

# 중국의 가스기기 관련제도와 동향

21세기의 가스기기와 관련한 중국의 시장동향을 연재하고자 한다.

중국은 넓은 국토에 여러민족으로 구성되어 있는 관계로 다양하고 독특한  
음식문화와 주거문화 특성상 가스기기의 시장접근이 그렇게 쉬운 나라는 아닌 듯 싶다.

중국은 아직까지 가스기기 시장이 제대로 형성되어 있지 않아

자료조사의 어려움이 많았지만 중국시장의 현지투자나 무역거래를  
계획 또는 추진하고 있는 업체들에게 다소나마 도움이 되기를 바란다.

이번에 연재하는 순서는 중국의 가스제도와 관련법규 시장동향,  
유관기관 및 업체순으로 연재코자 한다.

## ◆ 제2장 시장동향

### Ⅲ. 시장환경

#### 1. 경쟁동향

가. 가스순간온수기

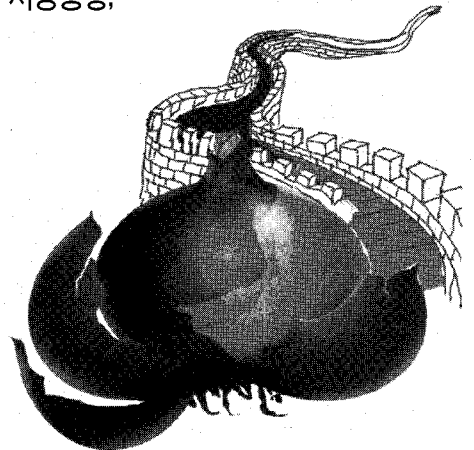
##### 1) 경쟁동향

광주달분신식산업유한공사(廣州達門信息產業有限工司)에서 북경(北京), 상해(上海), 광주(廣州), 심천(深圳) 등 대도시를 대상으로 한 가스순간온수기 생산 브랜드별 조사결과를 보면 아래와 같다.

- 중국 4대 도시 가스순간온수기 브랜드별 시장점유율 -

(단위:%)

구분/순위	1	2	3	4	5
북 경	燕山(43.8)	萬家樂(24.5)	神州(3.7)	前峰(4.0)	深樂滿(3.1)
상 해	水仙(42.9)	萬家樂(4.2)	阿里斯頓(3.4)	玉環(2.3)	松下(1.5)
광 주	萬家樂(44.2)	神州(20.6)	萬和(4.7)	多田(4.2)	松下(3.7)
심 천	多田(41.5)	萬家樂(18.2)	松下(9.2)	神州(8.8)	水仙(1.7)



위도표에서 볼 수 있는 바와 같이 중국의 4대 소비도시 가스순간온수기의 보급량 상위 5대 브랜드 중 수입제품은 일본의 松下밖에 없으며 점유율도 중국제품에 비해 많이 떨어진다. 일본제품을 비롯한 수입제품의 경우 중국시장을 대상으로 한 전문제품개발이 미흡한 것으로 분석되고 있다.

수입제품은 품질, 디자인, 소재, 브랜드 등에서 중국제품에 비해 우수하나 A/S의 미흡, 가격경쟁력의 절대적인 약세는 제품경쟁력이 취약한 것으로 보여진다. 따라서 수입제품은 중국에서 첫 손꼽히는 심천, 광둥 등 연해 발달지역에서 일정한 시장점유율을 유지하고 있으며 소비수준이 전국에서 4, 50위에 있는 북경에서도 수입제품은 시장점유율이 아주 낮은 수준이었다.

지역별 시장점유율을 보면 각 지역마다 그 지역업체가 최고 시장점유율을 확보하고 있다. 이를테면 북경에서는 북경산 연산(燕山), 상해에서는 상해산 水仙(수선), 광주에서는 광주산 만가락(萬家樂), 심천에서는 심천산 多田 등이 절대적인 경쟁력 우위를 확보하고 있다.

브랜드별 경쟁동향을 보면 홍콩, 마카오가 합자한 만가락(萬家樂)브랜드가 94년부터 연속 2년간 1억 US\$ 이상의 판매기록을 자랑하고 있으며 그 다음은 독일과 합자한 신주(神州), 중국 자체 제품인 만화(萬和), 중국 자체 제품인 전봉(前峰) 등 순이다. 이러한 제품은 외국의 우수한 품질과 국내생산으로 인한 저렴한 가격으로 수입제품에 대한 압도적인 경쟁력을 보유하고 있다.

## 2) A/S체계

A/S는 업체마다 차이가 있는 바 전국시장을 겨냥한 만가락(萬家樂), 신주(神州) 등의 경우 전국 20여 개 대도시에서 회사 기술자를 파견하여 판매 및 A/S망을 구축하고 있는 반면 북경의 연산(燕山)은 북경 지역을 위주로 시장을 고수하고 있는바 북경시내에 8개의 A/S지점을 두고 있으며 시기가 성숙되면 전국 각지로 시장을 넓혀갈 계획이다. 최근에 연간 발생하고 있는 가스관련 인명사고를 감안하여 A/S를 강화하고 있는 바 각 주요 판매점 종업원들에게 설치기술을 교육하여 안전보장에 전념하고 있는 동시에 보험가입을 통해 온수기의 소비자는 인명보험 당연가입자가 되게 하여 소비자들의 신뢰를 얻고 있다.

## 3) 한국제품 진출시 한국제품의 경쟁력 현황 및 요인 분석

한국제품 진출시 일본제품에 비해 가격경쟁력 우위가 있으나 중국제품에 비해서는 열세이다. 또한 시장에 진출한 역사가 짧아 인지도의 미약으로 적극적이고 광고활동과 소비자들이 중요시하는 A/S채널의 구축도 필수적인 요소이다.

한편 현지진출 강화를 위해 직수출 확대는 물론 투자진출도 고려해 볼 필요가 있는 것으로 분석되고 있다. 투자진출은 고관세문제 해결과 합자투자시 현지 파트너의 기존 이미지, 유통채널 및 인맥관계를 이용하여 빠른 시일내에 시장 진출 할 수 있는 등 장점을 활용할 수 있다.

## 나. 가스레인지

### 1) 경쟁동향

중국의 가스레인지 시장은 95년 중국제품이 절대적인 경쟁력우위를 보유하고 있으며 95년의 경우 수입제품의 시장점유율은 1%에 불과한 상황이다. 국내의 지역별 경쟁동향을 보면 가스레인지의 주요 생산지는 홍콩과 인접하고 있는 광둥성인바 중국의 5대 가스레인지 제조업체가 자리하고 있다. 이 지역의 제조업체는 대부분이 홍콩과 대만 및 일본에서 기술을 도입하거나 합자회사를 설립하는 방식으로 품질향상에 노력하여 전국에서 우수한 업체로 발전되었다.

2) A/S체계

이러한 업체들은 중국내 30여개 대형도시에 A/S지점을 설립하여 전국적인 A/S채널을 구축하고 있으며 심화왕연기구공사(深火王燃氣具公司)의 경우 정기적으로 각 A/S지점에 기술자를 파견하여 기술지도, 정비교육 및 소비자들이 회사제품의 A/S에 대한 건의 등을 수집하여 본사에 보고하는 방식으로 꾸준히 A/S체계를 유지하고 있다.

3) 한국제품 진출시 한국제품의 경쟁력 현황 및 요인 분석

한국제품이 중국에 진출할 경우 디자인, 품질은 중국제품보다 우수하나 가격경쟁력은 직수입의 경우 고관세로 중국제품에 비해 많이 취약하였다. 야외용 등 중국에서 개발이 미숙한 제품은 한국제품이 품질면에서 뛰어난게 좋은 편이나 동제품이 시장규모를 형성하자면 아직 일정한 시기가 경과되어야 할 것인 바 직수출 보다 중국에 투자를 통한 진출이 더욱 바람직할 것으로 보여진다. 특히 야외용 가스레인지 는 중국실정에 알맞는 기종을 개발함이 중요하다. 예를들면 야외용을 주방에서 고정시켜서도 사용할 수 있는 것 등이다.

2. 가격동향

가. 가스순간온수기

- 현지 소매가격 -

(단위:US\$)

산 지	가격/모델	가격/모델	가격/모델	가격/모델
중 국	96.8/JSZS5-C	112.2/JSRD6.5-B	119.5/7-E	157.3/8-G2
일 본	261.6/GW-552	274.4/REU-68ET		
홍 콩	302.4/LT-855			

자료원:KOTRA 현지 무역관 실사('96년)

수입제품의 가격은 중국산보다 100~150이상 비싸므로 중국 일반소비자의 소비수준에 비해 높다. 따라서 시장에서 판매되고 있는 수입제품은 적은 수준이다.

나. 가스레인지

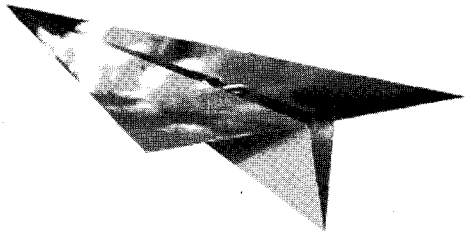
- 현지 소매가격 -

(단위:US\$)

산 지	가격/모델	가격/모델	가격/모델
중 국	15.9/JZY1-D208	27.4/JZR2-DD212A	47.0/JZR2-838H
일 본	176.8/GT-2MPS	279.3/GT-2P10LS	
이태리	368.3/3R2L-V		

자료원:KOTRA 현지 무역관 실사('96년)

3. 유통구조



## 가. 가스순간온수기

### 1) 유통채널 및 구조의 특성

가) 생산자 → 가스공급회사 → 소비자

동 구조는 국가소유기업인 가스공급회사(가스의 종류에 따라 천연가스공급회사, LPG공급회사, 석탄가스공급회사로 분류됨)를 통하여 판매되는 것으로 총판매액의 약 70%를 차지하고 있다. 각종 가스기구는 그 사용 가스종류가 다름에 따라 대부분이 가스공급회사를 통하여 판매되며 기타 판매처(이들테면 상점)에서도 동 회사의 사용허가를 얻어야만 가스공급이 가능하다.

나) 생산자 → 백화점 → 소비자

중국에서 생활용품의 보편적인 유통구조이며 총판매액의 약 15%내외를 차지하고 있다.

다) 생산자 → 건축회사 → 소비자

주로 새로 건설되는 아파트에 설치되는 가스기구의 유통구조인데 건축회사에서 통일적으로 판매, 설치하며 총판매액의 약 10%내외를 차지하고 있다.

### 2) 유통단계의 마진율

일반적으로 생산자 → 도매상 → 소비자로서 마진율은 20~30% 사이이다.

### 3) 유통에 영향을 미치는 제요인

상술한 바와 같이 중국내 가스기구의 판매시 가스공급회사와 건축회사와 건축회사의 영향이 절대적이다.

## 나. 가스레인지

### 1) 유통채널 및 구조의 특성

유통채널은 가스순간온수기와 비슷하나 차이점은 건축회사를 통한 유통이 없다는 것이다.

가) 생산자 → 가스공급회사 → 소비자

동 구조는 국가소유기업인 가스공급회사(가스의 성분에 따라 천연가스공급회사, LPG공급전문회사, 석탄가스공급전문회사로 분류됨)를 통하여 판매되는 것으로서 총판매액의 약 70%를 차지하고 있다. 각종 가스기구는 그 종류가 다름에 따라 대부분이 가스공급회사를 통하여 판매되며 기타 판매처(이들테면 상점)에서도 동 회사의 사용허가를 얻어야만 가스공급이 가능하다.

나) 생산자 → 백화점 → 소비자

중국에서 생활용품의 보편적인 유통구조이나 동제품의 경우 이러한 유통경로에 의한 판매가 총판매액의 30% 내외를 차지하고 있다.

### 2) 유통단계의 마진율

가스기구는 상술한 바와 같이 유통단계가 간단한 바 일반적으로 생산자 → 도매상 → 소비자로서 마진율이 20~30% 사이이다.

### 3) 유통에 영향을 미치는 제요인

가스공급회사의 영향이 절대적이다.

## 4. 거래시 유의사항

가. 가스순간온수기

1) 시장특성

가) 중국시장에 알맞는 가격선정

중국의 소비자들은 보편적으로 선진국의 수입제품이라면 무조건 중국제품보다 선호하는 경향이 많으나 수입제품 가격이 중국제품보다 40%이상일 경우 중국제품을 선택하는 경향이다.

나) 수출지역의 선정

수입제품은 중국제품과 가격차이가 큰 만큼 중국 전역을 대상으로 판매할 수 없다. 수입제품이 일정한 시장을 갖고 있는 지역은 홍콩과 인접한 심천, 광주 등 경계가 발달된 연해개방지역 및 대도시이다. 따라서 중국 진출시 동 지역을 겨냥한 마케팅전략의 수립이 필요시된다.

2) 상관습

중국의 수출입 업무는 수출입 권한이 있는 무역업체에서 수행하고 있다.

중국의 무역업체는 시장점유율이 낮은 수입제품은 판매에 있어서 대부분 자체 자금부담이 없는 대리 판매를 선호하며 판매부진으로 인한 책임을 회피하려는 성향이 많다. 또는 수입제품을 현지 규모가 큰 매장에 전시품으로 전시하여 소비자의 반응을 조사하여 수입여부를 결정하고 있다.

3) 가스용품 판매시 법적규제 등

중국의 가스용품관련법규는 최근 몇 년전에 제정하기 시작하였으며 판매에 관련된 법규는 "도시가스 안전관리규정(별첨7 참조)"으로 가스기구 판매시 판매지역 도시가스경영기관의 안전감독하에 판매토록 되어 있다. 그러나 아직까지는 체계적이지 못하며 가스용품 유통이 활성화됨에 따라 조만간 관련 법규의 제정 및 정비가 이루어질 것으로 보여진다.

나. 가스레인지

1) 시장특성, 수출지역 선정, 상관습, 가스용품 판매시 법적규제 등

가스순간온수기 시장특성과 동일하다.

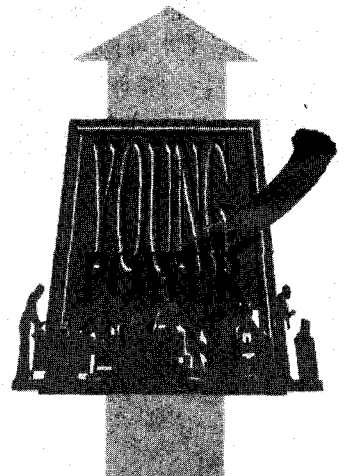
2) 문화에 따른 조리방식의 차이

세계적으로 유명한 중국의 요리는, 생것으로 먹는 것이 아주 적으며 대부분 익힌 것인바 조리특징은 볶고 지지고 삶고 기름에 튀기는 것이 주종이다. 따라서 조리시 화력의 강약조절이 조리기구의 중요 요소이다. 한편 중국에서 사용하는 술의 밀면은 대부분이 평면이 아니고 동그란 반구형이며 무게는 한국의 것보다 무거운 편이다.

◆ 제3장 유관기관 및 업체

1. 검사기관

- 기관명 : 국가기술감독국질량사(國家技術監督局質量司)
- 주소 : 북경시 해전구 지춘로4호(北京市 海澱區 知春路4號)



전화 : (010)6202-228

담당 : 강영(江瑩)

기관성질 : 중국전지역내의 품질검사, 관리, 인증

- 기관명 : 국가연기용구질량감독검증중심(國家燃氣用具質量監督檢驗中心)

주소 : 천진시 하서구 기상대로(天津市 河西區 氣象臺路)

전화 : (022)334-1730, 335-6695

팩스 : (022)335-0052

담당 : 왕계(王啓)

기관성질 : 중국국가기술감독국(中國國家技術監督局)산하의 가스기구 품질검사기구

- 기관명 : 경공업부일용오금질량감독검측중심(輕工業部日用五金質量監督檢測中心)

주소 : 심양시 황고구 영산동로7호(沈陽市 皇姑區 寧山東路7號)

전화 : (024)622-6336

담당 : 강신(姜新)

기관성질 : 중국경공업총회산하의 가스기구 품질검사기구



## II. 단체

- 기관명 : 중국오금제품협회(中國五金製品協會)

주소 : 북경시 조양구 조영로갑3호(北京市 朝陽區 朝營路甲3號)

전화 : (010)6501-1122 EXT 6418    팩스 : (010)6501-5582

담당 : 유윤봉(柳潤峰)

업무내용 : 가스기구 제조업체로 구성된 행업관리협회로서 업계의 생산관리 정보 제공 기술 지도

## III. 생산업체

### 1. 가스순간온수기 상위 5대 생산업체

- 업체명 : 광둥성석유기용구발점유한공사(廣東省石油氣用具發展有限公司)

주소 : 광둥성 순덕시 순봉산개발구(廣東省 順德市 順峰山開發區)

전화 : (0765)229-1380    팩스 : (0765)229-1338

대표자 : 반택명(潘澤明)

매출량 : 100만대('95년)

- 업체명 : 광둥신주연기구연합실업유한공사(廣東神洲燃氣具聯合實業有限公司)

주소 : 광둥성 순덕시 악중진 신주성(廣東省 順德市 樂從鎮 神洲城)

전화 : (0765)886-1112    팩스 : (0765)886-8911

대표자 : 노배사(魯配司)

매출량 : 90만대('95년)