러시아 중앙은행, CEIC



#### ▶ 4개월 연속 우랄산 원유가격이 상승하며 루블 환율 역시 진정세 보임

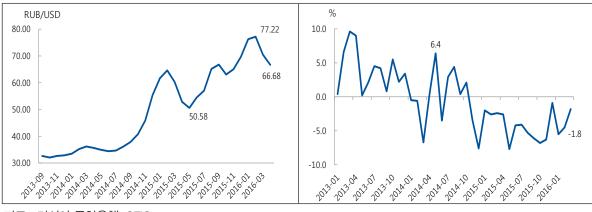
- 국제유가가 오름세를 보이는 가운데 4월 평균 우랄산 원유가격은 배럴당 39.63달러 기록
  - 배럴당 20달러 선까지 하락했던 국제유가가 오름세를 보이고 있으며 우랄사 원유가격도 4개월 연속 상승세를 유지하며 4월 평균 가격은 배럴당 39.63달러 기록
  - 러시아의 올해 1~4월 원유생산량은 전년 동기간 대비 2.7% 증가한 약 1억8천만 톤을 기록하였으며 하루 평균 1.084만 배럴을 생산
  - 중앙은햇은 2016년 평균 유가를 배럴당 30달러로 설정하고 2018년까지 배럴당 40달러 선으로 서서히 회복할 것으로 전망
- 지난 1월 달러당 80루블을 상회하며 치솟았던 환율은 다소 안정세를 보이며 4월 평균 환율은 달러당 66.68루블, 5월 6일 현재 달러당 65.89루블 기록

#### ▶ 소매판매 감소 줄어들고 실질가처분소득 감소폭도 축소

- 계속되는 러시아 경기 침체로 소매판매와 실질가처분소득은 마이너스 성장을 지속하고 있으나 그 감소폭은 다소 줄어들었음
  - 국제유가가 크게 감소함에 따라 러시아 수출은 지속적으로 감소하고 경제성장륨 역시 마이 너스를 기록하면서 따라 민간 소비 역시 축소
  - 지난 연말 두 자릿수 감소를 보였던 소매판매증가율은 다소 개선되며 3월은 전년 동월 대비 5.8% 감소. 실질가처분소득은 1.8% 감소



#### 〈실질가처분소득〉



자료: 러시아 중앙은행, CEIC

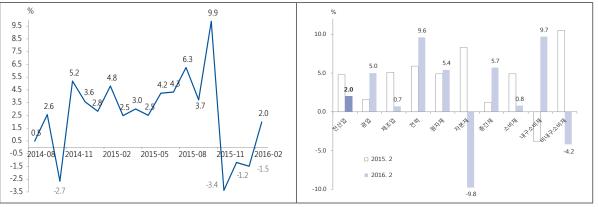
## 인도

#### ▶ 2016년 2월 산업생산 증가율은 2.0%로 증가세 전환

- 전력생산은 전년 동월 대비 9.6%로 가장 높은 증가세를 보였으며. 최근 지속적인 감소세를 보였던 제조업도 전년 동월 대비 0.7% 증가
- 8개 주요 인프라 개발 관련 산업의 생산 증가율은 최근 과잉 생산으로 문제가 되고 있는 철강을 제외하고 모두 증가하며 5.7%의 증가세를 나타냄
  - 비료(16.3%). 시멘트(13.5%). 전력(9.2%). 석유제품(8.1%). 석탄(3.9%). 천연가스 (1.2%), 원유(0.8%)는 상승했으며, 철강(-0.5%)은 감소함

#### 〈인도의 산업생산 증가율〉

#### 〈유형별 산업생산 증가율〉



자료: CEIC, 인도 재정부, GTA

### ▶ 인도의 3월 수입은 크게 감소하며 무역수지 적자폭이 다소 줄어듦

- 올해 3월 수출은 227억 달러로 전년 동월 대비 5.5% 줄었으며, 수입은 278억 달러로 21.6% 크 게 감소하며 무역수지는 51억 달러 적자를 기록
  - 지난달에 이어 원유 관련 수입은 전년 동월 대비 35.3%로 크게 감소한 48억 달러를 기록 했으며, 비원유 부문의 수입도 17.9% 줄어든 230억 달러를 기록

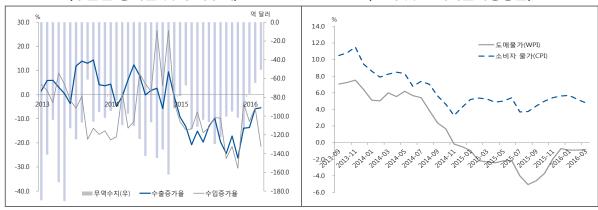


#### ▶ 3월 도매물가상승률(WPI) -0.9%, 소비자물가상승률(CPI) 4.8%

• 식품 관련 소비자물가지수(CFPI)는 5.2%로 지난달 5.3%와 비슷한 수준을 유지. 연료 및 전력 관련 소비자물가지수는 3.4%를 기록하며 지난달 4.6%에 비해 다소 하락함

#### 〈수출입 증가율 및 무역수지〉

#### 〈도매 및 소비자물가상승률〉



자료: CEIC, 인도중앙은행

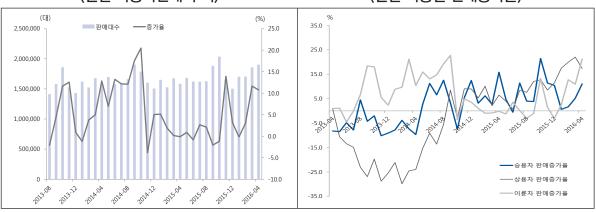
자료: 인도 상공부

#### ▶ 4월 인도 국내 자동차 판매율은 20%로 지난달에 이어 증가세를 지속

- 상용차. 이륜차 등 모든 분야의 판매는 두 자릿수 증가세를 보이며 인도 자국 자동차 판매량은 전년 동월에 비해 약 5만대 증가한 190만대를 기록
  - <del>승용</del>차, 상용차, 이륜차의 판매량은 전년 동월 대비 각각 11.0%, 17.4%, 21.2%로 증가세를 보임

#### 〈월별 자동차판매 추이〉

#### 〈월별 차종별 판매증가율〉



자료: CEIC

## 중국

#### ▶ 4월 수출·입 지속 감소

- 4월 중국의 수출은 전년 동월 대비 1.8% 감소하면서 증가세 주춤
  - 중국의 주요 수출국 중 對 EU, 아세안에 대한 수출은 증가세이나 對 일본, 미국 수출은 다시 큰 폭으로 하락

#### 〈주요국 수출 추이〉

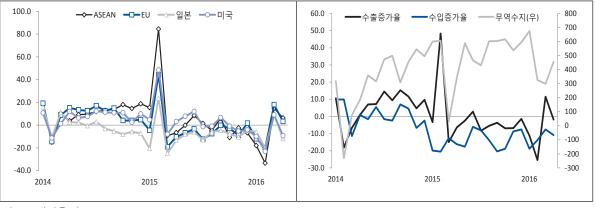
(단위: %)

	ASEAN	EU	일본	미국
1월	-18.0	-12.0	-6.0	-9.9
2월	-33.4	-19.8	-20.1	-23,1
3월	14.8	17.9	9.3	9.0
4월	6.3	3.2	-11.8	-9.3

- 중국의 수입은 전년 동월 대비 10.9% 줄어들면서 감소세가 지속되고 있으나 원유 수입은 증가세 지속
  - 4월까지 원유수입량은 1.24억톤으로 지속적으로 증가하고 있어 현재 추세가 지속될 경우 금년도에 연간 수입량 최고치를 기록 전망 (2015년 원유수입량: 3.4억톤)

#### 〈수출입 증가율 변화〉

#### 〈주요국(경제권)에 대한 수출입 증가율〉



자료: 해관총서, CEIC



#### ▶ 3월 사회소비재 소매판매액 10.5% 증가

- 3월 사회소비재 소매판매액은 동기 대비 10.5%(명목 증가율) 증가한 2조 5.114억 위안
  - 3월 요식업 매출액은 동기대비 11.4% 증가한 2.651억 위안이며 제품판매업 소매판매액은 동기대비 10.4% 증가한 2조2.463억 위안
  - 1분기 온라인 소매판매액은 동기 대비 27.8% 증가한 1조251억 위안으로 식품, 의류, 소 모품 판매액은 각각 35.5%, 16.0%, 29.5% 증가

#### ▶ 1분기 중국 GDP 동기 대비 6.7% 증가한 5조8,526억 위안

- 1분기 중국 국민 1인당 가처분소득은 동기 대비 8.7%(명목) 증가한 6.619위안이며, 가격 요인을 제외한 실질 증가율은 GDP 성장률(6.7%)에 못 미친 6.5%임
- '신경제(新 성장동력 육성을 통한 경제 개혁)'와 연관성이 깊은 첨단기술 산업과 장비 제조업 의 부가가치는 각각 동기 대비 9.2%와 7.5% 증가
  - 대표적인 신경제 업종별로는 1분기 의약품 제조업 부가가치는 9.2%. 스마트폰 생산량은 15.6%, 산업용 로봇 생산량은 19.9%, 신에너지자동차 생산량은 80.2% 증가

#### ▶ 1분기 중국 고정자산투자 동기 대비 10.7% 증가

- 1분기 중국 고정자산투자액은 동기 대비 10.7%(명목) 증가한 8조5.843억 위안으로 증가율은 1~2월에 비해 0.5%P 상승
  - 산업별로는 1차 산업 투자액이 동기 대비 25.5% 큰 폭으로 증가했으며 지역별로는 동북 지역만이 19.3% 감소함

## **EM News**



## 브라질

#### ▶ 프리미엄 뷰티 · 자기관리용품 시장 규모 9.7% 성장

- 지난해 브라질의 뷰티 · 자기관리용품 시장 규모는 전년 대비 9.7% 성장
  - 가장 높은 성장률을 보인 분야는 프리미엄 헤어케어(Hair Care)로 전년 대비 14.6% 성장
- 프리미엄 뷰티 · 자기관리용품 판매 기업들은 높은 물가상승률과 세금 인상 등 악조건에 맞서 수요를 유지하기 위해 각종 가격 할인 행사를 진행해왔음
- 프리미엄 뷰티 · 자기관리용품의 경우 본인이 사용할 목적이 아니라 타인에게 선물하기 위해 구입하는 경우가 많아 불경기의 타격을 덜 받은 것으로 분석됨
  - 선물로 자주 쓰이는 품목인 향수는 9.6%의 매출 증가율을 기록했으며 인기 선물로 떠오 르고 있는 프리미엄 목욕 · 샤워용품 매출은 10.9% 증가
- 브라질의 뷰티 · 자기관리용품 시장은 2015~2020년 연평균 5.9% 성장할 것으로 전망됨

#### 〈브라질 프리미엄 뷰티·자기관리용품 매출 증가율 및 전망〉

(단위:%)

	2015 증가율	2010~2015 연평균증가율	2010~2015 증가율	2016 증가율	2015~2020 연평균증가율	2015~2020 증가율
목욕·샤워용품	10.9	16.1	110.8	4.2	5.9	33.4
색조화장품	6.1	6.5	36.8	-0.1	2.6	13.8
향수	9.6	10.9	67.5	3,3	5.8	32.6
-남성향수	12.5	15.4	104.3	6.1	9.1	54.6
-여성항수	7.2	7.6	44.2	0.8	2.9	15.3
헤어케어	14.6	20.6	154.7	6.5	9.3	56.0
스킨케어	4.2	3.8	20.6	-1.8	0.7	3.6
핸드케어	9.7	12,2	77.4	2.9	5.2	28,6
선(Sun) 케어	1.3	-0.3	-1.5	-3.3	-1.7	-8,2
유아 · 아동용품	12,5	16.2	111.8	5.1	7.5	43.3
전체	9.7	11,1	69.3	3,3	5.9	33.0

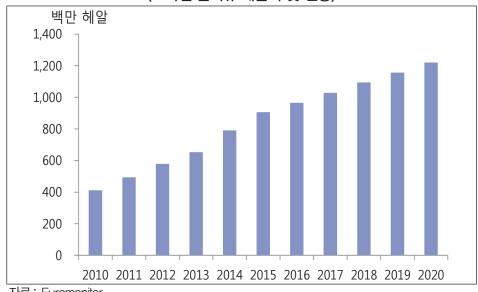
자료: Euromonitor



#### ▶ 유아용 물티슈 보급이 확대되며 물티슈 매출 증가

- 물티슈는 브라질 시장에서 상대적으로 보급률이 낮은 제품으로 지난해 매출액이 14.6%로 크게 증가
  - 전반적인 경기 침체 및 구매력 감소에도 불구하고 일상생활을 편리하게 만들어줄 수 있는 제품에 대한 브라질 소비자들의 수요는 높은 수준을 유지
- 특히 다양한 가격대의 유아용 물티슈가 출시됨에 따라 중 · 저소득층의 구입 비중이 확대
  - 전체 물티슈 매출액의 약 93%를 차지하는 유아용 물티슈 매출액은 2015년에 전년 대비 15.2% 증가
  - 브라질에서는 기저귀와 물티슈를 보완재로 여기는 경향이 강해 기저귀 시장에서 좋은 이미지를 가진 브랜드의 물티슈에 대한 선호도가 높음
- 위생의 중요성에 대한 인식이 강화됨에 따라 다용도 물티슈 또한 11.2%의 높은 매출액 증가율을 기록
  - 최근 불경기가 심화됨에 따라 저가 물티슈 선호도 또한 상승

#### 〈브라질 물티슈 매출액 및 전망〉

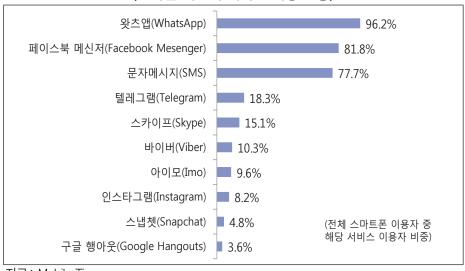


자료: Euromonitor

#### ▶ 왓츠앱(WhatsApp) 서비스가 일시 중단되며 보안기능 강화 메신저 어플리케이션 수요 증가

- 5월 2일 페이스북의 왓츠앱(WhatsApp) 메신저 서비스가 24시간동안 중단됨
  - 왓츠앱은 페이스북이 인수한 메신저 어플리케이션으로 브라질 이용자는 약 1억 명
  - 왓츠앱은 법원의 마약 거래 수사 관련 통신 내역 공개 요청에 불응한 바 있으며 이에 따른 72시간 서비스 중단 명령이 내려졌으나 24시간 만에 해제
- 왓츠앱 서비스가 중단되자 경쟁 메신저 어플리케이션인 텔레그램(Telegram)에 약 100만 명 의 신규 가입 신청이 쇄도
  - 텔레그램은 보안을 강조한 메신저로 대화 내용이 자동으로 삭제됨
  - 왓츠앱의 브라질 내 서비스가 처음으로 중단되었던 지난해 12월부터 현재까지 약 700만 명이 텔레그램에 신규 가입한 것으로 집계됨
- 미국 스타트업 컨파이드(Confide) 메신저의 브라질 가입자도 500% 증가
  - 컨파이드는 텔레그램보다 보안 기능을 한층 더 강화한 메신저로, 메시지 즉시 삭제 기능. 캡쳐 방지 기능 등을 제공
- 한편 브라질 메신저 어플리케이션 시장은 페이스북이 장악하고 있음
  - 왓츠앱과 페이스북 메신저가 1. 2위를 차지하고 있으며 왓츠앱은 3위 텔레그램 이용자 보다 5배 이상 많은 이용자를 보유

#### 〈브라질 메신저 서비스 시장 현황〉



자료: Mobile Time



#### ▶ 브라질 IT산업 및 스타트업 생태계 호황

- 지난 1분기 브라질의 전체 인수합병(M&A) 건수가 전년 동기 대비 20% 감소한 가운데 정보 통신분야 M&A 건수는 35% 증가
  - 정보통신분야의 M&A는 1분기 42건으로 전체의 21.2%를 차지
- 정보통신분야 시장 규모는 GDP의 약 5%에 달하는 1천억 달러 수준
  - 브라질은 세계 7위 규모의 정보통신 시장을 보유하고 있으며 중남미에서 가장 많은 투자 액을 기록
  - 브라질 정보통신 시장이 전체 중남미 시장의 46%를 차지
- 브라질 스타트업협회에 따르면 지난해 12월 기준 브라질 스타트업 기업 수는 4.000개에 달 하는 것으로 집계됨
  - 이는 6개월간 18.5% 증가한 수치로. 신생 기업이 가장 많은 분야는 핀테크와 B2B 서비스
  - 벤처 캐피탈 투자 또한 지난해 35% 증가했으며 이 중 41%는 스타트업 기업에 집중됨
- 스타트업 기업에게 투자 및 교육프로그램 등을 지원하는 스타트업 엑셀러레이터 센터는 2010년 이후 40개 이상 증가
- 벨루오리존치(Belo Horizonte)를 수도로 두고 있는 미나스 제라이스(Minas Gerais)주가 정보 통신분야의 중심지로 떠오르는 중
  - 미나스 제라이스 주는 35개 도시에 걸쳐 약 5,000개의 정보통신 기업을 보유
  - 구글은 지난 4월 벨루오리존치에 연구개발(R&D)센터를 신규 설립했으며 스탠포드대학은 벨루오리존치에서 2년째 창업 · 혁신 프로그램을 운영 중

## 러시아

#### ▶ 포드社, 1분기 판매율 93% 증가하며 러시아 자동차 산업에 추가 투자 고려 중

- 글로벌 자동차 메이커 포드社는 향후 러시아 경제가 회복할 것으로 전망하며 신규 투자를 고려 중
  - 포드社는 2011년부터 지난 5년간 15억 달러 이상을 투자하여 러시아에 자동차 및 엔진 공장을 설립
    - \* 포드社는 Focus, Mondeo, Fiesta, Transit, Exlorer를 현지생산 중이며 타타르스탄에 새로운 엔진공장 및 조립공장을 건설해 운영중
  - 2016년 1분기 러시아 전체 자동차 판매율은 전년 동기 대비 17% 하락한 반면 포드社 판매율은 93% 증가
- 포드社는 루블화 가치 하락으로 가격경쟁력이 생긴 러시아에서 자동차 생산 후 유럽으로의 수출도 고려중
  - 2015년 러시아 승용차 시장은 약 40% 축소되었으며 유럽비즈니스협회(Association of European Businesses)에 따르면 올해 러시아 자동차 판매율은 추가 5% 감소할 전망
  - 그럼에도 불구하고 포드社는 러시아 경제회복과 수요회복 시 여전히 유럽의 가장 큰 승용차 시장이 될 것으로 전망하며 장기적 관점에서 새로운 투자 사이클을 이어갈 것이라 밝힘

### ▶ 이케아社, 현재 60%인 러시아 현지 생산품 비중을 지속적으로 확대할 계획

- 이케아에서 현재 판매 상품의 약 60%가 러시아산이며 점차 이 비중을 증가시킬 계획이라 밝힘
  - 현재 모스크바, 레닌그라드, 노브고로드, 키로프 지역에 공장을 운영 중이며 노브고로드 지역 추가 공장 설립에 5.000만 달러를 투입. 내년 완공 예정
    - \* 2년 전 현지 생산품의 판매비중은 약 50%였음
- 이케이社는 지난 2015년 러시아 시장의 잠재력을 높게 판단, 2020년까지 추가 20억 달러를 현지에 투자하기로 결정한 바 있음
  - 루블화 가치하락과 소비자 수요 약화에 타격을 받은 타 제조사들과는 달리 이케아社의 판매율은 지난 회계연도('14.9.1∼'15.8.31)에 14.7% 증가했음
    - \* 2018년 개점 예정인 모스크바 미티시치 지역의 매장을 포함하면 러시아 지역에 총 15개 매장을 보유 하게 됨



#### ▶ 러시아인 해외관광 지출 30% 감소

- UN World Tourism Organization(UNWTO) 자료에 따르면 경기 침체로 인해 러시아인의 해외관광 소비 지출이 전년 동기 대비 30% 감소
  - 2013년 560억 달러. 2014년 500억 달러를 해외여행에 소비하였으나 2015년 러시아인 들은 해외여행 지출에 총 350억 달러를 지출
  - 러시아 루블화 가치 하락으로 해외 소비액을 줄이거나 해외여행 자체를 포기하는 사람들 이 늘어난 것으로 파악
- 한편 Russian Tourism Industry Union에 따르면 2015년 러시아 해외여행은 31.3% 감소 하였으며 이는 1998년 이후 가장 급격한 감소율임
  - 러시아 해외여행객 수는 31% 감소한 반면 같은 기간 국내여행객은 전년 대비 130만 명 증가하여 처음으로 5천만 명을 초과함

#### ▶ 2015년 러시아 가전시장 19.6% 감소

- 전자제품 전문체인 M.video에 따르면 2015년 러시아인의 가전제품 소비는 전년 대비 19.6% 감소한 1조 2,000억 루블(약 185억 달러)
  - 대형 가전의 전체 판매량은 2014년 대비 15% 감소했으며 품목별로 냉장고 37%. 청소기 35%, TV 47% 감소
  - 소형 가전은 3~6% 감소로 비교적 감소폭이 적었으며 특히 주방가전의 경우 판매가 증가하여 커피머신은 전년 대비 2%, 믹서나 블렌더 등과 같은 조리가전의 경우 15% 증가
- 2016년 가전제품 시장 역시 약 6~8% 마이너스 성장을 전망하였으며 특히 스마트폰 시장에서의 가격경쟁이 치열해질 것으로 예상

#### ▶ 러시아인, 소득의 절반 이상 식품 구입에 지출

- 지난 2월 러시아인은 월소득의 절반 이상(50.1%)을 식품 구입에 지출한 것으로 나타남
  - 소득에서 식품(주류 및 담배 포함)에 대한 지출이 비식품에 대한 지출을 넘어선 것은 2008~2009년 경제 위기 이후 처음
  - 최근의 경제 불황으로 인해 실질소득이 감소하면서 기본 필수품만을 구입하고 있으며 특히 저소득층일수록 대부분의 소득을 식품 소비에 지출
    - \* 2015년 러시아의 빈곤율은 총인구의 13.4%인 1,920만 명으로 지난 9년간 가장 높은 수치
    - \* 2016년 2월 기준 러시아 평균 월소득은 3만2,990루블(약 500달러)
- 실질소득의 감소세가 지속됨에 따라 2016년에도 기본 생필품에 대한 소비 비율은 높을 것으로 전망

#### ▶ 중국 훈춘-러시아 블라디보스토크 고속철 건설 프로젝트 급물살

- 러시아 국영통신 타스社의 보도에 따르면 중국 훈춘-블라디보스토크 간 약 322km 고속철 건설에 약 92억 달러가 소요될 것으로 전망됨
  - 투자액은 철로 건설 기준으로 산출된 것으로. 공사기간은 약 5~6년으로 예상
  - 6월 푸틴·시진핑 러·중 정상회담서, 사업관련 후속협의 전망
    - \* 훈춘은 러시아 연해주, 북한 나진의 국경을 맞대고 있는 중국 동북 3성 중 하나로 지역 발전을 위해서는 바닷길이 필요한 한편, 러시아는 연해주 지역발전을 위해 물동량 확대가 필요
- 중국 지린성의 한 관계자에 따르면 이미 고속철 건설에 대한 구체적인 사업계획은 마무리된 상황이며 프로젝트 착공시점, 금융 조달 등 사업 추진에 실질적으로 요구되는 의사결정은 양국 정부 및 철도 당국 관계자간 협의를 통해 결정될 예정이라고 함
  - 현지에서는 6월 블라디미르 푸틴 러시아 대통령이 중국 방문 후 훈춘-블라디보스토크 간 고속철 건설사업이 급진전될 것으로 기대하고 있음
- 한편 중국과 러시아 양국은 이 구간 뿐 아니라 러시아 내에 최초로 건설되는 모스크바-카잔
   고속철 건설도 협력 중에 있는 것으로 알려짐

#### ▶ 러시아 정부, 외국계 화물차량 도로 이용료 두 배 더 부과

- 러시아 정부는 외국계 화물차량의 러시아 도로 이용료를 기존 1일 당 385루블(6달러)에서 850루블(12달러)로 50% 증액하기로 결정
  - 이는 연간 60,000루블(900달러)에서 120,000루블(1,800달러)로 늘어나며 3.5톤에서 12톤 규모의 외국계 화물트럭에 부과됨
    - \* 오스트리아, 벨기에, 헝가리, 독일, 불가리아, 덴마크, 룩셈부르크, 네덜란드, 폴란드, 루마니아, 슬로바키아, 투르크메니스탄, 체고, 스위스, 스웨덴에서 등록된 화물트럭에 적용
- 러시아 정부는 이번 정책으로 러시아 트럭 운송의 경쟁력이 향상될 것이며 도로 이용료 인상에 따른 수입제품 가격상승은 없을 것으로 전망
  - 증액된 도로 이용료는 러시아 도로 펀드에 통합되어 루블화 가치 하락으로 인한 트럭 업계를 지원하고 각종 인프라 프로젝트에 사용될 것이라 밝힘



#### ▶ 러시아 2016년 1분기 소비자신뢰지수 최하 기록

- 러시아 소비자신뢰지수가 2016년 1분기 63포인트를 기록하며 조사가 시작된 2005년 이후 최하를 기록
  - \* 2015년 1분기 소비자신뢰지수는 72포인트였음
- 러시아인들은 기본적 소비 및 공괴금 지불 이후 추가적으로 소비할 여력이 매우 낮은 것으로 평가
  - 조사 대상의 76%는 자신의 소비를 줄였으며, 59%는 여가비용 축소, 61%는 의류구입비 축소, 52%는 더 저렴한 식료품으로 대체하여 소비한 것으로 조사
  - 계속되는 러시아 경기 침체로 인해 2015년 실질소득은 9.5% 감소하였으며 2016년 1분기 실질소득 역시 3.9% 감소

## 인도

#### ▶ 인도 화장품 시장, 향후 3년간 11~12% 성장 전망

- 인도의 미용 · 화장품 시장은 지난 3년 동안 7~8%의 성장률을 유지하였으며, 2015년에는
   9% 성장률 기록
  - 인도 미용 · 위생협회(IBHA)에 따르면 현재 100억 달러 규모의 미용 · 위생 분야는 연평균 10% 성장률을 보이며, 2020년에는 170억 달러에 달할 전망
    - \* 특히 색조 화장품, 헤어 케어, 남성용 제품, 향수 및 데오도란트 분야는 2014~2019년 연평균 10~14%의 성장할 것으로 추정(Euromonitor)
- 국내외 화장품 기업들은 인도 시장에 맞춘 중저가 브랜드를 구축하며 매출 증가세를 이어가고 있음
  - 프리미엄 제품의 경우 유통구조가 백화점 및 단독샵 등 오프라인 매장에 집중되어 있어 임대료 인상이 부담되며, 소비자 접근성에 제한 있음

#### 【업체사례】

- 미국·스위스 합작회사인 레브론社(Revion)의 경우 2014년 중저가 브랜드인 Color Rich를 출시 했으며, 자사 고가 브랜드인 레브론보다 200개점 많은 1,500개 영업점을 보유하고 있으며 3년 안에 50.000개점으로 확대할 전망
- 이 미국 에스티로더社(Estee Lauder)는 과거 고가의 스킨케어 제품에 집중했으나, 현재는 인도의 젊은층을 대상으로 하는 메이크업(색조) 제품의 마케팅 비중을 높임
- 일본 시세이도社(Shisheido)는 2014년 프리미엄 브랜드 Za를 출시하고 250개 영업점을 개점 했지만 2015년 철수, 프랑스 록시땅社(L'Occitane)도 스킨케어 제품에 집중해 3년전 18개 영업점에서 현재 13개 지점으로 축소
- 한편 천연재료를 사용하는 자연주의 제품이 인기를 얻고 있음

#### 【업체사례】

○ 천연화장품 브랜드인 포레스트 에센셜(Forest Essenstials)과 카마 아유르베다(Kama Ayurveda) 가 빠르게 성장하고 있으며, 카마 아유르베다의 경우 현재 16개 지점을 보유하고 있으며 3개점 추가 개점할 예정



#### ▶ 인도의 심각한 폭염으로 에어컨 제조사 매출 30% 증가 기대

- 최근 인도에 섭씨 40도가 넘는 폭염이 계속되면서 에어컨 제조사들은 여름 시즌 매출이 30% 이상 증가할 것으로 기대
  - 인도 에어컨 시장의 선두주자인 LG전자의 경우 남부 및 서부 인도지역의 매출은 전년 동 기 대비 50%이상 증가
  - 7개 주요도시의 에어컨 설치수는 전년 동기 대비 10배 증가(1만 건/주)했으며 구매 후 설 치까지의 대기 기간도 늘어남

#### • 인도 에에컨 제품 트랜드 변화

- 상대적으로 에너지 효율적인 분리형 방식(split type)이 전체 판매의 70%를 차지하고 있으며. 윈도형 방식(window type)의 판매는 점차 줄어드는 추세
- 또한 꽃무늬 등 화려한 디자인 제품이 인기를 끌고 있으며, Snapdeal 및 Flipkart 등 대형 온라인 쇼핑몰을 통한 판매량이 늘어나고 있는 상황

#### 인도 2015~16년 자동차 판매 증가율은 7.9%로 빠른 회복세

- 2015~16년 인도 자동차 판매율은 높은 할인율과 잇따르는 신모델 출시에 힘입어 7.9% 증 가할 것으로 전망됨
  - \* 2010~11년 인도 자동차 판매 증가율은 29%를 기록했으며 이후 지속적인 하락세 보임
  - 인도자동차공업협회는 2015~16년 자동차 판매량이 200만 대가 넘을 것으로 예상함
  - 인도 정부는 2016년 인도의 경제성장률이 5%대일 경우 940만 대로 예측했으며, 7%대의 성장률에서는 1.300만 대가 판매될 것으로 전망
- 최근 인도 정부의 세금 및 금리 인상 조치와 오염도 높은 지역에서의 대용량 디젤 차량 (2.000cc 이상)의 판매 금지 조치 등은 성장하는 인도 자동차 시장에 저해요인으로 작용할 것으로 보임

#### ▶ 2015년 인도 FDI 유입액 세계 1위

- 2015년 인도 FDI 유입액은 630억 달러로 1위에 올랐으며, 그 뒤를 이어 미국(600억 달러)과 중국(570억 달러)이 2, 3위를 차지함
  - 2015년 대중국 투자액과 투자 건수는 전년 대비 각각 23%, 16% 감소한 반면 對인도 FDI 투자는 약 3배 증가
- 인도의 FDI 유입 증가는 인도 정부의 경제 개혁 및 인프라개발 사업, 경쟁국의 인건비 상승 등에 따른 것으로 보임
  - 특히 석탄, 석유, 천연가스, 신재생 에너지 분야의 FDI 유입이 두드러졌으며,이 외에도 폭스콘(Foxconn), 썬에디슨(SunEdison)이 각각 50억 달러, 40억 달러의 대규모 투자 프로젝트를 추진함

#### ▶ 비하르 주(州), 주류 판매 및 음주 전면 금지

- Bihar 주(州)에서는 자국 주류 제조기업의 판매 및 소비를 금지하는 법령이 4월 1일 발효되었으며 이는 이후 6개월간 지속될 예정
  - \* 인도에서 제조된 외국계 주류의 경우 특정 지역에 한하여 제한
  - 이번 조치는 니티시쿠마르 비하르주 총리가 공약으로 내세운 것이며 음주로 인한 가난과 가정 폭력 근절의 일환으로 시행됨
  - 주 정부에 따르면 4월 동안의 흉악범죄는 전년 동기 대비 27% 감소한 2,328건을 기록했으며 특히 여성들의 지지를 받아 구자라트, 나갈랜드, 마니푸르도 금주령에 동참
- 주류가 금지되지 않은 인접국으로의 여행이 증가세
  - 네팔의 경우 별도의 절차 없이 입국이 가능하기 때문에 순수하게 음주를 목적으로 한 인도 관광객이 급증
- 이번 법령으로 주 정부의 주요 수입원인 주류 판매세 400억 루피(약 6억 달러)상당의 손실 예상



## 중국

#### ▶ 광둥성. 자유무역시험구 위안화 역외사용 정책 완화

• 인민은행 광저우 지점은 「중국(광둥) 자유무역시험구의 위안화 역외 사용 확대 지원에 관한 인민은행의 중국(광둥) 자유무역시험구 건설 금융 지원을 위한 지도의견(中國人民銀行金融 支援中國(廣東)自由貿易試驗區建設指導意見) 을 구체화했으며. 5가지 분야의 혁신을 추진

#### 1. 개인 역외 위안화 업무 범위 확대

상품 무역과 서비스 무역으로 제한되었던 자유무역구 내 개인 역외 위안화 업무 범위를 모 든 경상항목과 직접투자 업무로 확대

2. 역외 쌍방향 위안화 자금풀 관리 최적화

자유무역구에 입주한 역외 쌍방향 위안화 자금풀 국내외 회원 기업의 영업소득 문턱을 자유 무역구 외부의 절반 수준으로 낮추고, 자금풀 역외자금 유동성 상한선을 2배로 높임

- 3. 자유무역구 기업의 역외 발행 위안화 채권 자금 회수 편의성 제고 실질 수요에 따른 채권발행 모금 자금의 역내 재유입 사용 허용
- 4. 자유무역구 입주 기업의 해외 모(母)회사가 역내 위안화 채권 발행을 통해 모집한 자금을 자 유무역구 내 전액출자 자회사 설립과 그룹 내 회원 기업에 빌려주는 용도로 사용할 경우 현 행 외채 관리에 포함하지 않음
- 5. 자유무역구 입주 은행의 역외 위안화 대출 시행을 독려

#### ▶ 푸젠성(福建省). 1분기 GDP는 동기 대비 8.3% 증가하며 중국 전체 평균을 1.6%p 상회

- 푸젠성(福建省)의 1분기 GDP는 5,784억 8,000만 위안으로 동기 대비 8,3% 증가하며 장쑤 (江蘇). 칭하이(靑海)와 함께 GDP 증가율(8.3%) 전국 8위를 기록
  - GDP 총량은 베이징과 랴오닝을 제치고 동기 대비 두 단계 상승하며 11위를 기록
- 푸젠성의 1분기 대외무역 수출입 규모는 2.362억 3.000만 위안으로 수출 증가가 대외 무역 회복을 견인하면서 수출입 감소폭이 1.2%까지 축소
  - 미국, EU, 대만, 한국과의 무역은 소폭 감소한 반면 아세안, 일본, 홍콩과의 무역은 증가세를

보이는 등 주요 지역과의 무역 불교형 현상이 두드러짐, 특히, 3월 아세안과의 무역이 46.9% 증가하며 아세안이 미국을 제치고 최대 무역 파트너로 성장함

- 최근 중국-아세안 자유무역구 건설이 속도를 높이고 있음. 특히 푸젠성 자유무역시험구 와 21세기 해상실크로드 핵심지역, 푸저우(福州)신구(新區) 등의 정책적 효과로 푸젠과 아 세안의 협력이 심화되면서 아세안과의 무역규모가 점차 확대되고 있는 것으로 분석

# ▶ 中 가전시장의 유망분야, 스마트가전

- 중국 소비자, 스마트가전에 주목
  - 작년 소비시장에서 가장 두드러지게 나타난 특징은 온라인 판매의 급증과 스마트제품. 친환경제품의 판매 증가
  - 특히 통신기자재. 가전제품의 판매량이 각각 29.3%. 11.4% 증가함. 그 중 4G 스마트폰 의 판매량이 75.9% 증가하였고. 1급 에너지절약형 냉장고와 에어컨 판매증가율이 일반 제품 판매증가율 대비 각각 13.3%p. 12.9%p 높게 나타남
  - 부동산 구매 소비자가 50-60년대 소비층에서 디지털세대인 80-90년대 소비층으로 전환 됨에 따라 스마트 홈 가전에 대한 소비자들의 관심도가 증가하고 있으며, 환경과 건강까 지 고려하는 친환경 스마트 가전제품이 인기를 끌고 있음
  - 중국 시장조사 전문업체 CIConsulting(中投顧問)은 13차 5개년 규획 기간(2016~2020년) '디지털 차이나(數据中國)' 이념에 따라 스마트가구시장 규모가 2018년 1.396억 위안에 이르고. 2020년에 3천억 위안을 돌파할 것으로 전망함

# 〈스마트가구시장 규모〉



출처: CIConsulting(中投顧問)



#### • 스마트가전 시장 공략에 나선 중국 기업들

- 중국 정부의 사물인터넷(IoT) 육성과 근거리 무선 네트워크 Zigbee기술의 도입 등으로 중국내 스마트가전산업이 고속 성장하고 있음. 가전업계에도 사물인터넷의 바람이 불기 시작함에 따라 중국내 가전업체들도 스마트가전을 미래 발전방향으로 삼고 잇달아 스마 트가전사업에 뛰어들기 시작함
- 중국에서 처음으로 클라우드 기술을 스마트가전에 도입한 기업은 난징(南京)에 소재한 우례촥간(物聯傳感, Wuliancg)으로 Zigbee와 센서, 무선인터넷 등을 이용한 가정 방범용 CCTV. 센서 조명, 가전제품 제어기, 지문인식 현관문 잠금장치 등의 다양한 스마트 홈 디바이스를 출시함
- 중국의 스마트가전은 새로운 소비시장 창출과 함께 국내외 대기업들이 서로 경쟁하는 각 축장이 될 것으로 전망

#### 【업체 사례】

- ▶ 중국의 대표 가전업체 하이얼은 대기오염 개선에 초점을 둔 '집진행(集尘行動)'프로젝트를 내걸고, 2016년내 중국 전역 1만개 아파트단지로 확대 시행할 예정
  - \*집진행동 프로젝트는 대기질을 실시간으로 나타내는 대기오염 앱과 스마트에어컨을 연계 운영하는 스마트 서비스로, 올해 1월부터 베이징과 칭다오(靑島)에서 시행 중
- ▶ 중국의 대형 가전기업 Midea(美的)는 2015년 중순 대기오염 스마트 홈 관리(大氣智慧官家)를 위한 신제품 발표와 함께 'M-Smart' 스마트 홈 프로젝트를 발표하고. 향후 3년 내에 150억 위안을 스마트가구 사업에 투자 예정
- ▶ 전통 가전업체뿐만 아니라 스마트폰으로 유명한 샤오미(小米)도 스마트홈시장을 겨냥해 스마트 TV, 공기청정기, 라우터, 센서, 무선 리모컨 스위치 등 다양한 스마트 홈 디바이스를 출시하고 있으며, 스마트폰과 연계하여 새로운 라이프스타일 창출

# 기타 신흥국

### ▶ 인도네시아 전자상거래 시장 현황

- 2016년 인도네시아 전자상거래 산업은 전년 대비 약 2배 성장한 250억 달러, 2017년에는 1,300억 달러에 달할 전망
  - 2016년 인도네시아 인구 약2억5천만 명 중 모바일을 포함한 인터넷 사용자 수는 전년대비 15% 증가한 8천 8백만 명(이용률 34%)
  - 소셜 미디어 사용자 수는 전년 대비 10% 상승한 약 7.900만 명(이용률 30%)
  - 인도네시아 온라인 마켓 이용 가능자의 수는 총 1억 2천여만 명으로 추정
- 인도네시아 전자상거래 시장 진출 시에는 모바일용 어플리케이션 및 전용 사이트 개발에 주력 필요
  - 노트북 및 데스크톱 컴퓨터 사용률은 15%인 반면 성인 인구 휴대폰 보급률은 85%, 이 중 스마트폰 보급률은 43%에 달함
  - 인도네시아 웹 트래픽에서 모바일폰 비중이 70%에 달하고 컴퓨터의 비중은 감소 추세
  - 이에 일반 웹사이트가 없이 모바일 어플리케이션 서비스만 제공하는 현지 모바일 쇼핑업체 Shopee 같은 곳이 생겨나고 있으며 교통 분야에서도 Uber, Grabtaxi, Gojek 등의 모바일 서비스가 기존 택시업체 Bluebird를 위협하는 수준으로 활발하게 이용되고 있음
- 향후 전자상거래 산업 성장의 선결조건인 인터넷, 물류 환경은 인도네시아 정부 주도의 교통 인프라 확충 등의 노력으로 개선 기대가 높음
  - 인도네시아의 세계물류지수(LPI)는 160개 국가 중 53위로 주변 싱가포르 5위, 말레이시아 25위, 태국 35위 대비 낮은 수준이며 자바섬과 이 외 주요 섬들을 연결할 수 있는 광범 위한 통신망 구축, 물류창고 확보, 내륙 운송 시스템 보완이 필요
  - 최근 인도네시아 정부는 경제 정책 패키지 내용 중 보세물류센터 건설, 화물체류시간 단축, e-commerce 로드맵 등을 포함하며 적극적으로 개선 중



# 〈인도네시아의 주요 온라인 쇼핑몰 현황〉

기업명	형태	국적	내용	순위														
Kaskus	Online	인도네시아	■ 인도네시아 대표 사이트 중 하나 ■ 중고 및 개인 간 거래 중심	9														
OLX	forum	남아공	■ tokobagus, berniaga 합병 후 OLX Indonesia로 리브랜딩	28														
Tokopedia		인도네시아	■ 2016년 구직자들이 가장 선호하는 벤처기업 중 하나 ■ 2014년 소프트뱅크벤처스로부터 투자	14														
Bukalapak		인도네시아	■ 중소기업의 온라인 판매 후원	12														
Elevenia	Market place	한국	■ 2014년 3월 인도네시아에 진출 ■ SK플래닛과 XL통신사 함작 ■ 한국 국가 브랜드 파워 및 한류 이용	27														
Qoo10			한국	<ul> <li>■ 지마켓 운영자가 이베이와 합작하여 만든 다국적 오픈마켓</li> <li>■ 현재 싱가폴, 말레이시아, 홍콩, 중국 등 총 6개 지역에서 8개의 온라인 마켓을 운영 중</li> </ul>	271													
Blanja		인도네시아	<ul> <li>Ebay와 텔콤 통신사의 조인트벤처</li> <li>국영기업과 연관되어 성장에 제한</li> <li>ep) 중고품 판매 금지</li> <li>인도네시아 전역에서 중소기업을 위한 트레이드 포털로 육성하겠다는 정부의 입장</li> <li>전자상거래 시장에 글로벌 기업 진출과 경쟁 심화로 실현 가능성은 미지수</li> </ul>	376														
Lazada		독일	<ul> <li>2012년 동남아에 통신판매 회사로 설립</li> <li>인도네시아 뿐 아니라 말레이시아, 태국, 필리핀 등에서 월간방문자 수 1위를 차지</li> <li>로켓인터넷의 또 다른 B2C사이트인 Lamido와 통합</li> </ul>	22														
Zalora																독일	■ 온라인 패션 업체 ■ 2015년 12월 PT. Pos(인니 우체국)과 협력하여 무료 반품 서비 스 시작	136
Groupon		미국	■ 일정 수 이상의 구매자가 모일 경우 파격적인 할인가로 상품을 판매하는 전략 ■ 최근 성장 정체기	417														
yes24닷컴	B2C	한국	■ 예스24인도네시아에서 운영 중	1,504														
Bhinneka		인도네시아	■ 스마트기기 전문 판매(현재 악기와 장난감 등으로 확장)	121														
Matahari Mall		인도네시아	■ 정부기관을 대상으로 한 새로운 마켓플레이스 오픈 예정	94														
Shopee		싱가포르	<ul><li>■ 2015년 12월 공식 오픈</li><li>■ 웹이 아닌 모바일 앱 서비스만 제공</li><li>■ JNE물류와 파트너쉽을 통한 물류비 절감</li></ul>															
Map emall		인도네시아	<ul> <li>■ Mitra Adiperkasa는 'map' 으로 알려진 인도네시아 대규모 소매업체 럭셔리 브랜드</li> <li>■ 2015년 중반 e-Commerce사업 발표 후, 2016년 2월 18일부터 서비스 개시</li> <li>■ 전자 제품을 제외한 각국의 다양한 브랜드가 입점</li> </ul>															

자료: 한국무역협회 자카르타지부

### ▶ 2016년 1/4분기 베트남 경제, 기대보다는 낮지만 견조한 성장 지속

- (경제성장) '16년 1/4분기 베트남 경제 성장률(GDP)은 5.5% 기록
  - 가뭄에 의한 농업 성장 저하 등으로 당초의 목표(6%수준)에 비해 낮은 수준을 기록하는데 그침
  - 업종별로는 제조·건설 부문이 6.7%, 서비스 부문이 6.1% 성장하며 전체 GDP증가에 기여했으며 농림수산업은 1.2% 감소 기록
    - \* '16년 1/4분기 산업별 GDP 구성비: 1차 산업(11,4%), 2차 산업(34,2%), 3차 산업(54,3%)

### 〈베트남 경제성장률 추이〉

(단위:%)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016, 1/4 분기
경제성장률	5.3	6,8	5.9	5.0	5.4	6.0	6.7	5.5

자료: General Statistics Office of Vietnam

- (소비자물가) '16년 1/4분기 소비자물가(CPI)는 전년 동기 대비 1.3% 상승
  - '15년 소비자물가 상승률(0.6%)에 비해 다소 높은 수준으로 2월 베트남 설 명절(Tet)에 따른 소비 증가와 의료 및 헬스 케어 수요 증가 영향이 컸던 것으로 분석
  - 분야별 물가상승률은 의료 서비스(11.88%), 교육(3.64%), 의류 · 모자 · 신발(2.62%), 음료 및 담배(2.38%), 문화 · 오락 · 여행(1.91%), 가전기기(1.39%)순으로 높았으나 저유가 기조 지속에 따른 교통(△8.31%), 우편 및 통신(△0.59%)등의 가격 하락이 물가 안정에 기여

#### 〈베트남 물가(CPI)상승률 추이〉

(단위: %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016. 1/4 분기
물가상승률	9,2	18.6	9,2	6,6	4.1	0.6	1.3

자료: General Staticstics Office of Vietnam



- (환율 · 외환보유고) '16년 4월 20일 기준¹ 베트남 중앙은행 고시환율 1USD= 2만 1,838VND,
   외환보유고는 400억 달러로 추정
  - 최근 미국 달러 약세에도 불구하고 베트남 중앙은행의 환율 방어로 인해 달러/베트남
     동 환율은 안정적 수준을 유지
  - '16년 1/4분기 베트남 채권 가격 상승으로 인한 채권 이자 하락으로 외환 보유고가 다소 증가했을 것으로 추정

#### 〈베트남 환율 및 외환보유고 추이〉

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016. 1/4 분기
환율 (US\$1 기준 VND)	18,932	20,828	20,828	21,036	21,246	21,458	21,838
외환보유고 (억달러)	124	138	254	320	342	396	400

- 주 1) 환율은 중앙은행 고시 기준환율, 시중은행 실거래환율은 ±1% spread 가능
  - 2) 베트남 정부는 공식적으로 외환보유고를 발표하지 않고 있음

자료: The State Bank of Vietnam(환율), ADB, Trading Economics(외환보유고)

- (경제활동인구 및 실업) '16년 4월 기준 15세 이상 경제활동인구는 전년 동기 대비 76만 1,800명 증가한 5,440만 명, '16년 1/4분기 실업률은 2,23%
  - 도시지역 실업률은 3.0%, 도시 이외 지역 실업률은 1.9%, 15−24세 실업률은 6.5%, 25세
     이상 실업률은 1.3% 기록
  - 노동 인구의 산업별 구성비는 1차 산업 종사자 42.3%, 2차 산업 24.4%, 3차 산업이 33.3%를 차지

#### 〈베트남 실업률 추이〉

(단위: %)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016. 1/4분기
실업률	4.3	4.7	6.5	2.9	2.3	2.0	2,2	2.1	2,3	2,2

자료: CIA World Fact Book, General Statistics Office of Vietnam

<sup>1)</sup> 베트남 중앙은행은'16년 1월 4일부터 매일 기준 환율을 고시하고 있으며 과거 대비 외환 유동성이 강화되는 모습임

# ▶ 멕시코, 멕시코산 제품 35% 관세 부과·NAFTA 재검토 공약 美 대선 트럼프 후보에 긴장 상태

- 美 대선 트럼프 후보가 무역 불균형 해소를 위해 멕시코산 제품에 35%의 관세를 부과하고 NAFTA를 재검토 및 폐지하겠다고 공약
  - \* 멕시코는 미국 26개 주 최대 무역 파트너로 양국 무역 규모는 하루 14억 달러
  - 대선을 6개월 앞두고 경합주에서 실시된 여론조사에서 클린턴 후보가 43%, 트럼프 후보가 42%의 지지율을 획득한 것으로 나타나면서 트럼프 후보당선 가능성도 무시할 수 없는 상황
  - 전문가들은 트럼프 후보당선 시나리오대로라면 무역분야 뿐만 아니라 불안정성에 의한 화폐전쟁을 야기할 수 있다고 전망
- 한편 한국기업의 對멕시코 투자액은 3억2,300만 달러(2015년 8월말 기준)에 이르고 자동차 및 전자부품 기업이 1.600개 이상 진출해 있어 업계 영향에 대한 모니터링 필요

# ▶ 미쓰비시社, 터키 마니사 지역에 가정용 에어컨 공장 설립

- 미쓰비시社는 터키 마니사 지역에 70억 엔(약 6,400만 달러)을 투입하여 對터키·유럽 가정용 에어컨 공장 설립 예정
  - 공사는 올해 가을에 시작, 2018년 가동을 목표로 하고 있으며 연 50만대 생산 규모에 약 400명의 현지 고용이 창출될 전망
  - 미츠비시社는 터키 정부의 마르마라이 해저철도, 고속철 건설 등 인프라 개발 프로젝트에도 참여한 바 있어 이번 공장 설립 추진에 혜택을 입은 것으로 알려짐
- 터키 가정용 에어컨 수요는 연간 100만 대를 기록하고 있으며 유럽 시장의 수요까지 고려할 경우 에어컨 생산 수요는 지속적으로 증가할 전망



# EM 주요 경제통계



# 1. 한-신흥국 수출입 동향

(단위: 억 달러, %)

국가	Ŧ	1 분	2013	2014	2015	2016.1	2016.2	2016.3		
		금액	97.0	89.2	55.0	2.9	3.5	3.5		
브	수출	증기율	-6.0	-8.0	-38.4	-55.8	-47.3	-48.6		
라	4.01	금액	56.0	49.1	41.0	3.6	3.3	2.7		
질	수입	증기율	-8.4	-12	-17.3	-21.2	25.1	-30.7		
	무역	격수지	41.2	40.2	14.4	-0.7	0.2	0.8		
	수출	금액	112.0	101.3	47.0	2.9	3.3	3.7		
러	一一艺	증기율	1.0	-9.1	-54.0	-13.3	0.2	1.3		
시	٨٥١	금액	115.0	157.0	113.1	7.8	4.1	5.6		
아	수입	증기율	1.2	36.3	-28.0	-20.8	-60.5	-36.7		
	무역	격수지	-4.0	-55.4	-66.2	-4.9	-0.7	-1.9		
	수출	금액	114.0	128.0	120.3	8.8	9.6	12.1		
	12	증기율	-5.0	12.4	-6.0	-11.9	0.2	11.7		
인 도	수입	금액	62.0	53.0	42.4	3.2	3.3	3.6		
	一 一 日	증기율	-11.0	-15.0	-20.0	-27.1	1.4	10.1		
	무역	격수지	52.0	75.1	78.0	-4.9	6.4	8.3		
	수출	금액	1,459.0	1,453.0	1371.4	94.8	86.5	104.1		
	一一	증기율	9.0	-0.4	-6.0	-21.6	-12.9	-12,3		
중 국	人口	금액	831.0	901.0	902.3	68.9	60.3	73.1		
	수입	증기율	3.0	9.0	0.2	-15.4	-13.7	0.9		
	무역수지		628,2	552.1	469.0	25.9	26,2	31,2		

자료: 한국무역협회(www.kita.net)

국가	Ŧ	2 분	2013	2014	2015	2016.1	2016,2	2016,3
	. =	금액	211.0	224,0	278,0	19.9	23,2	27.7
베	수출	증기율	32,2	6.0	24.3	-8.2	17.9	13.4
트	4.01	금액	72,0	80.0	98.0	8.3	9.1	10.5
남	수입	증기율	26.0	11.4	23.0	18.4	41.4	50.1
	무역	격수지	139.1	144.0	180,0	11.5	14.2	17.2
01	人夫	금액	116.0	114.0	79.0	5.5	4.4	5.3
인 도	수출	증기율	-17.1	-2.0	-31.0	-20.9	-33.9	-21.7
네	٨٥١	금액	132.0	123.0	89.0	7.0	6.3	7.3
시 아	수입 증가율		-16.0	-7.0	-28.0	-15.3	-20.3	-5.7
٥ŗ	무역	격수지	-16.2	-9.1	-10.0	-1.5	-1.9	-2.0
	수출	금액	7.1	8.0	7.0	0.7	4.1	0.4
0	十百	증기율	-47.0	14.0	-21.0	4.7	441.8	-30.3
얀	٨٥١	금액	5.0	6.0	5.1	0.4	0.5	0.4
마	수입	증기율	39.0	19.0	-13.0	-0.9	17.4	-5.0
	무역	격수지	2,2	2,2	2.0	0.3	3.5	-0.01
	人夫	금액	57.0	67.0	63,0	4.5	4.7	5.3
	수출	증기율	24.3	18.0	-6.2	-8.9	8.3	-5.3
터 키	4.01	금액	7.0	7.0	8.0	0.5	0.4	0.7
71	수입	증기율	3.0	-5.3	-14.2	-23.8	-28.9	27.5
	무역	격수지	50.0	60.1	55.0	4.0	4.3	4.6
	. =	금액	45.0	42,0	38,0	1.6	2,3	2,6
	수출	증기율	-28.4	-7.1	-10,0	-56.9	-35.1	-42,2
이 란		금액	56.0	46.0	24.0	2.1	2.1	2,2
닌	수입	증기율	-35.0	-18.0	-18.0	43.7	-3.1	-6.4
	무역	격수지	-11.0	-4.1	14.0	-0.4	0.3	0.4
	, =	금액	97.3	109.0	109.0	6.3	7.5	7.7
멕	수출	증기율	8.0	12,0	0.4	-21.3	-6.6	-44.5
시		금액	23.0	33.0	35.0	2,8	2.7	2.4
코	수입	증기율	-11.2	42.1	6.2	97.2	117.6	-22.4
	무역수지		74.3	76.0	74.2	3.5	4.8	5.4
			,•				.15	

자료: 한국무역협회(www.kita.net)



# 2. BRICs 주요 경제통계

# ▶ 브라질

	_										
연월	GDP 성장률	산업 생산 증가율	고정 자본 형성률	소매 판매 증기율	수출 증가율	수입 증가율	무역 수지	소비자 물가 상승률	생산자 물가 상 <del>승</del> 률	헤알/ 달러 환율	M2 증가율
단위	%	%	%	%	%	%	억달러	%	%	헤알	%
2001년	1.3	1.6	-15.7	-1.6	5.7	-0.4	27	6.8	12,6	2,353	13,3
2002년	2.7	2.7	-36.4	-0.7	3.7	-15.0	131	8.5	16.7	2,923	23.6
2003년	1.1	0.1	38,2	-3.7	21.1	2,2	248	14.7	27.6	3.079	3.9
2004년	5.7	8.3	34.4	9.2	32.0	30.1	336	6.6	10.5	2,927	19.5
2005년	3.2	3.1	22.7	4.8	22.6	17.1	447	6.9	5.6	2.434	18.0
2006년	4.0	2.8	18.2	6.2	16.5	24.1	465	4.2	0.8	2.174	13.6
2007년	6.1	6.0	13.6	9.7	16.6	32.0	400	3.6	5.6	1.947	18.1
2008년	5.2	3.1	9.1	9.1	23.2	43.5	248	5.7	13.7	1.835	37.3
2009년	-0.3	-7.4	-10.2	5.9	-22.7	-26.2	253	4.9	-0.2	1.999	8.8
2010년	7.5	10.5	21.2	10.9	32.0	42.3	202	5.0	5.7	1.760	16.7
2011년	2.7	0.4	16.6	6.7	26.8	24.5	298	6.6	9.4	1.674	18.7
2012년	1.0	-2.7	-4.0	8.4	-5.3	-1.4	194	5.8	7.2	1.953	9.0
2013년	2.3	1.2	10.4	4.3	-1.0	6.5	25	5.9	5.8	2.157	9.3
2014년	0.1	-3.2	-4.4	2.2	-7.0	-4.4	-39	6.3	4.6	2.354	11.6
2015년	-3.8	-8.3	-14.1	-4.3	-15.1	-25.2	197	10.7	8.8	3,338	6.6
1월	_	-5.2	=	0.6	-15.0	-16.0	-31.7	7.1	2.9	2,635	9.6
2월	_	-9.1	_	-3.1	-24.1	-17.3	-28.4	7.7	2.7	2.817	8.7
3월	-1.6	-3.5	-7.8	0.4	-3.7	-5.7	4.6	8.1	4.9	3.141	7.8
4월	_	-7.6	_	-3.5	-23.2	-23.7	4.9	8.2	5.6	3.042	7.7
5월	_	-8.8	_	-4.5	-19.2	-30.1	27.6	8.5	6.1	3.056	7.5
6월	-2.6	-3.2	-11.9	-2.7	-4.1	-16.7	45.3	8.9	6.6	3.112	6.5
7월	_	-8.9	_	-3.5	-19.5	-24.8	23.8	9.6	7.6	3.515	6.4
8월	_	-9.0	_	-6.9	-24.3	-33.7	26.9	9.5	7.3	3,906	5.6
9월	-4.5	-10.9	-15.0	-6.2	-17.7	-35.8	29.4	9.5	9.4	3.875	4.5
10월	_	-11.2	_	-5.6	-12.4	-28.0	20.0	9.9	10.9	3.786	4.8
11월	_	-12.4	_	-7.8	-11.8	-30.2	12.0	10.5	9.6	3.786	5.0
12월	-5.9	-11.9	-18.5	-7.1	-15.1	-25.2	62.4	10.7	8.8	3.881	5.6
2016년	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_
1월	_	-13.8	_	-10.3	-17.9	-38.8	9.2	10.7	9.9	4.056	5.9
2월	_	-9.8	=	-4.2	10.4	-31.0	30.4	10.4	8.6	3.703	5.4
3월	_	-11.4	_	_	-5.8	-30.0	43.3	9.4	5.3	3.565	5.7

자료: CEIC, 브라질 중앙은행(BCB), 브라질 국립통계원(IBGE), 브라질 통상산업개발부

# ▶ 러시아

연월	GDP 성장률	산업 생산 증가율	고정 자산투자 증가율	소매 판매 증가율	수 <u>출</u> 증기율	수입 증가율	무역 수지	소비자 물가 증가율	생산자 물가 증가율	루블/ 달러 환율	M2 증가율	
 단위	%	%	%	%	%	%	억달러	%	%	루블	%	
2001년	5.1	2.9	11.7	11.0	-3.0	19.8	481	21.5	8.3	30.14	39.9	
2002년	4.7	3.1	2.9	9.3	5.3	13.4	463	15.8	17.7	31.78	32.4	
2003년	7.3	8.9	12.7	8.8	26.7	24.8	599	13.7	12,5	29.45	50.4	
2004년	7.2	8.0	16.8	13.3	34.8	28.0	858	10.9	28.8	27.75	35.8	
2005년	6.4	5.1	10.2	12.8	31.0	27.2	1,162	12.5	13.4	28.78	38.5	
2006년	8.2	6.3	17.8	14.1	23.9	31.8	1,343	9.8	10.4	26.33	48.7	
2007년	8.5	6.8	23.8	16.1	16.5	36.7	1,234	9.1	25.1	24.55	43.5	
2008년	5.2	0.6	9.5	13.7	34.6	29.4	1,776	14.1	-7.0	29.38	0.8	
2009년	-7.8	-10.7	-13.5	-5.1	-36.3	-36.3	1,132	11.7	13.9	30.24	17.7	
2010년	4.3	7.3	6.3	6.5	32.1	33.6	1,470	6.9	16.7	30.48	31.1	
2011년	4,3	5.0	10.8	7.1	31.3	29.7	1,969	8.4	12.0	32,20	22,3	
2012년	3.4	3.4	6.8	6.3	2.3	5.4	1,917	5.1	5.1	30.37	11.9	
2013년	1.3	0.4	0.8	3.9	-0.8	1.7	1,819	6.8	3.7	32.73	14.6	
2014년	0.6	1.7	-2.7	2.5	-5.9	-9.2	1,887	7.8	5.9	56.26	2.2	
1월	0.6	-0.2	-7.3	2.8	2.0	-3.7	187	6.1	4.5	35.24	12.7	
2월	1.2	2.1	-4.5	4.3	-12.9	-9.3	125	6.2	3.2	36.05	12.1	
3월	0.8	1.4	-4.7	4.5	5.8	-3.8	198	6.9	5.0	35.69	8.5	
4월	1.3	2.4	-2.6	3.0	7.2	-7.3	200	7.3	7.2	35.70	8.3	
5월	1.2	2.8	-2.7	2.4	7.5	-1.1	180	7.6	8.9	34.74	7.7	
6월	-0.1	0.4	-0.7	1,1	-2.9	-5.3	139	7.8	8.9	33.63	6.7	
7월	1.0	1.5	-0.9	1.6	5.7	-3.5	170	7.5	9.0	35.73	6.2	
8월	0.0	0.0	-1.6	1.6	-2.5	-10.9	162	7.6	5.7	36.93	6.6	
9월	1.1	2.8	-1.9	1.8	-15.0	-9.5	121	8.0	3.5	39.39	7.0	
10월	0.5	2.9	-0.8	1.7	-4.4	-12.5	147	8.3	5.1	43.39	6.0	
11월	-1.1	-0.4	-7.8	1.9	-21.5	-22.5	137	9.1	6.1	49.32	5.0	
12월	0.2	3.9	-1.1	5.1	-22.5	-24.6	139	11.4	5.8	56.26	2.2	
2015년	-3.7	-3.4	-8.4	_	-31.6	-37.0	1,485	_	_	72.88	11.5	
1월	_	0.9	-4.1	-4.4	-29.6	-42.2	157	15.0	7.1	68.93	4.4	
2월	_	-1.6	-5.6	-7.4	-19.3	-36.0	140	16.7	9.3	61.27	4.1	
3월	-2.2	-0.6	-4.6	-8.9	-30.0	-37.6	158	16.9	13.0	58.46	6.2	
4월	_	-4.5	-6.2	-9.8	-35.5	-41.8	145	16.4	15.0	51.70	6.4	
5월	_	-5.5	-9.9	-9.4	-30.4	-41.5	154	15.8	13.4	52.97	6.8	
6월	-4.6	-4.8	-9.6	-9.6	-26.1	-39.4	139	15.3	13.1	55.52	6.8	
7월	_	-4.7	-11.7	-9.5	-40.9	-42.7	106	15.6	13.1	58.99	7.0	
8월	_	-4.3	-13.4	-9.4	-39.4	-35.7	89	15.8	13.7	66.48	7.6	
9월	-4.1	-3.7	-13.7	-10.7	-30.8	-35.3	95	15.7	12.7	66.24	7.5	
10월	_	-3.6	-3.7	-11.3	-35.1	-37.0	100	15.6	14.2	64.37	8,6	
11월	_	-3.5	-6.5	-12.2	-30.9	-28.7	89	15.0	13.9	66.24	8.8	
12월	_	-4.5	-8.1	-14.1	-25.1	-28.8	113	12.9	10.7	72,88	11.5	
2016년												
1월	_	-2.7	_	-6.0	-38.8	-19.7	73	9.8	7.5	75.17	10.8	
2월	_	1.0	_	-4.3	-31.4	-16.9	74	8.1	3.5	75.09	10.7	
3월	_	-0.5	_	-5.8	-32.9	-10.9	69	7.3	0.8	67.61	12.0	

자료: 러시아 중앙은행, CEIC



# ▶ 인도

			,			1				
연월	GDP 성장률	산업 생산 증가율	고정자본 형성 증기율	repo 금리	수 <u>출</u> 증가율	수입 증가율	무역 수지	도매 물가 상 <del>승률</del>	루피/ 달러 환율	M3 증가율
단위	%	%	%	%	%	%	억달러	%	루피	%
2005년	9.3	8.8	16.2	6.25	23.4	33.8	-461	6.2	45.065	14.8
2006년	9.3	12.9	13.8	7.25	22.6	24.5	-593	4.5	44.245	18.3
2007년	9.8	15.0	16.2	7.75	28.9	35.4	-885	6.6	39.415	21.5
2008년	4.9	7.7	3.5	6.50	13.7	20.8	-1,184	4.7	48.455	21.2
2009년	7.1	0.2	7.7	4.75	-3.5	-5.0	-1,096	8.1	46,680	19.9
2010년	9.3	9.7	11.0	6.25	40.5	28.2	-1,186	3.8	44.810	21.0
2011년	6.7	4.8	12,3	8.50	21.8	32.3	-1,834	9.6	53,266	12.7
2012년	5.1	0.8	5.6	8.00	-1.8	0.3	-1,903	8.9	54,850	13.8
2013년	6.9	-0.1	10.8	7.75	4.0	-8.1	-1,386	7.4	61.897	13.2
2014년	7.3	2.7	7.3	8.00	2.4	-0.5	-1,404	6.0	63,332	12.7
1월	_	0.1	_	8.00	3,8	-18.1	-99	5.1	62,477	14.4
2월	_	-1.9	_	8.00	-3.7	-17.1	-81	4.7	62,072	14.5
3월	6.7	-0.5	1.0	8.00	-3.2	-2.1	-105	5.7	60.100	13.5
4월	_	3.4	_	8.00	5.3	-15.0	-101	4.8	60.338	13.9
5월	_	4.7	_	8.00	12.0	-11.4	-112	6.0	59.034	13.2
6월	6.7	3.4	13.9	8.00	10.2	8.3	-118	5.4	60.093	12.2
7월	_	0.5	_	8.00	7.3	4.3	-122	5.2	60.246	12.7
8월	_	0.4	_	8.00	2.4	2.1	-108	3.7	60.475	13.0
9월	8.4	2.5	6.8	8.00	2.7	26.0	-143	2.4	61.614	12,6
10월	_	-4.2	_	8.00	-5.0	3.6	-134	1.8	61.408	11.3
11월	_	3,8	_	8.00	7.3	26.8	-169	0.0	61.974	11.0
12월	7.1	1.7	5.6	8.00	-3.8	-4.8	-99	0.1	63,332	10.7
2015년	7.2	2.7	7.9	6.75	-17.4	-15.4	-1,250	3.4	64.152	11.1
1월	_	2.6	_	7.75	-11.2	-11.4	-83	-0.4	61.758	11.2
2월	_	5.0	_	7.75	-15.0	-15.7	-69	-2.1	61.791	11.5
3월	7.5	2.1	5.7	7.50	-21.1	-13.4	-118	-2.3	62,591	11.3
4월	_	4.1	_	7.50	-14.0	-7.5	-110	-2.7	63.578	11.7
5월	_	2.7	_	7.50	-20.2	-16.5	-104	-2.4	63.762	11.0
6월	7.6	3.8	4.1	7.25	-15.8	-13.4	-108	-2.4	63.755	11.0
7월	_	4.2	_	7.25	-10.3	-10.3	-128	-4.1	64.005	11.5
8월	_	6.4	_	7.25	-20.7	-10.0	-125	-4.9	66.306	11.3
9월	7.0	3.6	4.4	6.75	-24.3	-25.4	-105	-4.5	65.742	11.1
10월		9.8	_	6.75	-17.5	-21.2	-98	-3.8	65.223	11.0
11월	_	-3.2	_	6.75	-24.4	-30.3	-98	-2.0	66,815	11.2
12월	7.4	-1.3	1.8	6.75	-14.4	-4.0	-115	-0.7	66.326	11.0
2016년	_	_	_	_	_	_	_	_		_
1월	_	-1.5	_	6.75	-13.6	-11.0	-76.4	-0.9	67.252	11.1
2월	_	2.0	_	6.75	-5.7	-5.0	-65.4	-0.9	68,238	11.3
3월	7.3	_	_	6.75	-5.5	-21.6	-50.7	-0.9	67.058	10.3

주1: 연도별 데이터는 그해 4월부터 다음해 3월까지의 회계연도 기준 자료임. 예를 들어 2012년 자료는 2012년 4월-2013년 3월까지의 통계

주2: 2015년 2월 9일 인도중앙은행은 경제성장률 집계방식을 2011-12회계연도 기준으로 변경 주3: 2015년 5월 29일 인도 정부가 발표한 분기별 경제성장률은 2014-15회계연도 4-6월부터 수정됨

자료: 인도중앙은행, 인도재정부, 인도상공부, CEIC

# 중국

연월	GDP 성장률	산업 생산 증기율	고정자산 투자 증기율	소매 판매 증기율	수 <u>출</u> 증가율	수입 증가율	무역 수지	소비자 물가 상승율	생산자 물가 상승율	위안/ 달러 환율	M2 증가율
 단위	%	%	%	%	%	%	억달러	%	%	위안	%
2001년	8.3	9.5	13.7	10,1	6.8	8.1	225	-0.6	-1.3	8.277	17.6
2002년	9.1	12.9	17.4	8.8	22,4	21.3	304	3,2	-2,2	8.277	16.9
 2003년	10.0	16.7	28.4	9.0	34.6	39.8	255	1.2	2,3	8.277	19.6
 2004년	10.1	16.2	27.6	13,3	35.4	35.8	321	3,9	6.1	8.277	14.5
2005년	11.3	16.0	27.2	12.9	28.5	17.6	1,020	6.3	4.9	8.070	18.0
2006년	12,7	16.9	24.5	13.7	27.2	19.7	1,775	6.1	3,0	7.809	15.7
2007년	14.2	17.9	25.8	16.7	25.8	20,3	2,643	7.7	3,1	7,305	16.7
2008년	9.6	12.5	26.1	21.6	17.6	18.7	2,981	25.0	6.9	6.835	18.9
2009년	9.2	11.6	30.5	15.5	-16.1	-11.1	1,957	-0.7	-5.5	6.828	27.7
2010년	10.4	15.3	24.5	18.4	31.4	39.1	1,815	4.0	5.5	6.623	19.7
2011년	9.3	13.7	23.8	17.1	20.3	24.9	1,549	5.5	6.0	6.301	13,6
2012년	7.8	10.0	20.6	14.3	7.9	4.3	2,311	2,6	-1.7	6,289	13,8
2013년	7.7	9.7	19.7	13.1	7.9	7.3	2,598	2.6	-1.9	6.097	13.6
2014년	7.4	8,3	15.7	12.0	6.1	0.6	3,825	2.0	-1.9	6.119	12.2
2015년	6.9	_	11.8	10.6	-1.8	-13.2	6,787	1.4	-2.7	6.494	13.3
1월	_	_	_	_	-3.3	-19.9	600.3	0.8	-4.3	6.137	10.8
2월	-	6.3	13,9	10.7	43.8	-20.5	606.2	1.4	-4.8	6.148	12.5
3월	7.0	5.6	13.5	10.2	-15.0	-12.7	30,8	1.4	-4.6	6.142	11.6
4월	_	5.9	12.0	10.0	-6.4	-16.2	341.3	1.5	-4.6	6.114	10.1
5월	_	6.1	11.4	10.1	-2.5	-17.6	586.7	1.2	-4.6	6.120	10.8
6월	7.0	6.8	11.4	10.6	2,8	-6.1	465.4	1.4	-4.8	6.114	11.8
7월	_	6.0	11.2	10.5	-8.3	-8.1	430,2	1.6	-5.4	6.116	13.3
8월	_	6.1	10.9	10.8	-5.5	-13.8	602,4	2.0	-5.9	6,389	13,3
9월	6.9	5.7	10.3	10.9	-3.7	-20.4	603.4	1.6	-5.9	6,361	13,1
10월	_	5.6	10.2	11.0	-6.9	-18.8	616.4	1.3	-5.9	6.350	13.5
11월	_	6.2	10.2	11.2	-6.8	-8.7	537.4	1.5	-5.9	6,396	13.7
12월	6.8	5.9	10.0	11.1	-1.4	-7.6	593.0	1.6	-5.9	6.494	13,3
2016년	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_
1월	_	5.4	10.2	11.1	-11.2	-18.8	632.9	1.8	-5.3	6.552	14.0
2월	_	5.4	10.2	_	-25.4	-13.8	325.9	2,3	-4.9	6.545	13.3
3월	6.7	6.8	10.7	10.5	11.5	-7.6	298.6	2,3	-4.3	6.461	13.4
4월	_	-	-	_	-1.8	-10.9	455.0	2.4	-3.4	6.459	10.1

자료: 중국통계국, CEIC, Global Insight

# inside 2016년 5월호

2016년5월 17일인쇄2016년5월 18일발행

발 행 처 | 한국무역협회

발 행 인 | 김인호

편 집 인 | 김극수

주 소 시 서울 강남구 삼성동 무역센터 48층 전략시장연구실

전 화 | 02)6000-5499

팩 스 | 02)6000-6198

등록일자 | 1960년 5월 26일

등록번호 | 2-97호

디자인/인쇄 | (주) 보성인쇄기획

ISSN | 2287-7061

⑥ 한국무역협회 2016 Printed in Korea 본서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단 전재는 저작권법에 의하여 금지하고 있습니다