

# 키워드로 짚어본 중국의 현재와 미래

주력 소비계층은 여성·노인·아동

**차**이완과 차이남, made with China, 핸드백 효과... 이들 단어의 공통점은 무엇일까? 중국의 현재와 미래를 나타내는 핵심 용어들이란 게 정답이다. 코트라는 최근 중국에 대한 이해를 돕기 위해 중국의 정치, 경제, 사회, 문화 등에 걸쳐 키워드 30개를 제시했다. 조환익 코트라 사장은 “중국은 베이징올림픽에 이어 상하이 엑스포를 거치면서 정치, 경제, 사회 등 전 분야에 걸쳐 급격한 변화를 겪고 있다”고 지적하고 “중국의 변화가 우리나라에 미칠 영향을 면밀히 검토해 효과적인 대응책을 세워야 한다”고 강조했다. 이들 키워드 가운데 주로 경제 관련 용어를 중심으로 소개한다.

## 급변하는 중국 사회

중국은 최근 정치적으로 소통과 부패 척결을 전면에 내세우고 있다. 농민의 ‘동표동권(同標同權)’을 실현하기 위해 4대 1로 돼 있던 도시와 농촌의 대표권 비율을 1대 1로 일치시키도록 선거법을 개정했는가 하면, ‘부패와의 전쟁’을 선포하고 청렴한 공직사회를 만드는 데에도 심혈을 쏟고 있다. 국민의 의견을 수렴하기 위해 인터넷을 적극 활용하면서 작년에 이어 올해 역시 ‘인터넷 정치의 해’로 불리기도 한다.

경제적으로는 성장뿐 아니라 분배에도 심혈을 기울이고 있다. 원자바오 총리가 최근 정부 업무 보고에서 “합리적인 소득 배분은 사회공평주의 실현을 위해 중요한 문제”라고 규정하고 “부의 축적이라는 파이를 키우는 문제뿐 아니라 소득 분배 제도를 통해 파이를 잘 나누는 것이 중요하다”고 역설한 것도 이런 맥락에서다. 중국 정부는 이를 위해 공급과 수출 위주의 기존 성장 방식에서 과감히 벗어나 성장을 유지하되 물가를 안정시키는 데 사력을 다할 것으로 보인다.

또 한 자녀 정책 이후 태어난 세대가 결혼해 가정을 꾸리는 나이에 접어들면서 이들의 높은 소비 성향이 만들어낸 ‘임산부 경제’ ‘아동 경제’ ‘신생아 경제’ 등의 신



원자바오 총리는 최근 정부 업무 보고에서 “부의 축적이라는 파이를 키우는 문제뿐 아니라 소득 분배 제도를 통해 파이를 잘 나누는 것도 중요하다”고 강조했다. 사진\_조보희 기자

조어도 주목할 만하다. 매년 노인 인구가 1천만 명가량 늘어나면서 경제적으로 여유 있는 노인들을 일컫는 ‘실버족’도 경제의 주체로 뜨고 있고 여성 역시 소비의 주도적 계층으로 떠오르며 ‘그녀들의 경제’가 중국을 읽는 키워드의 하나로 등장했다. 그런가 하면 젊은 층에서는 명품 및 명품보다 가격이 약간 저렴한 중고급 제품 소비가 꾸준히 늘고 있다. 그 결과, 세계적 명품 소비시장이

중국이 정치, 경제, 사회, 문화 전 분야에 걸쳐 급격하게 변화하고 있다. 우리나라에 어떤 영향을 미치게 될지를 검토해 효과적인 대응책을 세워야 할 때다. 앞으로도 더욱 확대될 중국의 내수시장은 우리나라의 수출에 더욱 큰 기회의 장이 될 것이기 때문이다.

made with China



중국은 최근 정치적으로 소통과 부패 척결을 전면에 내세우며, ‘부패와의 전쟁’을 선포하고 청렴한 공직사회를 만드는 데 앞장서고 있다. EPA\_연합뉴스

중국을 중심으로 재편되고 있다. 단순한 일용품에까지 감성을 불어넣는 ‘핸드백 효과’도 최근 중국의 분위기를 잘 전해준다.

인접국과의 경제 협력에 적극 나서면서 등장한 신조어 중에는 대만 및 베트남과의 관계를 뜻하는 ‘차이완’과 ‘차이남’이 있다. ‘짜구려’ 이미지를 가진 중국산 제품의 국제적 반감을 해소하기 위해 국제 공동 협력 생산을 뜻하는 ‘made with China’ 개념을 도입한 것도 자못 의미

심장하다.

사회·문화적으로는 계층 간 격차가 확대되면서 ‘격차 사회’가 심화하고 있다. 부와 빈곤이 후대로까지 이어지면서 비좁은 집에서 생활에 허덕이는 ‘위쥐(蝸居)’와 대졸 저소득층을 뜻하는 ‘개미족’이 사회 문제로 부각되고 있고 소득이 늘어도 올라가는 물가를 따라잡지 못해 계속해서 가난해지는 ‘상하이식 빈곤’도 해결해야 할 과제의 하나로 자리매김했다.



이에 따라 중국의 직장인들 사이에서는 금융 위기 이후 회사를 그만두는 대신 다니던 회사에서 어떻게든 버티면서 나가지 않으려는 경향이 강해졌다. 도시에서 일자리를 잃은 신세대 농민공이 사회 문제로 비화될 가능성이 커지면서 계층 간 갈등 확대도 시급한 사회 현안으로 관심을 끌고 있다. 그밖에 급변하는 사회에 대한 반동으로 정신적 뿌리를 찾고자 하는 이들이 늘면서 '국학열'이 뜨거워지고 있다. 심지어 애국주의로까지 확산돼 공산주의 성지를 관광하는 '홍색 관광'이 꾸준히 증가하는 것도 눈여겨볼 만한 오늘날의 중국 내 현상이다.

### 중국 경제 들여다보기

**균형 성장과 물가 안정** \_ 올해 중국은 성장을 유지하는 동시에 물가를 안정시키는 '두 마리 토끼 잡기'에 총력을 기울일 것으로 보인다. 중국 경제는 공급과 수출 위주의 단순한 경제구조를 갖고 있다. 성장에는 도움이 되지만 외부의 환경 변화에 지나치게 민감해져 안정성을 확보하기 어렵다는 게 단점이다.

이에 불안을 느끼고 있는 중국으로서는 산업의 구조조정을 당면과제로 떠올릴 수밖에 없다. 중국 정부가 지난해 대대적으로 재정을 투입해 내수 확대에 나선 것도 수출 주도로 인한 불균형 성장을 바로잡으려는 노력의 일환으로 읽힌다. 중국은 과열과 고(高)물가 방지를 뜻하는 '양방(兩防)'에서 2008년 말부터 성장 유지와 물가 조정을 뜻하는 '일보일공(一保一控)'으로 선회했고 올해에는 여기에 덧붙여 성장 방식을 조정한다는 의미의 '일조(一調)'를 추가한 경제정책 기조를 추구하고 있다. 구체적으로는 단순한 사회간접자본(SOC) 시설 투자보다 산업 간 연계성이 강한 분야에 투자를 집중하고 전통 재래업종이 아닌 신재생 에너지 등 새로운 성장 동력 분야를 적극 육성하는 방향으로 전환을 꾀하는 중이다.

정부 투자에 지나치게 의존하던 기존의 공급 위주 성장이 공급 과잉, 신용 위험 확대, 부동산 거품, 민간 투자 위축에 대한 우려를 증폭시켰다는 지적도 외면하기 힘들다. 최근 세계 금융 위기로 인한 경기침체를 겪으면서 중국은 위안화 저평가, 저부가가치 제품 수출, 일자리 감소에 따른 소비심리 위축 등 불균형 성장에 따른 부작용에 적지 않게 시달렸다.

이로 인해 경제의 지속 성장에 빨간 불이 켜지면서 올해는 물론 2011~2015년까지 추진될 '사회발전 5개년 계획'



중국의 직장인들 사이에서는 금융 위기 이후 회사를 그만두는 대신 다니던 회사에서 어떻게든 버티면서 나가지 않으려는 경향이 강해졌다. AP\_ 연합뉴스

기간 내내 불균형 문제를 해결하는 데 총력을 기울여야 할 입장에 처했다. 따라서 앞으로의 경제정책 방향은 내수 확대, 자주적 창의력 확대, 도시와 농촌의 조화로운 발전, 민생 개선, 자원 절약, 환경 보호, 경제의 대외개방도 제고, 중국 경제의 장기 발전에 영향을 주는 당면과제 해결 등으로 집약될 전망이다.

또 국제 원자재와 식품 가격 인상 등으로 들쭉거리는 물가를 적정 수준으로 유지하는 것도 시급히 해결해야 한다. 현재 중국 정부가 우려하는 것은 내수경기가 완전히 회복되지 않은 상태에서 물가가 오를 경우 소비가 급락할 수 있다는 점이다. 따라서 중국 정부는 올해 적정 물가 상승 목표를 3%로 설정하고 이를 크게 넘어설 경우 금리 인상 등을 통해 물가 조정에 나설 것으로 예상된다. 그러나 경기침체로 인해 실업이 확산되고 이것이 커다란 사회적 부담으로 작용하고 있는 상황에서 중국 정부가 물가만 보고 이러한 조정책을 단행하기는 부담스러울 것이란 지적



한 자녀 정책 이후 태어난 세대가 결혼해 가정을 꾸리는 나이에 접어들면서 이들의 높은 소비성향은 '임산부 경제' '이동 경제' '신생아 경제' 등의 신조어를 만들어냈다. EPA\_ 연합뉴스

도 나온다.

한편 앞으로 확대될 중국의 내수시장은 우리나라 입장에서 볼 때 수출에 더욱 큰 기회가 될 것으로 보인다. 특히 유망한 분야는 에너지 기자재, 부품, 환경 및 신재생 에너지, 소비재 시장이 될 것으로 코트라 분석하고 있다.

**저탄소 경제** \_ 에너지와 자원을 효율적으로 사용하는 저탄소 녹색 성장은 중국에서도 커다란 화두로 떠올랐다. 중국의 최대 정치 행사로 올 3월에 열린 '양회(兩會)'에서조차 저탄소 경제 발전 건이 1호 제안으로 올라갔을 정도다. 일각에서는 저탄소 경제의 추진이 장기적으로 중국 경제의 새로운 성장동력으로 작용하면서 환경 분야의 수입 수요를 크게 확대시킬 것으로 기대하고 있다.

또 최근 발표한 '신재생 에너지 자동차 발전 계획'에 따르면 2020년까지 중국의 신재생 에너지 자동차 비율은 전체 차량의 50%까지 늘어나 약 6천500만 대에 이를 것

으로 전망된다. 이에 따라 이와 관련된 차량 및 부품 수요가 큰 폭으로 증가할 것으로 예상된다.

**임산부·신생아 경제** \_ 한 자녀 정책이 실시된 이후 1980년대에 출생한 일명 '빠링허우' 세대의 결혼과 임신, 출산이 이어지면서 관련 소비가 급증하고 있다. 빠링허우 세대로 인해 최근 중국 사회의 가계도는 '양가 4명의 조부모-2명의 부모-1명의 자녀' 형태로 빠르게 변모하는 중이다. 다시 말해 성인 6명이 아이 1명에게 투자와 관심을 집중하는 현상이 심화되고 있는 것이다.

빠링허우 세대의 특징 중 하나는 부모의 전폭적인 지원 속에 자란 탓으로 소비성향이 무척 강하고 유행에 민감하다는 것이다. 이들이 부모가 되면서 임부복, 임산부용 기능성 화장품, 출산용품, 프리미엄 출산 패키지 등에 적지 않은 돈을 쓰고 있어 '임산부 경제'라는 신조어까지 나타났다. 특히 출산 후 2~3개월 동안 이들이 지출하는 비용



made with China



국제 원자재와 식품 가격 인상 등으로 들쭉거리는 물가를 적정 수준으로 유지하는 것은 중국 정부가 시급히 해결해야 할 과제 중의 하나다. EPA\_ 연합뉴스

에너지와 자원을 효율적으로 사용하는 저탄소 녹색 성장은 중국에서도 커다란 화두로 떠올랐다. 사진 연합뉴스DB

이 1만 위안을 넘어서는 등 출산 초기 비용이 급증하자 이를 지칭하는 말로 '신생아 경제'라는 말도 생겨났다. 참고로, 중국 국가통계국이 발표한 지난해 중국의 출생 인구는 1천615만 명에 달한다.

주목할 점은 중국 컨설팅그룹인 Horizon의 조사 결과, 2008년 중국 도시 가정의 79.6%가 소득 변동이 없거나 줄었고 2009년 상반기(1~5월) 역시 소득에 변화가 없거나 줄었다는 가정이 전체의 85.4%에 이르렀다는 것이다. 소득 감소 추세는 앞으로 당분간 심화될 것으로 보이나 자녀에 대한 지출은 이와 관계없이 안정적인 성장세를 보이고 있다. 올해 중국의 전체 아동용품 시장 규모는 1천억 위안을 돌파할 것으로 예상되며 교육 교재나 홈스쿨 등 아동 관련 교육서비스시장도 급속도로 확대되는 추세다.

**'실버족' 급부상** \_ 대만교통부 관광국 통계에 따르면 지난해 대만을 여행한 중국인 관광객 60만 명 중 31%가 60세

이상의 '실버족'이다. 시간과 경제력 면에서 여유가 있는 노인들을 뜻하는 실버족은 향후 관광을 비롯한 각종 소비분야의 최대 잠재고객으로 떠오를 전망이다. 이를 반영하듯 중국의 한 여행사가 집계한 결과, 지난해 중국의 노인 대상 여행상품 판매 증가율은 무려 50%에 달했다.

전 세계를 통틀어 60세 이상 노인 인구가 1억 명을 넘는 나라는 중국이 유일하다. 2008년 현재 중국의 노인 인구는 1억6천만 명으로 전체 인구의 12%를 차지한다. 2020년에는 2억5천만 명으로 전체 인구에서 차지하는 비중이 18%까지 늘어날 전망이다. 중국에서는 해마다 1천만 명이 새롭게 노령층으로 진입하고 있다.

이들에게 주목해야 하는 이유는 경제력을 갖춘 노인 인구가 증가하면서 노인이 구매의 객체에서 주체로, 부양 대상에서 주도적 소비자로 빠르게 변모하고 있다는 점이다. 이에 따라 노인 대상 여행상품, 생활용품, 간병용품, 의료기기, 요양서비스, 교육서비스 등 노인 관련 시장이 빠르게 성장하고 있다.

**경제력 있는 그녀들** \_ 여성들의 사회·경제적 지위가 높아지는 현상은 중국에서도 예외가 아니다. 고학력을 바탕으로 고소득을 올리는 등 사회적으로 성공한 여성들을 일컫는 '푸포(富婆)'가 늘어나면서 소비는 물론 재테크 차원에서 여성들의 역할이 커졌다. 2008년 중국경제인 조사 보고에 따르면 여성 중에서도 특히 20~45세, 월수입 3천 위안(가구당 월수입은 1만 위안 이상) 이상인 여성의 신제품 수용력이 가장 높고 유행에 민감하며 중고급 제품 소비도 많은 것으로 나타났다.

이들의 소비력은 남성에 비해 무려 7배나 큰 것으로 추정되고 있다. 종전에는 여성의 소비활동이 장신구나 화장품 등에 집중됐지만 최근에는 자동차, 여행, 부동산, 사치품 등 고가 위주로 바뀌고 있다는 점도 주목할 만하다.

**명품의 대중화** \_ 세계사치품협회에 따르면 중국의 사치품 소비액은 2007년에 벌써 총 86억 달러로 전 세계 시장의 25%를 차지했다. 그러던 것이 2009년 말에는 점유율이

27.5%까지 상승하며 일본 다음으로 큰 사치품 소비시장으로 떠올랐다. 나아가 중국의 명품시장 규모는 2009년 50억 달러에서 2014년에는 146억 달러로 3배가량 커질 전망이다.

특이한 점은 유럽에서는 명품을 소비하는 계층이 주로 40대 이상인 데 반해 중국은 18~50세로 나이 구분이 별로 없다는 것이다. 특히 중고급 제품, 일명 '매스티지(masstige; 대중(mass)과 명품(prestige product)의 합성어)' 제품에 대한 중국의 주력 소비층은 18~39세로 젊은층의 고가품 소비가 빠른 속도로 늘고 있다.

이에 따라 세계적 명품 브랜드의 하나인 루이비통은 중국 내 매스티지 판매 전략으로 총 29개 매장에서 모든 제품을 2~7% 할인판매하고 있다. 어떤 경우에도 세일을 하지 않기로 유명한 루이비통이 유독 중국에서만 할인 전략을 내세운 이유는 전 세계에서 차지하는 중국 명품시장을 고려할 때 가격 인하를 통해서라도 접근성을 높이려는 전략으로 풀이된다. 중국 내수시장을 노린 한국 기업들 역시 고가·고품질 마케팅 전략이 필요할 것으로 보이는 대목이다.

**핸드백 효과** \_ 일용품에 불과하던 핸드백 디자인이 감성을 드러내는 패션용품으로 인식되는 현상을 일명 '핸드백 효과'라고 부른다. 디자인을 중시함으로써 일용품에도 감성을 불어넣는 것을 뜻한다. 구매하고 싶은 욕망을 불러일으키기 위해 디자인을 주기적으로 바꿔 주면 단순한 생활용품도 욕망의 대상으로 바뀌게 되는 심리를 이용한 것이다.

중국에서는 최근 일용품이 캐릭터와 결합하는 경향이 강해지고 있다. 캐릭터에 저항감이 없는 1980년대 출생 세대가 결혼해 가정을 꾸리는 등 새로운 경제적 주체로 등장하면서 일용품, 의류, 침구류 등에 이르기까지 캐릭터의 결합이 빈번하게 일어난 덕분이다.

**차이완과 차이남** \_ 국가 간 동맹의 물결을 타고 중국과 대만 또는 중국과 베트남의 경제 협력이 더욱 긴밀해지고 있다. '차이완(Chi-wan)'은 대만의 기술력과 중국의 시장을 결합한 통합형 경제권을 지칭하는 용어로, 중국·대만 경제협력체제협정(ECFA)이 가시화되면서 등장한 용어다. 중국과 아세안 간 자유무역협정(FTA) 발효로 중국 시장 내에서 대만 제품의 입지가 약화되고 국



# made with China



국제 원자재와 식품 가격 인상 등으로 들쭉거리는 물가를 적정 수준으로 유지하는 것은 중국 정부가 시급히 해결해야 할 과제 중의 하나다. EPA, 연합뉴스



시간과 경제력 면에서 여유가 있는 노인층은 향후 관광을 비롯한 각종 소비 분야의 최대 잠재고객으로 떠오를 전망이다. 사진 연합뉴스

내 산업 공동화 현상이 심화될 것을 우려한 대만 정부가 중국과의 경제적 공조를 강화하기 위한 목적으로 제안하면서 비롯됐다. 중국과 대만 간에 ECFA가 현실화될 경우 중국 시장에서 대만 제품의 경쟁력에 힘이 실리면서 한국과 대만 제품 간의 경쟁이 더욱 격화될 것으로 예상된다.

화되고 있는 상황에서 단순히 제조와 조립을 중국에서 했다는 이유만으로 '중국산'으로 명명하기보다는 기술, 디자인, 부품과 관련해 다양한 나라가 협력해 만든 '글로벌' 제품임을 강조함으로써 '짜구려=중국산'이라는 이미지를 벗어나려는 의도인 셈이다. m

강윤경 기자 bookworm@yna.co.kr

중국을 또 올해 아세안 10개국 중 브루나이, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 싱가포르 등 6개국과 체결한 FTA를 전면 발효시켰다. 구체적으로는 올 1월부터 7천 개 수출입 품목에 대해 관세가 면제됐다. 이는 중국과 아세안 간 전체 교역량의 70%에 해당하는 막대한 비율이다. 그 결과, 2010년 1월 현재 중국의 대(對)아세안 수출은 105억5천만 달러로 지난해 같은 달보다 52.8% 증가했고 아세안의 대중국 수출액은 117.3%나 급증한 109억3천만 달러를 기록했다.

이어 2015년에는 베트남과의 FTA가 발효될 예정이어서 국경을 맞대고 있는 양국 간 경제 협력을 두고 '차이남(Chi-nam)'이라는 용어도 등장하기 시작했다. 중국은 그밖에도 대만, 홍콩, 아세안과의 협력을 통해 아시아에서 자국의 경제적 지위를 강화하는 데 주력하고 있다. 중국의 이런 움직임은 아시아 시장에 대한 한국의 수출에 적지 않은 위협이 될 것으로 우려된다.

**짜구려 '중국산' 이미지 탈피** \_ 중국 상무부는 지난해 11월 CNN에 'made in China'에서 'made with China'로 생산 패러다임의 변화를 보여주는 30초 분량의 국가 이미지 광고를 내보냈다. 중국어로 '中國製造, 世界合作'이라고 번역된 이 광고는 질 낮은 저가 상품으로 해당 수입국의 산업을 무너뜨린다는 중국산 제품의 부정적 이미지를 벗어버리기 위해 제작한 것이다.

세계화에 따라 다양한 원산지의 원·부자재를 이용한 하나의 완제품 생산이 일반화되고 있는 상황에서 단순히 제조와 조립을 중국에서 했다는 이유만으로 '중국산'으로 명명하기보다는 기술, 디자인, 부품과 관련해 다양한 나라가 협력해 만든 '글로벌' 제품임을 강조함으로써 '짜구려=중국산'이라는 이미지를 벗어나려는 의도인 셈이다. m

## 중국을 이해하기 위한 분야별 키워드

자료제공\_코트라

분야	키워드	주요 내용	
정치	양광정부(陽光政府)	공무원 부패 과감히 손 본다	공무원 청렴, 공직 기강 확립
	치에하오단가오(切好蛋糕)	키운 파이를 잘 자르는 게 관건	공평 분배에 초점
	통피아오통첸(同標同權)	민심이 천심, 전인대 농민대표 비중 늘린다	농민의 정치 참여 확대
	인터넷 의정	이젠 정치도 인터넷 시대	중국 지도부, 국민 여론 수렴 창구로 인터넷 적극 활용
경제	Frenemy-ship	애증 얽힌 중·미 관계	갈등과 협력이 얽힌 중국과 미국 관계
	이바오이티아오이쿵(一保一調一控)	성장유지·물가안정 기조 속 구조조정 박차	올해 경제기조는 8%대 성장유지, 3% 물가안정, 불균형 성장방식 조정
	재균형(Rebalancing)	균형 잃은 경제성장 방식, 바뀌어야 산다	산업구조, 투자·소비구조, 대내외 수요 불균형 문제 직면
	저탄소경제	중국 경제의 신성장점, 저탄소 녹색성장	신재생 에너지, 에너지 절약 관련 프로젝트 다수 발생
	바오바오징지(寶寶經濟), 원무징지(孕婦經濟)	자녀 양육에 가계수입의 30% 쓴다	임부복, 유아·임산부용 기능성 화장품, 유아복, 유아용 식품, 출산용품, 교육교재, 홈스쿨 등 교육서비스 유망
	인파징지(銀髮經濟)	신소비층, 실버족 등장	의료기기, 건강용품, 실버 재활용품, 간병용품, 의료서비스 분야, 실버족 타깃 국내관광 유치 유망
문화	매스티지	저가시장 낙인 떼고 명품소비로	고가 의류, 화장품 유망
	핸드백 효과	일용품에도 감성 불어넣는다	일용품, 의류, 침구류와 캐릭터의 결합 활발
	차이완과 차이남	중국, 동맹물결을 타다	인접국과의 경제협력 강화
	Made with China	중국산 이미지 탈피, 국제협력생산 강조	기술, 디자인, 부품에 대한 국제협력 강조해 원산지 이미지를 글로벌 범주로 확대하려는 중국의 새로운 국가이미지 제고 전략
사회	푸얼따이(富二代)	부와 빈곤, 사회적 지위의 대물림	부익부 빈익빈, 계층화 현상 고착화
	핀얼따이(貧二代)	부동산 폭등, 집에 허덕이는 중국 서민들	협소한 집에서 생활에 허덕이는 도시민의 열악한 환경
	관얼따이(官二代)	중국도 고학력 저소득층 문제 크다	중국판 88만 원 세대
	워쭈(蜗居)	한 자녀 계획 30년, 자식에 죽고 자식에 사는 하이누들	자식의 노예
문화	하이타이랑과 란양양	결혼은 공과, 처세는 여우처럼	화이트칼라 여성의 결혼관과 처세술 반영
	상하이식 빈곤	소득은 견고, 물가는 뛰고	소득이 증가해도 높은 물가 때문에 오히려 빈곤해지는 현상
	워차오(臥槽)	중국 직장인 60%, 직장 옮길 생각 없다	글로벌 금융 위기로 이직보다 기존 직장 고수
	신세대 농민공	중국, 올해 중앙 1호 문건에서 신세대 농민공 첫 거론	직장 잃은 신세대 농민공이 도시에 남으면서 사회문제 야기 우려
기타	웅공황(用工荒)	경기 회복되자 이제는 인력난	주요 생산지역의 인력부족 현상
	가오테스다이(高鐵時代)	고속철도시대 개막, 생활 판도 크게 바꿨다	주변 중소도시로의 거주지 이주와 투자 확대
	얼타이(二胎)	고령화된 중국, 조건부로 둘 낳는 것 허용	인구감소 대비해 일부 대도시에 한해 두 자녀 허용
	귀슈에러(國學熱)	정신적 뿌리 찾아 나선 중국인	중국의 전통문화 학습 붐
기타	홍색관광	중국 힘쓰는 공산혁명 성지 관광 열풍	애국주의 확산으로 공산주의 혁명 성지 관광 성행
	마이카 여행	자동차 보급 확대가 불러온 마이카 여행	주거지가 외곽으로 확대되면서 자동차 구매 확대