

중국, 매년 5월 10일 '브랜드의 날'로 지정

오종혁 대외경제정책연구원 동북아경제본부 중국팀 전문연구원

주요내용

- (현황) 중국 국무원(国务院)은 중국 로컬 브랜드의 가치 및 영향력 확대를 위해 매년 5월 10일을 '중국 브랜드의 날(中国品牌日)'로 지정하기로 결정함.
- (원인과 분석) 중국은 주로 고품질의 상품 및 서비스 수요를 대응하는 목적으로 로컬 브랜드 육성을 강조하고 있으며, 브랜드의 날 지정을 통해 로컬 브랜드 가치 제고에 대한 사회적인 공감대 형성, 소비 상품 브랜드 육성을 본격적으로 추진함.
- (전망과 시사점) 중국정부가 브랜드 육성에 본격적으로 나설 것으로 예상됨에 따라 브랜드 상표 보호 및 지재권 강화 등에서 개선이 예상되나 중국 내수 시장에서 외자기업과 중국 로컬기업간의 경쟁은 보다 더 격화될 전망이다.

1. 이슈 현황

■ 중국 국무원(国务院)은 중국 로컬 브랜드의 가치 및 영향력 확대를 위해 매년 5월 10일을 '중국 브랜드의 날(中国品牌日)'로 지정하기로 결정함.¹⁾

- 올해는 '공급측 구조 개혁 심화, 자주 브랜드 발전의 새로운 시대'라는 주제로 행사가 추진되었음.
- 브랜드의 날 행사에는 국가발전개혁위원회 및 공업정보화부, 농업부, 상무부, 공상총국(工商总局)²⁾, 질검총국(质检总局)³⁾, 국무원 국가자산위원회, 식약품 감독국 등이 참여함.
 - 농업부는 2017년을 '농산품 브랜드 추진의 해'로 설정하고 관련 행사를 추진해 나갈 예정이며, 상무부는 '중화 라오즈하오(老字号) 브랜드 관리 방법'⁴⁾ 제정을 통해 전통 브랜드 발전을 추진

1) 「我国确定5月10日为“中国品牌日”」. 2017. 5. 9.『新华网』.

2) 상품 인증허가 주무부처

3) 상품 품질검사 주무부처

4) 대대로 내려온 유명한 가게에 부여되는 칭호

2. 원인과 분석

- 중국은 주로 고품질의 상품 및 서비스 수요를 대응하는 목적으로 로컬 브랜드 육성을 강조하고 있으며, 브랜드의 날 제정을 통해 로컬 브랜드 가치 제고에 대한 사회적인 공감대 형성, 소비 상품 브랜드 육성을 본격적으로 추진함.
 - 중국은 도시지역을 중심으로 프리미엄 상품 수요가 증가하고 있으나, 스마트폰, 드론 등 일부 제품 외에는 해외 상품 보다 경쟁력이 떨어지는 편임.
 - 매년 온라인 해외직구 시장이 큰 폭의 성장을 거듭하고 있어 이에 대응하고자 로컬 브랜드 육성이 시급한 상황
 - 중국의 온라인 해외직구 규모는 2012년 3,000억 위안에서 2017년 1조 5,000억 위안으로 5배 확대될 것으로 전망⁵⁾
 - 그밖에도 브랜드의 날 제정을 통해 브랜드에 대한 국민적 호감도와 신뢰도 제고를 추진하며, 성공한 로컬 브랜드의 발전성과 및 문화를 전파할 예정임.
- 최근 중국 기업의 가치가 급증하면서 세계 100대 브랜드 순위에 포함되는 중국 기업 수도 매년 크게 증가하고 있으나 주로 인터넷 분야와 통신, 금융, 에너지 분야의 국영기업 비중이 높으며, 해외에서의 지명도는 높지 않음.
 - 2016년 세계 100대 브랜드 중 36개를 중국 브랜드가 차지하였으며, 2007년 12개에서 10년 만에 3배 증가
 - 최근에는 알리바바, 텐센트, 바이두, 화웨이 등 ICT 기업이 약진이 두드러지고 있으며, 그밖에 차이나 모바일, 공상은행 등 국유기업이 포함되었음.
 - 2017년 중국 10대 브랜드의 순위는 ICT 기업이 약진하였으며, 그밖에는 금융과 주류 제조업체 마오타이가 처음으로 포함됨.

5) iResearch. 2016.

그림 1. 세계 100대 브랜드 내 중국 비중



자료원: World Brand Lab(世界品牌实验室); 新华网数据新闻.

표 1. 중국 10대 브랜드 순위 비교

순위	2014년	2017년
1	차이나 모바일	텐센트
2	중국 공상은행	알리바바
3	텐센트	차이나 모바일
4	중국 건설은행	중국 공상은행
5	바이두	바이두
6	중국 농업은행	화웨이
7	중국은행	중국 건설은행
8	페트로 차이나	핑안보험
9	시노펙	마오타이
10	차이나 라이프	중국 농업은행

자료원: Kantar Millward Brown. 2017. 『BrandZ Top 100 Most Valuable Chinese Brands 2017』; 新华网数据新闻.

■ 중국 정부가 브랜드 육성에 본격적으로 나설 것으로 예상됨에 따라 브랜드 상표 보호 및 지재권 강화 등에서 개선이 예상되나 중국 내수 시장에서 외자기업과 중국 로컬기업간의 경쟁은 보다 더 격화될 전망이다.

- 중국 정부는 브랜드 관리를 위한 체계적인 제도적 기반 마련과 발전 전략 수립을 위해 고위층 회의를 정식 출범할 것으로 알려짐.⁶⁾
- 한편 중국은 자국 브랜드 발전을 우선시 할 것으로 예상되어 독보적인 브랜드 가치를 보유하거나 혁신적 가치를 창출하는 일부기업 외에 중국기업과의 경쟁은 한층 더 치열하게 전개될 전망 **CSF**

💡 **알립니다**

- CSF 이슈분석은 대외경제정책연구원(KIEP)에서 발간하고 있으며, 저작권 정책은 ‘공공저작물 자유이용허락 표시기준 제 3유형’에 따릅니다. 해당 원고에 대해 사전 동의 없이 상업 상 또는 다른 목적으로 무단 전재·변경·제 3자 배포 등을 금합니다. 또한 본 원고를 인용하시거나 활용하실 경우 △출처 표기 △원본 변경 불가 등의 이용 규칙을 지켜셔야 합니다.
- 본 원고에 대한 글, 그림, 사진 등 저작권자가 표시되어 있지 않은 모든 자료에 대한 저작권 책임은 저자 본인에게 있으며, 해당 원고의 의견은 KIEP 및 CSF의 공식적인 입장을 대변하고 있지 않습니다.

6) 「发改委等九部门共推中国品牌日 明年将出台顶层设计」. 2017. 5. 10. 『新浪财经』.