

2026 수출더블업 중국시장 성공진출 마케팅 지원사업

난징무역관, '26.3.24(화)

1. 추진 배경

- 화동지역(장쑤성 등) 시장 특성에 맞춘 중국 시장 진출 지원
 - (소비특징) 높은 소득수준과 중산층 비중으로 웰빙·프리미엄소비 선호
 - 장쑤성 총인구 8500만명 이상으로 도시화 및 고령화 높음
 - 연안 및 대도시 대비 상주 인구 비중이 낮차 지역문화 동질성 높음
 - (유망품목) 뷰티, 웰빙, 유기농식품, 캐릭터 상품, 헬스케어 등
 - (유통망) 대형유통망, 온라인플랫폼 중심, 로컬유통망 등 존재
 - 장쑤성내 성·시급 오프라인 유통망 수요 맞춤형 입점
 - 간편식, 영유아, 캐릭터IP 등 특색 제품 기반 수출
 - 지역기반 역직구 모델 활용 B2C 플랫폼 활용 가능
 - (진입여건)
 - 상하이, 산둥성 소재 항구가 주된 소비재 수입 관문이나, B2B물량 및 일부 소비재는 장쑤성 소내 내륙항 이용해 통관
 - 해외진출 역량이 상대적으로 부족한 내수·초보기업의 수출 위한 준비 단계를 고려한 맞춤형 해외마케팅 서비스 제공
 - 틈새시장 개척, 신속한 시장 진입 등 고객 맞춤형 서비스 제공
 - 내수·초보기업 체급에 맞는 유통망 및 유통벤더 연결 지원
 - 수입인증·통관, 물류, 유통관리, 재고부담 등 수출입 컨설팅 지원
 - 현지 유관기관 및 주중국지자체대표처 등과의 협업을 통해 서비스 이용고객 Pool 확대 및 시너지 창출 ⇒ '프리미엄 소비재' 기업으로 '레벨업' 할 수 있도록 밀착 지원
 - 무역관이 자체 운영 중인 온라인 플랫폼 및 오프라인 행사를 병행 함으로써 중국시장 진출을 위한 맞춤형 마케팅 지원
- * (온라인) 위챗 미니프로그램 활용 현지 B2B, B2C 상품 홍보, 잠재 바이어 발굴
- * (오프라인) 판촉전, 전시회 참가 지원 통해 시장수요 및 소비자 선호도 분석 가능

2. 사업 개요

□ (지원 대상/품목) 국내 내수·초보기업 및 유망기업 / 종합 품목

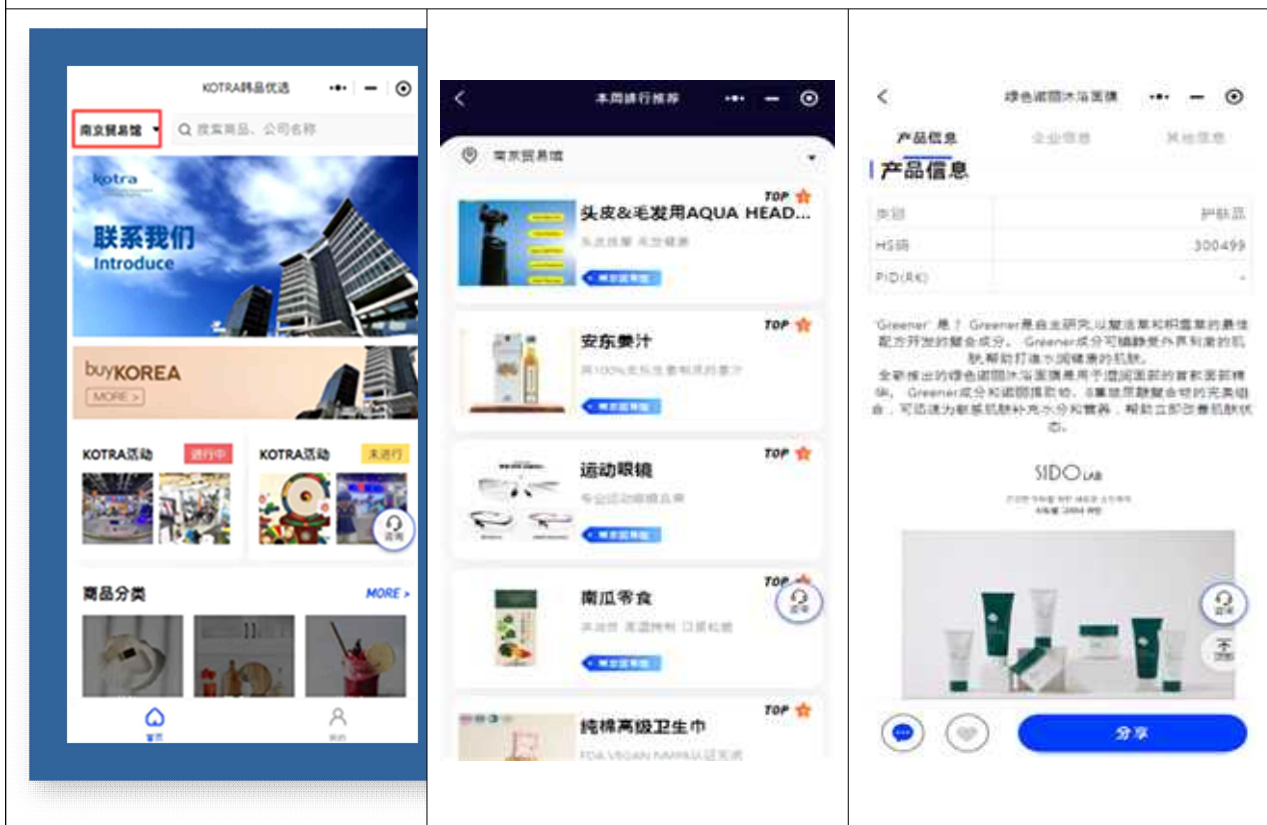
□ (지원 시기 및 방안) 연중 상시 지원 ※기업당 최대 3개 항목 선택可

- ① 온라인 계정(위챗 등) 활용 주력제품 정보 게시(중문화 지원)
- ② 오프라인 B2C 판촉전 샘플전시 및 현장판매(테스트마케팅 등)
- ③ 로컬유통망 등 잠재 바이어 발굴 및 후속 상담 추진
- ④ 품목별 현지시장 트렌드 및 관련 행사 정보 수시 안내

□ (주요 내용)

- ① 디지털마케팅: 온라인(위챗) 활용 주력제품 정보 게시(상품 중문화)
- 잠재 바이어 발굴 및 화상상담 등 지원

- ▷ 시기/방식(장소) : 연중 / 온라인
- ▷ 사업 참가기업 대상 중국시장 수출 주력상품을 선정하여 미니 프로그램에 업로드 및 현지 바이어, 잠재 소비자 계층에 연중 홍보 실시(제품의 중문화 번역 지원)



- ② 판촉전: 오프라인 B2B 및 B2C 제품홍보 및 현장판매
- 판촉전 직접 참가 또는 무역관 통한 대리 참가, 전시 지원

- ▷ 시기/방식(장소) : '25.6.10(화)~6.12(목) / 오프라인(장소: 우시 국제회의센터)
- ▷ 장쑤성전자상거래협회 협업 관할지(우시) 전시회 참가 및 판촉전 진행
- ▷ 총 10개 부스(90 sqm), 50개사 제품 전시 및 판매, 온라인홍보 지원
 - 한국 상품 수입 바이어 대상 부스 제공, 라이브커머스 지원 등 현지 마케팅 지원



- ③ 전시회 : 2026 한국상품(옌청)무역투자박람회 연계 판촉상담회 운영
- 오프라인 부스 제공 및 판촉전, 잠재 바이어 발굴 및 후속 F/U

- ▷ 기간/장소: '25.11.21(금)-11.23(일), 2박 3일 / 염성국제컨벤션센터(B관)
- ▷ 주최: 장쑤성 상무청, 장쑤성 옌청시, 옌청동권국제전람 등
- ▷ 한국관 규모: 280제곱미터, 62개사 제품 전시 및 판매
- ▷ 사후관리: 전시상품 관심바이어 대상 후속 상담추진(연중)



④ 품목별 현지시장 트렌드 및 관련 행사 정보 수시 안내

- KOTRA 중국지역 타무역관 사업 및 주요 전시회 등 행사 안내
- 기타 주중지자체 중국대표처 지원사업 홍보 및 참가 지원

/끝/