한중경제통상이슈 · 韩中经贸问题

한국 기업의 중국 시장 진출 사례

韩国企业进入中国市场的案例

삼성전자 · 현대자동차 · 아모레퍼시픽

以三星电子、现代汽车、爱茉莉太平洋为中心

20231503 김미정
20231536 이희연
20247144 Mao Yanding
20247142 Chen morigen

목차 目录

1 진출 현황
进入现状

2 정부 지원
政府支持

3 기업 사례
企业案例

4 과제와 대응
挑战与对策

5 한중 경제통상 시사점
对韩中经贸的启示

6 결론
结论

‘세계 1위’ 삼성, 중국에서 백기를 들다

“世界第一”三星在中国举起白旗



한국경제

'세계 1위' 삼성전자 백기 들었다...중국서 대체 무슨 일이 [테크로그]

김대영 · 2026. 5. 7. 08:57

68

'세계 1위' 삼성전자, 중국서 백기...TV·가전 사업 철수
삼성전자, 중국 TV·가전 사업 철수
현지 매체들 '경쟁력 약화'로 평가
제품 기획 '한국 본사' 집중 등 지적

1. 중국 업체가 TV·가전·스마트폰 시장을 주도
   中国企业主导电视、家电和手机市场

2. 현지 매체: 삼성은 ‘주역’에서 ‘조연’으로
   当地媒体：三星从“主角”沦为“配角”

3. ‘한국 본사’ 중심의 제품 기획이 문제로 지적
   产品企划过于集中在“韩国总部”被指为问题

세계 1위 브랜드도 현지 시장을 놓치면 밀려난다

即使是世界第一的品牌，失去本地市场也会被淘汰

출처: 한국경제 김대영 기자, 「‘세계 1위’ 삼성전자 백기 들었다...중국서 대체 무슨 일이 [테크로그]」(2026.5.7)

같은 중국 시장, 다른 선택

同一个中国市场，不同的选择

2026. 04

현대자동차 · 现代汽车

베이징 모터쇼에서 중국 전용 전기차 공개

在北京车展发布中国专属电动车

재도전 · 再挑战

2026. 05

삼성전자 · 三星电子

중국 TV·가전 판매 사업 철수

退出中国电视和家电销售业务

철수 · 退出

왜 정반대의 선택을 했을까?

为什么做出了完全相反的选择？

출처: 머니투데이(2026.4.24), 한국경제(2026.5.6)

01 진출 현황 · 进入现状

수출은 사상 최대, 중국 비중은 감소

出口创历史新高，对华比重却在下降

7,097

억 달러 · 亿美元

2025년 한국 총수출

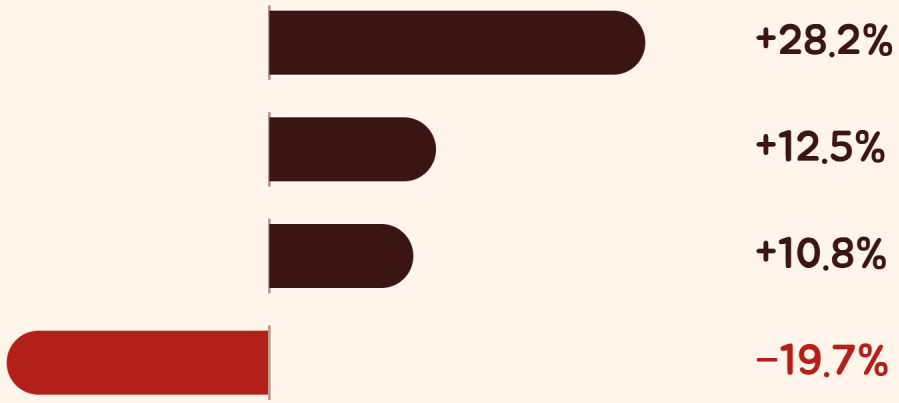
2025年韩国出口总额

중국은 중소기업 수출 1위 시장으로 복귀

中国重新成为韩国中小企业第一大出口市场

지역별 수출 증감률 (2021→2025)

各地区出口增减率（2021→2025）



출처: 산업통상부 「2025년 연간 수출입 동향」(2026.1.1), 더팩트 분석(2026.1), 중소벤처기업부(2026.1.28)

01 진출 현황 · 进入现状

중국 진출 방식 네 가지

进入中国市场的四种方式

직접 수출

直接出口

한국에서 생산해 중국에 판매

在韩国生产后销往中国

현지 법인·공장

当地法人与工厂

중국에 생산·판매 거점 설립

在中国建立生产和销售基地

현지 기업과 협력

与中国企业合作

합작법인과 기술 제휴

合资企业与技术合作

전자상거래

电子商务

온라인 플랫폼으로 직접 판매

通过电商平台直接销售

출처: KOTRA「2026 중국 진출 전략」

02 정부 지원 · 政府支持

정부와 KOTRA가 '연결'을 돕는다

政府和KOTRA帮助企业"牵线搭桥"

한국 소비재 기업
韩国消费品企业

→

2026. 3 · 청두 成都
중국 진출 지원 행사
中国市场开拓支援活动

→

중국 바이어·유통업체
中国采购商和流通企业

- 현지 파트너 발굴
  寻找当地合作伙伴
- 시장 수요 파악
  了解市场需求
- 새 판매 경로 확보
  建立新的销售渠道

출처: 산업통상부 보도자료(2026.3)

03 사례 ① 삼성전자 · 三星电子

가전은 접고, 반도체·스마트폰은 지킨다

放弃家电，保留半导体和智能手机

철수 · 退出 2026. 5

TV · 모니터

电视 · 显示器

냉장고 · 세탁기 · 건조기

冰箱 · 洗衣机 · 烘干机

에어컨 · 청소기 · 공기청정기

空调 · 吸尘器 · 空气净化器

유지 · 保留

스마트폰 (갤럭시)

智能手机（Galaxy）

반도체

半导体

의료기기

医疗设备

전면 철수가 아닌 '사업 조정' 不是全面撤出，而是业务调整

출처: 비즈워치(2026.5.7), 한경비즈니스(2026.5.7), 연합뉴스

03 사례 ① 삼성전자 · 三星电子

34년 만의 철수, 원인은 현지 경쟁

时隔34年撤出，原因在于本土竞争

-44%

중국 가전·TV 판매법인 이익 감소

在华家电和电视销售法人利润减少

34년

1992년 한중 수교 이후 34년 만의 퇴장

自1992年中韩建交以来，时隔34年退出

1위

중국 TCL, 세계 TV 출하량 1위 (2025.12)

中国TCL电视出货量跃居全球第一

약한 분야는 정리하고 강한 분야에 집중하는 '선택과 집중'

放弃弱势领域、集中于优势领域的"选择与集中"

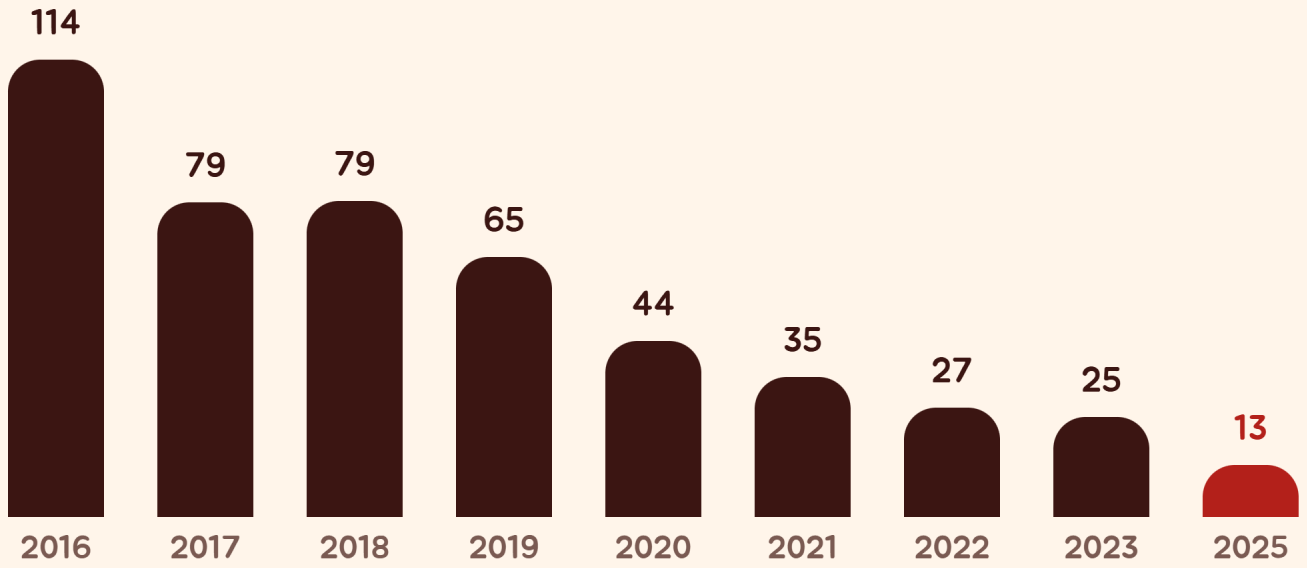
출처: 헤럴드경제(2026.5.1·5.3), 딜사이트(2026.5), 한국경제(2026.5.6)

03 사례 ② 현대자동차 · 现代汽车

중국 판매 114만 대에서 13만 대로

在华销量从114万辆降至13万辆

베이징현대 연간 판매량 (만 대) · 北京现代年销量（万辆）



왜 줄었나 · 为何下降

2017년 사드 갈등과 불매
2017年萨德事件与抵制

코로나19로 생산 차질
新冠疫情导致生产受阻

BYD 등 중국 전기차의 가격 경쟁력
比亚迪等中国电动车的价格优势

공장 5곳 중 2곳 매각
五家工厂中出售了两家

출처: 딜사이트, 뉴시스, 아이뉴스24, 시대일보(2026.4.24) · 2024년은 확인된 연간 수치가 없어 제외

03 사례 ② 현대자동차 · 现代汽车

반격 카드: 중국 전용 전기차 '아이오닉 V'

反击之作：中国专属电动车IONIQ V



20종

향후 5년간 중국 맞춤 신차

未来5年推出20款新车型

50만 대

베이징현대 연간 판매 목표

北京现代年销量目标50万辆

80억 위안

베이징자동차와 공동 투자 (약 1.55조 원)

与北汽集团共同投资80亿元

출처: 현대자동차그룹 보도자료(2026.4.24), 머니투데이, 헤럴드경제(2026.4.23)

03 사례 ② 현대자동차 · 现代汽车

‘한국 차’에서 ‘중국을 위한 차’로

从“韩国车”到“为中国打造的车”

과거 · 过去

한국·글로벌 모델을 그대로 투입
直接投放韩国及全球车型

내연기관차 중심
以燃油车为主

현재 · 现在

‘본사 중심 기획’의 반대 · 与“总部中心”相反

기획 단계부터 중국 소비자 맞춤
从企划阶段起就面向中国消费者

전기차·주행거리연장형 중심
以纯电动和增程式车型为主

CATL 배터리 · 모멘타 자율주행 협력
与宁德时代（电池）、Momenta（自动驾驶）合作

In China, For China, To Global 在中国，为中国，向全球

출처: 아주경제(2026.4.24), 시대일보(2026.4.24), 한국경제(2026.4.24)

03 사례 ③ 아모레퍼시픽 · 爱茉莉太平洋

한류 효과에서 체질 개선으로

从韩流效应走向体质改善

1

성장기 · 成长期

한류 덕분에 높은 인기

借助韩流获得极高人气

2

위기 · 危机

로컬 브랜드의 추격

本土品牌迅速追赶

2024년 미주 매출이 처음으로 중화권 추월

2024年美洲销售额首次超过大中华区

3

체질 개선 · 体质改善 (2025)

중국 법인 흑자 전환

中国法人全年扭亏为盈

출처: 딜사이트(2025.2.6), 한화투자증권 기업분석(2026.2)

숫자로 본 반등

用数字看复苏

3,680억 원

2025년 그룹 영업이익, 전년 대비 52.3% 증가

2025年集团营业利润同比增长52.3%

70%

2035년 해외 매출 비중 목표 (2025년 45%)

2035年海外销售占比目标（2025年为45%）

중국 의존을 줄이고 지역을 다변화하는 '글로벌 리밸런싱'

降低对中国的依赖、推进地区多元化的"全球再平衡"

출처: 더팩트(2026.2.6), 키움증권 기업분석(2025.9.26, Investor Day 목표)

세 사례의 공통점 · 三个案例的共同点

세 기업 모두 '과거의 방식'을 버렸다

三家企业都放弃了“过去的方式”

철수든 재도전이든, 핵심은 변화를 인정하는 속도

无论撤出还是再挑战，关键在于接受变化的速度

04 과제와 대응 · 挑战与对策

한국 기업이 마주한 세 가지 과제

韩国企业面临的三大挑战

중국 기업의 경쟁력 강화

中国企业竞争力增强

전자·전기차·화장품에서 빠르게 추격

在电子、电动车、化妆品领域快速追赶

소비자 수요의 변화

消费需求的变化

구매 습관과 선호가 빠르게 변화

购买习惯和偏好变化迅速

제도·공급망 리스크

制度与供应链风险

법규·지식재산권·통관·공급망 변화가 비용을 높임

法规、知识产权、通关和供应链变化增加经营成本

출처: KOTRA「2026 중국 진출 전략」

대응 전략: 네 개의 기둥

应对策略：四大支柱

기술 혁신

技术创新

품질과 제품 경쟁력을 높인다

提高质量和产品竞争力

현지화

本地化

소비자에 맞춰 제품과 마케팅을 조정한다

根据消费者调整产品和营销

차별화

差异化

단순한 가격 경쟁을 피한다

避免单纯的价格竞争

현지 협력

本地合作

경쟁사를 파트너로 만든다

化竞争对手为合作伙伴

경쟁과 협력이 공존한다

竞争与合作并存

경쟁 · 竞争 완제품 시장 · 成品市场

가전 · TV
家电 · 电视

완성차 · 전기차
整车 · 电动车

화장품
化妆品

협력 · 合作 기술 · 부품 · 유통 · 技术·零部件·流通

배터리 · 자율주행 기술
电池 · 自动驾驶技术

합작법인
合资企业

바이어 · 유통망 연결
对接采购商与流通网络

어디서 경쟁하고 어디서 협력할지 고르는 것이 곧 전략

选择在哪里竞争、在哪里合作，本身就是战略

브랜드 인지도만으로는 더 이상 이길 수 없다

仅靠品牌知名度已无法取胜

‘주역’이 ‘조연’이 되는 것은 시장보다 본사를 먼저 볼 때입니다.
当企业只看总部而不看市场时，“主角”就会沦为“配角”。

중국은 ‘물건을 파는 시장’에서 ‘함께 경쟁하고 협력하는 상대’가 되었습니다.
中国已从“销售产品的市场”变成了“共同竞争与合作的对象”。

앞으로는 중국을 깊이 ‘이해하는’ 기업만이 살아남을 것입니다.
未来，只有真正“懂中国”的企业才能生存下来。

참고 자료 参考资料

기관 자료 · 机构资料

KOTRA, 「2026 중국 진출 전략」

산업통상부, 「2025년 연간 수출입 동향」(2026.1.1)

산업통상부, 청두 소비재 진출 지원 행사 보도자료(2026.3)

중소벤처기업부, 「2025년 중소기업 수출동향」(2026.1.28)

현대자동차그룹, 아이오닉 V 공개 보도자료(2026.4.24)

아모레퍼시픽, 2025년 경영실적

언론 · 증권사 · 媒体与证券公司

연합뉴스, 한국경제(2026.5.6), 비즈워치(2026.5.7)

헤럴드경제(2026.5.1·5.3, 2026.4.23), 딜사이트(2026.5)

머니투데이 · 아주경제 · 시대일보(2026.4.24)

아이뉴스24, 뉴시스(베이징현대 판매량)

더팩트(2026.1, 2026.2.6)

키움증권(2025.9.26), 한화투자증권(2026.2) 기업분석

감사합니다

谢谢大家

질문이 있으시면 말씀해 주세요

欢迎大家提问