

'잠재성장률 2%p 제고'를 위한

경제주평

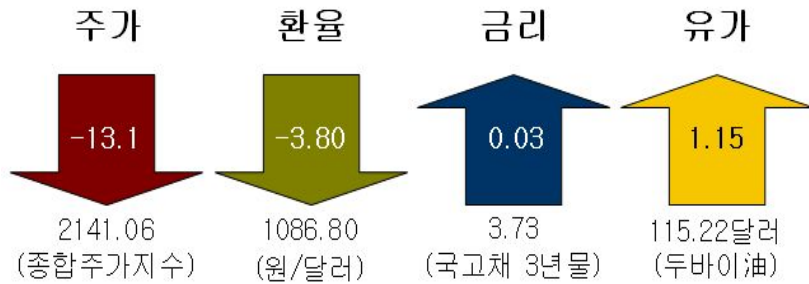
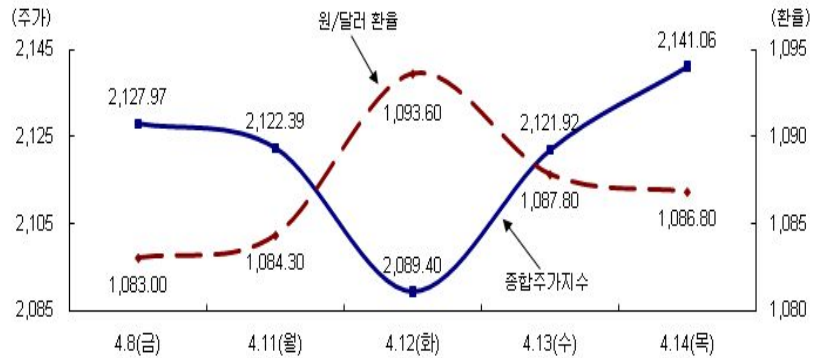
HRI Weekly Economic Review



【 중국의 무역수지 적자와 소비시장 전망 】

Better than
the Best!

週間 主要 經濟 指標 (4.8~4.14)



차 례

주요 경제 현안	1
□ 중국의 무역수지 적자와 소비시장 전망	1
주요 국내외 경제지표	12

□ 본 자료는 CEO들을 위해 작성한 주간별 경제 경영 주요 현안에 대한 설명 자료입니다.
 □ 본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재하시기 위해서는 본 연구원의 허락을 얻어야 하며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

□ 경제연구본부 : 유 병 규 경제연구본부장 (2072-6210, bkyoo@hri.co.kr)
 : 김 민 정 연구 위원 (2072-6212, kimmj@hri.co.kr)
 : 김 동 빈 연구 원 (2072-6215, dbkim@hri.co.kr)

Executive Summary

□ 중국의 무역수지 적자와 소비시장 전망

(7년만의 무역적자와 소비시장) 중국의 지난 1분기 무역수지는 -10.2 억 달러로서 7년만에 적자를 기록했다. 이는 위안화 절상과 국제원자재가격 급등, 국내 소비의 성장 등에 기인한 것이며, 향후 무역수지의 향방에 영향을 미칠 중국 소비시장의 성장과 구조변화를 조망함으로써, 한국경제에 대한 시사점을 도출해 보고자 한다.

(중국 소비시장의 성장과 전망) 중국의 민간소비 증가율은 2000년 9.4%에서 2008년 15.8%로 증가세가 가속화되며 민간소비지출액이 2000년 4조 6천억 위안에서 2008년 10조 8천억 위안으로 확대되었다. 또한, 주요국 (GDP 상위 20개국) 전체 민간소비지출액 대비 중국 민간소비지출액 비중은 2000년 3.2%에 불과하였으나 2009년 6%대로 급성장하며 중국 소비 규모가 빠르게 확대되고 있다. 향후 중국의 내수확대 정책과 1인당 소득의 증대에 따라 중국내 민간소비 규모는 연 15.7%의 높은 성장세를 지속하여 2020년에는 미국에 이어 세계 2위 규모의 소비대국으로 성장할 전망이다.

(중국 소비시장의 구조 변화) 소비시장의 확대에 따라 예상되는 소비구조 변화는 크게 5가지로 요약된다. 첫째, 서부내륙 소비시장의 확대이다. 서부와 내륙의 도시 지역 소비지출 규모는 동부 도시 지역 소비지출규모보다 낮은 수준을 나타내고 있으나 최근 3년간 소비지출액 증가속도가 동부 지역을 앞서며 소비시장 규모가 빠른 속도로 확대되고 있다. 둘째, 중산층과 80後(바링허우) 세대의 소비 주도 계층 부상이다. 연간가구소득이 6만 위안~50만 위안인 중국 중산층은 현재 1억 7천만 명으로 추정되고, 20~30대로서 경제적으로 독립된 구매력을 갖추고 있는 80後세대는 약 2억 4천만 명으로 추산되며 이들이 새로운 소비 주력 계층으로 부상하고 있다. 셋째, 럭셔리 소비 시장 확대와 내구재 수요의 급증이다. 중국 중산층과 고소득층이 빠른 속도로 증가하며 이들 계층을 중심으로 자동차 휴대전화 등 내구재 시장 수요가 급격히 확대되며 소비품목의 고급화가 이루어지고 있다. 넷째, 온라인 소매판매의 급증이다. 新세대가 소비 주도층으로 부상하고 인터넷 보급이 확대됨에 따라서 온라인 소매 판매가 급증하여 유통 및 물류 산업의 고도화가 이루어지고 있다. 다섯째, 금융, 해외관광, 의료서비스 수요의 급증이다. 시장경제시스템 정비로 인해 금융 및 보험 서비스 소비가 급증하고, 소득증가에 따라 해외관광과 의료서비스 지출이 확대되고 있다.

(시사점과 대응방안) 중국의 소비 증가와 구조 변화에 대응하기 위해서는 첫째, 지역별·계층별로 소비성향의 차이가 나타나므로 각 지역별 소비성향과 소득수준에 맞춰 차별화된 시장진입전략을 수립해야 한다. 둘째, 의료서비스와 관광을 연계한 의료 관광 등 다양한 여행 상품 개발과 한류 문화콘텐츠 개발에 적극적 투자가 필요하다. 셋째, 중국 내수 시장의 성장을 겨냥한 고급 내구재 및 서비스 수출을 확대해야 한다. 넷째, 온라인 시장 진출 유망 품목을 성장 가능성이 높은 품목으로 다원화해야 한다.

1. 7년만의 무역수지 적자

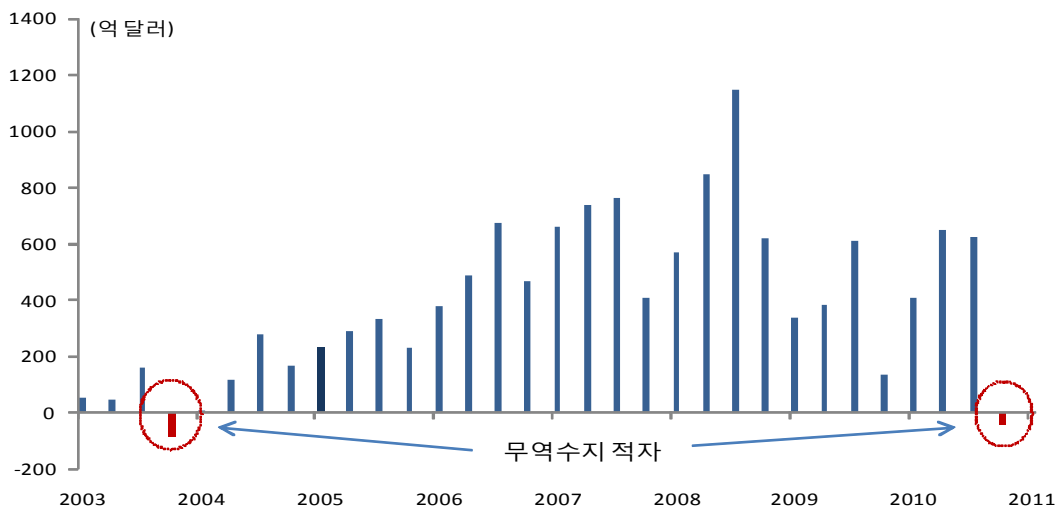
○ (7년만의 무역적자) 위안화 절상, 국제원자재가격 급등, 내수확대정책 등으로 중국의 분기별 무역수지가 7년 만에 적자를 기록

- 중국의 올해 1분기 무역수지가 10.2억 달러 적자를 기록했으며, 이는 2004년 1분기에 80억 달러 적자를 기록한 이후 7년만의 일로서 향후 귀추가 주목됨
- 중국 해관총서¹⁾에 따르면 지난 1분기 중국의 수입은 4007억 달러로 전년동기대비 32.6% 급증했으며, 1분기 수출은 3,996억 달러(전년 동기대비 26.5% 증가)를 기록
- 중국의 무역수지 흑자 규모는 2008년 2,981억 달러를 정점으로 계속 하락하고 있으며, 2009년 1,960억 달러, 2010년 1,831억 달러를 기록함
- 국제원자재가격의 급등과 위안화 절상, 내수 확대 등에 따라 수입이 크게 증가할 것으로 전망되어 중국의 2011년도 무역 흑자는 크게 감소할 전망

○ (중국 소비시장의 중요성) 중국의 무역수지 흑자 규모는 계속해서 감소할 전망이며, 이는 중국 내수시장의 성장과 맞물려 있음

- 무역수지의 향방에 크게 영향을 미칠 중국 내수시장의 성장과 구조변화를 조망함으로써, 한국경제에 대한 시사점과 대응 과제를 도출하고자 함

< 중국 분기별 무역수지 추이 >



자료 : 중국 해관총서

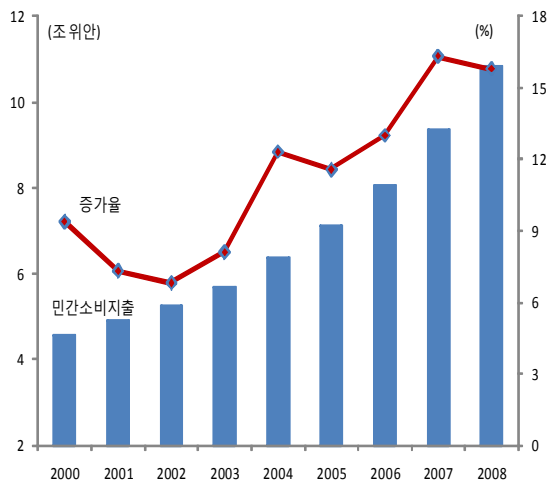
1) 한국의 관세청에 해당하는 중국의 정부 기관으로서 세관 업무를 관장하며, 수출입통계를 정기적으로 발표함

2. 중국 소비시장의 성장과 전망

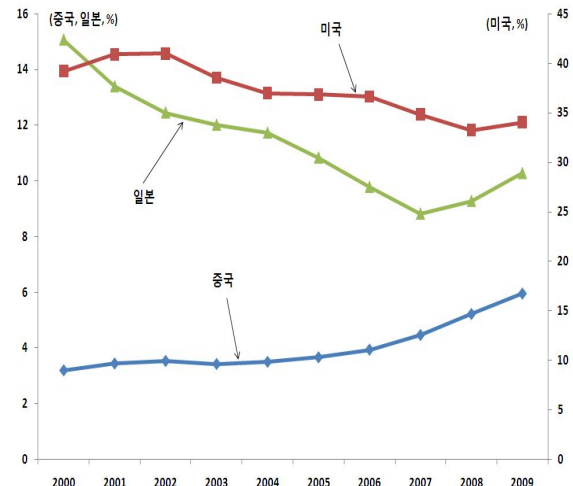
○ (소비시장 규모 및 비중) 중국민간소비 규모는 빠르게 확대되고 있으며 세계 주요국의 소비시장에서 중국이 차지하는 비중도 지속적인 증가세

- 민간소비지출 규모는 지속적인 증가세를 나타내며 빠르게 확대
 - 중국 국가통계국에 따르면 중국의 민간소비지출액은 2000년 4조 6천억 위안에서 2008년 10조 8천억 위안으로 증가했고 민간소비 증가율도 꾸준히 상승하여 2000년 9.4%에서 2008년 15.8%로 증가세 가속화
 - 최근 IMF의 자료에 따르면, 2009년 중국의 민간소비지출액은 12조 위안으로 추산)됨
- 중국의 민간소비지출 규모가 빠르게 확대되며 세계 주요국의 소비시장에서 중국이 차지하는 비중이 최근 급격히 증가
 - 주요국(GDP 상위 20개국) 전체 민간소비지출액 대비 중국 민간소비지출액 비중은 2000년 3.2%에 불과하였으나 2009년 6%대로 급성장하며 지속적인 증가세
 - 여전히 미국과 일본의 민간소비지출 비중이 높으나 이들 국가의 비중은 2000년 이후로 하락세를 나타내다 최근 반등

< 중국 민간소비 지출 추이 >



< 주요국의 민간소비 비중 추이 >



자료 : 중국 국가통계국, IMF

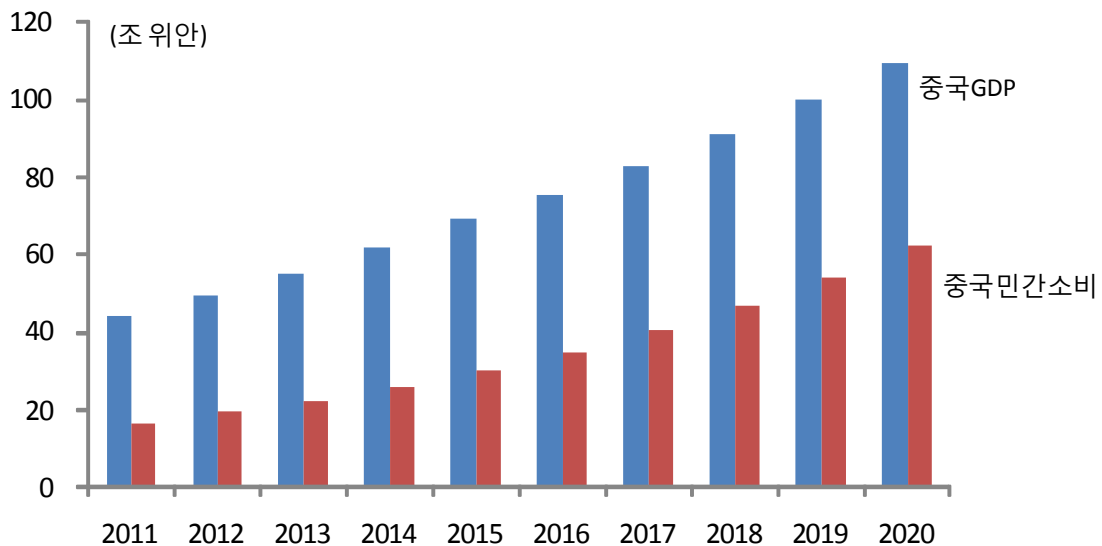
주 : 주요국의 민간소비 비중은 세계민간소비액(미국, 일본, 유럽연합 및 기타 GDP상위 20개국 소비지출액을 합산한 수치) 대비 각국의 민간소비 비중을 나타냄.

2) 2009년 중국 민간소비 지출액은 IMF의 잠정치로 2009년 위안/달러 환율로 환산

○ (중국 소비시장의 전망) 중국 경제성장과 1인당 소득증대에 따라 중국내 민간소비 규모는 빠르게 확대되어 2020년 세계 2위 규모의 소비대국으로 성장할 전망

- 중국의 국내총생산액은 연평균 11% 증가하여 2009년 34조 위안(5조 달러)에서 2020년 110조 위안(16조 달러)으로 3배 남짓 증가할 전망
- 중국의 1인당 소득은 2009년 3,700달러에서 2020년 11,200달러를 기록할 것으로 전망됨
- 중국 1인당 소득 증대에 따라 중국내 소비지출 증가율은 연평균 15.7%의 빠른 성장세를 기록하여 2020년 일본을 제치고 세계2위 규모의 소비대국으로 부상할 것으로 전망됨
- 중국의 민간소비가 국내총생산에서 차지하는 비중은 2009년 36%에 불과하나 중국정부의 내수확장정책으로 2020년 민간소비가 국내총생산의 57%를 차지할 전망³⁾
- 따라서 2009년 12조 위안 수준인 중국 민간소비규모는 경제성장률을 상회하는 연 15.7% 높은 성장세를 지속하여 2020년 62조 위안(9조 2천억 달러)을 기록할 것으로 예측되며 미국에 이어 세계 2위의 소비시장이 될 전망

< 중국 국내총생산 및 민간소비 전망 >



자료 : IMF, 현대경제연구원 전망

주 : 명목 수치임

3) Deutsche Bank 전망치

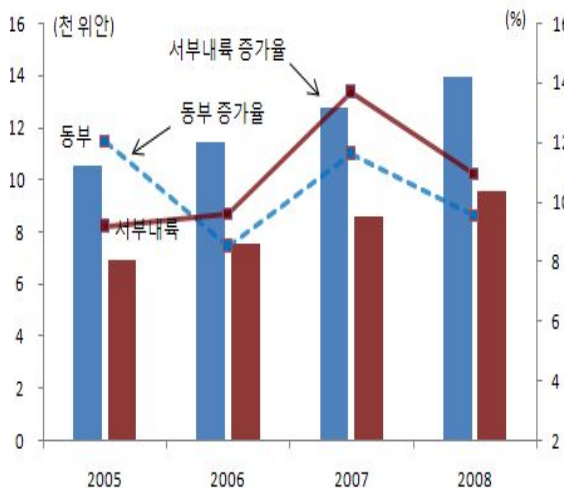
3. 중국 소비시장의 구조 변화

① 서부 내륙 소비시장의 확대

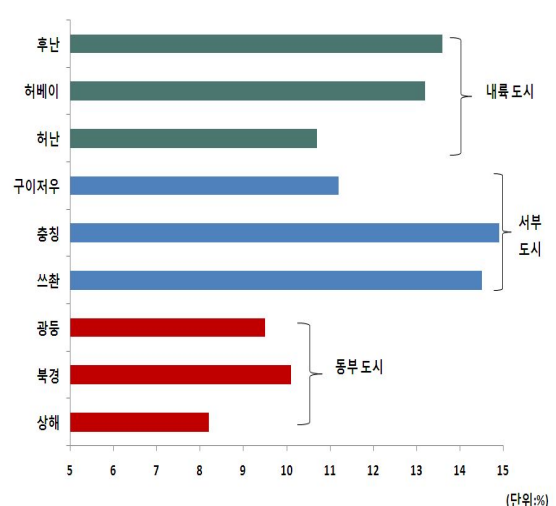
○ (서부 내륙 도시지역의 소비규모 팽창) 서부 및 내륙의 주요 거점 도시를 중심으로 최근 서부내륙의 소비시장 규모가 빠른 속도로 확대

- 서부와 내륙의 도시 지역 소비지출 규모는 동부 도시 지역 소비지출규모보다 낮은 수준을 나타내고 있으나 최근 3년간 소비지출액 증가속도가 동부 지역을 앞서고 있음⁴⁾
 - 2008년 서부 내륙 도시지역의 평균 소비지출액은 9,535 위안으로 동부 도시 지역 평균 소비지출액은 1만 3,963 위안의 68% 수준
 - 그러나 최근 3년간 동부지역 소비지출 증가율은 9.9%를 기록한 반면, 서부 및 내륙 도시지역은 11.5%를 나타내어 동부지역보다 빠른 속도로 소비규모가 확대되고 있음을 시사
- 2009년 서부 내륙 경제성장률이 동부 주요지역 경제성장률을 상회하고 향후 이 추세는 지속될 것으로 예상됨에 따라서 서부 내륙 지역 소비규모도 급속히 확대될 전망
 - 2009년 서부 내륙 경제성장률이 동부주요지역 경제성장률을 상회하였으며 12.5 규획을 통한 서부내륙지역 경제성장에 따라 이 지역 민간소비규모도 빠르게 확대될 것으로 전망됨

< 서부 내륙 및 동부 지역 1인당 소비지출 >



< 2009년 지역 도시별 경제성장률 >



자료 : 중국 국가통계국, 대외경제정책연구원

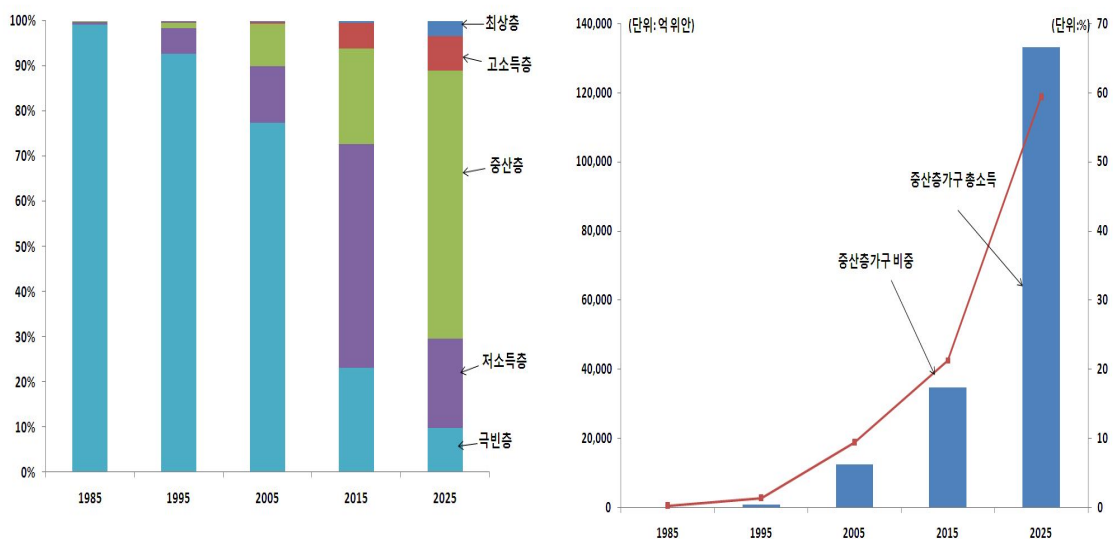
4) 여전히 중국 도시지역소득/농촌지역소득 비율은 2000년 2.78에서 2008년 3.31로 확대되어 도·농간 소득격차가 벌어지고 있으나 최근 들어 소득격차 증가속도는 둔화되는 추세임

② 중산층과 80後世대의 소비 주도 계층 부상

○ (새로운 소비 주력계층의 등장) 최근 중국 중산층과 80後 세대가 주력 소비 계층으로 부상하고 향후 중산층의 규모는 더욱 확대될 전망

- 최근 중국의 급격한 경제성장에 힘입어 중산층이 확대되며 소비주도 계층으로 부상하고 향후 중산층의 규모는 더욱 증가할 전망
 - 중국사회과학원에 따르면 중국내 연간가구소득이 6만~50만 위안인 중산층은 현재 3억 명으로 추산되며 2020년까지 7억 명 수준으로 증가할 전망
 - 2025년 중산층의 비중은 60%에 이를 것으로 추정되며 이들 중산층가구의 총소득은 13조 3,161억 위안을 기록할 전망임에 따라서 이들의 소비규모는 더욱 확대될 전망
- 1980년 이후 출생한 80後(바링허우)세대 또한 주요 소비계층으로 부상
 - 80後 세대란 1979년 한가정 한자녀 정책 실시 이후 출생한 세대를 의미하며 경제발전의 혜택으로 서구식 소비문화에 익숙한 세대임
 - 현재 중국내 80後 세대는 약 2억 4천만 명으로 추산되며 주연령층은 20~30대로서 이들의 월평균 소비 지출액은 1,180위안으로 일반인 평균 지출액 880위안보다 높은 수준
 - 2008년 중국 자동차 공업협회 통계에 따르면 80後세대가 중국 자동차 소비의 15% 이상을 차지하며 소비 주력 계층으로 등장

< 도시 가구의 소득별 분포 현황 및 전망 > < 도시 가구의 중산층 현황 및 전망 >



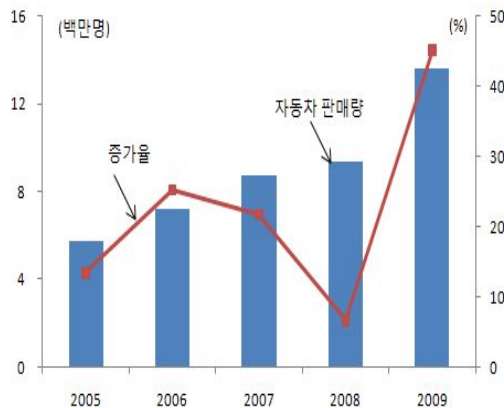
자료 : McKinsey Quarterly

③ 럭셔리 소비 시장 확대와 내구재 수요의 급증

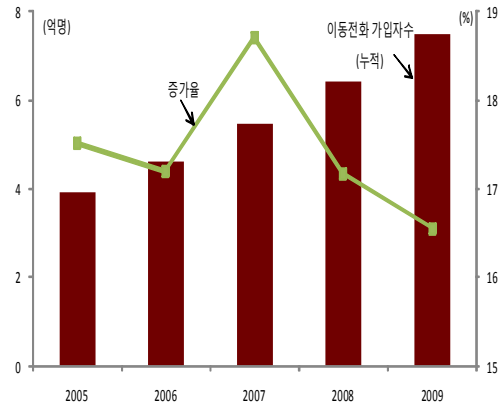
○ (소비품목의 고급화) 중국 중산층과 고소득층이 빠른 속도로 증가하며 이들 계층을 중심으로 자동차·휴대전화 등 내구재 시장 수요가 급격히 확대되고 럭셔리 상품 소비 급증이 예상됨

- 최근 중국 중산층과 고소득층이 확대되며 자동차 판매량과 휴대전화 가입자 수가 빠른 속도로 증가하고 있음
 - 최근 5년간 중국 자동차 판매량은 2008년을 제외하고 연평균 20% 이상의 높은 증가율을 기록
 - 중국 이동전화 가입자 수는 매년 17% 이상 증가하여 2009년 7억 5천만 명에 육박하였으며 휴대전화 보급률은 56%를 돌파하였고 2016년 중국의 휴대전화 가입자 수는 13억 6천만 명을 돌파할 것으로 예측
- 향후 럭셔리 상품 소비도 급증하며 세계 2위의 시장 규모로 성장
 - 2015년에는 럭셔리 상품 시장 규모가 115억 달러 규모로 성장하며 세계 2위의 시장으로 급성장 할 전망

<중국 자동차 판매량 추이>



<중국 이동전화 가입자수 추이>



자료 : 중국 자동차공업협회, 중국 공업신식화부

< 럭셔리 상품 소비 전망 >

(단위 : 십억 달러, %)

	2004	2015
시장 규모 (십억 달러)	6	11.5
시장 순위	3위	2위
시장 점유율 (%)	12	29

자료 : Luxury Brands in China, KPMG, 2007

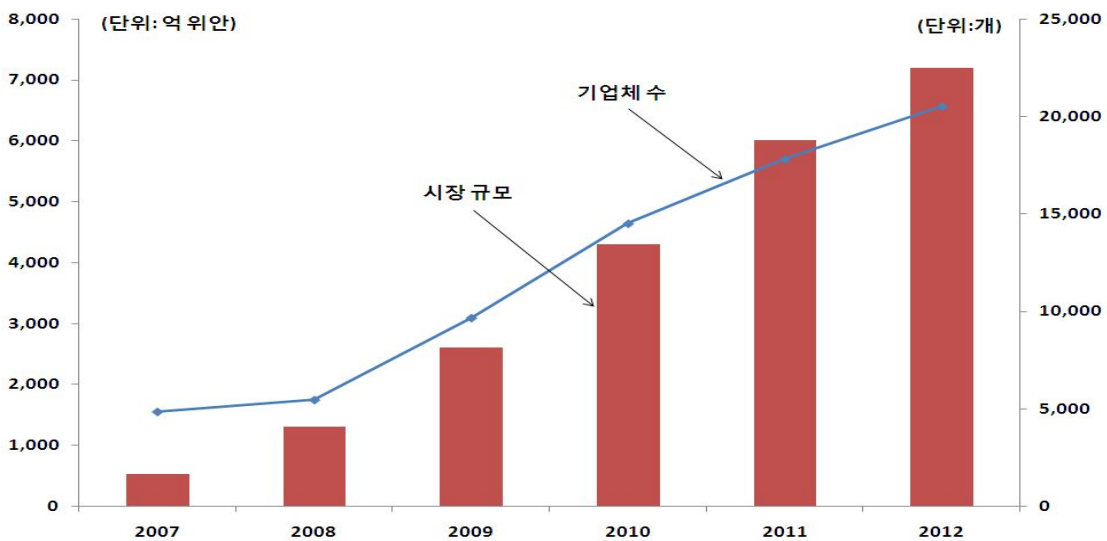
주 : 럭셔리 상품은 패션, 의류, 보석, 시계, 화장품, 향수 등을 포함한 고급제품을 의미.

④ 온라인 소매 판매 급증

○ (온라인 쇼핑 급증) 新세대가 소비 주도층으로 부상하고 인터넷 보급 확대
대로 온라인 소매 판매가 급증

- 20~30대 新세대가 소비 주도층으로 부상하고 이들의 인터넷 사용 급증으로 인해 최근 온라인 소매판매가 지속적인 증가세를 나타냄에 따라 유통 및 물류 산업의 변화가 전망됨
- 20~30代세대가 약 4억 명의 인구를 기록하고 2003년 이후 인터넷 보급이 확대됨에 따라서 2003~2008년 온라인 쇼핑 시장은 33배의 성장⁵⁾을 기록
- 온라인 쇼핑 시장 규모는 2009년 2,600억 위안에서 2010년 4,300억 위안으로 증가, 2012년에는 7,200억 위안으로 증가할 전망
- 온라인 시장 기업체는 지속적인 증가를 나타내며 2007년 4,850개에 불과했으나 2012년 20,500개를 기록할 전망

< 온라인 시장 규모 및 기업체 수 현황과 전망 >



자료 : 중국전자상무연구중심, 코트라, 「중국 온라인 시장 빅뱅 마켓을 잡아라」, 2010. 11.

주 : 온라인 시장은 거래당사자 실체에 따라 C2C(customer to customer), B2C(business to customer), B2B(business to business), B2T(business to team) 등으로 구분되나 온라인 소매 판매 중심의 온라인 쇼핑 시장은 C2C와 B2C 기준으로 시장 규모를 알 수 있음에 따라서 시장규모와 기업체수는 C2C와 B2C기준으로 산정한 수치임.

5) 기획재정부, 「중국의 내수확대 정책과 소비시장의 특성 변화」, 2010. 10.

⑤ 금융, 해외관광, 의료 서비스 수요의 급증

○ (금융 및 보험서비스 수요 급증) 시장경제시스템 정비로 인한 금융 및 보험 서비스 수요가 급증하고 이로 인해 금융거래서비스 시장 발달

- 시장경제시스템 정비와 소득증가에 따라 금융 및 보험 서비스 소비가 급증
 - 중국 도시 가구의 금융 서비스 소비 규모 증가율이 2006년, 2007년 각각 16%, 14%를 기록하며 증가했고 보험 서비스 소비 규모 증가율이 2006년, 2007년 각각 23%, 63%를 기록하며 급증세를 나타냄
- 중국의 금융서비스 시장이 크게 확대되는 가운데 금융거래서비스 부가가치총액이 지속적인 증가세를 보이고 보험 산업 시장도 크게 확대될 전망
 - 금융거래서비스 부가가치총액 증가율도 2006년 35%, 2007년 57%, 2008년 26.1%를 나타내며 2008년 168억 1600만 위안을 기록
 - 중국의 보험 산업이 지속적으로 증가하여 GDP대비 수입보험료 규모인 보험침투도가 2020년 6.3%로 증가하고 보험료 규모도 38조 9700억 위안 기록

< 도시 가구의 금융/보험 서비스 소비 >

(단위 : 억 위안)

	2005	2006	2007
금융 서비스	1,744	2,016	2,305
보험 서비스	1,215	1,494	2,438

자료 : 중국 국가 통계국

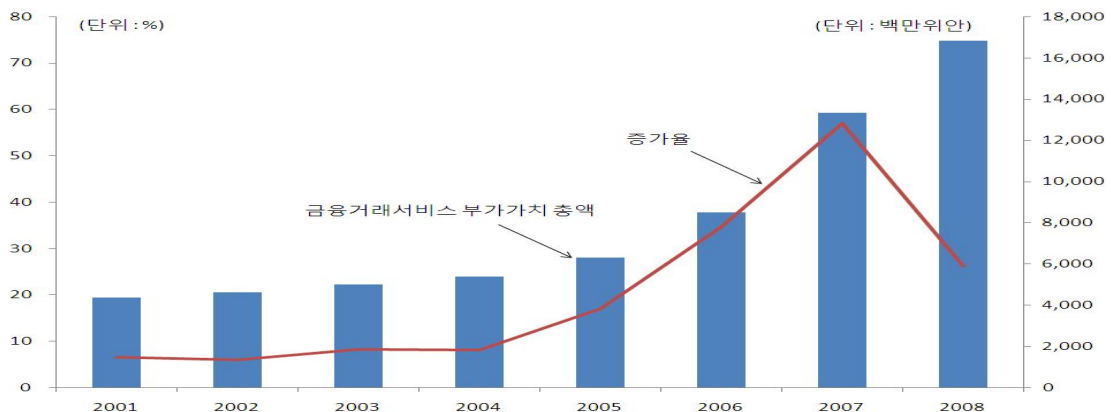
< 보험 산업 시장 전망 >

(단위 : 십억 위안, %)

	2005	2010	2015	2020
보험료	4,927	9,789	19,504	38,970
침투도	2.7	3.7	4.8	6.3

자료 : Zheng, Liu, Dickinson, *The Chinese Insurance Market*, The International Association for the study of Insurance Economics, 2008

< 금융거래서비스 부가가치 총액 및 증가율 추이 >



자료 : 중국 국가 통계국

○ (관광 소비 확대) 소득증가에 따라 해외 관광 지출이 지속적인 증가세를 나타내고 향후 더욱 확대될 전망

- 해외 관광 여행 수요가 증가하고 한국은 주요 방문 국가 중 2위를 기록

- 중국인 해외 관광객이 2007년 4,095만 명에서 2008년 4,584만 명으로 증가, 금융위기 이후인 2009년에도 4,766만 명으로 지속적으로 증가
- 주요 방문 국가 중 한국은 전년대비 7.3%의 증가율을 나타하며 2위를 기록

< 해외 관광객 증가 추이 >

(단위 : 만 명)

년도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
여행객	1,047	1,213	1,660	2,020	2,885	3,100	3,452	4,095	4,584	4,766

자료 : China national tourism administration, *The yearbook of china tourism statistics*

< 2009년 해외 관광 주요 방문 국가 >

(단위 : 만 명, %)

	일본	한국	베트남	미국	러시아	싱가포르
여행객	155.25	147.42	134.33	82.42	68.42	66.81
증가율	0.26	7.27	-7.93	6.28	-13.38	-6.25

자료 : China national tourism administration, *The yearbook of china tourism statistics*

주 : 전년대비 증가율

○ (의료서비스 지출 증가) 소득증가와 위생의식 개선과 건강에 대한 관심 증가로 의료서비스 지출 증가

- 소득이 증가함에 따라서 건강에 대한 관심이 고조되며 의료비 지출이 증가하고 의료서비스 소비가 향후 더욱 빠르게 증가
- 중국 도시 가구의 1인당 의료비지출 규모를 살펴보면 2000년 318위안에서 지속적인 증가세를 나타내며 2008년 786위안을 기록
- 2004~2025년까지 연평균 11.6%의 증가율을 나타내며 2025년 도시지역의 의료서비스 소비 규모는 2조 5820억 위안을 기록할 전망

< 중국 도시 가구의 1인당 의료비 지출 규모 및 비중 추이 >

(단위 : 위안, %)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
규모	318	343	430	476	528	601	621	699	786
비중	6.4	6.5	7.1	7.3	7.4	7.6	7.1	7.0	7.0

자료 : 중국 국가 통계국

< 도시지역 의료서비스 소비 전망 >

(단위 : 십억 위안, %)

	2004	2025
의료서비스 소비규모	257	2,582
연평균 증가율	-	11.6

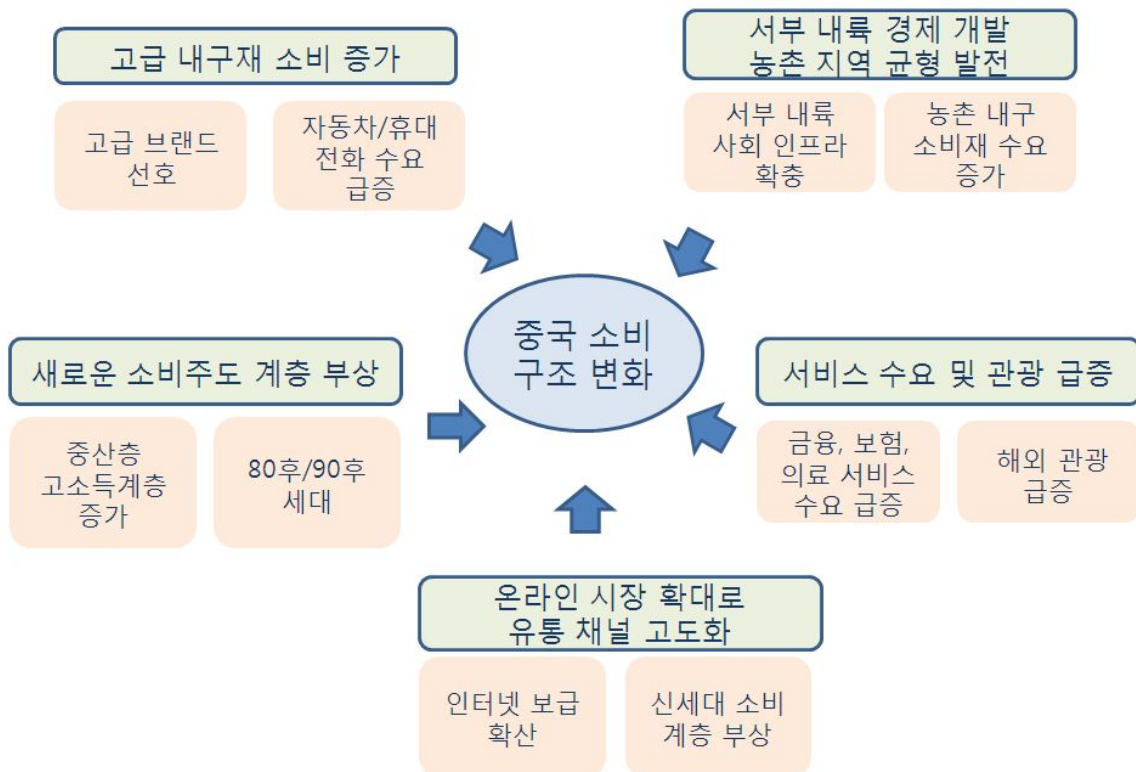
자료 : Mckinsey Quarterly

4. 시사점과 대응방안

○ (시사점) 내수확대, 지역균형 발전, 사회 금융시스템 정비, 공공서비스 확대 등의 정책과 포용성 성장을 핵심기조로 한 12차 5개년 계획⁶⁾에 따라서 중국 소비시장의 양적 확대와 더불어 질적 변화가 예상됨

- 중국 소비규모의 양적 확대와 더불어 중산층과 부유층의 증가, 신소비계층의 대두, 서부내륙 및 농촌 지역 경제개발 가속화에 따라 계층별·지역별 소비구조의 변화도 함께 발생할 것으로 전망됨
- 또한 중국정부의 사회금융시스템 정비와 내수진작 문화산업 장려 정책에 따라 금융·온라인 시장·문화 및 레저 등 고급 서비스 시장이 빠른 속도로 성장할 전망

< 중국 소비 구조 변화 >



6) 12차 5개년 계획은 중국 정부가 2011년부터 2015년까지 추진할 주요 경제 정책 방향을 의미하며 양적인 경제성장보다 균형과 분배를 강조하는 질적인 경제발전으로 전환을 추구하고 있음

- (대응방안) 중국 소비시장의 양적성장 및 질적 구조변화에 대비해 대중 수출품목의 다원화 및 고급화를 위한 전략을 마련하고 서비스 부문의 경쟁력 확보
 - (품목별 및 지역별 맞춤형 마케팅 전략 수립) 지역별·계층별로 소비성향의 차이가 나타나므로 각 지역별 소비성향과 소득수준에 맞춰 선별적 시장진입전략 수립
 - 중산층과 고소득층의 소비 능력 증대에 따라 브랜드 및 고급소비재에 대한 맞춤형 마케팅 전략 수립
 - (다양한 관광 상품 및 문화콘텐츠 개발) 의료서비스와 관광을 연계한 의료관광 등 다양한 여행 상품 개발과 한류 문화콘텐츠 개발에 적극적 투자 지원
 - 일반관광객에 비해 체류기간과 1인당 소비 규모가 큰 중국 의료관광객들의 유치에 위해 다양한 상품 개발, 마케팅 전략 수립, 관광환경 개선이 필요
 - 한류 문화콘텐츠 개발을 통해 한류마케팅 전략을 적극적으로 활용하고 이를 통해 중국 新세대의 한국 제품 소비를 유도
 - (중국 내수시장 성장에 따른 제품 및 서비스 수출 확대) 중국 내수 시장의 확대가 예상됨에 따라서 소비시장의 변화를 주시하여 제품과 서비스 수출 확대를 위한 전략을 마련
 - 현재 대중 수출품의 중 중간재 비중이 높게 나타나고 있으나 향후 중국의 내수 확대가 예상됨에 따라 내수 지향형수출 전략 마련
 - 최근 금융시스템 개혁 움직임을 주시하고 한국 금융기업의 적극적 진출을 모색하고 중국 정부의 금융시장 정책을 고려하여 은행, 증권, 보험 등 금융업권별로 한국 금융 기업의 맞춤형 전략 필요
 - (온라인 시장 진출 품목 다원화) 온라인 시장 진출 유망 품목을 향후 성장 가능성이 높은 품목 중심으로 다원화
 - 중국 온라인 시장 확대에 따라 현재 의류 및 액세서리 중심의 온라인 시장 진출 품목을 다원화하고 다양한 고객층 확보를 위한 전략 수립

김민정 연구위원 (2072-6212, kimmj@hri.co.kr)
 김동빈 연구위원 (2072-6215, dbkim@hri.co.kr)

주요 국내외 경제지표

□ 국내외 성장률 추이

구분	2009년					2010					2011년
	연간	1/4	2/4	3/4	4/4	연간	1/4	2/4	3/4	4/4	연간(E)
미국	-2.6	-4.9	-0.7	1.6	5.0	2.9	3.7	1.7	2.6	3.2	2.8
유로 지역	-4.1	-2.5	-0.1	0.4	0.2	1.8	0.4	1.0	0.4	0.3	1.6
일본	-6.3	-20.1	10.8	-1.9	7.3	3.9	6.0	2.1	3.3	-1.1	1.4
중국	8.7	6.2	7.9	9.1	10.7	10.3	11.9	11.1	10.6	9.8	9.6
한국	0.2	-4.3	-2.2	1.0	6.0	6.2	8.5	7.5	4.4	4.7	4.3

주: 1) 2011년 전망치(E)는 IMF 2011년 1월 기준이고 한국은 현대경제연구원 전망치임
 2) 미국, 일본은 전기대비 연율, EU는 전기대비, 중국, 한국은 전년동기대비 기준임.

□ 국제 금융 지표

구분	2009년말	2010년		2011년			
		6월말	12월말	4월8일	4월14일	전주비	
해외	미국 10년물 국채 금리(%)	3.83	3.89	3.30	3.58	3.50	-0.08%p
	엔/달러	92.93	88.43	81.19	85.00	83.79	-1.21 ¥
	달러/유로	1.4413	1.2238	1.3350	1.4300	1.4445	0.0145\$
	다우존스지수(p)	10,428	9,774	11,578	12,380	12,285	-95p
	닛케이지수(p)	10,655	9,383	10,229	9,768	9,654	-114p
국내	국고채 3년물 금리(%)	4.41	3.86	3.38	3.76	3.73	-0.03%p
	원/달러(원)	1,164.5	1,222.2	1,134.8	1,083.0	1,086.8	3.8원
	코스피지수(p)	1,682.8	1,698.6	2,051.0	2,128.0	2,141.1	13.1p

□ 해외 원자재 가격 지표

구분	2009년말	2010년		2011년			
		6월말	12월말	4월8일	4월14일	전주비	
국제 유가	WTI	79.35	75.77	91.40	112.60	108.28	-4.32\$
	Dubai	78.06	73.14	88.80	116.86	115.71	-1.15\$
CRB선물지수	283.38	258.52	332.80	368.70	360.66	-8.04p	

1) CRB지수는 CRB(Commodity Research Bureau)사가 곡물, 원유, 산업용원자재, 귀금속 등의 주요 21개 주요 상품선물 가격에 동일한 가중치를 적용하여 산출하는 지수로 원자재 가격의 국제기준으로 간주됨.