GLOBAL
EQUITY
STRATEGY

2026. 5. 11.

글로벌투자전략팀

**전종규** Senior Analyst
juhn21@samsung.com

리서치센터 리포트
바로가기

# '26년 차이나 인바운드 붐

## 사상 최대 한국 인바운드 사이클, 유커의 귀환

- 차이나 인바운드 붐: 중국 입국자 수 올해 7백만 명 전망
- 중국 해외여행 시장 분석: Big 4 경쟁, 올해 한국 차이나 인바운드 1위 예상
- 투자 전략: 인바운드 붐의 효과, 한국 유통, K-뷰티 등 수혜 주목

### 차이나 인바운드 Boom: 올해 유커 7백만 명 전망

- 올해 한국의 중국인 방문객 수는 7백만 명(전년 대비 +30%)을 기록하며 글로벌 1위를 차지할 것으로 전망한다. 이러한 차이나 인바운드 호황은 ① 한일령 반사 효과, ② 단체 여행 비자 면제 프로그램, ③ 중국 구매력 강화(위안화 강세)라는 세 가지 영향을 반영하는 것이다. 한국은 올해 사상 처음으로 외국인 방문객 2천만 명을 돌파할 것으로 전망되는데, 한국 인바운드 붐의 중심에 '유커의 귀환'이 있다.

### 중국 해외여행 시장 분석: Big 4 경쟁 구도

- 중국은 세계 최대 해외여행객 송출 국가('25년 해외 방문객 1.68억 명, Great China 지역 제외한 순수 해외여행객 6,800만 명 추산)로 자리매김하고 있다. 중국 해외여행 Top-4는 근거리 4개국(일본, 베트남, 한국, 태국)으로 지난해 중국 순수 해외여행의 43.7%를 차지했다. 지난해 중국 해외여행 1위를 차지했던 일본에 대한 아웃바운드 수요가 큰 폭으로 감소하면서 올해 400~450만 명의 근거리 해외여행 수요의 변화가 불가피하다. 통상적으로 아웃 바운드 수요 전환은 최종 소비자의 계획 전환, 항공기와 교통 인프라 조정에 따라 1~2년의 시간이 필요하다. 한일령이 장기화될 경우 한국의 차이나 인바운드는 반사 효과는 올해와 내년에 걸쳐 점차 확대될 것이다.

### 투자 전략: 인바운드 붐 효과, 한국 유통, K-뷰티 등 수혜 확산

- 중국 인바운드의 인당 소비 금액과 방문객 수가 동반 상승하는 호황이 시작되었다. 중국 해외 소비 트렌드는 2030 여성이 주도하면서 '개인화, 디지털화, 합리화'가 확산되고 있어 중기적 관점에서 판매 채널(리테일, 유통), 개인 서비스(K-뷰티, 헬스케어), 준프리미엄 브랜드(화장품/생활용품), 콘텐츠의 실적 개선을 주목할 필요가 있다.
- K유통의 경우, 이미 백화점의 외국인 매출 비중 급증과 함께 한국 인바운드 붐의 직접적인 수혜가 나타나고 있는데 당사는 백화점 외국인 매출 증가율이 50% 이상 유지될 경우, 백화점 기존점 성장률을 2.5~3.5%pt 담보할 것으로 예상하고 있다. K-뷰티/헬스케어의 성장세가 드라마틱하다. 보건복지부는 지난해 중국인 환자 수는 62만 명으로 전년동기 대비 137.5% 급증(외국인 환자 중 중국 비중 30.8%)했다고 발표하였다. '24~25년 중국인 환자 1인당 평균 지출액은 937만원으로 일본(321만원) 등 타 국가 대비 압도적인 구매력 우위를 보여주고 있다.
- 화장품/생활용품은 브랜드 파워가 재편되는 과정에 있다. 과거 '08~19년 인바운드 붐 당시는 면세점을 통한 프리미엄 브랜드의 약진이 뚜렷했으나 팬데믹 이후 중국 인바운드는 개별여행과 개인화가 강화되면서 올리브영 등 리테일 스토어를 중심으로 중저가 인디브랜드와 기능성 화장품(코스메슈티컬) 선호도가 가장 큰 폭으로 상승하고 있다.

Compliance Note

본 조사자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있습니다. 본 조사자료는 당사의 동의 없이 어떠한 경우에도 어떠한 형태로든 복제, 배포, 전송, 변경, 대여할 수 없습니다. 본 조사자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 자료에는 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었습니다.

삼성증권

# 차이나 인바운드 Boom

## 유커의 귀환

### 차이나 인바운드 호황

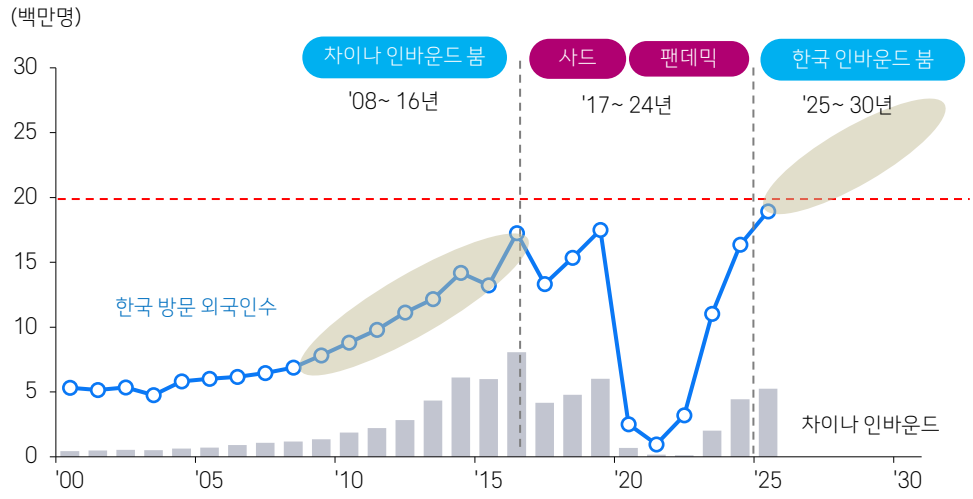
- 올해 한국의 중국인 방문객 수는 7백만 명(전년 대비 +30%)을 기록하며 글로벌 1위를 차지할 것으로 전망한다. 이러한 차이나 인바운드 호황은 ① 한일령 반사 효과, ② 단체 여행 비자 면제 프로그램, ③ 중국 구매력 강화(위안화 강세)라는 세 가지 영향을 반영하는 것이다. 한국은 올해 사상 처음으로 외국인 방문객 2천만 명을 돌파할 것으로 전망되는데 한국 인바운드 boom의 중심에 '유커의 귀환'이 있다.

**첫째, 한일령 반사 효과.** 한일령이 발동되면서 중국 해외여행 시장이 급변하고 있다. 1분기 일본의 중국 여행객은 54.6% 급감한 반면에 한국행 인바운드는 29.0% 증가하였다. 중국 해외여행은 한국과 일본, 태국과 베트남이 각각 경쟁과 보완관계에 있어 지경학적 위험이 발생하면 최근접 국가가 직접적인 영향을 받는 구조이다. '16년 한국에 대한 한한령과 '25년 태국 중국인 납치사건 발발과 함께 한국과 태국의 중국인 방문객 수가 각각 48.3%, 33.6% 급감하고 일본과 베트남이 반사 이익을 거둔 바 있다.

**둘째, 단체 여행 비자 면제 프로그램.** 지난해 하반기 중국 단체 여행 비자 면제 정책(25년 9월 29일~ 26년 6월말)이 시행되면서 단체 여행이 증가하고 있다. 한한령 이후 단절되었던 중국 단체 여행은 지난해 1분기 비중 8.6% → 4분기 16.5%까지 상승하였다. 5~6월 중 중국 단체 여행 비자 면제 프로그램 연장이 유력한 가운데 사드 제재 이전 단체 여행 비중이 38.4% 수준임을 감안하면 올해 단체 여행 비중은 20%를 상회할 것으로 예상된다. 문체부는 올해 중국 패키지 관광이 40% 증가할 것으로 추정하고 있다.

**셋째, 환율 효과, 위안화 강세.** 5월 8일 기준 위안화 환율은 6.80위안/달러로 연초 대비 2.7% 절상되었다. 중국은 풍부한 달러 유동성 환경(사상 최대 경상 흑자)과 정책 당국의 위안화 정책을 감안할 때 5% 내외의 위안화 강세 공간이 남아있다. 위안화 강세는 구매력 확대와 함께 해외여행 수요를 촉진하는 요인이다. 지난해 위안화 환율 4.2% 강세 구간에서 중국 해외여행은 15.1% 증가한 바 있다.

**유커의 귀환, 올해 한국 해외여행객 사상 최초 2천만 명 돌파 예상**




참고: 빨간 점선 상회 부분은 삼성증권 추정, 한국 30% 증가/일본 50% 감소 기준
자료: CEIC, 삼성증권

## '16년 한한령 VS. '25년 한일령 비교

- 2016년 고고도미사일 방어 체계(THAAD, 사드) 배치를 기점으로 발생한 한중 갈등과 이에 따른 한한령(限韓令)은 한중 관계에서 경제와 안보가 충돌한 대표적인 사례이다.

  '16년 7월 한국 정부는 북한의 핵 미사일 위협에 대응하기 위해 사드 배치를 결정하였고 중국 정부는 레이더 탐지 범위가 자국의 전략적 안보 이익을 침해한다며 강력하게 반대하였다. 한한령은 중국 정부의 공식 문건을 통한 루트가 아닌 구두 지침과 행정 규제 형태로 진행된 비관세 장벽이었다.

- 한한령의 주요 수단은 관광과 엔터테인먼트 부문의 제한이었다. 중국 정부는 한국 드라마/영화 방영 중단 및 신규 합작 투자 금지와 K-POP 공연을 불허하였고 한국 단체 여행 비자 발급 중단, 크루즈선 한국 기항 금지 및 전세기 운항 불허를 결정한 바 있다.

  한한령은 한국 관광/엔터테인먼트는 물론, 기업 전략에 이르기까지 경제 전반에 충격을 주었으며 장기적으로는 공급망과 시장 다변화의 계기가 되었다. 사드 배치 이후 '16년 한한령이 시행되면서 한국의 차이나 인바운드는 807만 명에서 417만 명으로 48.3% 급감한 반면에 일본은 동 기간 637만 명에서 736만 명으로 증가한 바 있는데 한한령을 계기로 일본이 차이나 인바운드 1위 국가로 발돋움하게 되었다.

- 한일령의 경우, 직접적인 도화선은 2025년 11월 취임한 다카이치 사나에 일본 총리의 강경한 대외정책 기조였다. 다카이치 총리는 일본 의회에서 "대만 유사시는 일본의 존립위기 사태"라고 언급하고 자위대의 개입 가능성을 시사하였고 중국은 정치적 레드라인을 넘어선 것으로 간주하고 강경한 중-일 대립이 이어지고 있다.

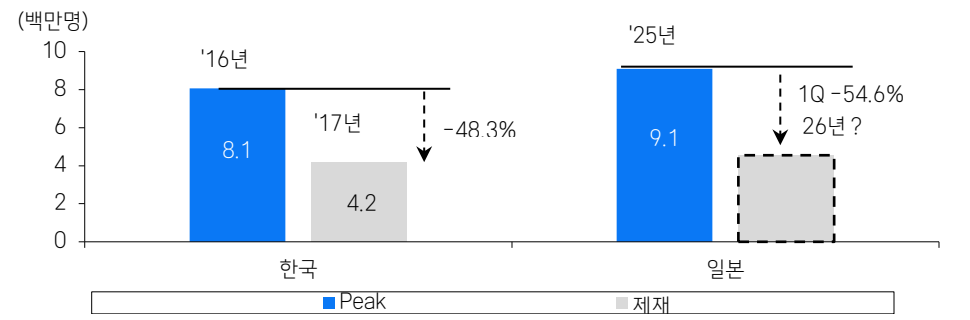
  한일령의 진행경과는 '16년 한한령과 유사하다. 중국 정부는 공식적으로 '일본 여행 자제령'을 발표하였고 행정지침과 구두 압박을 통해서 일본 영화 상영 금지, 일본 가수 문화 공연 취소 등 문화 콘텐츠 차단에 나섰다. 더불어 중국은 첨단 기술의 핵심 요소인 희토류 및 이중 용도 품목의 대일본 수출 강화를 통해 압박 강도를 높여가고 있다.

**한한령과 한일령 비교**

| 구분 | 한한령 | 한일령 |
|---|---|---|
| 핵심원인 | • 사드(THAAD) 배치<br>• 2006년, 국가 중장기 과학기술발전 | • 대만 문제 및 다카이치 강경 노선 |
| 주요 수단 | • 단체 여행 비자 중단, 전세기 운항 불허<br>• 게임 및 K 콘텐츠 제한 | • 여행 자제령, 일본 콘텐츠 제한<br>• 자원 수출 통제 강화 |
| 특징 | • 민간 소비재(화장품/유통 등) 영향 | • 안보, 공급망과 문화 산업 영향 |

자료: 삼성증권 정리

**중국 제재와 해외여행객 변화**




자료: CEIC, 삼성증권 추정

## 차이나 해외여행 분석

### Big 4 경쟁

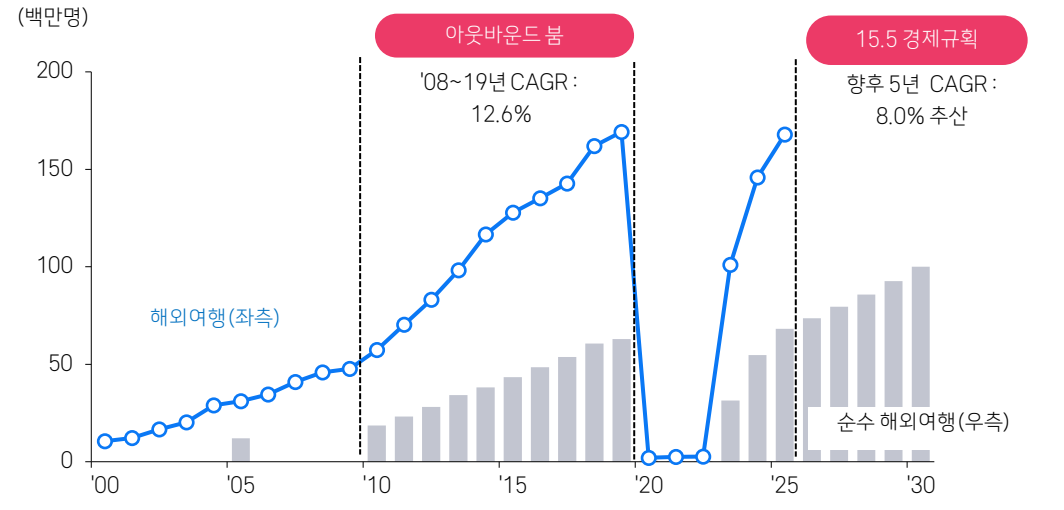
- 중국은 세계 최대 해외여행객 송출 국가('25년 해외 방문객 1.68억 명, Great China 지역 제외한 순수 해외여행객 6,800만 명 추산)로 자리매김하고 있다. 인당 GDP 3천달러를 돌파한 '08년 이후 '19년까지 중국 해외 방문객은 연평균 12.6% 급증하며 GDP 연간 성장률 10.3%를 상회하였다. 2008년 베이징 올림픽 이후 여유 소비재 시장의 대폭발은 Motorization(자가용 구매)과 해외 아웃바운드 붐으로 대변되고 있다.

  중국 해외여행 수요는 팬데믹 이후 3년간 절벽을 경험한 후 '24년과 '25년 해외여행객 증가율은 각각 44.5%와 15.1%를 기록하며 '19년 최고 수준을 회복하였다. 15.5 규획 기간 동안 중국 해외여행객과 해외여행 지출이 사상 최고치를 경신하며 안정적인 성장세를 보일 것으로 전망된다. 15.5 경제규획의 정책 목표는 〈산업 고도화〉와 〈내수 활성화〉이며 서비스 소비가 내수 회복을 견인할 것으로 전망된다. 향후 5년 간 아웃바운드 8%의 성장률을 유지하게 된다면 '30년 중국 순수 해외여행객은 1억 명을 돌파하게 된다.

- **중국 해외여행 Top-4는 근거리 4개국(일본, 베트남, 한국, 태국)으로 지난해 중국 순수 해외여행의 43.7%를 차지했다.** 지난해 중국 해외여행 1위를 차지했던 일본에 대한 아웃바운드 수요가 큰 폭으로 감소하면서 올해 400~450만 명의 근거리 해외여행 수요의 변화가 불가피하게 되었다. 통상적으로 정치, 사회 문제 발생으로 인한 아웃 바운드 수요 전환은 최종 소비자의 계획 전환, 항공기와 교통 인프라 조정에 따라 1~2년의 시간이 필요하다. 한한령 당시 일본의 차이나 인바운드 흡수는 2년이 소요되었다. 한일령이 장기화될 경우 한국의 차이나 인바운드는 반사 효과는 올해와 내년에 걸쳐 점차 확대될 것이다.

- **중국 해외여행의 특징은 인당 지출 비용이 높아 경제적 효과가 크다는 점이다.** 25년 한국 관광공사의 외래관광객 조사에 따르면 중국 관광객의 1인당 평균 지출금액은 2,300달러로 중동을 제외하면 1위를 차지하였고 품목별로 구분할 때 중국 신용카드 결재 비중은 쇼핑(51.7%) 〉 식음료(17%) 〉 의료/웰니스(16.9%) 〉 숙박(11.5%) 순으로 나타났다. 유커의 귀환은 한국 유통, K-뷰티, K-푸드의 업황 개선과 실적 호조세를 견인할 것으로 예상할 수 있다.

**중국 해외여행 추이 및 전망**




자료: CEIC, 순수 여행객수와 전망치는 중국 관광연구원(CTA)

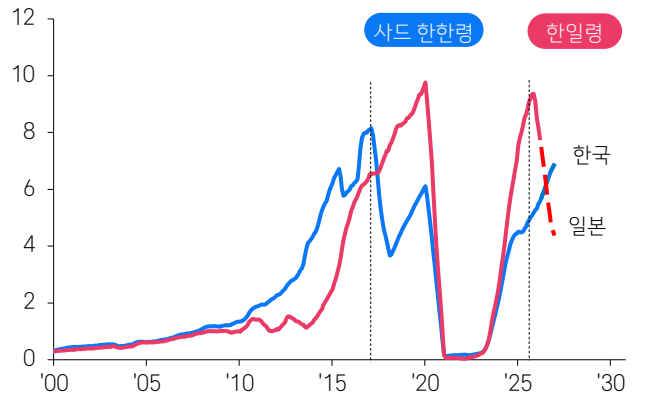
### 1분기 차이나 인바운드 비교(중국 해외여행 Top-4 국가)

| 순위 | 지역 | '26년 1분기 (천명) | '25년 방문객 수 (천명) | '19년 방문객 수 (천명) | '26. 1Q 증감률 (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 일본 | 1,074 | 9,096 | 9,594 | (54.6) |
| 2 | 베트남 | 1,405 | 5,282 | 5,806 | (11.4) |
| 3 | 한국 | 1,374 | 5,264 | 6,023 | 30.0 |
| 4 | 태국 | 1,489 | 4,474 | 10,997 | 11.8 |

자료: CEIC, 삼성증권

### 한국과 일본 차이나 인바운드 추이 및 전망

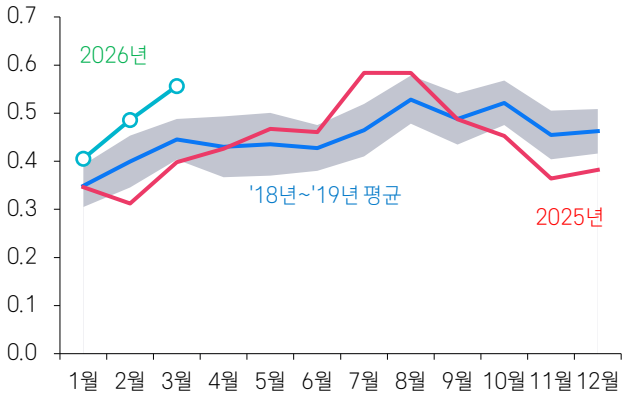
(중국 여행객, 12개월 이동합, 백만명)




자료: CEIC, 삼성증권 추정

### 중국, 하이테크 수출 경쟁력 글로벌 1위 등극

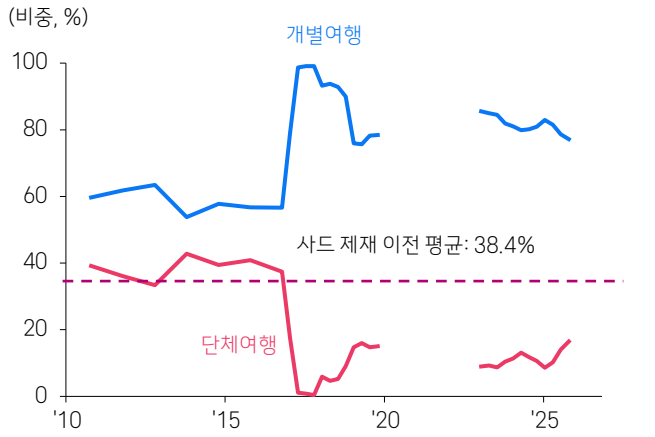
(월간 한국방문객 수, 백만명)




자료: 한국관광공사, 삼성증권

### 중국 단체 여행 비자 면제 이후 단체 여행 증가

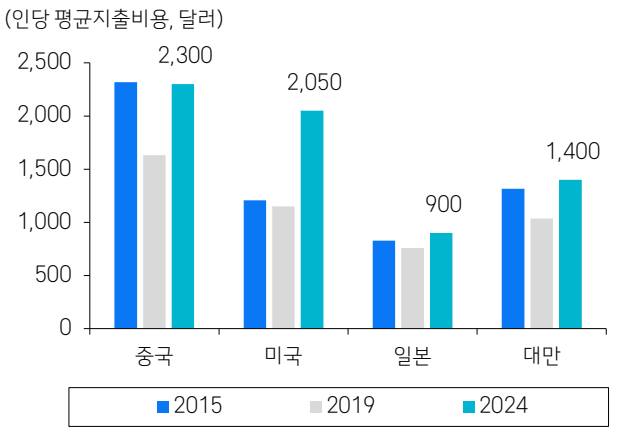
(비중, %)




자료: 한국관광공사, 삼성증권

### 한국 방문 유커, 높은 구매력

(인당 평균지출비용, 달러)




자료: 한국관광공사, 삼성증권

# 투자 전략

## 한국 유통, K-뷰티 등 수혜

### 인바운드 붐의 경제적 효과

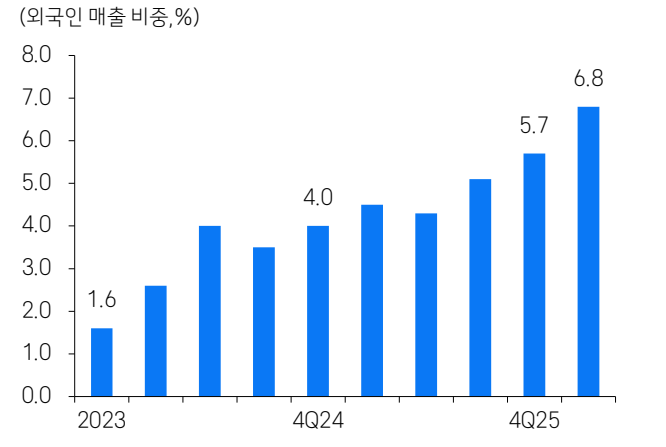
- **주식시장 영향: 『유통, K뷰티 등 수혜』** 중국 인바운드의 경제적 효과는 P(인당 소비 금액)와 Q(방문객 수)에 의해 결정되는데, 인당 소비 금액과 방문객 수가 동반 상승하는 호조세가 시작되었다. 중국 해외 소비 트렌드는 2030 여성이 주도하면서 '개인화, 디지털화, 합리화'가 확산되고 있다. 중기적 관점에서 개인화 판매 채널(리테일, 유통), 개인 서비스(K-뷰티, 헬스케어), 준프리미엄 제품 경쟁력(화장품/생활용품), 콘텐츠의 실적 개선이 이루어지는 업종을 주목할 필요가 있다.

  올해 한국을 찾는 해외여행객이 사상 최초로 2천만 명을 돌파하면서 이에 따른 경제적 효과는 유통, K뷰티, 문화 콘텐츠 등으로 확산될 것이다. K유통의 경우, 이미 한국 인바운드 붐의 직접적인 수혜가 나타나고 있다. 당사 유통 애널리스트는 한국 백화점 업종의 1분기 외국인 매출 비중은 4~7% 수준으로 지난해 3~5% 대비 큰 폭으로 증가하고 있고 백화점 외국인 매출 증가율이 50% 이상 유지될 경우, 백화점 기존점 성장률을 2.5~3.5%pt 담보할 것으로 예상하고 있다.

  K-뷰티/헬스케어는 인바운드 매출이 꾸준히 증가하고 있다. 보건복지부는 지난해 중국인 환자 수는 62만 명으로 전년동기 대비 137.5% 급증하며 전체 외국인 환자 중 중국 비중은 30.8%를 기록한 것으로 발표하였다. 중국 소비자의 개인 피부, 성형 및 의료 서비스 수요 확대로 인해 중국의 의료 관광 비중은 사상최고치를 경신하고 있는데 '24~25년 중국인 환자 1인당 평균 지출액은 937만원으로 일본(321만원) 등 타 국가 대비 고단가 미용/성형 시술에 대한 집중도가 높은 것으로 나타나고 있다.

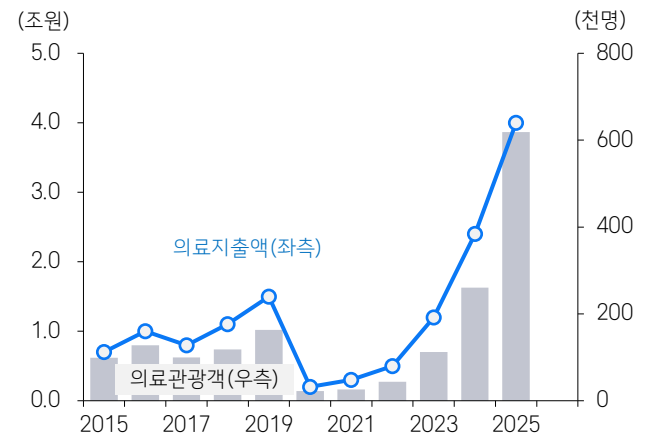
  화장품/생활용품은 브랜드 파워가 재편되는 과정에 있다. 과거 '08~19년 인바운드 붐 당시는 면세점과 리테일 망을 통한 프리미엄 브랜드의 약진이 뚜렷하였으나 팬데믹 이후 중국 인바운드는 개별여행과 개인화가 강화되면서 올리브영 등 리테일 스토어를 중심으로 중저가 인디브랜드와 기능성 화장품(코스메슈티컬) 선호도가 가장 큰 폭으로 상승하고 있다. 중국 현지 생산 및 한국형 트렌드 제품 공급에 우위에 있는 ODM 기업과 인디브랜드 기업의 수혜가 지속될 것으로 전망된다.

**신세계 백화점 외국인 매출 급증**




자료: 신세계

**중국 의료 관광 러시**



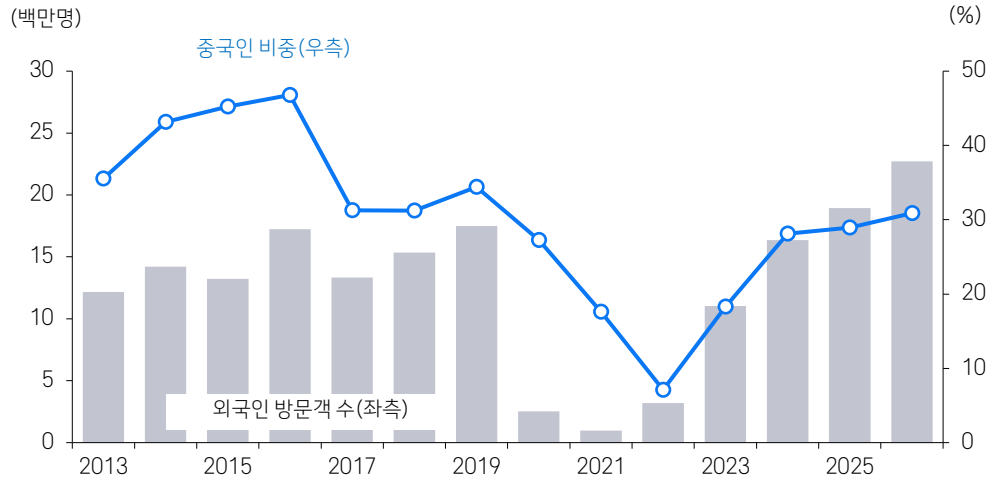

자료: 보건복지부, 삼성증권

### 차이나 인바운드 수혜

| 부문 | 섹터 | 주요 내용 |
|---|---|---|
| 개인 유통 채널 | • 백화점/면세점<br>• 리테일 유통망 | • 차이나 인바운드 확대와 실적 개선 * 백화점 1Q 외국인 매출 급증<br>• 개인화/경험 소비 증가, 편집샵 호황 |
| 서비스 | • K-뷰티/헬스케어<br>• 콘텐츠, 카지노 | • 개인 피부, 성형 및 의료 서비스 수요 확대, 의료 비중 사상 최대<br>• 거액 자산가와 Mass 고객의 경험 소비 확대 |
| 준프리미엄 제품 | • 화장품/생활용품 | • 브랜드 파워 재편<br>• 중저가 인디브랜드와 기능성 화장품 선호도 증가 |

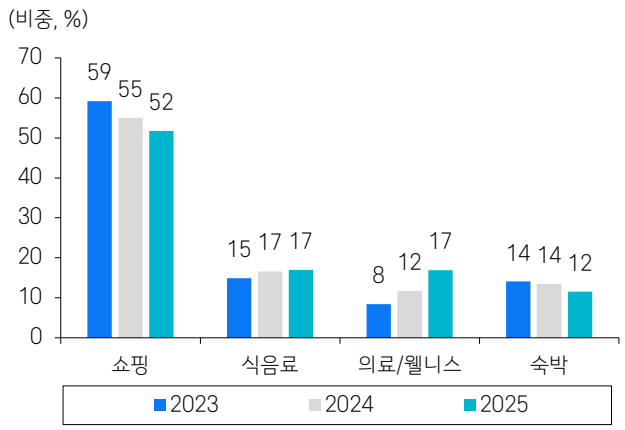
자료: 삼성증권

### 차이나 인바운드 비중 30% 돌파 예상



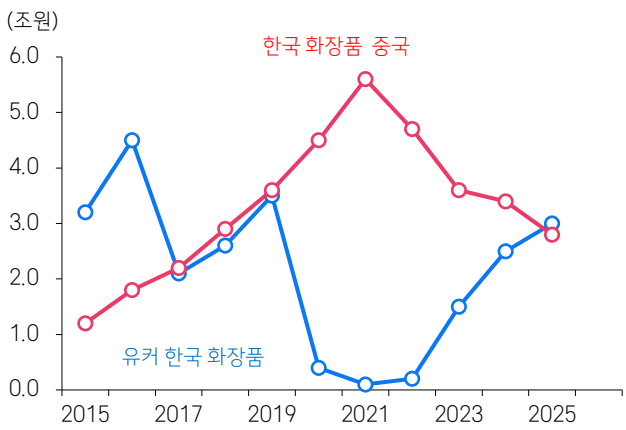

참고: "26년은 추정치
자료: 한국관광공사, 삼성증권

### 중국 여행객 신용카드 결제 비중 변화, K-뷰티 약진




자료: 한국관광공사, 삼성증권

### 유커, 한국 화장품 구매 팬데믹 이전 수준 회복




참고: 유커 화장품 구매금액 = 연도별 쇼핑지출 금액, 화장품 구매 비중으로 추산
자료: 통계청, 한국관광공사, 삼성증권 추산

# 삼성증권

**삼성증권주식회사**
서울특별시 서초구 서초대로74길 11(삼성전자빌딩)
Tel: 02 2020 8000 / www.samsungpop.com

**삼성증권 Family Center:** 1588 2323

**고객 불편사항 접수:** 080 911 0900

Member of
Dow Jones
Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA