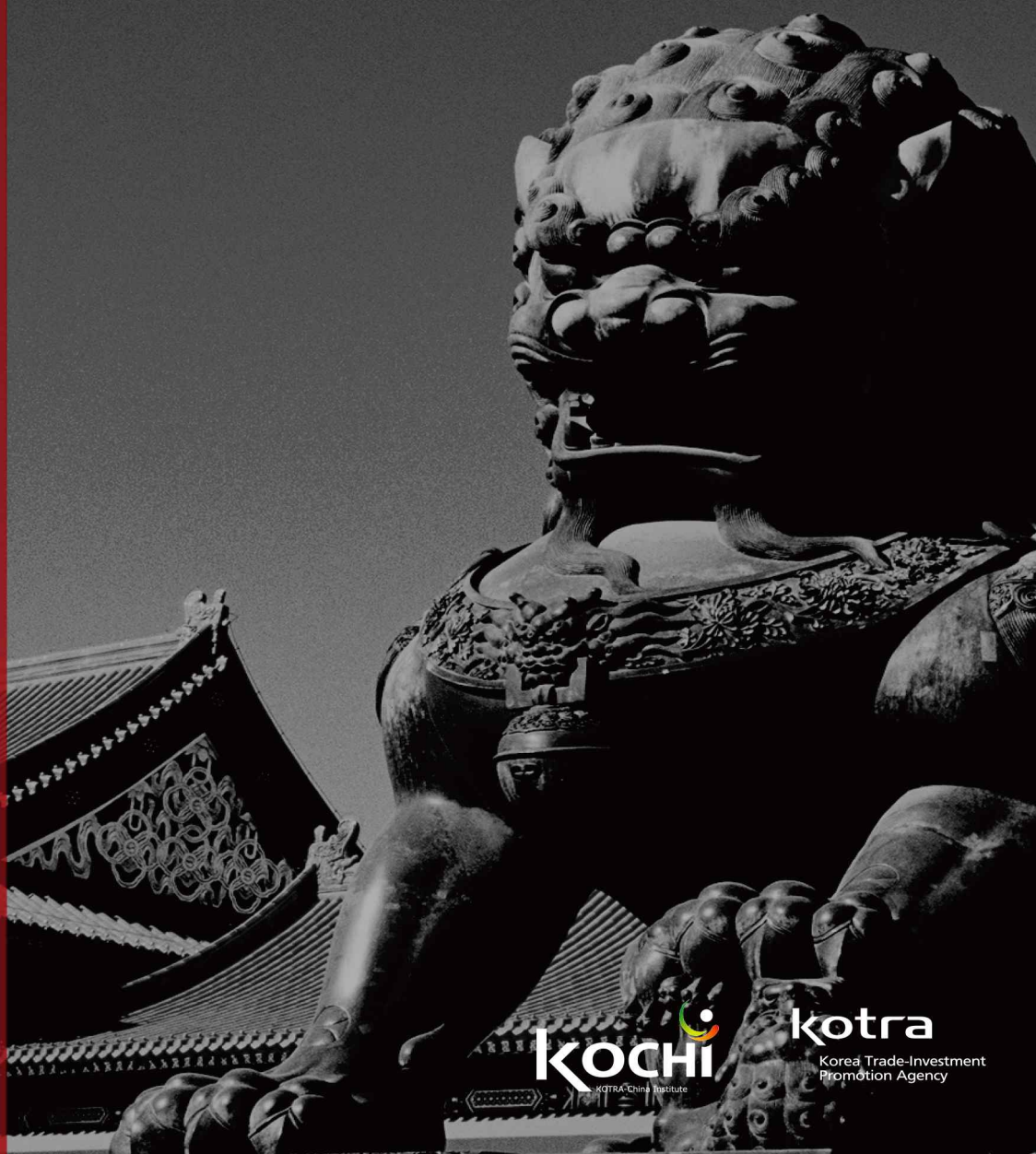


중국의 서비스산업 발전 동향과 진출 방안



CONTENTS

목 차

요 약

I. 서비스 경제로 재편되는 중국

- 1. 중국경제의 서비스산업화
- 2. 정부정책, 서비스업 발전이 중점 목표

II. 글로벌 서비스시장으로 변화하는 중국

- 1. 중국, 글로벌 서비스 수입 대국으로 부상
- 2. 서비스, 대중투자 중심으로 부상

III. 한국의 서비스업 진출과 주요 업종 현황

- 1. 한국의 중국 서비스업 진출 현황
- 2. 주요 업종 현황
 - 1) 관광
 - 2) 유통·물류
 - 3) 전문서비스(법률·의료)
 - 4) 문화콘텐츠
 - 5) 요식·숙박

IV. 시사점과 진출 과제

- 1. 시사점
- 2. 진출 확대 과제

[요 약]

1. 중국 서비스산업의 부상

□ 중국, 최근 수년간 빠른 속도로 ‘중국형 서비스 중심경제’로 재편

* 3차산업 비중(%) : (2012년) 45.3→(2017년) 51.6 ; 2차산업 비중 45.3 → 40.5

- 특히 중국의 3차산업 확대는 2차산업(제조업)을 대체하면서 진행되는 등 고기술 및 고부가가치 분야가 선도
- 실제로 최근 중국의 GDP에서 비중이 빠른 속도로 커지는 업종은 고기술 기반 서비스산업임
 - * 2014년 이후 GDP 비중 급증 서비스업종 : 금융, 부동산, 공공관리, 교육, 정보·소프트웨어, 임대·상업서비스, 위생·사회보장, 문화·체육·오락 등
- (한국 비교) 농업 해체 → 도시화와 생계형 서비스화가 진행된 60~70년대 한국(및 후발산업화 국가)와 구분되는 특징

□ 중국 정부 정책, ‘현대적 서비스업’ 발전이 중점 목표

- (서비스산업 육성 과정) 2010년 최초 제기, 이후 확대 및 체계화
 - <12·5 규획>(2011~15년) 기간 개시, <13·5 규획>(2016~20년) 기간 본격화·체계화
 - 19차 당대회(2017년 10월), 2018년 정부사업보고의 중점 발전전략도 서비스산업 육성
- (‘현대적 서비스업’) 최근 중국은 서비스산업 육성 지향점을 ‘현대적 서비스업’으로 제시(19차 당대회 및 <2018년 정부사업보고>)
 - * [현대적 서비스업이란?] 고부가가치 전문서비스 및 지능형 생활서비스. 예) ①기초 서비스(통신 및 정보서비스등), ②생산 및 시장 활동 서비스(금융, 물류, 도매, 전자상거래, 농업지원, 중개·컨설팅등 전문서비스), ③개인소비서비스(교육, 보건의료, 주거, 요식, 문화오락, 여행, 부동산, 소매 등), ④공공서비스(정부 공공서비스, 기초교육, 공공위생, 의료, 공익성 정보서비스 등)

- 최근 19차 당대회(2017.10)와 양회의 <2018년 정부사업보고> (2018.3)에서 서비스 육성의 목표를 ‘현대적 서비스’로 규정하고 관련 정책을 종합적으로 제시

2. 중국, 글로벌 서비스 수입 대국으로 부상

□ 중국, 세계 2위의 서비스 수입국으로 부상

- 세계 서비스 수입 비중 9.6%로 1위인 미국(10.7%)과 별 차이 없으며 3위(독일 6.6%), 4위(프랑스 5.0%)와 큰 차이
- 글로벌 금융위기 이후인 2010년, 특히 중국의 서비스산업 육성정책이 본격화 된 2013년 이후 서비스 수입 급속 증가

□ 중국의 외국인 직접투자 유치 역시 서비스업으로 급속 재편 중

- 중국의 외국인 직접투자 유치에서 서비스업의 비중은 (2007년) 49.4%에서 2017년 69.8%로 급증한 반면 제조업은 48.9% → 24.6%로 급감
- 서비스업 중에서도 고기술, 고부가가치 분야 외국인투자가 급속 증가
 - * (급증 업종) 정보·컴퓨터·소프트웨어, 임대·상업서비스, 도소매, 과학·기술·탐사, 교통·운송·창고·우편, 전력·가스·물 공급서비스 등
- 한편, 중국의 외국인 직접투자 유치에서 서비스무역 완전 자유화를 이룬 홍콩의 비중이 급속 증가, 대부분을 차지
 - * 중국의 외국인 투자에서 홍콩의 비중 72.1%(2017.1~11월)
- 서비스분야의 사실상 완전개방을 이룬 중-홍콩 CEPA 체결(2004) 이후 홍콩이 외국기업들의 대중국 서비스 우회투자 통로로 이용
- 글로벌 서비스 중심시장인 중국에 효과적으로 진출하는 방법은 통상협상 (FTA)를 통한 중국 서비스시장 개방

3. 한국의 중국 서비스진출 현황과 애로

□ 한국, 대중국 서비스 무역 흑자이나 흑자폭은 둔화 중

- 대중국 서비스무역 수지 2011년까지 균형상태 유지해 오다가 2012년부터 무역흑자 확대되었으나 2014년부터 대중수출 줄어들면서 흑자폭 감소 중

* 대중 서비스무역 수지(백만달러) : (2012) 1,226 → (2014년) 7,873 → (2016년) 4,564

- 한국이 중국에 대해 서비스무역 흑자를 보이는 가장 큰 이유는 요우커의 한국 방문에 따른 대중 여행수입 증가였으나, 2017년 중국의 여행규제에 따른 요우커 급감을 고려할때, 2017 서비스 수지 대폭 감소 예상

* '17년 방한 중국 관광객은 전년 대비 48% 감소한 417만명(한국관광공사)

□ 한국의 대중 서비스업 투자, 진전되지 못하고 있음

* 한국 ODI에서 중국의 비중(%) : (2013년) 16.9 → (2015년) 9.6 → (2017년) 6.8(수은)

* (중국기준) 중국 FDI 유치에서 한국의 비중(%) : (2013년) 2.5 → (2015년) 3.0 → (2017년) 2.6

□ 검토 결과 중국의 서비스 규제 및 미개방에 따른 애로가 있는 것으로 확인

〈주요 서비스업종 진출 및 애로/장벽 현황〉

업종	진출현황 (2015~17년 기준 대중투자)	시장 동향	애로/장벽
관광	거의 없음 * 일부기업 중국내 인바운드(한국 여행객 중국 송출	급속 확대	한국기업 아웃바운드 (중국 관광객 해외 송 출) 불허
도소매	○ 건수 23.3% ○ 액수 8.6% - 소규모 도매업 중심 진출	확대 속 구조 재편 (온라인 시장)	높은 수준 개방 - 단, 판매 품목 제한 및 상표명 이용 애 로
전문서비스(법 률·의료)	○ 건수 5.5% ○ 액수 2.6%	확대, 정부육성 업종	○ 법률 규제 높은 수준 ○ 의료 개방, 단서조 항 있음
출판·영상· 방송	○ 건수 4.3% ○ 액수 1.4%	급속 확대	지분제한, 쿼터, 단서 (국내규제) 등 다수
요식·숙박	○ 건수 3.5% ○ 액수 0.9%	확대	개방 수준 높음

4. 시사점 및 진출 확대 과제

□ (시사점) 중국의 서비스 산업화(化)와 서비스업 현대화 더욱 빨라질 것

- 서비스업 확대 공간 크고 정부의 육성정책도 강력해 확대 지속 예상되고, 대중 진출 및 협력의 제조업→서비스업 전환도 가속화 예상
- (‘현대적 서비스업’) 중국의 서비스업은 이른바 ‘현대적 서비스 산업’ 으로 직접 ‘도약’ 중
 - 중국에서는 2차산업(공업) → 3차산업 대체속에서 진행되므로 공업화 단계*의 성과를 활용한 고부가가치화, 전문화가 가능
 - * 도시 및 공업 인프라, 높은 교육 수준 등
 - 중국의 서비스산업화가 정보통신혁명(컴퓨터·인터넷·모바일)과 병행되고 있어 서비스산업이 생성단계에서부터 첨단화되고 있음
 - 중국정부는 이런 사정을 겨냥해 ‘현대적 서비스산업’ 을 적극 육성 중

□ (진출 확대 과제) 소규모 도매유통·요식업 중심 진출의 한계를 극복하도록 중국 서비스시장 개방 확대와 한중 협력을 적극 추진

- (중국 진입장벽 완화) 곧 개시될 한중 FTA 서비스·투자 협상을 중국 서비스시장 진입 장벽 완화 기회로 활용
 - 전문서비스, 정보통신, 건설, 금융 등 중국의 핵심 서비스업에 우리 기업이 많이 진출하지 못하는 결정적 이유는 중국의 대한국 미개방(진입장벽)
 - 2018년 3월 중 개시될 한중 FTA 서비스·투자 후속 협상은 우리의 중국의 ‘핵심’ 서비스 시장 진출 확대에 좋은 기회임
- (서비스 협력) 서비스분야 협력 강화는 중국 진출 우리기업의 자금 부족, 중국 서비스산업의 첨단화·정보화, 양국 정부의 창업 육성 정책 모두에 적합한 대응 방안

[본 문]

I. 서비스 경제로 재편되는 중국

1. 중국 경제의 서비스산업화

□ 중국 최근 수년간 빠른 속도로 ‘중국형 서비스 중심경제’로 재편

- 2013년 3차산업이 제조업을 제치고 최대 비중을 차지한 뒤 빠른 속도로 비중 확대

* 3차산업의 비중(%) : (2012년) 45.3 → (2017년) 51.6%

- 특히 중국의 3차산업 비중 확대는 2차산업(제조업)을 대체하면서 진행되고 있어 고기술 및 고부가가치 분야가 선도하고 있음을 시사

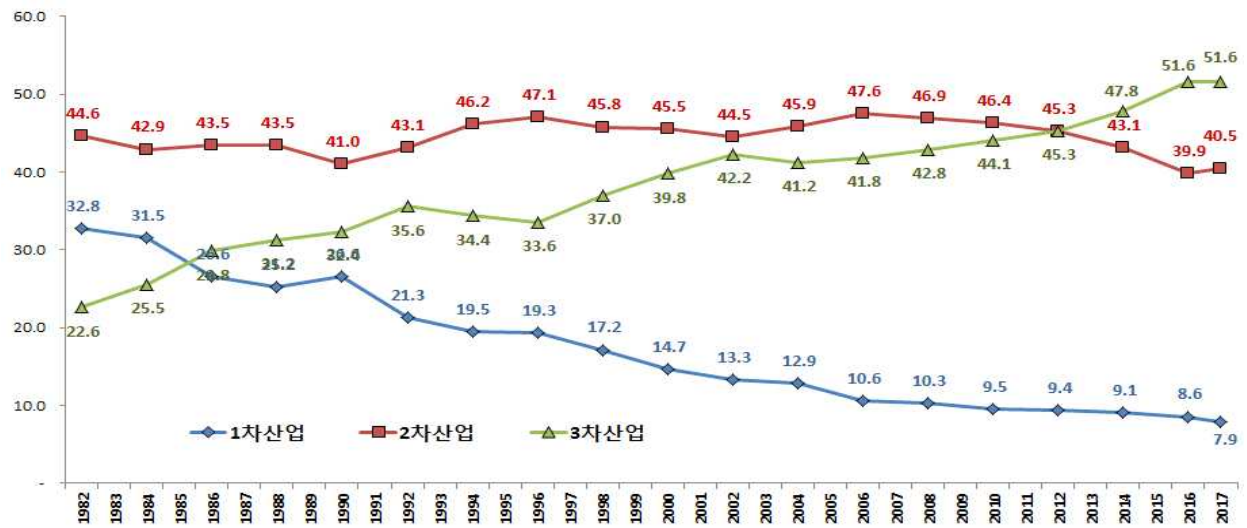
- 중국에서 1차산업의 해체와 3차산업의 대체는 개혁개방 초기인 1980년대에 이루어 졌으며, 최근 수년간(2012년 이후)에는 2차산업이 3차산업으로 대체되는 양상(그림 참조)

- [한국 참고] 후발 고속산업화를 이룬 한국의 경우 1차산업(농업) → 3차산업 대체형 산업재편*이 이루어졌고, 1990대 초 60% 중반대에 접어 든 뒤 정체상태 유지(그림 참조)

* 1960~70년대에 1차산업(농업)이 급속하게 해체되고, 3차산업이 급속하게 증가하며, 이 기간에 급격한 도시화가 병행됨.

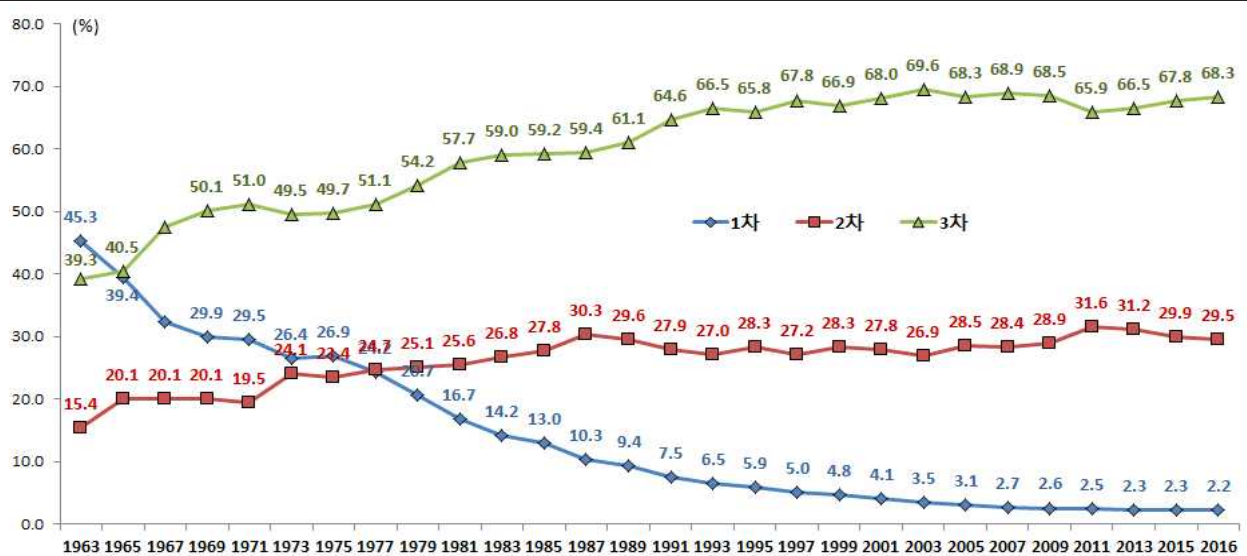
* [참고] 2013년 이후 중국은 이러한 도시화와 구분되는 ‘신형도시화’(새로운 형태의 도시화, 즉 급속한 도시화에 따른 ‘도시병’ 없는 도시화, ‘인간의 얼굴을 한 도시화’)정책을 추진

중국 GDP의 산업별 구성(%)



자료 : CEIC

한국 GDP의 산업별 구성(%)

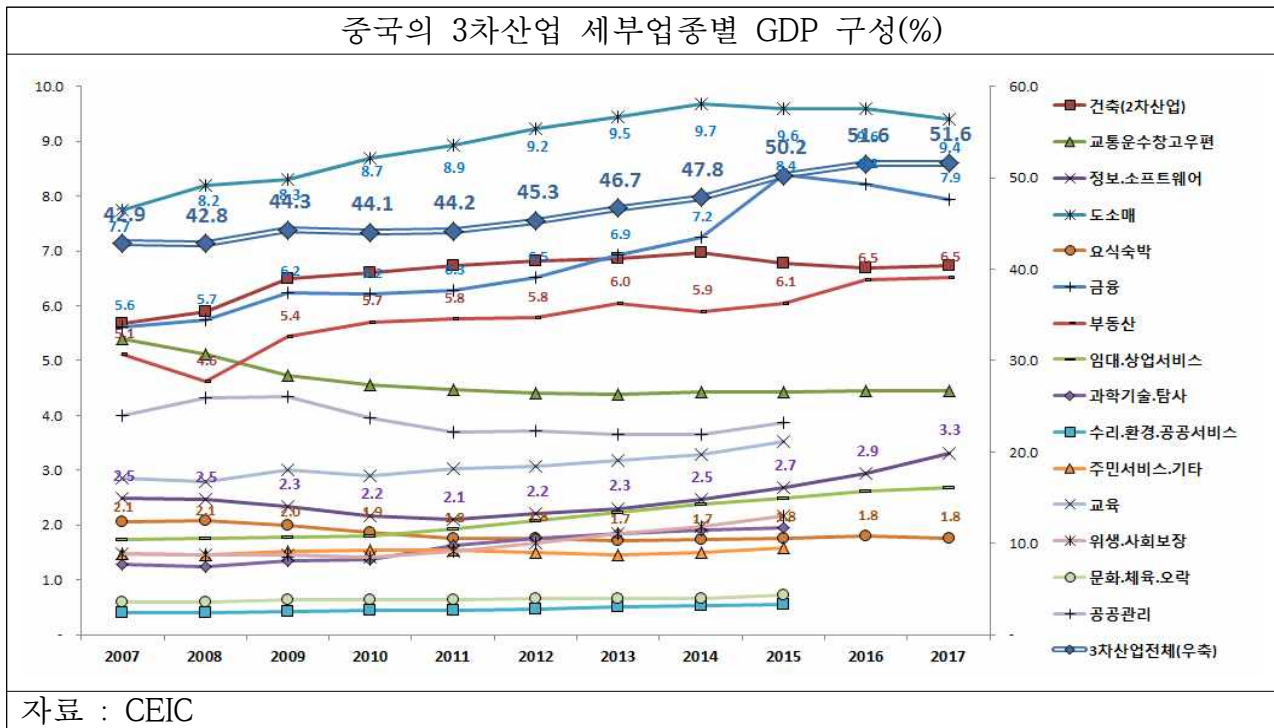


자료 : 국가통계포털(KOSIS)

- 중국의 최근 3차산업 확대는 절대 비중이 우리나라에 미치지 못함에도 불구하고 2차산업을 대체하면서 진행되고 있어 중국의 3차산업화가 기술·지식 기반형 고부가가치 서비스 산업화의 특징을 지니고 있음을 의미

- 실제로 최근 중국의 GDP에서 비중이 빠른 속도로 커지는 업
종은 고기술 기반 서비스산업임

* 2014년 이후 GDP 비중 급증 서비스업종 : 금융, 부동산, 공공관리, 교육,
정보·소프트웨어, 임대·상업서비스, 위생·사회보장, 문화·체육·오락 등



2. 정부정책, 서비스업 발전이 중점 목표

□ 중국은 이미 수년전부터 서비스업 중심 산업구조 재편 전략을 추진해 왔으며 최근 들어 서비스 육성 전략을 더욱 체계화

○ (육성의 유래) <12차 5개년 계획>(2011~15년) 기간에 중국 정부는 이미 서비스업 발전 가속화 방침을 천명

* <12.5계획기간> 산업경쟁력 제고 방안 : ①제조업 개조 및 고도화, ②전략적 신성장산업 육성, ③서비스산업 발전 가속화, ④에너지산업 강화 및 종합 운송서비스 건설, ⑤정보화 수준 제고, ⑥해양경제 발전

- 다만, 당시에는 서비스업 발전 가속화 방침을 제시하긴 했지만 구체적으로 어떤 내용과 방향을 담고 있는지에 대해서는 불분명

* <12.5 계획> 관련내용 : “서비스업을 산업구조 개선 및 업그레이드의 중점으로 삼고, 시장진입 표준을 수립하고, 서비스업 발전에 유리한 정책과 환경을 만들어내고, 생산성 서비스와 생활형 서비스를 발전시켜, 산업태 발전과 새로운 성장점을 육성하며 규모화·브랜드화·네트워크화 경영을 추진”(<13.5계획 보고>)

○ (체계화) 서비스산업 육성 방향이 구체적 제시는 2015년 <13차 5개년 계획>(2015~20년)년에 이루어짐

- <13.5 계획>에서는 서비스업 육성 방향으로 서비스업 대외개방 확대, 생산성 서비스업*의 전문화 촉진, 생활형 서비스업**의 품질 개선, 서비스업 발전 정책 및 환경 개선***을 제시

* (생산성 서비스업) 산업디자인, 공정컨설팅, 비즈니스컨설팅, 법률 및 회계, 현대적 보험, 신용 평가, 판매후 서비스, 검역검증인증, 인력자원 서비스등. 정책 방향으로는 유통의 정보화·표준화·집약화, 물류인프라 분야의 제3자물류 및 녹색물류·콜드체인·도농배송, 고기술 서비스업 혁신 공정, 서비스 전문화 및 아웃소싱 유도 등

** (생활형 서비스) 교육훈련·건강양로·문화오락·체육건강 등 분야 발전. 여행업 발전 및 융합발전, 직업화 및 전문호 등 추진

*** 전력·항공·철도·석유·천연가스·우편·시정공용 등 분야의 경쟁성 업무 가속화, 금융·교육·의료·문화·인터넷·비즈니스물류 등 분야 개방 확대, 각 분야 차별적 규정 개정 등

□ (19차 당대회) 시진핑 2기 진입 기점으로 평가되는 19차 당대회(2017.10)에서는 서비스업 발전 방향을 ‘현대적 서비스업’ 으로 규정하여 제시

- 발전목표를 ‘현대적 서비스업’ 구체화하고, 모든 분야에 서비스업 개혁을 연계로 설정
 <19차 당대회의 경제체제 건설 과제(2017.10)>

과제	내 용	18대 비교 (12.11, 후진타오)
발전 단계	성장방식 전환, 경제구조 특화, 성장동력 전환기	발전제일, 방식전환
전략 목표	현대화된 경제시스템 달성 - 품질제일·효율 우선 ; 공급측 개혁 중심측 설정 ; 경제발전의 질·효율·동력 변혁 ; 요소생산성 제고	신형공업화, 정보화, 도시화, 농업현대화 추진
공급측 개혁	○ 공급시스템 질 개선 ○ 제조강국 건설과 선진제조업 발전 가속화 - 新성장점·성장동력 구축 * 인터넷·빅데이터·인공지능과 실제 경제 융합 가속화, 중고급 소비·혁신 유도·녹색저탄소·공유경제·현대적 공급망·인적자본 서비스 등 - 전통산업 특화 제고, 현대 서비스업 가속화, 고품질 달성 - 선진제조 클러스터 육성하여 GVC내 중고도화 촉진 - 인프라 네트워크 건설 : 수리·철도·도로·수운·항공·상하수도·전력망·정보·물류 등	성장방식 전환 목표로 전략적 구조 조정 - 내수 확대 - 신흥산업 육성 - 서비스 육성 - 인프라·기초산업 육성 - 과기형 중소기업 육성
혁신국가 건설	○ 기초연구·응용 기초연구 강화 ○ 핵심 공공기술·전방유도 기술·현대 공정기술 강화 ○ 국가 혁신시스템 구축 강화, 전략적 과학기술 역량 강화	19대와 유사
농촌진흥 전략	○ 도농 융합발전체제 및 정책 통해 농업·농촌현대화 ○ 농업현대화 추진 ○ 농촌 1, 2, 3차 산업 융합발전 촉진	도농 일체화 발전
지역협조 발전전략	○ 서부대개발 신구도 형성, 동북노공업기지 진흥 개혁 심화, 중부굴기 장점 발휘, 동부 특화발전의 혁신 인술 강화 ○ 대중소 및 소도시 협조발전 통해 농업인구 시민화 가속화 ○ 기타, 징진지 협동발전, 창장경제벨트 추진	지역 비교우위 발휘
사회주의 시장경제 개선	○ 국유자산관리, 국유기업 개혁 ○ 진입전 네거티브리스트 전면 실시 ○ 상사제도 개혁: 요소가격 시장화·가속화, 서비스업 진입 완화 등 ○ 거시조절, 기타 소비체제, 재정제도, 세수제도, 지방세, 금융, 이자율·환율 시장화, 금융감독체제 건전화 등	19대와 비슷 - 국유자산 개선 국유기업 활력·통제력 강화 - 세수개혁 - 금융개혁
전면적 개방 신구도 형성	○ 일대일로 축으로 외자유치(引進來)-해외진출(走出去) 병진 ○ 무역 신업태, 신모델 육성 ○ 무역·투자 자유화와 원활화, 진입전 so국민대우 Negative-list 확대 및 시장진입 완화, 서비스 개방 확대 ○ 자유무역시험구 개혁 확대, 자유무역항 모색 ○ 글로벌 무역·투융자·생산·서비스네트워크 형성	개방형경제수준 전면적 제고

* 자료 : 19차 당대회 보고(시진핑, ‘17.10.18) ; 18차 당대회 보고(후진타오, ’ 12.11.8)

- (현대적 서비스) 첨단기술 기반, 전문화, 고부가가치화된 서비스업을 통칭
 - 예) 정보화 기반 서비스, 전문화된 생활서비스, 체계화된 공공서비스 등

[참고] 현대적 서비스란?

- (정의) 정보기술 및 지식경제의 발전에 따라 현대화된 신기술·신업체 및 신서비스 방식으로 개선된 전통적 서비스로, 수요를 창출해 내고 소비를 유도하며 고부가가치·고수준·지식형 서비스와 생활에 서비스하는 서비스업
- (특징) 고(高)지식밀집도, 고부가가치, 저(底)자원 소모, 소(小)환경오염.
- (분야) 현대인과 현대 도시의 발전 요구에 부응해 생성 및 발전된 고기술 및 고문화 기반 서비스업을 가리키며, 4대 분야를 포괄.
 - ①기초 서비스(통신 및 정보서비스 등)
 - ②생산 및 시장 활동 서비스(금융, 물류, 도매, 전자상거래, 농업지원, 중개·컨설팅 등 전문서비스)
 - ③개인소비서비스(교육, 보건의료, 주거, 요식, 문화오락, 여행, 부동산, 소매 등)
 - ④공공서비스(정부 공공서비스, 기초교육, 공공위생, 의료, 공익성 정보서비스 등)

* 자료 : 바이두(<https://baike.baidu.com/item/>)

□ (2018년 양회) 2018년 리커창 총리의 <정부사업보고>(3.5)에서 강조한 중점 육성 대상 역시 ‘현대적 서비스업’

- 중국의 최근 5년간 성장동력 확충 성과
 - “고속철도 네트워크, 전자상거래, 모바일 결제, 공유경제*등이 세계적인 흐름을 선도”, “인터넷 플러스(+)가 수많은 업종에 폭넓게 결합”, “대중창업·만중혁신(大眾創業·萬眾創新)의 대대적 확산” (<정부사업보고>
 - * 상기 4개 분야는 중국의 ‘新 4대 발명품’으로 회자되고 있음
 - “현대적 서비스업 개혁 발전 제기를 통해 서비스 분야 신업체·신모델이 대대적으로 확산되고, 업종간 융합과 업그레이드를 촉진”
- (9대 정책과제) <정부사업보고>에서 제시된 2018년 9대 정책과제 역시 대부분 ‘현대적 서비스업’ 와 연계하여 추진되는 분야

- “ (9대 과제 중 첫 번째 과제) (1) 공급측 구조개혁 추진. 신흥산업군(群)을 강화하고, 빅데이터 발전 액션을 실시하며, 차세대 인공지능 연구개발 및 응용을 강화하고, 의료·양로·교육·문화·체육 등 여러 분야에서 ‘인터넷 플러스(+)’ 를 추진”
- (7번째 과제) “(7)소비 확대 및 유효 투자 촉진. 의료·양로·교육·문화·체육 등 서비스 공급 확대를 지원. 전역여행시범구 구축, 중점 국가관광지 입장료 인하. 인터넷 구매·숙달서비스 발전 추진”
- 기타 대부분 분야 2018년 9대 정책과제 역시 서비스업 육성과 관련.(진한 글씨는 서비스업과 밀접하게 관련된 과제)

<2018년 9대 정책과제(정부업무보고(2018.3.5))>

정책과제	내 용
공급측 개혁	○ (신성장동력) 신홍산업, 인터넷플러스(+). 스마트제조 기반 확대 - 의료·양로·교육·문화·체육 등 다분야에서 인터넷플러스(+). 추진 ○ (제조강국) 집적회로, 5세대이동통신, 항공엔진, 신에너지차, 신소재 등 ○ (비효율 공급 제거) 과잉·도태기업 퇴출 ○ 기타 시장진입 장벽 완화, 기업부담 경감 등
혁신 강화	○ 혁신 시스템 강화 및 동기 개선, 창업 육성 - ‘대중창업·만중창신’ : 전방위적 혁신 창업 서비스, 플랫폼경제·공유경제 육성
경제개혁	국유자산·국유기업 개혁, 민영기업 발전, 재산권 제도·요소시장화 개선, 재정세수 개혁, 금융 개혁, 생태 개선
3대 중점과제 (공격전)	○ (리스크 예방) 금융리스크, 금융사기, 금융 부채, 지방 부채 관리 ○ (빈곤구제) 농촌 빈곤층, 빈곤 취약층 지원 강화 - 산업·교육·건강·생태·빈곤구제 추진, 기초인프라·공공서비스 확대 ○ (오염예방) 청정공기 확대, 화학물질 배출 감소, 토양 오염 관리 등
농촌진흥	○ (농업 공급측 개혁) 현대적·특성화 농업, 고표준 농지, 인터넷 농업 - ‘인터넷+농업’ 통한 농촌 1·2·2차산업 융합 발전 촉진 ○ (농촌개혁 심화) 토지임대권 안정, 용지 보호, 수매·저장 개선 ○ (각종 농촌 사업) 관개, 전기, 정보 인프라, 도로, 주거 개선
지역개발 정책	○ (지역개발 구조 재편) 징진지 협동발전(베이징 비수도기능 이전, 숭안 신규 건설), 창장경제벨트, 홍콩-광둥-마카오 대만구(大灣區), 서부대 개발·동북진흥·중부굴기·동부 솟선 등 특성화 발전 추진 ○ (신형도시화) 농민 시민화, 도시인프라, “성중촌” 개발, 공평발전 - 공공교통, 시장, 주차장 등 편의서비스, 도시개발, 생활편의형 주민서비스 시스템 강화
소비 확대, 투자 촉진	○ (소비 확대) 소비기반 성장(세컨드카, 의료·양로·교육·문화·여행 등) ○ (투자 확대) 철도, 도로, 수리, 주요 인프라 투자 확대
개방 확대	○ (일대일로 협력) 국제대통로, 연선대통관, 국제생산, 서부내륙변경 개방 ○ (외국인 투자 확대) 서비스, 금융, 외투기업 설립 절차 개선 ○ (무역 고도화) 수출신용보험, 통관 단축, 서비스무역 개선, 신 무역업태, 가공무역 내륙 이전, 수입 확대(수입박람회 개최, 수입관세 인하) ○ (자유화·편리화) 자유무역 옹호(보호주의 반대), 지역무역협정 확대, 분쟁해결 개선
민생	○ (취업·창업) 직업 훈련, 인터넷 플러스 활용 취업, 차상위 빈곤층 지원, 성별·신분별 차별 제거 ○ (주민소득) 퇴직자 기본양로, 주민 기초양로, 최저임금 인상 등 ○ (교육) 의무교육 확대, 과외부담 경감, 인터넷교육 확대 등

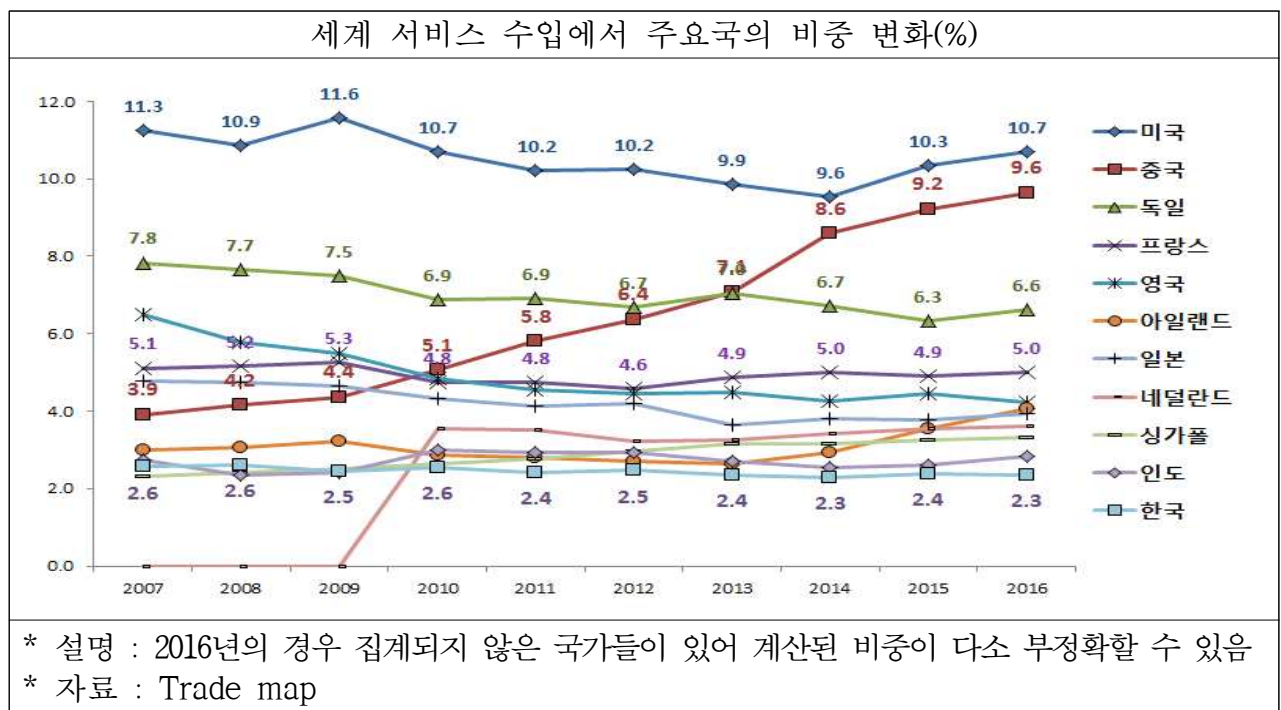
* 설명 : 진한 글씨는 서비스업 관련 정책임

II. 글로벌 서비스 시장으로 부상하는 중국

1. 중국, 글로벌 서비스 수입 대국으로 부상

□ 중국, 세계 2위의 서비스 수입국으로 부상

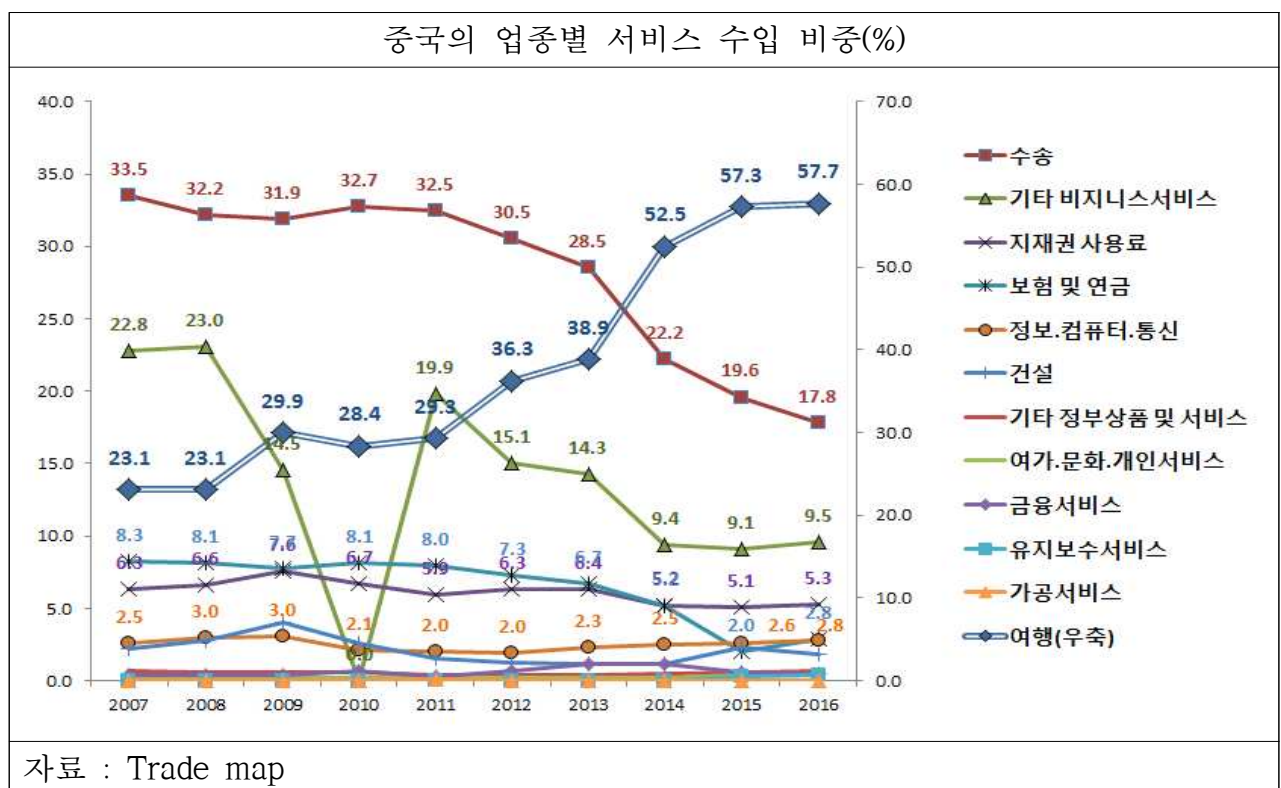
- 세계 서비스 수입에서 차지하는 비중 9.6%로 1위인 10.7%인 미국과 별 차이 없으며 3위(독일 6.6%), 4위(프랑스 5.0%)와 차이가 큼
- 글로벌 금융위기 이후인 2010년, 중국의 서비스산업 육성정책이 본격화 된 2013년 이후 서비스 수입이 빠른 속도로 증가
- 서비스 수입이 많다는 것은 상대국 서비스를 이용한 비용을 많이 지불, 즉 상대국이 중국에 서비스를 많이 제공하고 많은 비용을 받았다는 의미(실제로는 국경을 넘는 공급(Mode 1)과 해외 소비(Mode 2))
 - 예) 글로벌 서비스 강국인 미국은 막대한 서비스무역 흑자를 기록 중



☞ [참고] 서비스무역 통계 집계 방법

- (정의) 운수, 통신, 해상보험, 금융, 여행, 건설 등 상품무역 이외 서비스업의 국제거래를 지칭하며, 타국에서의 서비스 활동(변호사, 생명보험, 증권 등)도 넓은 의미의 서비스무역에 포함
- (서비스무역의 형태) 서비스무역에 대한 일반협정(gats)에 명시된 구분법에 따라 4가지로 구분 : ①국경을 넘는 공급(Mode 1), ②해외 소비(Mode 2), ③상업적 주재(Mode 3), 즉 해외투자를 의미, ④자연인 이동(Mode 4)
- (서비스무역 통계) 보통 IMF의 국제수지 매뉴얼상의 분류에 따라 서비스통계가 작성되는데, 이는 사실상 UN에서 이용하는 서비스분류(CPC)와 연관이 없으며, GATS 양허표상의 공급형태(즉 4개의 무역형태)를 반영하지 못함
 - (본 보고서의 무역통계) IMF 국제수지 매뉴얼상 분류에 따른 자료를 Trade map를 통해 제공한 자료*로 실제로는 4가지 무역형태 중 Mode 1과 Mode 2만을 반영하고 있음
 - * 한국은행의 서비스무역 통계 역시 IMF 집계 방식임

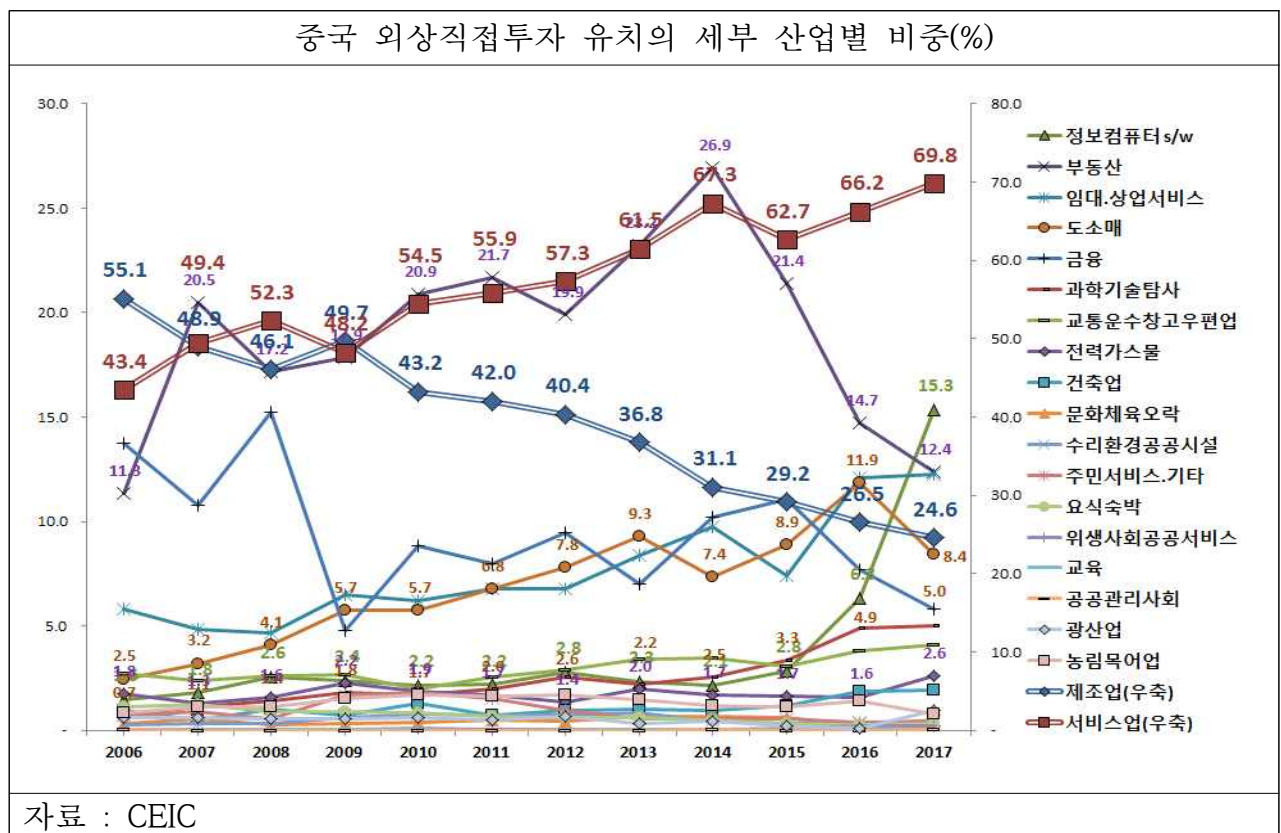
□ 중국의 서비스 수입은 여행이 절대적인 비중을 차지(57.5%)하고, 이어 수송, 기타 비즈니스서비스, 지재권사용료, 보험 및 연금, 정보·컴퓨터·통신 순



2. 서비스, 대중투자 중심으로 부상

□ 중국의 외국인 직접투자 유치 역시 서비스업을 중심으로 급속 재편중

- 중국의 외국인 직접투자 유치에서 서비스업의 비중은 글로벌 금융위기 직전(2007년) 49.4%에서 2017년 69.8%로 급증
 - 반면 제조업의 비중은 48.9% → 24.6%로 급감
- 서비스업 내부에서도 고기술, 고부가가치 분야 외국인투자 도입이 빠른 속도로 증가
 - 비중 급증 업종은 정보·컴퓨터·소프트웨어, 임대·상업서비스, 도소매, 과학·기술·탐사, 교통·운송·창고·우편, 전력·가스·물 공급서비스 등
- 이러한 변화는 글로벌 대중투자의 중심축이 서비스업, 그중에서도 고기술·고부가가치 서비스업을 중심으로 재편되었음을 의미



□ 한편, 중국의 외국인 직접투자 유치에서 서비스무역 완전 자유화를 이룬 홍콩의 비중이 급속 증가하여 절대적 비중을 차지

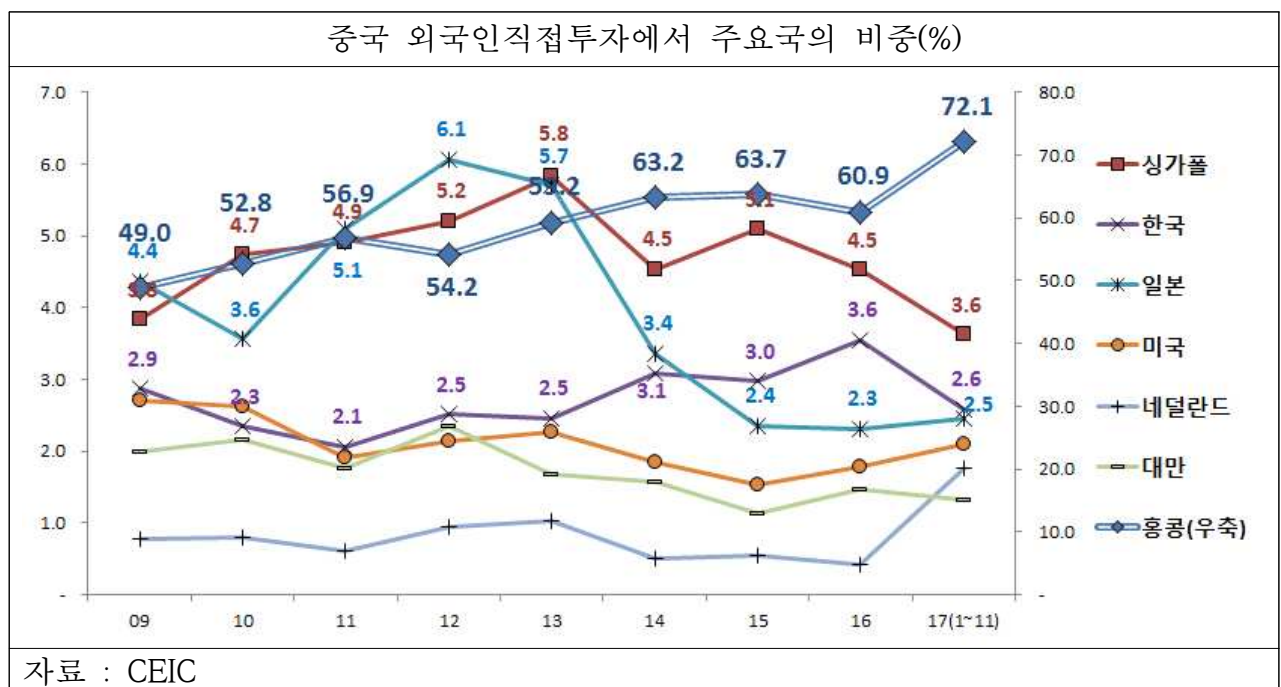
○ 중국은 홍콩과 CEPA를 체결하면서 홍콩에 대해 서비스업을 대폭 개방해 왔으며, 이에 따라 홍콩은 2000년대 중반 이후 외국기업들의 대중국 서비스 우회투자 통로로 이용되기 시작

- 중-홍콩 CEPA는 2004년 처음으로 발효되었으며, 그 뒤 10년간 매년 서비스개방 후속협상을 통해 대홍콩 서비스 개방을 확대해 왔고, 2016년 사실상 서비스 완전 개방하기에 이르렀음

○ 이에 따라 2006년 30% 아래로 내려갔던 홍콩의 대중국 투자 비중이 2009년 49%에 이르고, 2017년에는 72.1%까지 확대

- 홍콩에 이어 대중국 투자 순위 2, 3, 4위를 차지하는 싱가포르, 한국 일본의 대중국 투자 비중은 각각 3.6%, 2.6%, 2.5%로 매우 미미한 수준을 보이고 있음

- 이는 사실상 주요국의 대중국 투자는 대부분 홍콩을 우회해 이루어지고 있다고 볼 수 있음

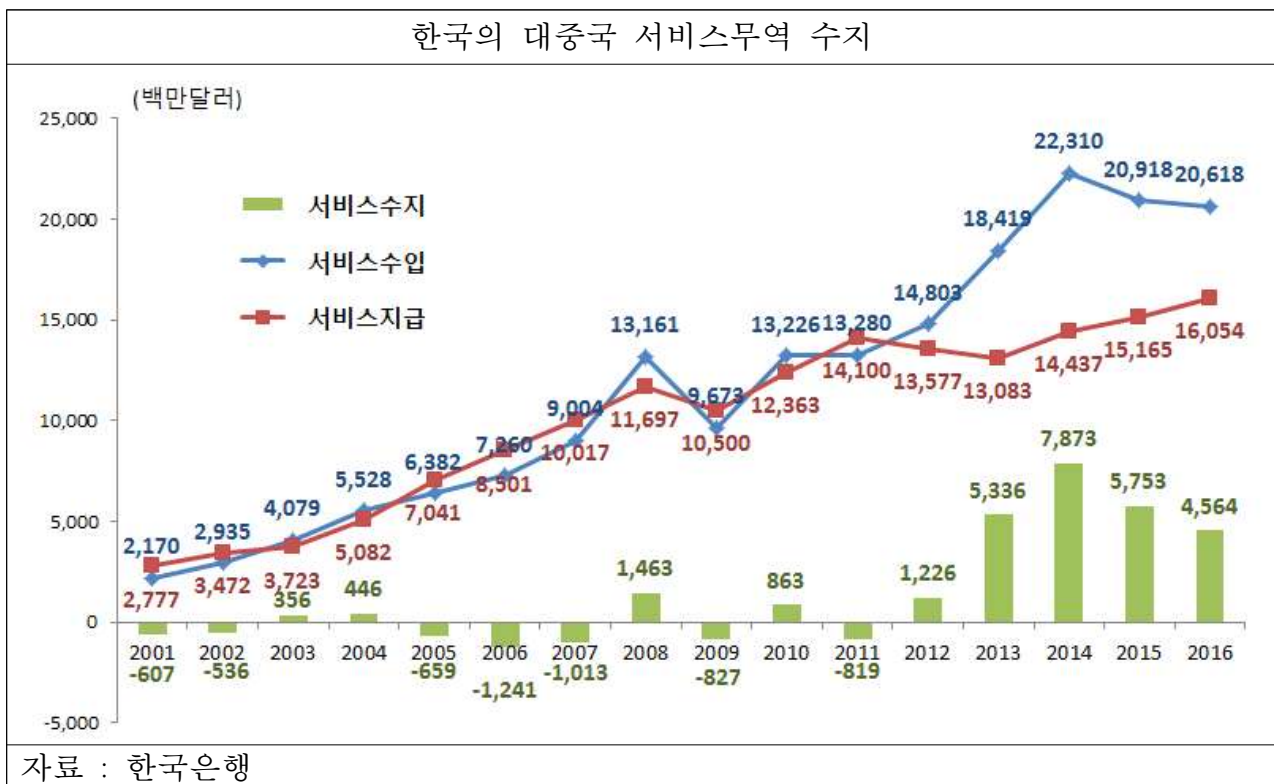


Ⅲ. 한국의 서비스업 진출과 주요 업종 현황

1. 한국의 중국 서비스업 진출 현황

□ 한국, 대중국 무역흑자 상태이나 흑자폭은 둔화 중

- 한국의 대중국 서비스 수출은 완만하게 증가해 오다가 2013년 중국 관광객의 한국 방문이 늘어나면서 증가 속도가 빨라졌고, 이에 따라 대중 서비스무역 흑자를 유지하고 있음
- 대중국 서비스무역 수지 2011년까지 균형상태 유지해 오다가 2012년부터 무역흑자 확대되었으나 2014년부터 대중수출 줄어들면서 흑자폭 감소 중
 - * 대중 서비스무역 수지(백만달러) : (2012) 1,226 → (2014년) 7,873 → (2016년) 4,564



- 한국이 중국에 대해 서비스무역 흑자를 보이는 가장 큰 이유는 요우커의 한국 방문에 따른 대중 여행수입 증가임

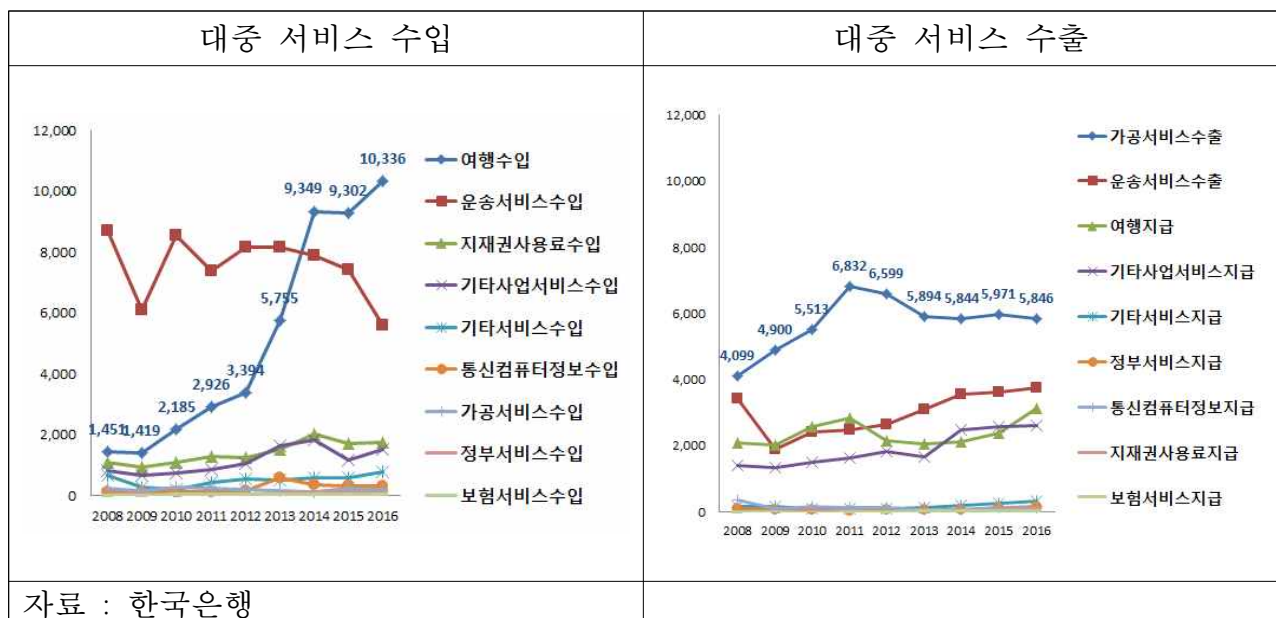
* 2012년 이후 대중 여행수입 급증

- 반면에 우리 기업의 대중 서비스 지급(지출)은 가공서비스 지급(수출)을 제외하고 미미한 수준 유지

- 가공서비스 수출 역시 중국내 가공생산에 대한 우리 기업의 대중국 기업 지급을 의미하는 것, 즉 중국내 임가공을 의미하므로 우리에게 불리하다고 볼 필요는 없음

- 다만, 아직 통계자료가 발표되지 않아 정확히 알 수는 없으나 2017년 사드 사태와 관련하여 요우커의 한국 방문이 급감했음을 고려할때, 2017 대중국 서비스 무역 수지 크게 감소했을 것으로 판단

* 사드사태 여파로 '17년 방한 중국 관광객은 전년 대비 48% 감소한 417만 명(한국관광공사)

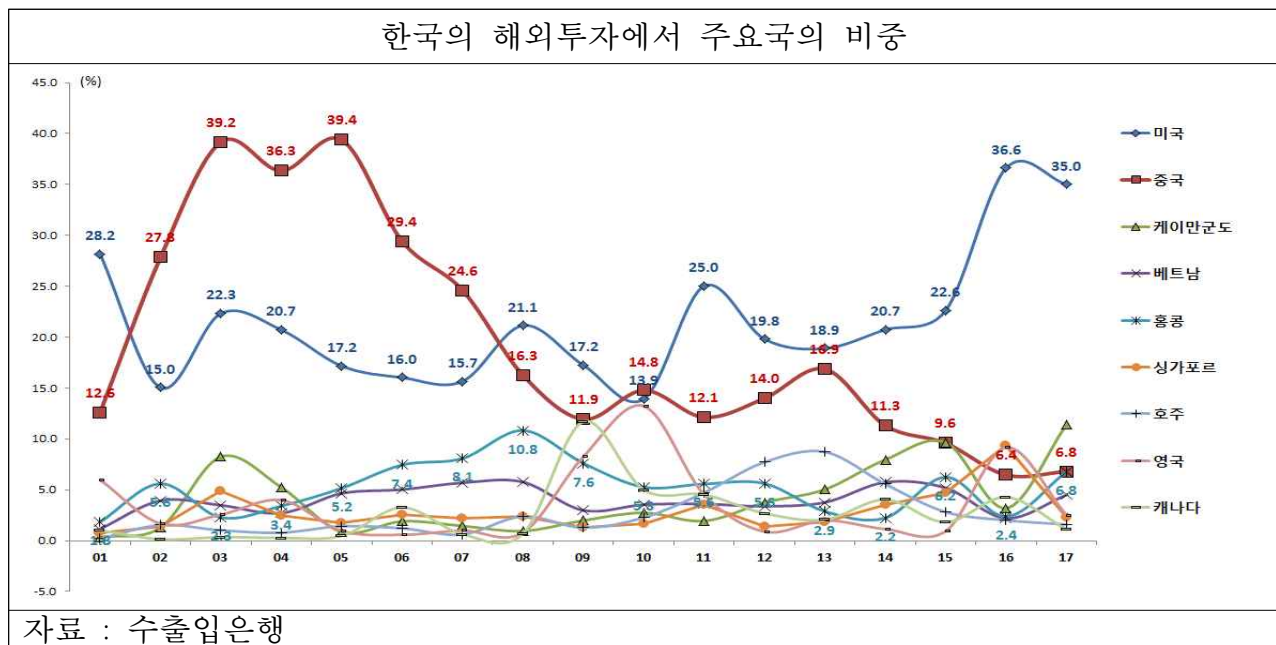


□ 한국의 대중투자는 글로벌 금융위기(2008년) 이후 둔화 상태를 벗어나지 못하고 있음

* 한국 대외직접투자에서 중국의 비중(%) : (2011년) 12.1 → (2013년) 16.9 → (2015년) 9.6 → (2017년) 6.8

○ 중국측 집계에 따르더라도 한국의 대중 투자 역시 둔화가 지속되고 있음

* 중국의 외국인직접투자 유치에서 한국의 비중(%) : (2011년) 2.1 → (2013년) 2.5 → (2015년) 3.0 → (2017년) 2.6



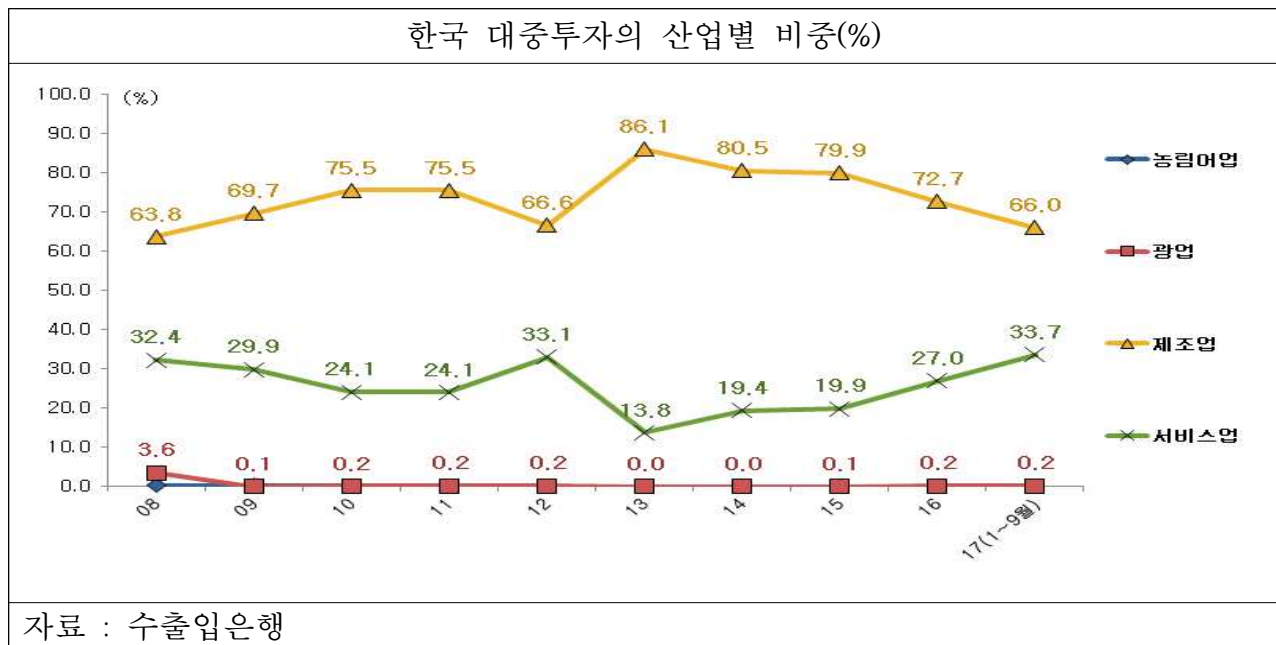
□ 한국의 대중국 투자가 부진한 가장 중요한 이유 중 하나는 중국의 대한국 서비스 개방 수준이 낮기 때문임

○ 한국의 대중투자 부진 이유가 중국의 대한국 서비스 개방 수준이 낮기 때문이라는 점은 한국의 대중 투자 산업별 구성을 통해서도 확인

○ 앞에 본 대로 한국의 대중투자는 각각 33.7%와 66.0%로 아직 제조업이 절대적인 비중을 차지하고 있음

* 중국의 대세계 투자 유치에서 서비스업과 제조업의 비중은 각각 69.8%, 24.6%(2017년 기준)으로 서비스업이 절대적인 비중을 차지

- 이는 중국의 낮은 대한국 서비스 개방 수준으로 인해 한국의 제조업 중심 투자구조가 지속되고 있고, 서비스 분야의 대중국 투자가 상당 부분 홍콩으로 우회해 이루어지고 있음을 시사

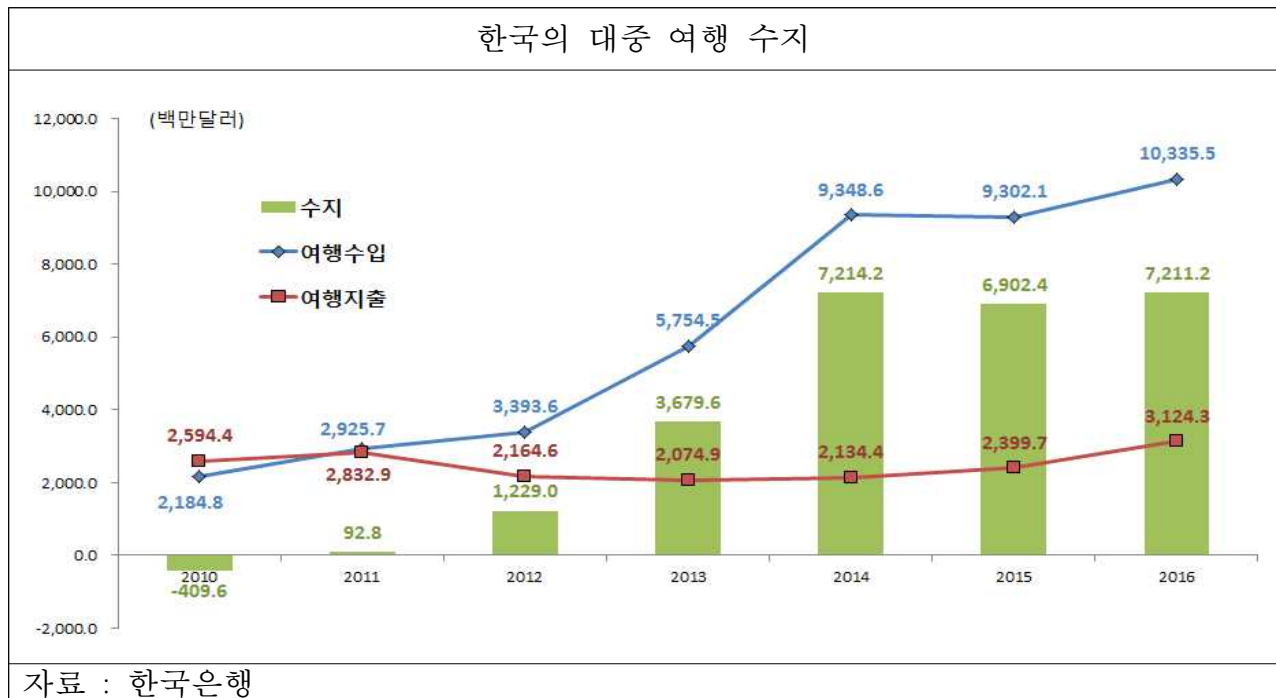


2. 주요 업종 현황

1) 관광

- (일반현황) '16년 중국 관광시장 매출액 규모는 약 4조6천억 위안(한화 800조원)으로 추산되며, 이 중 온라인 관광시장 규모는 약 13%로 전년대비 36% 성장하는 등 향후에도 급격한 성장세 예상(중국여유연구원)
- (해외여행(out-bound)) 중국 아웃바운드 관광객 수는 1억 2천만명으로 급속 성장('16), '13-'16년 연평균 10%에 달하는 성장세 기록
- * '17년 中 여유국 통계 기준, 주요 목적지는 태국, 일본, 싱가포르, 한국, 말련, 미국, 인니, 베트남, 필리핀, 호주 순(한국은 '16년 2위→'17년 4위로 2단계 하락)

- 중국 시장 내에는 25,000개 이상의 여행사가 존재하며, 이 중 아웃바운드 인가를 받은 여행사는 3,000개 가량
- (방한 중국 관광객 현황) '16년 방한 중국 관광객은 807만명으로, 전체 방한 외국인 관광객(1천720만명) 중 47%로, 국적별 순위로는 1위
- '13년 이후 중국 관광객의 한국 방문이 급증하면서 대중 여행수지도 크게 확대
- 다만, 사드사태 여파로 '17년 방한 중국 관광객은 전년 대비 48% 감소한 417만명



2) 유통 · 물류

□ (중국 유통시장) 전체 소매판매액은 '15년 기준 약 11조 위안을 기록하였고, 상위 100개社*는 판매액 2.1조 위안(6.9%의 비중)을 달성

* 상위 100개社 중 해외기업은 18개사에 불과하며, 해외유통기업의 판매액은 '15년 기준 전년대비 0.5% 성장하며 중국유통기업에 비해 소폭 성장

< 중국 유통산업 업체별 매출수익 >

(단위 : 십억 위안)

구 분	2012	2013	2014	2015
전 체	8,344.1	9,848.7	11,064.1	11,425.5
대형마트 등	713.8	762.3	762.9	808.1
백 화 점	325.2	370.4	380.6	384.1
편 의 점	44.9	49.3	53.2	60.0

* 자료 : 중국 상무부(CEIC Data)

○ (대형마트 · 슈퍼마켓) 전체 경기 둔화와 온라인 · 편의점 부문의 빠른 성장으로 인해 대형마트 부문의 성장세가 둔화*되고 있으며, 신규 매장 출점 속도도 감소하는 추세

- '15년 기준 상위 10社 중 월마트(美)와 까르푸(佛)를 제외한 기업은 모두 중국계 유통기업이며, 당시 롯데마트 · 이마트의 매출은 1위 기업인 벵가드(Vanguard) 매출에 비해 각각 10% · 1% 수준

○ (백화점) 온라인 부문의 성장으로 인해 백화점 부문의 성장세가 둔화*되고 있으며, 이를 극복하기 위해 각 업체들은 다양한 형태의 점포 출점, 온라인 업체 연계** 등 여러 방안을 모색중

* '15년 기준 백화점 매장 수는 전년대비 3.8% 증가

** 바이렌 그룹은 알리바바 그룹과 전략적 동맹관계를 체결함으로써 양사의 회원 DB를 통합하고 AI · 빅데이터 등 신기술 연구개발을 공동 수행하기로 합의

- '15년 기준 상위 10社 모두 중국계 기업이며, 롯데백화점은 중국 전역에 5개 매장 운영중

- (편의점) 남부 지역(상하이, 광둥)을 중심으로 최근 급격하게 성장하였으며, 개별 업체들은 신선식품 · PB상품 등을 중심으로 다른 업체들과 차별화 시도중
 - '15년 기준 상위 10社 중 9위인 패밀리마트(日)를 제외한 기업은 모두 중국계 기업이며, 해외기업들이 전국에 점포를 출점하는 데 반해 중국기업들은 특정 지역을 중심으로 점포를 출점하는 경향*
- (중국 물류시장) 중국시장의 글로벌 물류시장 비중은 약 18.6% 수준(1.59조 달러)으로, 세계 제1의 물류시장(2위는 미국시장으로 15.8% 비중, 1.36조 달러)
- (기업 국적별) 중국에 진출한 글로벌 물류기업*들은 막대한 자본 · 경험을 바탕으로 고급(high-end) 물류시장을 장악한 반면, 대부분의 중국기업들은 일반(mid-to-lower-end) 물류시장에서 경쟁 중
- * UPS · FedEx · DHL 등 글로벌 물류기업은 JV 방식으로 중국에 진출하여 상하이 인근에 각 회사 전용 물류센터를 건설
- (지역별) 동부지역 해안가(베이징, 톈진, 상하이 등)를 중심으로 물류산업이 발전했으며, 일대일로 전략 이후 내륙지역으로 확산 움직임

3) 전문 서비스(법률·의료)

☞ (업종 설명) WTO 서비스 업종 분류상 전문서비스에는 법률, 회계·감사·부기, 세무, 건축, 엔지니어링, 도시계획, 의료, 컴퓨터 및 관련서비스 등 수많은 업종을 포괄하나 여기서는 법률 및 의료 서비스 시장을 검토함

□ (법률) 전체 로펌수 17,600여개 규모('17.)이며 세계 100위권 이내에 변호사수 기준 8개, 매출액 기준 2개 로펌 보유('15.) (출처 : Legalweek)

- 총 235개 외국 로펌 대표처가 영업중('17)
 - 국가별로는 미국(108개) 및 영국(31개), 일본(19개)에, 지역적으로는 상해(126개), 북경(85개)에 집중

□ (의료) 중국 의료서비스 시장규모는 '15년 기준 4.1조 위안(약 697조 원)으로, 경상의료비 지출규모*는 GDP 대비 6.1%

* GDP 대비 경상의료비 지출규모('15) : OECD 평균 8.9% > 한국 7.4% > 중국 6.1%

- 중국 정부는 '20년까지 시장규모를 8조 위안(약 1,400조 원)*으로 확대할 계획으로(연 10% 이상 성장), 미국에 이어 세계 2위 시장으로 성장 예상
 - * '20년 국내 헬스케어(의약품, 의료기기, 의료서비스)산업 규모(174조원 예상)의 약 8배

- 헬스케어시장을 확대하기 위해 정부에서 적극적으로 외국자본 및 민간자본의 투자를 장려하기 위한 정책을 추진 중

- (의료서비스 시장환경) 중국에 진출한 외국 의료기관은 200여개 이상으로 추정되며 주로 합작·합자형태로 운영

* 대표병원 : 허무자병원(미국), 아르테미드 병원(독일), 베이징텐탄푸화의원(미국), 베이징 신세기 아동병원(홍콩), 자메이치과(영국) 등

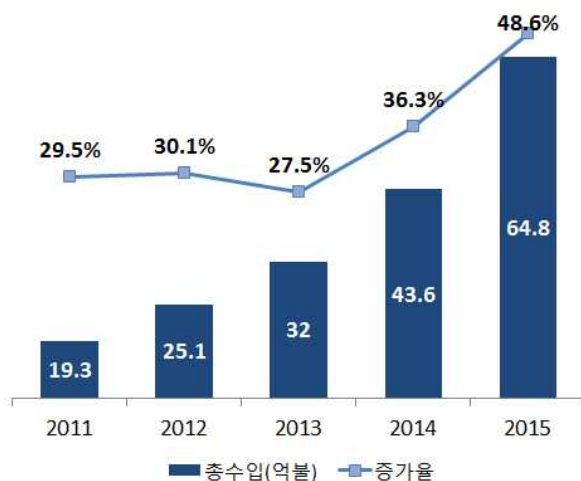
4) 문화컨텐츠(영화·방송·출판인쇄)

□ (영화) 최근 중국인들의 소비력 향상, 문화 소비 욕구 증가로 영화 소비가 늘어나고 있으며, '15년 박스오피스 매출액은 10년 전 대비 약 20배 이상 증가한 64.8억 달러

○ 영화 제작편수도 꾸준히 증가하여 '16년에는 10년 전 대비 3배 이상 증가한 944편을 기록('06년 300편→'16년 944편)

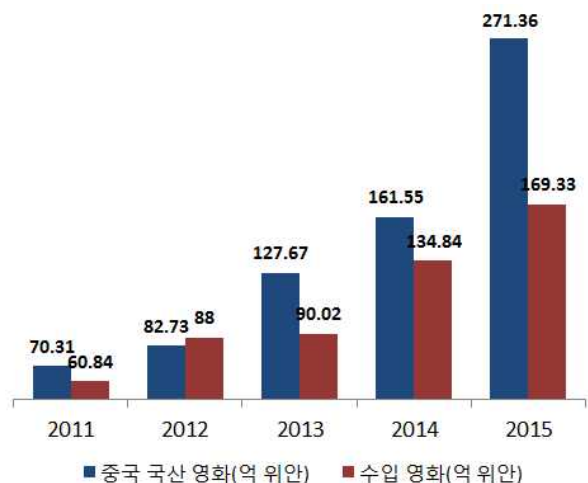
<중국 영화 박스오피스 매출액>

*자료: KOTRA, 中광전총국



<중국 영화 및 수입 영화 매출액 비교>

*단위: 억 위안, 자료: KOTRA, 中광전총국



○ '16년 중국의 영화관 스크린 수는 약 41,000개로 미국과 유사한 규모이며, 완다, 광둥따띠 등 대형 체인의 스크린이 전체의 65%를 차지

- 업계 1위 완다는 중국 최대 기업 중 하나로, 영화 제작·배급·상영을 수직계열화하는등 글로벌 1위 기업으로 도약

□ (방송) 미국에 이어 세계 2위 규모로 지속 성장 전망

- 제12차 경제개발계획('11~'15년)으로 방송 인프라가 대대적으로 구축되어 매체 보급률이 높아지고, 방송사·프로그램 제작사가 증가하여 콘텐츠 공급이 늘어나면서 방송영상산업이 급격하게 성장
 - 2016년 기준 전년 대비 7.0% 증가한 363억 달러 규모로 연평균 6.2% 성장하여 2021년에는 491억 7,900만 달러 규모 전망

□ (출판·인쇄) 세계 2위의 출판시장

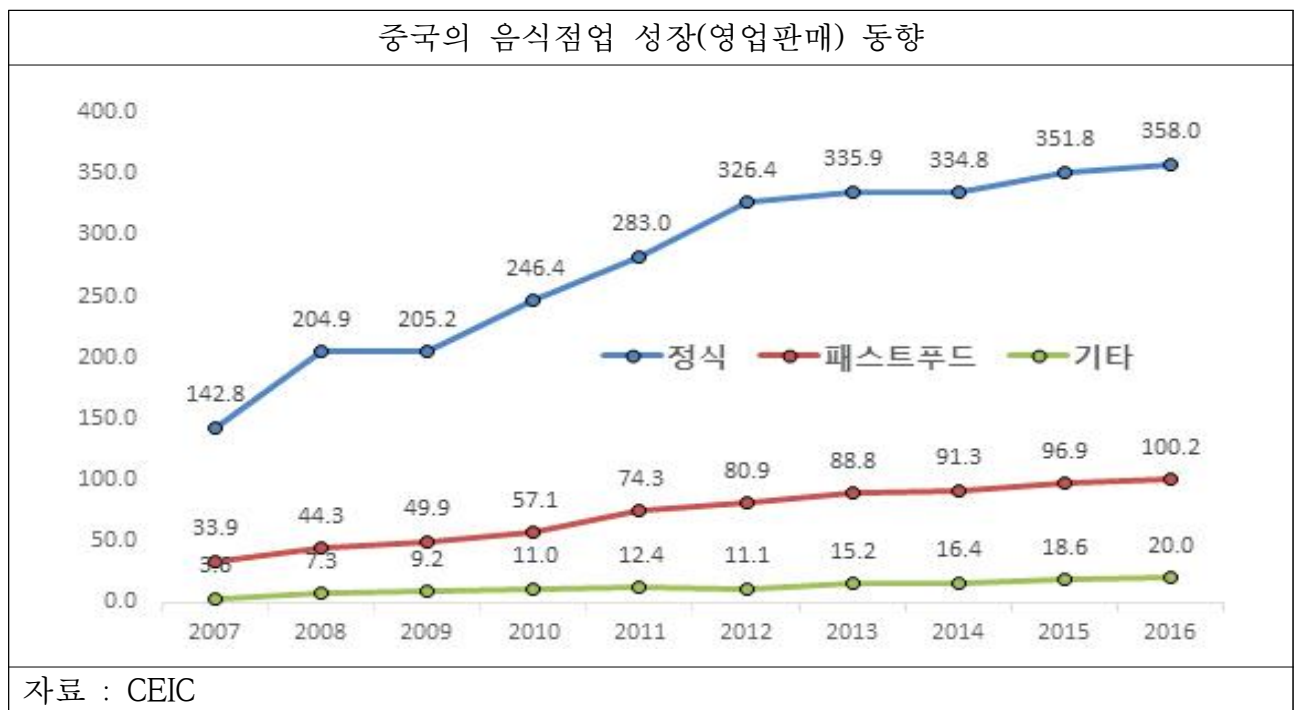
- (출판) 중국은 세계 제2의 출판시장으로 '16년 427억불 규모
 - 전자출판물의 급성장으로 신문, 정기간행물 등은 감소세, '16년 중국 도서의 총 인쇄 부수는 90.4억부로 전년에 비해 4.32% 증가
 - * '16년말 기준 출판사 수 : 584개(중앙 219개, 지역 365개)
 - '15년 중국은 도서의 판권을 15,458건 수입, 7,998건 수출하였으며, 한국은 미국, 영국, 일본에 이어 수출입 총계가 4번째로 많음
- (인쇄) '16년 영업이익은 전년 대비 3.81% 증가한 1,2711.59억 위안(출판물·포장 및 장식·기타·특수 인쇄, 복사, 타이핑, 재료 공급 및 마케팅 포함), 기업수 8,936개(특수인쇄 포함), 종사자 47,830천명(평균 연봉 44,900위안)

5) 요식 · 숙박

□ (요식업) 신창타이(뉴노멀)에 진입한 2013년 이후 증가율이 둔화되었으나 중국의 요식업은 꾸준하게 성장

○ 최근 수년간 정찬류 보다는 패스트푸드가 더욱 빠른 속도로 증가

* 최근 5년간(2012~16년) 영업판매 증가율 : 정찬류 9.7%, 패스트푸드 23.9%



○ 특히 체인형(프랜차이즈) 형 요식업체가 빠른 속도로 증가

* 영업망수 기준 최근 5년간(2012~16년) 영업망수 증가율 38.4%, 판매액 증가율 25.4% 기록

<중국의 체인형 음식점 동향>

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
영업망수	개	12,561	13,739	15,333	16,108	18,513	20,949	22,079	24,126	25,634
	증가율	-1.4	9.4	11.6	5.1	14.9	13.2	5.4	9.3	6.3
점포수	천개	2,531	2,489	2,638	2,656	2,931	3,254	3,255	3,320	3,411
	증가율	-9.6	-1.6	6.0	0.7	10.4	11.0	0.0	2.0	2.7
종업원수	천명	661	652	706	747	808	806	746	730	756
	증가율	5.6	-1.3	8.3	5.9	8.1	-0.2	-7.4	-2.2	3.6
판매액	10억 위안	80	87	95	113	130	132	142	154	163
	증가율	24.9	9.7	9.3	18.2	15.5	1.6	7.6	8.3	5.5

* 자료 : 상무부(CEIC)

□ 중국의 숙박업 역시 신창타이 진입 이후 증가율이 다소 둔화되고 있으나 꾸준하게 증가중

○ 이런 가운데 경쟁 격화와 대형화가 진행중

* 2016년 기준 기업수는 3.0% 증가, 영업수입 4.5% 증가에 그친데 반해 객실수는 12.2% 증가

<중국의 숙박업 동향>

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
영업수입	백만 위안	326,189	353,444	352,799	353,525	364,822	381,112
	증가율	16.6	8.36	-0.2	0.2	3.2	4.5
객실수	칸	2,543,225	3,360,000	2,655,144	3,199,000	3,371,983	3,783,201
	증가율	13.1	32.12	-21.0	20.5	5.4	12.2
기업수	개	16,506	17,109	18,437	18,874	18,937	19,496
	증가율	5.1	3.65	7.8	2.4	0.3	3.0

* 자료 : 상무부(CEIC)

IV. 시사점과 진출 과제

1. 시사점

□ (서비스산업화) 중국경제의 서비스산업화(化) 더욱 빨라질 것

- 최근 비중이 빠른 속도로 커지고 있음에도 불구하고 아직 낮은 수준으로 추가적 비중 확대 공간이 커 서비스업은 계속 늘어날 wj 전망
 - 한국의 경우 서비스산업이 GDP 대비 기준으로 중국의 2017년 비중인 51.7%를 통과한 시점은 1978년이었으며 2017년 68.3%에 달했으며, OECD 평균은 이미 2013년에 73.7%에 도달
- 중국의 서비스업 확대 공간이 큰 데다 정부의 육성정책도 강력해 서비스업 확대 지속 및 확대 예상
- 이에 따라 우리의 대중 진출 및 한중 협력 분야도 기존 제조업에서 서비스산업으로 전환 예상

□ (‘현대적 서비스업’) 중국의 서비스업은 이른바 ‘현대적 서비스 산업’으로 직접 ‘도약’하는 길을 밝고 있음

- 과거 한국을 비롯한 동아시아형 공업화*에서는 1차산업이 3차산업으로 대체되는 과정에서 저부가가치형, 생계형 서비스산업이 두드러진 특징으로 자리잡음

* 산업화 초기단계에서 농업 중심의 1산업이 해체, 급속한 도시화와 3차산업화, 노동집약 공업화가 병행

- 반면 현재 중국 서비스 산업화는 2차산업(공업)이 3차산업으로 대체되면서 진행되므로 공업화 단계*에서 이룬 성과를 활용해 고부가가치화, 전문화 될 수 있는 가능성이 큼
 - * 도시 및 공업 인프라, 높은 교육 수준 등
- 특히 중국의 서비스산업화가 정보통신혁명(컴퓨터·인터넷·모바일)이 진행되는 시점에서 이루어지고 있어 서비스산업이 생성단계에서부터 첨단화되고 있음
 - 중국정부 역시 이러한 특징을 겨냥해 ‘현대적 서비스산업’으로 이름 짓고 첨단기술(즉 ‘인터넷 plus(+)’, 빅데이터 등)에 기반한 서비스산업 육성을 적극 추진 중
- 따라서 중국의 서비스산업은 단순한 서비스를 넘어 생산형 서비스산업, 스마트 한(지능화 된) 생활 서비스 산업으로 발전하게 될 것임

2. 진출 과제

- (기본 방향) 일부 유통·요식업 중심의 소규모 대중국 투자 진출의 한계를 극복할 수 있도록 중국 서비스시장 개방 확대와 한중 서비스산업 협력을 적극 추진해야 함
- 콘텐츠, 요식업 등 ‘한류’를 활용한 중국 투자진출의 성과를 잘 이어나가는 동시에 진출 분야를 확대할 수 있는 방안 마련
- 소규모 투자의 한계를 극복할 수 있는 협력 방안 마련

□ (중국 진입장벽 완화) 곧 개시될 한중 FTA 서비스·투자 협상을 기회로 중국의 서비스시장 진입 장벽을 완화하도록 노력

- 중국 서비스산업의 핵심 분야인 전문서비스, 정보통신, 건설, 금융 등에 우리 기업이 많이 진출하지 못하는 결정적인 이유는 한국에 대한 중국의 미개방(진입장벽)임

* 홍콩이 중국의 최대 외자도입 통로가 된 이유는 중-홍콩 CEPA에 따른 중국의 대홍콩 서비스업 개방

〈한국의 대중국 업종별 투자 비중(2015~17년)〉

(단위 : 건, 천달러, %)

업종(대분류)	건수 기준		금액 기준	
	건수	비중	금액	비중
농림어업	23	0.5	2,687	0.0
광업	3	0.1	26,061	0.3
제조업	2,686	54.1	6,964,452	74.8
전기, 가스, 수도업	5	0.1	49,575	0.5
하수 · 폐기물 처리, 원료재생, 환경복원업	6	0.1	1,825	0.0
건설업	33	0.7	14,008	0.2
도매 및 소매업	1,157	23.3	800,033	8.6
운수업	75	1.5	38,728	0.4
숙박 및 음식점업	176	3.5	79,841	0.9
출판, 영상, 방송통신, 정보서비스업	216	4.3	128,689	1.4
금융 및 보험업	65	1.3	615,646	6.6
부동산업 및 임대업	43	0.9	266,594	2.9
전문, 과학 및 기술 서비스업	274	5.5	239,897	2.6
사업시설관리, 사업지원 서비스업	63	1.3	6,469	0.1
공공행정, 사회보장 행정	3	0.1	49	0.0
교육 서비스업	39	0.8	7,552	0.1
보건업, 사회복지 서비스업	14	0.3	3,136	0.0
예술, 스포츠, 여가 서비스업	44	0.9	17,537	0.2
협회, 단체, 수리, 기타 개인 서비스업	41	0.8	43,180	0.5
합 계	4,966	100.0	9,305,959	100.0

* 자료 : 수출입은행

□ (서비스 협력) 서비스분야 협력 강화는 중국 진출 한국기업의 자금 부족과 중국 서비스산업의 첨단화·정보화와 양국 정부의 창업 육성 정책에 적합한 대응 방안

○ 중국 서비스산업의 특징이자 중국정부의 중점 정책인 ‘현대적 서비스’ 산업은 제조업과 서비스업, 더 나아가 통상(통관, 검역등)을 융합·개발*해야 가능하므로 양국 민관이 모두 참여하는 협력이 효과적인 방안

- 예를 들어 전자상거래, 첨단 물류·유통, 자율주행자동차, 공유경제*에 필요한 장비와 소프트웨어 개발은 다분야가 참가한 융합개발이 필수적

* 공유 자전거, 공유 의료, 공유 교육 등

○ 서비스 협력을 통한 연구개발 공간과 자금 공급(세금 감면, 펀드 마련 등)은 우리 서비스기업의 자금 문제 해결에도 도움이 됨

○ 이미 진행중인 한중 FTA 산업단지 협력 및 지방경제협력 시범 사업, 중국의 자유무역시험구 등을 연계, 발전은 효과적인 협력 증진 방안이 될 수 있음

작성자

◆ 동북아사업단 정환우 중국조사담당관

KOTRA자료 18-002

중국의 서비스산업 발전 동향과 진출 방안

발 행 인 | 김재홍
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2018년 3월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(06792)
전 화 | 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr
문 의 처 | 동북아사업단
(02-3460-7412)

I S B N : 979-11-6097-697-7 (95320)



KOTRA 저작물은 '공공누리 출처표시' 조건에 따라 이용할 수 있습니다.

CHINA

중국의 서비스산업 발전 동향과 진출 방안

