

중국 소매판매: 헤드라인은 0.6%대 저성장, 부진은 자동차 등 일부 품목에 집중

2026.08.17 · AI Engineer 조재운 jaeun.jo@daishin.com



중국 7월 사회소비품 소매총액이 전년동월 대비 0.6% 증가에 그쳐, 1~7월 누계 증가율도 1.3%에서 1.2%로 재차 낮아졌다. 다만 헤드라인 부진의 상당 부분은 자동차 판매(-17.0%)라는 특정 품목이 끌어내린 결과이고, 자동차를 제외한 나머지 소비는 2.5% 증가로 누계치(2.7%)와 거의 차이가 없다. 즉 이번 발표는 소비가 갑자기 얼어붙었다기보다는 낮은 성장세가 그대로 이어지는 가운데 부진이 자동차 등 일부 품목에 몰려 있는 모습으로 읽는 것이 더 정확하다. 계절조정 기준 전월 대비 증가율도 0.06%로 플러스를 유지해, '감소'가 아니라 '증가'폭이 줄어든 것'에 가깝다.

다만 성장 둔화와 물가 하락 압력이 함께 나타나는 현재 중국 경제 국면에서는, 명목 소매 증가율이 0%대까지 낮아진 것 자체가 긍정적으로 볼 수 없는 신호다. 제조업 구매관리자지수가 여전히 경기 수축을 나타내는 49.2에 머물러 있고, 1~7월 고정자산투자도 전년 대비 6.7% 감소했으며, 시중 통화량 지표인 M1 증가율도 5.5%에서 4.0%로 낮아지는 등 다른 실물지표들과 같은 방향을 가리키고 있어, 이번 소매 지표는 전반적인 내수 회복이 아직 확인되지 않았다는 판단을 다시 한 번 뒷받침한다.

다만 두 가지는 유보해서 볼 필요가 있다. 첫째, 지난해 7월 자동차·가전 보조금(이구환신) 집행 강도에 대한 자료가 없어, 올해 자동차 판매 급감이 실제 수요 위축 때문인지 아니면 작년 기저효과 때문인지는 아직 구분할 수 없다. 둘째, 이번 수치는 모두 가격 요인을 제거하지 않은 명목치이기 때문에, 물가 하락 폭이 크다면 실질 소비는 명목 수치보다 나쁘지 않을 수도 있다. 이는 8월 발표될 소비자물가지수(CPI)의 소비재 부분을 통해서만 확인 가능하다.

건축·인테리어 자재(-14.2%)와 가구(-8.8%)는 감소폭이 누계 수치보다 더 커져, 부동산 관련 소비 부진은 일회성이 아니라 계속 이어질 가능성이 높아 보인다. 편의점·슈퍼마켓 채널은 여전히 플러스 성장을 보이는 반면 백화점(-2.4%)과 브랜드 전문점(-9.3%)은 뚜렷한 감소세를 이어가, 소비 채널 간 격차도 계속되고 있다. 통화당국 입장에서 이번 지표는 기준금리를 전격적으로 낮추기보다는 재대출·재할인 확대 등 부문별 선별 지원을 이어가는 현재 정책 기조를 뒷받침하는 근거로 작용할 것으로 보이며, 오히려 더 주목해야 할 변수는 자동차 등 소비 진작 정책의 연장 여부와 8월 신용지표의 방향이다.



과거와 비교 (같은 분류 최근 분석)	
발행일	핵심 메시지
2026-08-17 (이번)	7 월 중국 사회소비품 소매총액은 전년동월대비 0.6% 증가에 그쳐 1~7 월 누계 증가율도 1.3%에서 1.2%로 다시 낮아졌다. 다만 이번 둔화의 대부분은 자동차 한 품목(-17.0%)에서 비롯됐고, 자동차를 제외한 소비는 2.5% 증가로 누계치 2.7%와 큰 차이가 없다. 그러므로 이번 지표는 '소비가 갑자기 얼어붙었다'기보다는 '이미 진행 중이던 저성장'
2026-07-15	1-5 월 +1.4%에서 1-6 월 +1.3%로 악화 지속하되, 자동차 급락(-16.1%)과 대형소매 광범위 부진 속에서 리오프닝 초기 수요의 완전 소진이 확정되고 있음. 월간 회복(6 월 +1.0%)은 계절성이지 추세 반전 신호 아님.
2026-06-16	1-5 월 누적 +1.4% 약세 속 5 월 단월 -0.6% 음수 전환으로 리오프닝 초기 모멘텀 완전 소진. 자동차 제외 +2.7%는 최악의 부문을 제거한 착시이며, 대형소매(-0.5%), 내구재(-6.9%), 브랜드전문점(-7.6%) 동시다발 부진이 내수 심층 악화를 드러냄.

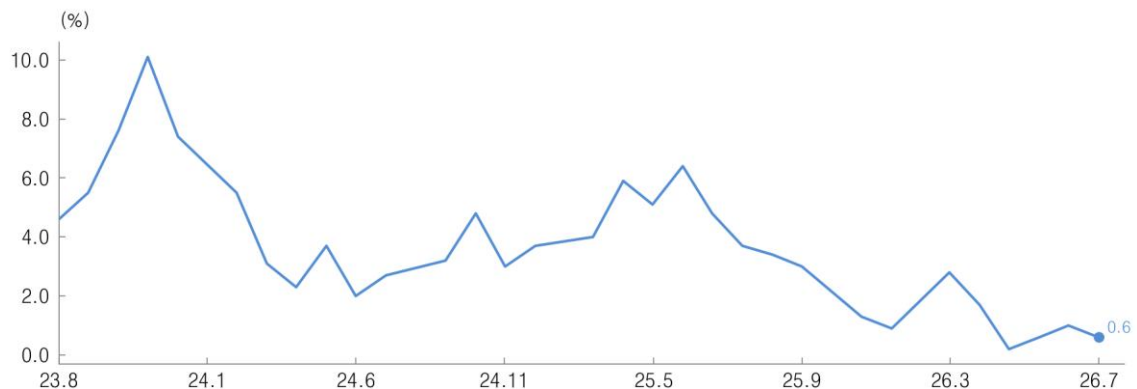
CN_RETAIL 7 월 소매판매: 헤드라인과 품목별 흐름

지표	증가율(전년동월/동기대비)	기준	맥락
사회소비품 소매총액	0.6%	7 월 단월	헤드라인 증가율, 0%대까지 둔화
사회소비품 소매총액(누계)	1.2%	1-7 월 누계	누계 기준도 낮은 증가세 지속
자동차 제외 소비재	2.5%	7 월 단월 (누계 2.7%)	자동차 빼면 소비는 비교적 견조
자동차류	-17.0%	7 월 단월 (누계 -13.2%)	감소폭 확대, 헤드라인 하방 견인
통신기자재류	+20.4%	7 월 단월 (누계 15.1%)	이구환신 대상 추정, 헤드라인 상방 견인
건축 및 장식자재류	-14.2%	7 월 단월 (누계 -9.5%)	단월 감소폭이 누계보다 커짐, 부동산 부진 반영
가구류	-8.8%	7 월 단월 (누계 -4.5%)	건자재와 같은 흐름, 감소폭 확대
한도액 이상 단위 소비재 소매액	-3.4%	7 월 단월 (누계 -1.1%)	대형업체 매출은 전체 지표와 반대 방향

핵심 수치

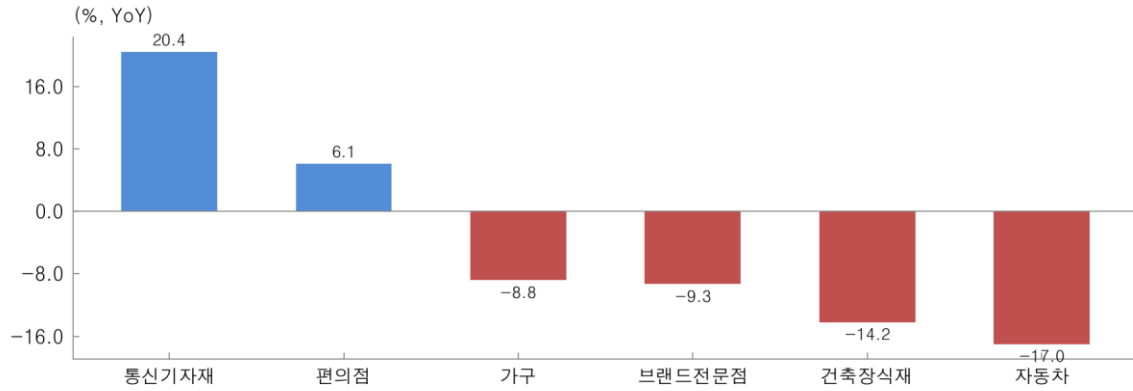
지표	값
소매판매 전년대비(%)	1.2

중국 소매판매(전년비) 3 년



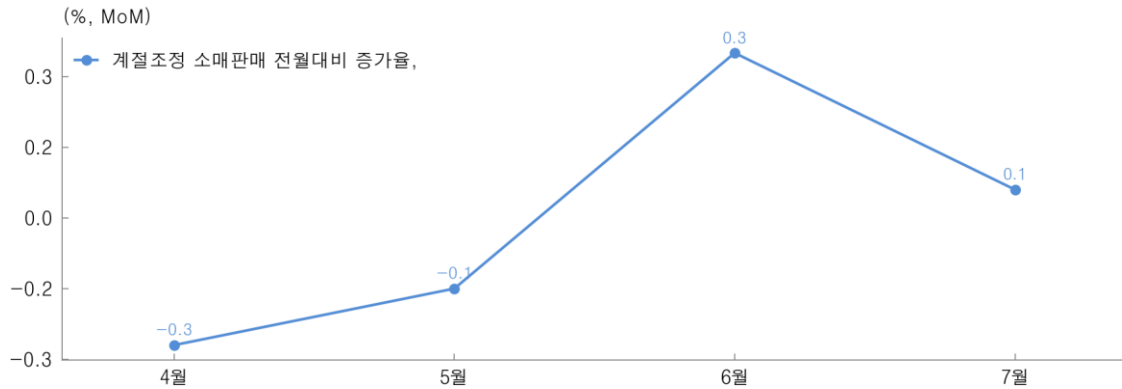
자료: LSEG, 대신증권 Research Center

7월 품목별 소매판매 증가율 격차(전년동월비)



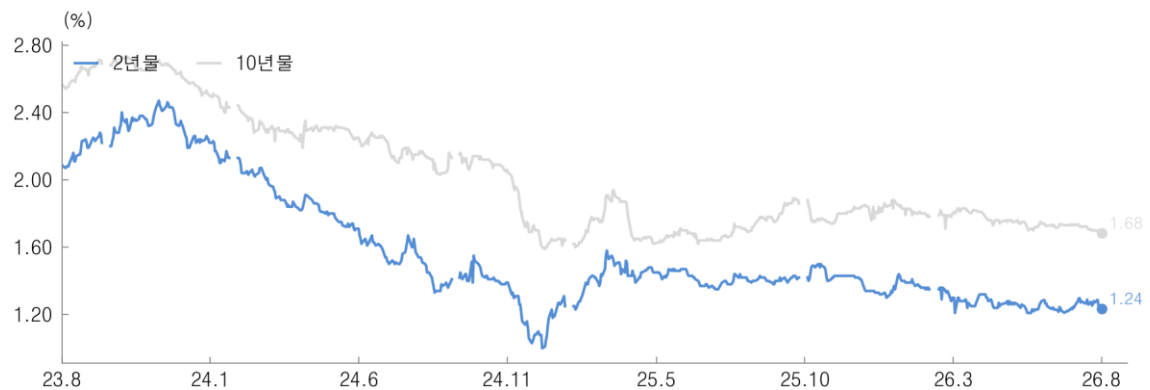
자료: 발표기관 보도자료, 대신증권 Research Center

계절조정 소매판매 전월대비 증가율, 4~7월



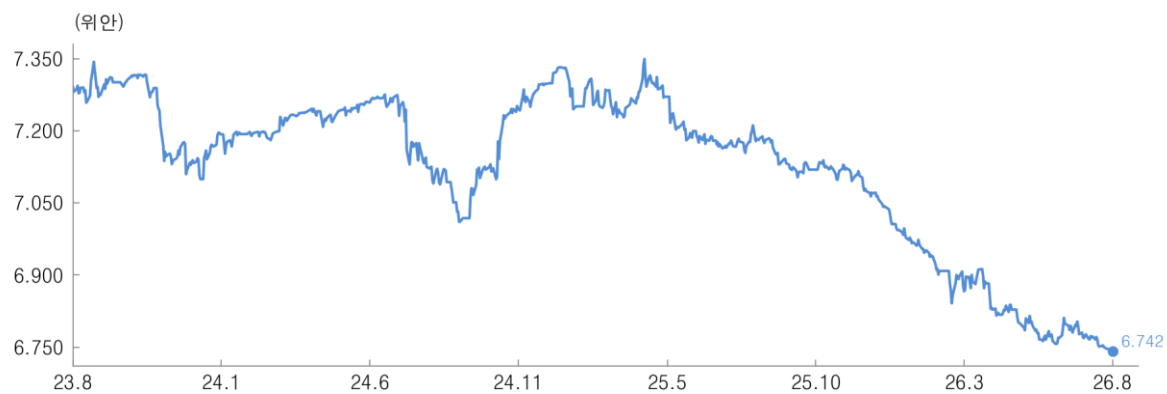
자료: 발표기관 보도자료, 대신증권 Research Center

중국 국채금리 (2년·10년) 3년



자료: LSEG, 대신증권 Research Center

위안/달러 환율 3 년



자료: LSEG, 대신증권 Research Center

Compliance Notice

- 본 자료는 고객의 투자에 참고가 될 수 있는 정보를 제공할 목적으로 인공지능(AI) 기술을 활용하여 생성되었으며, 투자권유를 목적으로 하지 않습니다. AI 생성 특성상 오류가 포함될 수 있습니다.
- AI 가 생성한 본 자료의 내용은 금융투자분석사가 최종 검수하였으나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다.
- 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 자료의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락없이 무단 복제, 배포 및 변형할 수 없습니다.