

품명

외부 표면을 플라스틱 시트(sheet)나
방직용 섬유재료로 만든 것

HS code

4202.22

상대국
수입관세율
(%)

MFN	FTA	RCEP		
		'24	'25	'26
6	0	7	6	5

선정
사유

- ▶ 해당 품목에 대한 對중 수출증감률은 19년부터 23년까지(22년 제외) 지속적인 성장세를 보이며, 24년 3월 기준으로 전년 대비 수출증감률이 144.1%로 대폭 상승함

한국 연도별 對중 수출동향(HS code 4202.22)

(단위 : 천불, %)

연도	수출금액	수출증감률
2019	13,125	44.3
2020	20,747	58.1
2021	40,284	94.2
2022	18,090	-55.1
2023	26,811	48.2
2023.3	4,040	-45.3
2024.3	9,861	144.1

- ▶ 중국의 對한 핸드백(멜빵이 있는지에 상관없으며 손잡이가 없는 것을 포함한다) 제품의 수입 증가 및 중국 가방 시장의 지속적인 성장세에 따라 해당 품목을 선정함

우리나라
對중
수출동향
(HS 4202)

- ▶ 핸드백(멜빵이 있는지에 상관없으며 손잡이가 없는 것을 포함한다)의 對중 수출금액은 지속적으로 증가하고 있으며, “플라스틱 시트(sheet)로 만든 것(HS 4202.22.-1010, 1020, 1090)”과 “방직용 섬유재료로 만든 것(HS 4202.22-2000)” 모두 꾸준히 증가하고 있는 추세임

한국 연도별 對중 수출동향(HS code 4202.22 세부품목)

(단위 : 천불, %)

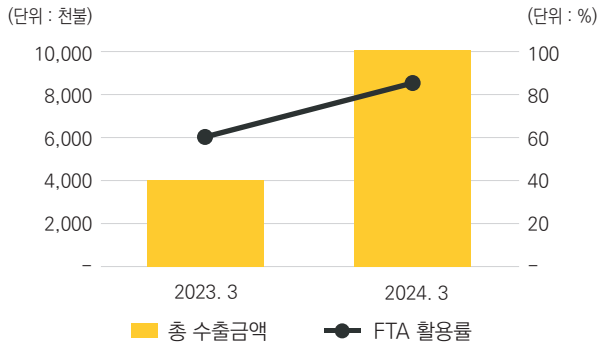
순번	HSK	품목명	수출금액		
			2022	2023	2024.3
		총계	18,090	26,811	9,861
1	4202221010	폴리염화비닐로 만든 것	679	1,203	4
2	4202221020	폴리우레탄으로 만든 것	10,931	17,074	7,752
3	4202221090	기타	575	312	185
4	4202222000	방직용 섬유재료로 만든 것	5,905	8,222	1,920

수출금액
및 FTA
활용현황
(HS 6)

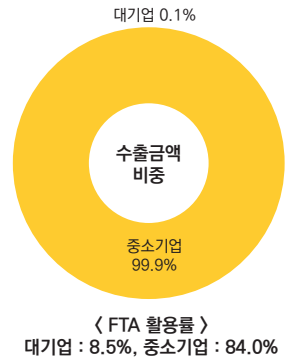
- ▶ HS 4202.22(핸드백)의 對중 수출금액과 FTA 활용률 모두 증가함
 - FTA 활용률 23년 1분기 기준 59.6%, 24년 1분기 기준 83.9%로 나타남
 - 해당품목의 원산지결정기준(PSR)은 한-중 FTA는 CTH이고, RCEP은 CC 또는 RVC 40% 임
- ▶ 24년 1분기 기준, HS 2202.10 기업규모별 수출금액 비중은 대기업 0.1%, 중소기업 99.9%임
 - FTA 활용률은 대기업 8.5%, 중소기업 84.0% 임

수출금액
및 FTA
활용현황
(HS 6)

HS 4202.22의 對중 수출금액 및 FTA활용률
(2023~2024.3)



HS 4202.22의 기업규모별
수출금액 비중(2024.3 기준)



중국
수입
동향

- ▶ 24년 3월 기준 중국의 선정품목 주요 수입국은 이탈리아, 프랑스, 캄보디아, 베트남, 스페인 순으로 나타남
 - 10대 수입국 동향을 살펴보면 이탈리아(35.0%), 프랑스(33.0%)에서 대부분을 수입하고 있으며, 캄보디아(7.4%), 베트남(6.2%), 스페인(3.6%) 등의 국가 순으로 수입하고 있음
 - 이탈리아와 프랑스의 가방 산업은 오랜 역사를 가지고 있으며, 유럽의 명품 브랜드는 중국인들의 큰 사랑을 받고 있음
 - * 24년 3월 기준 우리나라는 6위 수입국임

특이
사항

- ▶ 중국의 가죽제품 수출입 검사에는 중국의 품질관리법과 국가표준(GB)이 적용됨
 - 해당 국가표준은 강제성을 지니며, 중국 수출 전 수출 품목이 해당 법규를 준수하는지 확인할 것을 권고하고 있음
 - 중국 세관은 검사에서 권장규격과 상이한 품목을 불합격 품목으로 분류하여 통관을 보류하고, 유통검사 과정에서 불합격 품목으로 확인될 경우 벌금을 부과하고 있으므로 주의가 필요함
- ▶ 중국은 글로벌 명품 브랜드들의 시장 점유율이 높은 편이며, 루이비통과 구찌의 시장 점유율이 가장 높고(3.8%), 샤넬(2.8%), 코치(2.0%), 아디다스(1.6%)가 뒤를 잇고 있음
 - 선두 기업 시장 점유율이 4%를 넘지 않는 상황에서, 품질 및 디자인 개선과 라이브커머스 등을 통한 소비자 접점 확대로 브랜드 인지도를 높인다면 국내기업이 중국 시장에서 다양한 기회를 가질 수 있을 것으로 분석하고 있음

시사점

- ▶ 선정품목의 한-중 FTA 특혜관세율 0%, RCEP 특혜관세율 7%, MFN은 6%로 한-중 FTA 특혜관세율 적용이 유리한 품목임
 - 해당 품목은 24년부터 한-중 FTA 특혜관세율이 0%로 완전 철폐되었으며, RCEP의 경우 단계적 철폐 대상 품목으로 발효 10년차인 2030년도에 특혜관세율이 0%로 완전 철폐됨
- ▶ 초기의 중국 가방시장은 소위 저가 '짜퉁(위조상품)' 생산 및 판매를 중심으로 발전했지만, 최근에는 소비자층이 품질과 디자인을 중시하고 있는 추세임
 - 중국에 선정품목을 수출하고자 하는 한국 기업은 제품 디자인을 더욱 중시하며, 개성 있는 디자인 개발을 위해 노력하는 등 시장 경쟁력 확보에 대한 모색이 필요함