



무공자료 06-014

# 5년을 앞서가는 중국 비즈니스 전략

## - 11.5 기획 비즈니스 로드맵 -



1132

**kotra**

Korea Trade-Investment  
Promotion Agency

**kotra**  
대한무역투자진흥공사

본 자료는 대한무역투자진흥공사의 소장 자료를  
국립중앙도서관이 전자책으로 구축한 것입니다.

자료 06-014

# 5년을 앞서가는 중국 비즈니스 전략

- 11.5 계획 비즈니스 로드맵 -



**kotra**

Korea Trade-Investment  
Promotion Agency

## 머리말

### 제2, 제3의 중국 특수를 창조하라

지난해 우리나라의 대중국 수출은 619억 달러로 전체 수출 물량의 22%가 중국으로 향했습니다. 대중국 투자는 올 3월말 현재 14,152건, 143억 달러로 전체 해외투자기업의 약 절반이 중국에 집중돼 있습니다.

한국은 앞으로 3년 내 중국 수입시장에서 1위로 올라설 전망이고 양국이 합의한 교역 2천억 달러 목표는 2년 앞당겨 2010년경이면 달성할 것으로 기대됩니다. 기업들의 대중국 투자 집중현상도 가속화될 것입니다.

그러나 최근 기업 일각에선 우려의 목소리가 커지고 있습니다. 중국 내 비즈니스 환경이 예전 같지 않다는 것입니다. '세계의 공장'이라지만 인건비가 매년 큰 폭으로 치솟아 생산 부문의 비교우위가 갈수록 흐려지고 있습니다. WTO 가입 후 시장 개방이 확대되고 있지만 기업 경쟁은 더욱 심해졌습니다. 다른 한편으로 전에 없던 까다로운 규정들이 생겨나고 있고 외국인투자기업에게 주는 기업소득세 혜택은 언제 없어지느냐의 시기의 문제만 남겨두고 있는 듯 합니다.

상황이 이렇다보니 '차이나 리스크'라는 말이 유행처럼 번지고 있습니다. 베트남과 인도 같은 대안을 찾아 떠나야 한다는 말도 귀에 익숙해졌습니다. 그러나 이런 도피성 대책이 과연 얼마나 효과를 낼지 의문입니다. 이미 중국에 진출한 기업이 또 다시 베트남이나 인도

로 떠난다면 만만치 않은 이전 비용과 앞으로 부딪히게 될 낯선 환경을 어떻게 감당할 것인가의 문제도 생각해보아야 할 것입니다.

이제는 차이나 리스크에 대한 전면적이고 현실적인 재검토가 필요하다고 생각합니다. 중국이 갑자기 위험해졌다가 보다는 이전의 중국과 지금의 중국은 환경이 달라졌다는 차원에서 접근하는 인식의 전환이 필요합니다. 중국이 달라졌으니 우리의 전략도 바뀌어야 할 것입니다.

중국은 올해부터 제11차 5개년 계획(11·5 계획)을 추진하고 있습니다. 이제까지의 양적인 성장 시기에서 벗어나 질적인 성장 단계로 접어들면서 전에 없던 많은 새로운 변화들이 나타나고 있습니다. 우리 기업들로서 차이나 리스크에 대한 과도한 우려보다는 전환기에 기회를 찾아내는 전략적 방향 전환이 필요합니다.

KOTRA 중국지역본부는 이번에 『5년을 앞서는 중국 비즈니스 전략-11·5 계획 비즈니스 로드맵』을 발간하게 되었습니다.

이 책은 종래 나왔던 관련 자료와는 달리 11·5 계획을 거시편, 산업편, 권역편, 전략편 등으로 나누어 새롭고 다양한 시각에서 중국의 변화를 조망한 것이 가장 큰 특징입니다.

제1장 거시편에서는 11·5 계획의 내용과 의미, 영향을 다각도로 분석해 중국의 변화를 현장감 있게 소개했습니다. 제2장 산업편에서는 유통, 비즈니스 서비스, 자동차, 문화컨텐츠, 환경, 기계, 전기·전자 등 7대 유망 산업에 대한 집중 공략법을 담았습니다.

제3장 권역편에서는 11·5 계획 기간 중에 핵심 경제권으로 떠오를 5대 권역별 진출 전략을 제시했습니다. 마지막 제4장 전략편은 변화하는 환경에서 살아남을 수 있는 마케팅 전략 11계명을 사례와 함께 실었습니다.

이 책은 KOTRA 중국지역본부가 2006년 전략사업으로 출간했으며 자료 수집 및 원고 작성에는 상하이무역관 박한진 차장과 김명신 과장(베이징무역관), 장상해 과장(다롄무역관), 고봉숙 과장(칭다오무역관) 등이 참여했습니다.

아무쪼록 이 자료가 앞으로 우리 기업들의 중국진출 전략 수립과 비즈니스 기회 창출에 유용하게 활용되기를 희망하며 KOTRA 중국지역본부는 앞으로도 급변하는 중국 경제 환경에 부합하는 핵심 비즈니스 정보를 끊임없이 제공해드릴 것을 약속합니다.

2006. 6

KOTRA 중국지역본부장

황민하

## ■ 목 차 ■

### I. 거시편 - 미리보는 5년후 중국 / 7

- |    |    |                     |
|----|----|---------------------|
| 9  | 01 | '중국식' 5개년 계획이 남긴 과제 |
| 18 | 02 | 11·5 계획을 어떻게 볼 것인가  |
| 21 | 03 | 11·5 계획은 무엇을 지향하나   |
| 28 | 04 | 우리에게 미치는 영향         |
| 33 | 05 | 중국식 과열의 본질          |
| 37 | 06 | 시간표 없는 긴축정책         |
| 39 | 07 | 11·5 시기의 위안화 환율     |

### II. 산업편 - 7대 유망산업 집중 공략법 / 47

- |     |    |                            |
|-----|----|----------------------------|
| 49  | 01 | 떠오르는 신산업과 재편되는 재래산업        |
| 55  | 02 | 유통 : 경쟁 심해도 발전 가능성 최고      |
| 71  | 03 | 비즈니스 서비스(BS) : 떠오르는 신산업 군단 |
| 91  | 04 | 자동차 : 마이카 시대를 선점하라         |
| 106 | 05 | 문화컨텐츠 : 한류는 계속된다           |
| 120 | 06 | 환경 : 팽창할 수밖에 없는 황금시장       |
| 140 | 07 | 기계 : 산업구조 조정을 기회로 삼아라      |
| 154 | 08 | 전기·전자 : 프리미엄 제품으로 승부하라     |

**III. 권역편 - 5대 권역 집중 공략법 / 169**

- 171 | 01 중국을 5개로 쪼개라 - 권역시장에서 살아남는  
핵심 전략
- 177 | 02 5대 권역의 변화와 진출 전략<1> 장강삼각주
- 188 | 03 5대 권역의 변화와 진출 전략<2> 환발해(京津翼)
- 204 | 04 5대 권역의 변화와 진출 전략<3> 주강삼각주
- 219 | 05 5대 권역의 변화와 진출 전략<4> 동북지역
- 230 | 06 5대 권역의 변화와 진출 전략<5> 중부지역

**IV. 전략편 - 전략 마케팅 11계명 / 271**

- 273 | 01 다층화, 다원화 환경에 적응하라
- 285 | 02 과잉시장에서 살아남는 다섯 가지 법칙
- 295 | 03 한발 앞서 미래 코드를 파악하라
- 298 | 04 학습형 조직으로 변신하라
- 300 | 05 브랜드로 승부하라
- 302 | 06 채산성을 확보하라
- 303 | 07 심리가격전략을 구사하라
- 306 | 08 위기관리 시스템을 구축하라
- 308 | 09 사회적 책임을 다하라
- 310 | 10 개방형 전략적 제휴 시스템을 가동하라
- 312 | 11 장기전에 대비하라





## 거시편

# 미리 보는 5년 후 중국



## 01

## ‘중국식’ 5개년 계획이 남긴 과제

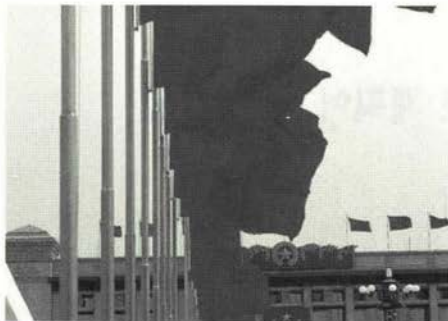
## “더 많이, 더 빠르게”

중국 정부가 2006년부터 2010년까지 추진하는 ‘국민경제사회발전 제11차 5개년 계획’(國民經濟和社會發展第十一個五年規劃; 11·5 계획)은 국가 경제의 이념과 전략을 근본적으로 바꾼 역사적 전환점으로 평가된다.

11·5 계획을 올바르게 파악하기 위해서는 일차적으로 1979년의 개혁개방이후 계획적 상품경제요소 도입(1984년)과 덩샤오핑(鄧小平)의 남순강화(南巡講話, 1992년)를 거치면서 마련된 ‘중국식 사회주의 시장경제’라는 독특한 경제 시스템에 대한 이해가 필요하며 보다 근본적으로는 역대 5개년 경제개발계획이 어떻게 입안되고 추진돼왔는지를 살펴보아야 한다.

구소련 모델을 배워온 중국의 5개년 계획은 국가 수립(1949년) 후 3년간의 회복기를 거치고 1953년부터 시작됐다. 한국의 5개년 경제개발계획보다 9년이나 앞선 것이었다.

1953년부터 1957년까지 실시된 제1차 5개년 계획(1·5 계획)의 최대 정책 목표는 생산재의 공유제를 개조를 통한 사회주의 시스템을 정착시키는 것이었다. 이를 위해 중국 정부는 저우언라이(周恩來), 천윈(陳雲) 등 당시 집권층의 지도로 대형 건설 프로젝트를 추진했다. 소련의 원조로 설계한 156개 중점 프로젝트를 포함해 총 694개의 공업 프로젝트를 집중 개발했다. 농업과 수공업은 사회주의 시스템으로 개



조했고 건국(1949년) 이전에 남아있던 모든 사영기업을 공유화했다.

이 기간 중에는 산업 시스템의 개조는 물론 철강, 식량, 면화 등 주요 물자 생산에서도 1·5 계획의 목표를 1년 앞당겨 달성하면서 중국

은 빠른 시일 내 서방 자본주의 국가를 앞설 수 있다는 기대감에 빠지기 시작했다.

그러나 다른 한편으로 심각한 부작용이 서서히 나타나고 있었다. 공업생산 확대를 지상 과제로 삼아 농업생산이 부진했으며 1956년에는 기초건설(SOC) 투자 규모가 전년보다 70%나 늘어나는 폭증세를 보였다. 이는 국가재정에 압박을 가했으나 이른바 '사회주의 개조'를 급속히 달성한다는 목표아래 이후에도 계속돼 상당기간 후유증으로 남게 됐다.

제2차 5개년 계획(2·5 계획, 1958~1962) 기간에는 대약진(大躍進) 운동으로 대변되듯이 보다 급진적인 목표가 제시됐다. 5년 내 영국을 추월하고 10년 내 미국을 앞선다는 구호가 이 때 나왔다. 1962년까지 철강을 포함한 주요 물자 생산량에서 미국과 어깨를 견두고 과학 기술 분야는 세계 선두권에 진입한다는 목표도 있었지만 자연재해와 1957년 중·소(中蘇)협정 파기로 소련의 원조가 끊기면서 2·5 계획은 국가경제를 파탄으로 내몰았다. 이 기간에 국민수입은 14.5% 감소했고 전민소유제기업 노동자들의 평균 임금도 5.4% 줄었다.

3년간의 경제조정 시기(1963~1965)를 거친 후 시작된 제3차 5개년 계획(3·5 계획, 1966~1970)도 목표는 원대했지만 결과는 뜻하지 않은

방향으로 흘렀다. 농업을 발전시켜 국민의 먹고 입는 문제를 해결한다는 방침은 국방건설에 지나치게 무게 중심을 둔 정책과 맹목적인 속도전에 휘둘렸다. 중국 현대사의 '잃어버린 10년'으로 불리는 문화대혁명(文化大革命)까지 겹치면서 중국 사회는 건잡을 수 없는 상태로 빠져들었다.

4·5 계획(1971~1975) 시기에는 중국이 핑퐁외교(1971) 등으로 국제무대에 나서는 모습도 보였으나 공업과 농업의 연평균 생산 증가율 목표치를 12.5%로 제시하고 중공업 위주의 정책을 폈다는 측면에서 이전과 달라진 점이 없었다. 중국은 1973년 4·5 계획의 최종 목표치를 절반 수준으로 내려잡는 수정안을 내놓고 되고 1975년 낮아진 목표를 가까스로 달성하게 된다. 국가 경제가 크게 위축된 셈이다.

5·5 계획(1976~1980)은 1978년부터 1980년까지 3년 동안 대형 철강생산기지 10개, 석탄기지 8개, 원유·가스기지 10개를 포함한 120개의 대형 건설 프로젝트를 건설하고 철강과 원유 생산량을 각각 6,000만 톤과 2억 5,000만 톤으로 대폭 증산한다는 계획을 내놓았다. 이를 위해 3년간 매년 간 700억 위안 상당의 국가 재정을 투입해 과거 28년간의 실적보다 많은 기형적인 결과를 내놓았다. 이 같은 현실과 동떨어진 계획은 1978년 12월 개최된 중국공산당 제11기 3중 전회(11기 3중 전회)에서 대폭 수정된다. 11기 3중 전회는 이 밖에도 이념적인 속박에서 벗어나 중국이 사회주의 시장경제 건설에 나설 수 있는 이론적 기반을 마련해준 계기로 평가된다.

1980년부터 시작된 6·5 계획(1980~1985)은 조정, 개혁, 정돈, 제고라는 이른바 '8자 방침'에 따라 1·5 계획 이후 누적돼온 각종 경제문제를 해결하려는 노력이 가시화된 시기였다. 공업과 농업 생산은 물론, 국내총생산(GDP)과 국민수입이 연평균 11% 증가하고 국가재정도 적자가 축소되면서 수지가 균형을 이루는 방향으로 조정되기 시작했다.

7·5 계획(1986~1990)은 고정자산투자 확대를 통해 국가 중점 프로젝트 건설을 집중 추진하며 기술개조를 집중적으로 추진한 시기였다. 이 때에는 국내 경제 활성화와 대외 개방 확대가 집중적으로 추진됐으며 연평균 7.9%의 성장률을 유지했다. 그러나 개혁개방의 확산으로 국가의 거시정책 조절 능력이 약해지면서 경기과열 우려가 생겨났다. 8·5 계획(1991~1995) 기간에는 기본적으로 7·5 계획 시기의 정책들이 지속되는 1980년의 GDP 규모를 2000년까지 2배로 확대한다는 계획을 5년 앞당겨 달성했다. 그러나 전에 없던 새로운 불안 요인이 나타나기 시작했다. 경제의 규모는 커졌으나 산업 구조 및 시스템의 낙후로 심각한 저효율성이 문제점으로 대두됐다. 농업 기반도 미약해 인구 증가폭을 소화하지 못했으며 각계각층의 부패가 심각한 문제점으로 대두됐다.

9·5 계획(1996~2000)은 중국이 사회주의 시장경제 시스템을 기본적으로 완성한 것으로 평가된 가운데 홍콩 및 마카오 주권 환수 등으로 중국의 자신감이 한껏 높아진 시기였다. 그러나 산업구조의 불합리와 지역간 경제 불균형, 기업 경쟁력 미미, 수입격차 확대 등의 문제점과 함께 부패 확산, 사치풍조 만연 등의 문제가 불거지면서 일부 지방에서는 사회치안문제가 불안해졌다.

중국이 본격적으로 세계무대의 전면에 나선 시기인 10·5 계획(2001~2005) 기간에는 산업구조 고도화와 국가 경쟁력 향상, 과학기술 및 교육 분야 발전, 인구성장률 조정, 삶의 질 향상 등을 추진하면서 지속발전전략이 새로운 키워드로 떠올랐다. 그러나 9·5 계획 시기까지 누적되어온 개혁개방의 부작용들이 더욱 심화되는 현상이 줄기차게 문제점으로 지적됐다.

중국 경제와 산업의 역사는 6·5 계획의 기점인 1980년을 중심으로 앞뒤가 뚜렷하게 구분된다. 그 이전이 사회주의에 충실하면서 “더 많

이, 더 빠르게"를 위해 양(量)과 속도에 승부를 건 시기였다면 그 이후는 사회주의를 기본으로 하되 시장의 원리에 따라 움직이는 시스템이 나타나기 시작했다.

그러나 1.5 계획부터 10.5 계획에 이르기까지 일관된 흐름은 "더 많이, 더 빠르게"라고 볼 수 있다. 양과 속도에 승부를 건 국가 전략이 적어도 2005년까지 유지된 것이다. 그리고 50년 이상 누적돼온 양과 속도의 부작용이 곳곳에서 표면화되기 시작했다.

## 선부론(先富論)과 부익부 빈익빈

### ■ 불균형 성장론의 성공

오늘날 중국 경제의 번영을 이끈 결정적인 열쇠는 3단계 발전론(원바오溫飽, 샤오강小康, 따통大同)과 흑묘백묘론(黑貓白貓; 검은 고양이든 흰 고양이든 쥐 잘 잡는 고양이 좋은 고양이) 그리고, 선부론(先富論)에서 찾을 수 있다. 모두가 덩샤오핑(鄧小平)이 생전에 내놓은 개혁개방의 설계도이자 지침서다. 선부론은 능력있는 일부의 사람과 지역이 먼저 부자가 되고 그 효과를 다른 사람, 다른 지역으로 확대해 모두가 잘 사는 사회를 건설하자는 것이다. 이를테면, 가장 전형적인 형태의 불균형 성장이론이라고 할 수 있다.

1978년 중국 공산당 제11기 제3차 전체회의를 통해 공식화된 선부론은 이후 1988년부터 본격화된 연해지구 집중개발계획과 민영기업 육성 조치의 이론적 배경이 되면서 재벌 기업가를 만들어냈고 '천지개벽'했다는 칭송을 받는 상하이도 키워냈다.

선부론이 중국 경제에 기여한 보다 결정적인 공헌은 계급투쟁 위주의 당과 국가의 정책 기조를 경제건설 위주로 완전히 탈바꿈시켜 놓았다는데 있다. 과거 사회주의 체제의 근간을 유지해오던 절대적 평등주의의 속박에서 벗어나 능력과 실적을 중시하는 사회로 변화할 수 있었던 동력이 바로 선부론이었다.

모두가 못사는 절대 빈곤의 상황에서 사회주의 경제대국을 건설한다는 것은 의미도 없고 불가능했기 때문에 일부 사람, 일부 지역을 먼저 잘살게 하고 이를 전체로 확대시킨다는 것은 개혁개방 초기의 중국으로서는 가장 이상적인 선택이었는지도 모른다. 만약 모든 사람, 모든 지역을 개방한다고 갑자기 문을 열어젖혔다면 성과는 커녕, 엄청난 혼란에 빠졌을 것이기 때문이다.

## ■ 격차, 얼마나 벌어졌나

그러나, 1990년대 후반에 접어들면서 먼저 부자가 된 일부 사람들과 일부 지역의 경제적 성공이 다른 사람, 다른 지역으로 전파되는 순기능보다는 빈부 격차와 실업 압력이 심화되는 부작용으로 이어지기 시작했다.

중국국가통계국이 발표한 자료를 보면, 2004년 도시지역에 등록된 실업률은 4.2%에 그치고 있지만 농촌과 지방 중소도시를 포함할 경우, 실제 실업률은 적어도 10%를 훨씬 넘어선 것으로 추정된다. 또, 도시와 농촌의 소득 격차가 이미 3배 이상으로 확대된 가운데 상하이처럼 동부 연해지역의 잘사는 도시와 서부의 가장 낙후된 지역과는 무려 10배 이상 격차가 벌어졌다.

격차는 같은 도시 내에서도 발생하고 있다. 국가통계국의 2003년

도시지역 소득수준 조사 결과에 따르면, 상위 20% 가정의 1인당 평균 가처분소득이 전년보다 13.0% 증가한 1만 7,472위엔(약 2,115달러)인데 반해 하위 20% 가정의 1인당 평균 가처분소득은 3,295위엔(약 399달러, 8.7% 증가)에 그쳐 1만 4천위엔(1,695달러) 이상의 차이를 보이고 있다. 도시 지역 상-하위 계층간 소득 격차는 2002년 5.1:1에서 2003년에는 5.3:1로 확대됐다

### 중국의 10대 사회 계층

등급	구 성	특징 및 사회적 지위	점유율
上層	▷국가 및 사회 관리층	▷당정, 주요 기관의 지도급	2.1
	▷기업 관리층	▷대중형 기업의 중상층 관리자	1.5
中上層	▷민간 기업주	▷대량의 개인자본 투자로 이윤을 얻는 계층	0.6
	▷전문 테크노크라트	▷기술과 학력을 갖춘 전문직 종사자	5.1
中中層	▷사무직	▷각 부문별 책임자를 보좌하는 전문 사무직	4.8
	▷자영업자(개체공상호)	▷소량의 자기자본으로 경영활동을 하는 계층	4.2
中下層	▷상업,서비스업 종사자	▷상업, 서비스업에 종사하는 비전문인력	12.0
	▷제조업 근로자	▷제2차 산업에 종사하는 육체 근로자	22.6
下層	▷농업 근로자	▷농민	N/A
	▷무직자	▷실업자(학생 제외)	3.1

주 : 농촌 인구의 도시유입으로 농민의 정확한 비율산출이 어려우나 약 44% 선으로 추정

자료 : 當代中國社會階層研究報告(中國社會科學院)

지역에 관계없이 계층간 불균형도 갈수록 심화되고 있다. 국가적으로는 여유있는 생활을 하게 됐다는 '샤오캉'의 초기단계에 진입했다고 하지만 고소득층과 저소득층의 격차는 수습하기 어려울 정도로 확대되고 있다.

아직도 먹고 사는 문제를 걱정해야 하는 절대 빈곤 인구가 2003년 현재 2,600만 명에 달한다는 것이 중국 정부의 공식 발표다. 또, 전국적으로 10%이내의 고소득층이 부(富)의 45%를 독점하고 있고 최하위권 10%의 재산 점유율은 1%에 불과하다는 것이 중국사회과학원의 추산이다. 사회과학원이 발표한 중국의 사회계층 분류표를 보면, 전체 인구의 약 절반이 하층(下層)을 이루고 있다.

흔히 중국의 사회불안 가능성을 이야기하면서 경제 부문과 정치 부문의 불균형을 꼽는 경우가 많다. 개혁개방이후 경제적 자유도는 크게 향상됐지만 정치적 자유는 아직 제한돼 있다는 논리다. 그러나 경제와 정치의 불균형을 따지기에 앞서 경제적으로도 계층간, 지역간 격차가 이미 너무 벌어져 있어 앞으로의 국가 발전에 큰 부담이 되고 있는 현실이 더 큰 문제점으로 다가오고 있다. 부익부 빈익빈은 중국 정부가 경제 건설은 물론, 정치적 안정을 위해서도 반드시 해결해야 할 가장 중요한 문제의 하나로 등장한 것이다.

## ■ 과학적 발전관의 선택

상황이 이즈음에 이르자, 중국 정부는 다양한 대책을 내놓고 있다. 서비스 산업을 촉진하고 비국유부문을 활성화하며 서부대개발에도 박

차를 가하고 있다. 무엇보다, 농촌과 농업, 농민 등 이른바 3농(農) 문제를 해결하기 위한 정책적 배려도 끊임없이 내놓고 있다. 농민에게는 세금을 완전 면제해야 한다는 파격적인 목소리도 나오고 있다.

최근 중국 정부는 부익부 빈익빈의 해법을 이른바 '과학적 발전관'에서 찾고 있다. 급속한 경제성장 과정에서 지역간, 계층간, 도농(都農)간 격차가 갈수록 벌어져 소외계층의 불만이 커지고 있기 때문에 조화로운 사회의 건설이 필수적이라는 것이 과학적 발전관의 기초이다. 이를 위해 창조적인 정신과 공평한 사회의 건설을 강조하고 개혁의 속도를 조절하는 한편, 안정을 중시한다는 실천 방침도 내놓았다.

그러나, 이는 어디까지나 통치이념 차원의 조치이며 이미 골이 깊어진 경제적 불균형 문제는 단기간 내 획기적으로 개선될 가능성은 크지 않다. 이는 다시 말하면, 중국이 13억 인구 대국인 것은 분명하지만 결코 13억 소비시장은 아님을 단적으로 시사하는 것이라 하겠다.

02

## 11·5 기획(規劃)을 어떻게 볼 것인가

### 인간 중심의 과학적 발전관

중국 시장에 이미 진출했거나 관심을 가진 기업들에게 있어 2006년은 매우 중요한 해가 될 것이다. 예측이 어렵고 복잡한 대외변수는 차치하고라도 대내적으로 새로운 경제운용의 틀이 적용되기 때문이다. 11·5 기획이 그것이다. 11·5 기획은 2006년부터 2010년까지 중국 경제를 이끌어 나갈 청사진이다. 11·5 기획을 어떻게 볼 것인가 하는 문제는 2006년 중국 진출전략 수립에서 핵심적인 부분이다.

11·5 기획의 핵심 요지는 이른바 '과학적 발전관'이다. 다소 애매모호하게도 보이는 이 표현은 "국가 발전은 사람이 중심이 되어야 하며 균형 잡히고 지속 가능해야 한다"는 점을 바탕으로 깔고 있다.

1978년 개혁개방 이래 경제 규모를 확대하면서 앞만 보고 달려온 중국이 무슨 이유 때문에 '사람 중심', '균형', '지속 가능'을 내세우게 된 것일까? 한마디로, 이제까지는 잘 해 왔지만 현재 방식으로는 미래를 보장받을 수 없다는 자기진단의 결과라 할 수 있다.

개혁개방 이후 중국이 이룩한 경제성과에 대해서는 이의를 제기할 사람이 없을 것이다. '세계의 공장'이니 '중국 위협론'이니 하는 말들도 모두 중국의 급성장을 인정하는 표현들이다. 그러나 성과(output) 이면의 '투입'(input)과 '방식'(method)을 꼼꼼히 뜯어보면 결코 간단치 않은 문제투성이다.



이제까지 중국의 성장 전략은 시장의 힘을 활용하기 보다는 철저하게 '계획'에 의존한 측면이 강하다. '계획'은 정부의 재정 투자와 외국인직접투자(FDI) 유치 확대 등 2가지 측면에서 극명하게 나타난다.

자체 성장 동력이 부족한 상황에서 중앙 정부가 각 지방 정부에 개발자금을 나누어 주고 경제 성장률을 높이도록 독려했다. 지방 정부로서는 성장률만 높일 수 있다면

난개발이나 과잉중복투자 같은 것은 전혀 문제가 될 것이 없었다. 심지어 통계 조작까지 서슴지 않은 것은 잘 알려진 사실이다. 이 같은 환경에서 국가 균형발전이란 아예 불가능했다. 20년 이상 지속한 재정정책 일변도의 성장전략이 대내적으로 자원남용, 환경파괴, 중복투자라는 고질병을 만든 것이다.

외국인 직접투자의 경우도 중국 경제에 기여한 순기능 외에 외자에 대한 의존도가 지나치게 높아진 역기능도 낳았다. 중국산 저가 상품이 세계시장을 좌지우지한다지만 실제 중국 수출의 50% 이상을 담당하고 있는 것은 다름 아닌 외국인 투자기업들이다. 중국 토종기업들은 소수를 제외하면 자체 브랜드 없이 저가만을 내세워 출혈경쟁에 나선 것이 그간의 중국이었다.

11·5 규획은 겉에서 보면 화려한 청사진을 제시하고 있다. 2010년까지 1인당 GDP를 2000년의 2배 이상 늘리고 2020년까지는 다시 2배 확대해 3천 달러를 달성한다든지 자원 효율성을 20% 향상한다는 것들이다.

그러나, 내막을 살펴보면 이제는 묵은 시스템과 관행을 씻어내고 새로운 출발을 하겠다는 중국 정부의 의지가 담겨있다. 재정정책과

통화정책의 조화를 강조하고 대외의존도를 줄이는 한편 내수소비시장을 키워서 새로운 성장 동력으로 삼겠다는 것이다.

중국에 진출하려는 기업들은 11·5 계획의 장밋빛 청사진에만 관심을 두지 말고 중국이 정책을 전환하게 된 배경을 살펴야 한다.

## 03

## 11·5 계획은 무엇을 지향하나

**‘계획’에서 ‘규획’으로**

11·5계획은 중국의 제4세대 지도부가 들어선 후 맞이하는 첫번째 5개년 계획으로 현안 문제에 대한 중국 지도부의 개혁의지가 강하게 반영돼 있다.

우선 계획(plan)에서 규획(program)으로 명칭을 전환했으며 ‘과학 발전관’의 지도이념을 도입하고 인간이 중심이라는 ‘이인위본’(以人爲本)의 발전관과 이에 따른 정부의 역할 전환을 강조했다. 또한 ‘공동 부유’(共同富裕)의 발전관과 지역 균형발전에 관한 강한 의지를 엿볼 수 있다. 11·5계획은 방향, 목표, 임무가 6가지 필수적인 원칙(六個必須)과 7가지 주요 목표, 7가지 주요 임무라는 형태로 제시되었다.

11·5 계획은 과학적 발전관과 관련하여 “인간 중심의 지속 가능한 발전을 추구하여 조화로운 사회를 건설한다”고 명시하였으며, 과학적 발전관의 6개 필수 원칙(六個必須)을 명시, 11·5 계획 기간 동안의 경제·사회 발전 방식을 구체적으로 제시하고 있다.

## 六個必須

<六個必須> 여섯 가지 필수적인 원칙	내 용
안정적인 고도성장의 유지	고도성장 노선의 지속
경제성장 방식의 변화	요소투입이 아니라 효율성 강화를 통한 성장
자주적인 혁신능력 배양	핵심 기술의 자주적 육성 필요성 절감
도시와 농촌간의 협력적 발전	농촌 해체 및 도시화 과정의 순조로운 관리
조화로운 사회(和諧社會)의 건설	성장과정에서 나타나는 갈등과 문제점 해소
개혁개방의 부단한 심화	시장경제 제도의 지속적 완비

11·5 계획은 경제사회발전의 주요 목표를 7가지로 제시했다. 처음 네 가지는 주로 경제성장에 관한 목표들이며, 뒤의 세 가지는 주로 사회의 안정 유지와 관련된 목표들로서, 경제성장과 사회 안전을 동시에 추구하고 있음을 보여준다. 그 내용은 아래와 같다.

## 11·5 계획의 경제사회발전 목표

7대 목표	내용
경제성장 목표	2000년 대비 2010년 1인당 GDP 2배 달성
자원이용의 효율성 개선	자원효율성 <10.5>기간 대비 20% 향상
국제 경쟁력을 갖춘 기업육성	자주적 지식재산권, 유명브랜드 및 국제 경쟁력 보유한 우량기업 육성
개혁개방 지속	개방형 경제 및 국제수지의 균형
경제적 약자에 대한 보호	의무교육의 보급 및 확립, 일자리 창출, 사회보장체계 완비
생활여건의 개선	삶의 질 향상, 물가안정, 주거 등 환경조건 개선
사회안전의 확보	민주법제 건설, 사회치안과 안전생산체계 구축

## 7가지 주요 임무

11·5 계획은 6대 원칙과 7대 목표를 바탕으로 향후 5년간 경제사회 발전과 개혁개방의 7가지 주요 임무를 명시했다.

## 11-5 계획의 7가지 주요 임무

7가지 주요 임무	구체적 임무
사회주의 신 농촌 건설	삼농문제(三農問題 : 농촌, 농업, 농민) 해결을 위한 도농 경제발전의 통합적 추진, 현대적 농업건설, 농촌공공사업 추진, 농민수입 증대
산업구조의 고도화	자주적 혁신능력 배양, 성장방식의 효율화, 선진 제조업의 발전, 산업기술수준 제고, 서비스업 발전, 인프라 건설
지역간 협력전 발전	서부대개발, 동북 등 노후공업기지 진흥, 중부지역 육성, 동부지역 우선발전 등의 시너지 창출, 대중 소 도시 및 농촌 소도시 협조발전, 점진적 추진 / 토지절약 / 집약적·합리적 분포 원칙하의 도시화 추진
자원절약형/환경친화적 사회건설	자원 재활용 강화(循環經濟), 환경보호 강화, 자연생태 보호, 주요 환경문제 해결, 자원절약형 소비문화 형성
체제개혁과 대외개방의 심화	행정개혁, 경제제도 완비, 재정/조세개혁, 금융체제 개혁, 현대적 시장시스템 구축, 대외무역확대 방식의 변화, 효과적인 외자이용, 기업해외진출지원
과학기술 및 인재강국 전략	자주적 혁신/핵심 분야 발전/응용기술 발전 등 방침에 따른 기업혁신능력과 국가혁신체제의 강화, 의무교육의 보급 및 강화, 직업교육 강화, 의무교육의 보급 및 강화, 대학교육 수준 향상, 교육체제개혁, 3가지 전문가 집단육성(당정인재, 경영인재, 전문기술인력), 전문 고급 인력과 농촌 실용인력 배양
조화로운 사회주의 사회 건설	국민 내부 모순의 정확한 처리와 주요 관심사인 해결, 취업기회 확대, 경제수준에 맞는 사회보장체제 건립, 도시지역 5대보험 완성(연금, 의료, 실업, 산재, 생육), 유입노동자의 사회보장문제 해결, 요소공헌도에 따른 소득분배, 소득격차 해소 노력, 기타 다양한 분야의 복지 시스템 정비

후진타오 정부는 3농 문제(三農問題 : 농촌, 농민, 농업 문제)의 해결을 국정의 중요 과제로 제시, 이번 11차 5개년 계획을 통해 “신농촌”건설로 3농문제의 해결방향을 제시했다. 산업구조의 고도화는 자주적 연구개발 및 선진 제조업의 발전 등을 명시함으로써 과학기술 및 산업 정책의 변화가 예고됨에 따라 그 동안의 고도성장과정에서 나타난 여러 문제를 해결하기 위해서 ‘조화로운 사회주의 사회’건설에 대해 상세하게 임무를 규정함으로써 앞으로 다양한 노력을 경주할 것임을 표명했다.

11·5 기간에는 새로운 지도 이념과 목표로 경제정책을 펴나갈 것으로 예상되며 관련 산업들의 변화를 불러올 전망이다. 한계소비성향이 상대적으로 큰 저소득층에 대한 소득증가 정책이 예상되는 바, 내수시장이 활기를 띠 것으로 예상된다. 또한 경제성장과 국민생활수준의 향상을 강조하고 있는 바, 수출과 투자견인형 성장에서 소비견인형 성장전략으로 전환하기 위한 정책이 실시될 전망이다. 저소득층의 소득증가 관련 정책은 중국의 내수시장을 확대시킬 것으로 예상되며, 소비재 산업이 크게 발전할 것이다.

## 경제성장 방식의 전환

산업구조의 고도화는 자원절약형/환경친화형 산업구조를 지향하고 있어 향후 설비, 에너지 및 환경 산업의 장려정책이 있을 것으로 보인다. 에너지 산업의 경우 에너지 절약, 신 에너지, 대체에너지 및 에너지 개발 관련 제품 및 산업이 부상할 것이다.

중복투자가 심한 철강, 시멘트, 알루미늄 등 고소모 및 고오염 산업에 대한 제제 정책이 더욱 강화될 전망이다. 환경보호를 강조하고

있는 것을 미루어 수도·전기 등 각종 자원의 가격상승이 예상되며 이에 저소모 및 고효율의 기계설비 제품 및 산업이 부상할 전망이다.

## 자체기술 개발 및 해외선진기술의 유입

자주혁신전략은 산업구조 고도화와 경제성장 방식 전환의 핵심전략으로 설정하고 있어 관련 산업의 변화를 가져올 것이다. 기업자체의 기술 개발 능력 강화와 동시에 해외 선진기술의 흡수능력과 관련된 정책의 실시도 예상된다.

해외 기업의 기술이전을 보다 용이하게 습득하기 위해 해외기업에 대한 M&A가 더욱 증가할 전망이며 단기간 기술의 비교 우위를 확보할 수 있는 산업, 장비 및 부품 등 수입 대체효과를 볼 수 있는 산업이 향후 투자의 중심으로 떠오를 전망이다.

## 신농촌 건설

사회주의 新농촌 건설에 대한 강조는 농촌에 대한 설비투자를 동반하게 될 것으로 예상되는 바, 관련 산업의 발전이 뒤따를 것으로 보인다. 농촌 건설은 과거 단편적인 정책에 비해 종합적으로 정책을 제시하고 있어 도로, 수도, 전기, 방송, 통신 등의 기초설비 건설과, 주거, 교육에 대해서도 적극적인 조치가 실시될 것으로 보인다.

농촌에 대한 보조금 및 세제 지원 등 농민의 소득을 향상시키기 위한 다양한 정책이 예상되는 바, 농민소득이 일정 수준으로 향상되

며 도시화 건설 전략은 중서부 중소도시 및 향진에 대한 기초설비 투자를 증가시킬 것으로 보인다. 결과적으로 신 농촌 건설은 농촌 소비 시장의 확대, 기초설비투자의 확대 등으로 인해 소비재 산업과 설비 산업의 발전을 가져올 것이다.

## 04

## 우리에게 미치는 영향

중국은 우리나라 최대 수출시장이며 무역 및 투자분야에서 가장 중요한 최대 투자 지역으로 11·5 계획은 기회와 위협 그리고 위험을 동시에 가져오는 핵심 변수가 될 것이다.

### 기회 측면

11·5 계획은 중국 경제의 안정적 고도성장으로 대중 수출의 안정적 토대를 마련했다고 할 수 있다. 또한 지역간 협력 발전을 강조함으로써 향후 동부, 중부, 서부, 동북 지역 등으로 다양한 진출 전략을 구사할 수 있을 것이다.

향후 도시화에 따른 내수 소비시장의 확대에 의해 대중 소비재 수출과 내수 시장 진출 기회가 커질 것이고 지적재산권 보호를 강화하는 정책이 실시됨에 따라 한국기업들의 지적 재산권 보호에 유리하게 작용할 것으로 보인다.

에너지절약, 환경, 교육, 도시 인프라 분야와 관련산업의 새로운 사업기회가 출현할 가능성이 있다. 특히 기간 중 에너지 사용의 효율을 20% 높인다는 수량 목표까지 명시하고 있어 에너지 절약형 기술에 대한 대대적인 투자와 도입이 이루어질 전망으로 이 분야의 진출 전망이 밝다.

한편, 중국기업의 해외투자를 적극 지원한다고 명시하고 있어 중국기업의 해외투자는 점점 더 확대될 것으로 보이며 한국으로 중국기업의 투자를 유치하기 위한 노력이 필요하다.

## 위협 측면

한국의 주력산업인 반도체, 철강, 전자(IT, 반도체), 조선, 석유화학, 자동차 산업 등에 대한 투자 확대 및 육성계획으로 국제시장에서의 한국과의 경쟁이 가열될 것으로 전망되며 한편으로는 과잉설비로 인해 가격 하락과 기업이윤이 감소할 것으로 예상된다.

중국이 국제경쟁력을 갖춘 대기업을 집중 육성할 계획으로 있어 한국 대기업들의 잠재적인 경쟁상대가 될 중국 대기업들이 성장할 가능성이 높다.

또한 산업구조의 고도화, 자주적 지적재산권의 확보, 산업기술 강화의 중요성을 강조하고 있어, 기술이전에 대한 중국의 요구가 강화될 것으로 예상되므로 한국이 가지고 있는 경쟁우위를 지속시키기 위한 노력이 필요하다.

## 위협 측면

중국이 제시한 사회안정 강화(산업재해에 대한 보호 강화, 실업 및 고용창출문제, 자원부족 문제, 도시-농촌 문제 등)로 노동관련 규정 강화, 노동조합 활동의 강화 등으로 현실화될 가능성이 있고, 그로

인해 외자기업들이 분담하는 사회보장비의 경우 이전보다 철저한 징수가 이루어질 전망이다.

## 수출에 미칠 영향

11·5 기간 중국의 경제정책은 성장 위주에서 균형과 분배로 크게 선회할 전망으로 향후 대중 수출과 투자에도 일정한 영향이 미칠 것이다.

### ■ 내수 소비재에는 호조, 장기적으로 증가율 감소 가능성

중국을 앞으로 단기적으로는 내수시장 확대, 설비투자 증가 등의 수요증가 요인이 있을 것으로 보여 일정 기간 대중 수출이 안정적으로 증가하는 효과가 나타날 것이다.

그러나 내수 위주의 성장방식을 지향하고 있어 대중 수출구조의 특성상 장기적으로는 對中 수출증가율이 감소할 가능성도 있다. 따라서 현재 중간재 위주의 수출을 최종 소비재 위주로 구조 조정을 해야 한다.

한편 한계소비성향이 큰 저소득층의 소득증가가 예상됨에 따라 저가 소비품 시장이 확대될 것이며 중저가 소비재의 수입수요가 커질 것이다. 이에 따라 지역별, 계층별로 중저가 시장과 고가 시장의 구분이 뚜렷해질 것으로 예상되며 목표 시장 설정의 중요성이 더욱 커지게 됐다.

11·5 계획은 자원절약과 환경보호의 성장방식을 지향하고 있어 앞으로 에너지 및 환경관련 제품과 설비의 수입수요가 늘어날 것이다.

에너지 및 환경관련 지원정책으로 시장이 크게 확대될 것으로 보여 장기적으로 수출에서 직접투자를 통한 시장진출 전략으로 전환할 필요성이 있다.

중국은 앞으로 중국기업의 지재권 강화 정책과 더불어 시장에서의 지재권 보호 강화를 강조하고 있어 외국기업의 지재권 보호 환경도 다소 개선될 것으로 보인다.

## 투자에 미칠 영향

### ■ 권역별 진출 전략 시급

11·5 기간에는 지역간 균형발전을 위한 다양한 정책이 나올 것으로 예상되고 있어 우리 기업들은 지역 특색에 맞는 진출전략을 수립해야 한다.

동북지역은 농업관련 제조업과 식품 가공업의 진출 전망이 밝고 중서부 지역은 자원 개발, 인프라 건설, 환경산업, 저가 소비재 및 설비산업의 진출이 유망하다.

한편, 농촌 잉여 노동력을 흡수하기 위해 정부 차원에서 도시화 건설을 강조하고 나서면서 내륙 중소도시의 시장 규모가 커질 것으로 보여 이 지역에 대한 시장조사 및 맞춤형 진출 전략을 수립해야 한다.

한국의 대중 투자는 이제까지 제조업에 기반으로 추진되어 왔다. 11·5 규획은 서비스산업의 발전을 강조하고 있어 앞으로 관련 분야 투자를 확대할 필요가 있다. 특히 11·5 규획은 문화산업 육성정책을 부각하고 있어 문화상품의 진입장벽이 낮아지고 수입수요도 증가할 전망이다.

11-5 규획의 또 다른 초점은 자주적 기술 혁신이다. 이는 중국 기업의 선진 기술수요를 증가시킬 것이므로 중국 기업과의 기술 교류를 전략적 차원에서 구사해야 할 것이다.

## 05

## 중국식 과열의 본질

## 소비형 과열과 투자형 과열은 무엇이 다른가

역대 중국의 경제개발 계획이 남긴 또 하나의 문제점은 경제가 주기적으로 과열 양상을 보인다는 것이다.

일반적인 관점에서 보면, 고성장-저물가는 가장 이상적인 현상인 동시에 아이러니하게도 전통적인 경제 이론으로는 설명하기 어려운 비전형(非典型)적 측면도 있다. 지금 중국 경제를 둘러싸고 벌어지는 과열에 대한 논쟁도 이 같은 비전형적 측면 때문이다. 흔히 찾아보기 어려운 현상인 까닭에 과열인지 아닌지의 판단이 어려운 것이다.

종래 경제이론에 따르면, 경기가 일단 과열되면 물가가 지속 상승한다. 실업률이 떨어지고 상품은 공급이 수요를 따라가지 못하며 생산 부문에선 병목 현상도 나타난다. 이는 소비가 왕성해지고 사회 총수요가 과도하게 증가하면서 생기는 까닭에 '소비형 과열'이라 할 수 있다.

물론 소비형 과열을 잡는 방법은 소비를 억제하는 것이다. 가격상승을 제한하고 긴축재정으로 가는 것이 전형적인 처방이다. 그러나 아직은 저물가에 민간소비도 결코 왕성하다고는 볼 수



없는 중국의 현 상황은 소비형 과열과는 분명 다르다.

기술의 발전과 생산능력의 제고로 과거와 같은 만성적인 공급부족 국면이 이제 사실상 사라졌다. 경기과열도 소비수요 측면에서 발생한 다기 보다는 투자 때문에 생기는 경우가 많다. 과도한 투자가 과열을 부추긴다는 것이다. 이른바, 투자형 과열이다.

투자형 과열은 여러 측면에서 중국의 현 상황에 부합되는 측면이 있다. 중국은 현재 사상 최대 규모의 투자 고조기에 있기 때문이다. 우선, 도시화 건설 측면을 보자. 수많은 소도시가 중대형 도시로 빠르게 바뀌고 있고 대도시는 거대 도시군(Mega Cities)으로 발전하고 있다. 도시화는 필연적으로 대량의 투자를 수반하고 중국 전역을 놓고 보면 과잉중복 투자가 문제점으로 지적될 수 있다.

다음으로, 중국 전역에서 일고 있는 개발구 열기도 투자확대 요인이다. 중국은 일정 규모 이상에 달하는 개발구만도 전국적으로 약 3,800여 개에 달한다. 물밀 듯이 들어오는 외국인직접투자도 개발구 붐을 일으키는 또 다른 요소로 작용한다.

## 투기형 과열 요소

그러나 종래 경제이론에 따르면, 과도한 투자는 과도한 소비수요에 따른 것이기 때문에 투자형 과열론도 중국의 현상을 충분히 설명하기에는 부족한 점이 있다. 결국, 중국의 현실은 새로운 형태의 경기과열로 보아야 할 것이다. 바로 투기형 과열이다. 대개 4가지 측면에서 살펴볼 수 있다.

첫째, 핫머니를 꼽을 수 있다. 위안화 평가절상에 대한 기대감에 따라 현재까지 중국에 들어온 핫머니는 300~400억 달러 선으로 추

정하는 시각이 많다. 핫머니의 유입 경로와 규모에 대해서는 논쟁의 여지가 있어 일반적인 추측을 따르기 보다는 꼼꼼히 따져볼 필요가 있다. 한 가지 확실한 것은, 어떤 방식으로든 일단 중국에 들어온 핫머니는 선물과 채권, 부동산 등 다양한 상품으로 바뀌어 시기를 기다린다는 것이다. 위안화의



평가절상을 기대하고 들어온 핫머니지만 그 규모가 늘어날수록 평가절상에 대한 기대감은 더욱 커지며 사회 전반에 걸쳐 투기심리를 높여놓기 마련이다.

둘째는 부동산이다. 중국의 부유층과 해외 투자자들이 부동산시장에 들어와 집값을 잔뜩 올려놓았다. 3년 전만 해도 홍콩의 호화주택 가격은 상하이의 8배 정도였지만 이제는 3배 정도로 축소됐다는 것이 부동산 업계 관계자들의 얘기다.

셋째, 일부 업종을 중심으로 원자재 수요가 늘면서 전매 행위가 성행하는 현상도 지적하지 않을 수 없다. 넷째, 과도기적인 경제 시스템의 문제도 있다. 중국은 시장참여자의 구성이 복잡하다.

계획경제를 막 벗어나 시장경제 단계로 접어들고 있는 수많은 국영기업과 중국시장에 진입한지 오래되지 않은 외국인 투자기업, 그리고 시장경제 시스템에 근접하고는 있지만 중국 전통문화의 영향을 크게 받는 민영기업이 혼재돼 있다. 서로 다른 시장 참여자들은 경제적 사고도 서로 다르다. 이러한 구조가 시장정보 전파시스템이 미비한 상황과 결합해 투기 가능성은 그만큼 높아진다.

투기성 과열의 가장 큰 특징은 경제 전반에 걸친 보편적인 현상이 아니라 일부 영역에 집중돼 나타난다는 것이다. 이럴 경우, 일부 상품가격은 올라가지만 전체 물가 상승을 동반하지는 않으며 전통적인 의미의 통화팽창도 유발하지 않는다.

지금 중국이 그렇다. 당국이 당장의 정책적 처방보다는 제도와 시스템 개혁에 보다 초점을 맞추려는 것도 이 때문이다. 돈 줄을 짊 곳은 죄겠지만 풀어야 할 곳엔 풀 것이다.

## 06

## 시간표 없는 긴축정책

## 긴축정책 장기화 조짐

투자형 과열과 투기형 과열이 복합적으로 뒤섞여 나타나는 중국의 경기과열은 소비형 과열에 비해 처방이 간단하지 않다. 장기간 성장 일변도의 정책을 지속해온 후유증으로 인해 누적된 문제점들이 주기적으로 터져 나오기 때문이다.

철강, 자동차, 시멘트 등 10대 과열업종의 투자구조도 문제지만 민간부문도 과열확산에 한몫해온 것이 중국의 현실이다. 경제 체제 급변기에 소비보다는 저축을 선택한 국민들의 민간 저축고가 급증하고 이로 인해 은행자금이 과다 현상을 보인다. 은행은 출구를 찾기 위해 무분별한 신용대출에 나서며 이는 경제 과열을 조장하는 악순환이 끊이지 않고 있다. 이러다보니 중국에서는 '10년 주기설' 또는 '5년 주기설'이라는 말이 나올 정도다.

11·5 계획의 최대 특징 중 하나는 중국 정부가 밝혔듯이 성장방식의 전환이다. 성장방식의 전환을 위해서는 과잉 투자를 시정하고 민간 소비를 촉진하는 처방이 필수적이다. 바로 여기에 중국의 고민이 있다. 과열을 잡으려고 생각하면 초긴축 카드를 꺼낼 수도 있지만 자칫 이제 겨우 되살아나려는 민간 소비심리를 위축시켜 빈대 잡으려다 초가삼간 태우는 격이 될 수 있다. 그렇다고 미온적으로 대처하자니 고질병이 되다시피 한 과열이 좀처럼 가라앉을 기미를 보이지 않는다.

11.5 기간 동안 중국의 긴축정책 기조는 한번에 충격요법을 써서 문제를 해결하기 보다는 위안화 환율 처방과 마찬가지로 개별 조치들을 순차적으로 사용할 것이다. 최근 재정부와 중국인민은행 소식통에 따르면 중국은 결국 통화량을 집진적으로 줄여나가는 방향으로 긴축에 대응하려 하고 있다. 금융 당국이 통화량을 줄이는 방법으로 저축국채(Savings Bonds)가 발행될 것이라는 말도 나오고 있다. 통화량을 거두어들이면서 민간의 소비심리에는 영향을 최소화할 수 있는 긴축 대책이다.

주요 과열업종의 공급과잉 정도를 감안하면 11.5 시기의 긴축정책은 최소 3년 이상 계속될 가능성이 크다.

## 07

## 11·5 시기의 위안화 환율

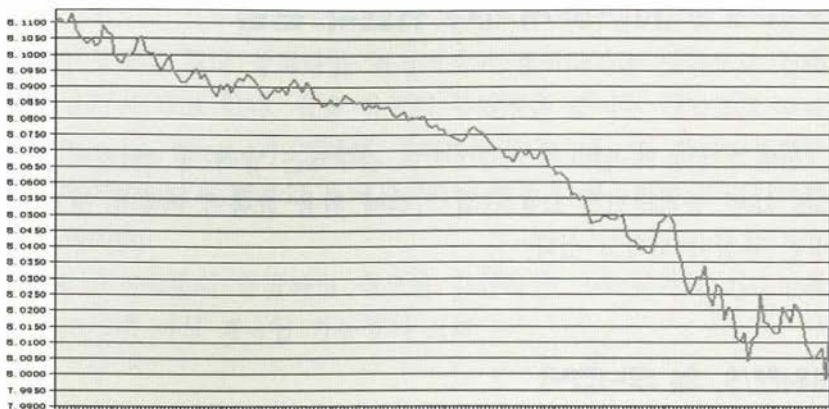
위안화 환율의 심리적 저항선으로 간주돼온 달러 당 8위안이 지난 5월 15일 붕괴되면서 11:5 구획 기간에 환율 흐름이 어떻게 될지 비상한 관심이 모이고 있다.

## 8위안/\$, 왜 무너졌나

수요공급 측면에서 중국의 무역수지 흑자확대가 1차적 원인이다. 중국의 무역수지 흑자는 2005년 7월 21일 평가절상 이후에도 줄곧 확대돼왔다. 특히, 지난 3월과 4월 잇달아 100억 달러의 흑자를 기록하면서 환율 고수를 위한 대외 명분이 크게 약해졌다. 특히 4월 무역 흑자는 105억 달러로 지난해 같은 기간보다 136%나 증가하였다.

국제시장의 환경측면에서 미 달러의 지속적인 약세 요인이 있다. 미국은 자국의 무역수지 적자가 중국을 포함한 아시아 국가의 환율 저평가 때문이라며 미달러의 평가절하를 통해 위안화 절상 분위기를 조성해왔다.

## 위안화의 대미달러 환율 변동



기간 : 2005.7.21~2006.5.16

자료 : 중국인민은행

중국 정책 측면에서는 경기과열 완화 조치가 필요했다. 지난해 9.9% 성장에 이어 올 목표치를 8%로 잡았으나 1분기에 10.2%나 성장하면서 과열대책이 필요했던 것이다. 4월 28일 0.27% 포인트의 대출금리 인상만으로는 부족했다고 느낀 것으로 보인다.

중국의 환율 및 금리 변동조치 시기는 예측 불가능한 것처럼 보이지만 실제로는 대내외 환경과 연관성을 가진다. 2005년 7.21 평가절상은 7월 20일 발표된 상반기 성장률이 9.5%로 높게 나타난 데다 디플레이션의 우려가 없다는 판단에서 나왔다. 또한 같은 해 9월로 예정됐던 후진타오 국



가주식의 방미를 앞두고 8월에 미국의 위안화 평가절상 압력이 최고조에 달할 것으로 관측되면서 방어적 조치로 평가절상을 단행한 것이다.

5월 15일 중국정부의 위안화 환율의 8위안 이하 하락조치는 미국 재무부가 환율 보고서에서 중국을 환율 조작국으로 지정하지 않은 직후에 나온 것이어서 이 시기를 미국에 대한 답례시기로 잡은 것으로 보인다. 미국과 중국이 정치적 타협을 한 것이다.

## 11.5 규획 기간의 환율 전망

중국 검색포털 사이트 시나닷컴이 7,310명을 대상으로 조사한 결과 “위안화가 계속 평가절상될 것”이라는 응답이 88.3%로 압도적으로 많고 “추가 절상이 없을 것”과 “잘 모른다”는 비율은 각각 6.5%와 5.2%에 불과한 것으로 집계됐다.

또, 중국 매일경제신문이 219명을 대상으로 실시한 인터넷 설문조사에서는 위안화 환율의 8위안 대 붕괴에 대해 58%가 “상징적인 의미로써 장기적인 평가절상 추세는 변하지 않을 것(안정적 평가절상)”으로 내다보고 있으며 21%는 “달러 당 7.5위안 대까지 빠르게 평가절상될 것”으로 생각하고 있고 나머지 21%는 정확히 말하기 어렵다는 반응을 보였다.

위안화 환율은 ▷중국의 통화정책 방향 ▷미국 등 대외 압력 ▷미 달러 추이 ▷자금 유입액과 유출액 간의 차이 등의 영향에 따라 결정될 것이다.

통화정책 방향에서 볼 때, 높은 경제성장률이 평가절상 요인으로 작용하나 경제의 구조적 문제가 심각하고 소비가 저조한 상황에서 투

자와 수출이 경제를 이끌고 있기 때문에 큰 폭의 평가절상은 어려울 것이다.

미국은 최근 중국을 환율 조작국에 포함하지 않았고 이란 및 북한 문제 등의 처리에서 중국의 협조가 필요하기 때문에 對중국 평가절상 압력을 완화해 나갈 것이다.

미달러는 당분간 약세가 유지될 것으로 예상되며 중국 정부는 외국인 직접투자와 핫머니 등 자금 유입액을 보가며 적정 금액의 유출 정책에 신경을 쓸 것이다.



중국 정부가 이미 여러 차례 시사한 바 있듯이 큰 폭의 인위적인 환율 조정보다는 환율 제도개선에 무게를 둘 것이 확실시 된다. 환율 시스템의 기초는 유지하되 점진적이고 소폭의 평가절상이 예상되고 위안화와 주요 교역 대상국 통화와의 상관도를 확대하며 평가

절상 압력에 대한 완화조치를 지속적으로 내놓을 것으로 보인다.

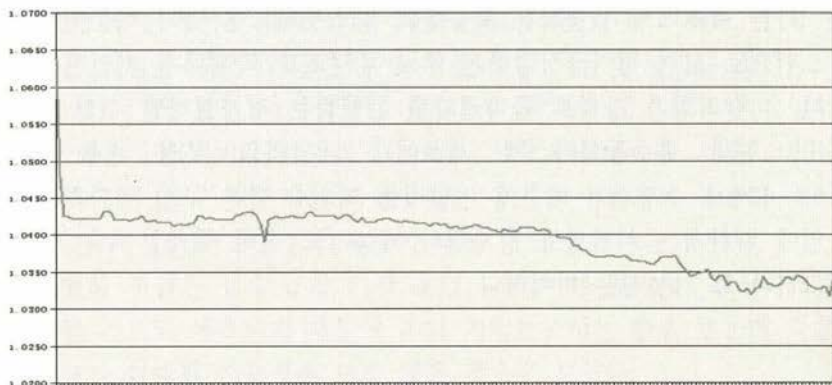
2006년 말까지 단기 전망은 점진적인 평가절상 속에 아시아 주요 통화도 강세를 지속할 것이다. 이 시기에 위안화는 8위안 근처에서 소폭 등락을 보이다가 연말 경에는 7.8위안 선에 달할 전망이다.

2007년에는 심리적 저항선이 홍콩달러의 대미 환율과 같은 수준인 달러당 7.75선에서 형성될 전망이다. 위안화와 홍콩달러의 대미달러 환율이 사실상 동일해질 가능성이 있다는 것이다. 이는 중국과 홍콩은 물론, 국제 금융시장에서도 대단히 큰 이슈가 될 것이다. 당장 올 하반기부터는 위안화와 홍콩달러의 페깅(pegging) 즉, 연동 문제가 핫이슈로 등장할 것이다.

그러나 위엔화와 홍콩달러 환율이 '현실적으로' 동일선상에 놓인다고 해도 당분간 '공식적으로' 폐킹될 가능성은 크지 않으며 이러한 관측에는 2가지 이유가 있다. 홍콩달러는 자유태환이 되나 위엔화는 적어도 2007년까지는 자유태환을 이루기 어렵기 때문이다. 또한, 홍콩달러와는 달리 위엔화는 앞으로도 언제든지 미국과 국제기구의 압력을 받을 수 있어 홍콩달러가 덩달아 타격을 받는 부작용이 클 것이다.

일각에서는 위엔화가 달러당 7.5위엔 아래로 떨어질 것이라는 대폭적인 평가절상 전망도 내놓고 있지만 2007년에 위엔화가 홍콩달러의 가치(달러당 7.75)를 넘어설 정도로 평가 절상될 가능성은 크지 않다.

#### 위엔화의 대홍콩 달러 환율 변동



기간 : 2005.7.21~2006.5.16

자료 : 중국인민은행

만약 그렇게 된다면 위엔화의 구매력이 커지고 홍콩에는 통화팽창 압력으로 작용하고 이는 다시 홍콩달러의 평가절상 압력 요인이 될

것이다. 이는 곧 미달러에 연동된 홍콩달러의 폐경 시스템이 해체됨을 의미하는 것이다. 폐경 시스템은 여전히 홍콩 경제의 근간이기 때문에 당분간 해체할 가능성은 크지 않으며 따라서 위안화가 홍콩달러 이상으로 가치가 치솟는 상황은 중기적으로는 발생할 것 같지 않다.

베이징올림픽이 열리는 2008년 이후 장기전망은 향후 상황에 따라 변수가 대단히 많지만 위안화가 아시아 역내 국제통화로 부상하는 기회를 잡게 될 전망이다. 아시아 국가간 교역에서 위안화를 결제 통화로 사용하는 비중이 커질 것이다. 모기업과 중국 내 자회사(투자법인)간의 거래 통화도 위안화 비중이 확대될 것이다. 기업과 금융기관들은 이 같은 상황에 대해 지금부터 준비해야 한다.

한 가지 주목할 점은, 가능성은 크지 않지만 만약 앞으로 경제성장이 단기적으로 7%를 밑돌게 된다면 수출의존도가 높은 중국으로서 짧은 시기나마 평가절하를 선택해야할 상황도 있을 수 있다.

다른 측면에서 위안화는 복수통화 바스켓제도에 있기 때문에 통화요인으로 보면 평가절상압력은 주로 미달러화 약세에서 기인한 것이다. 미달러화가 강세로 돌아선다면 위안화는 평가절하될 수도 있다. 또, 현재 복수통화바스켓 제도에서 미달러의 구성 비율이 약 50~60%로 추정되기 때문에 미달러를 제외한 다른 구성 통화의 움직임에 따라서는 시기별로 평가절하 가능성도 전혀 배제할 수는 없다. 그러나 그 가능성은 미미하다.

## 중국진출 기업들은 어떤 영향을 받나

중국은 안정적인 평가절상으로 경기과열과 수입확대 등을 통한 국내 경제문제 해결을 기대할 수 있을 것이다.

그러나 현실적으로 8위엔 대가 무너지면서 중국진출 기업들로서는 전반적으로 환율 위험이 증가한 것으로 보인다. 중국 내 경쟁 격화와 원자재 가격 상승으로 이익률이 절반가량 축소됐다는 일부 기업도 있다. 또, 추가 평가절상될 것에 대비해 3개월 후 인도 물량 주문서는 이미 달러당 7.9위엔으로 맞추고 있는 경우도 있다.

기업들은 무역부문이 불리하고 비무역 부문은 다소 유리한 영향을 받게 될 것이다. 무역 가운데 의류방직, 경공업 제조, 가전제품, 전자 부품 등 저부가가치형 노동집약 업종에게는 불리하고 수혜 업종으로는 부동산, 금융서비스, 식음료, 상업무역, 정보 서비스, 관광, 식당 등이 꼽힌다. 무역은 전반적으로 불리하나 가격과 비용에 민감하지 않은 하이테크형 수출기업에 미치는 영향은 제한적이다.

지역적으로도 서로 다른 영향을 받을 수 있다. 노동집약형 산업이 밀집한 동부 연해지역은 충격이 비교적 크지만 서부대개발 프로젝트가 진행 중인 중서부 내륙지역은 혜택을 받을 수 있다. 그러나 이 같은 영향은 일시에 집중되기 보다는 시차를 두고 조금씩 나타날 것이다.

그러나 크게 보면 평가절상은 내수소비 확대에 유리하고 외국인투자가 비용지향(저비용의 가공기지)에서 시장지향(중국을 최종 소비시장으로 간주)으로 바뀐다는 측면에서는 유리한 여건으로 작용할 것이다. 중국의 산업구조조정에도 도움이 되는 측면이 있다는 뜻이다.

위엔화 환율은 11·5 기획 기간 동안 '가랑비에 옷젖듯' 점진적으로 진행될 것으로 예측되기 때문에 우리 기업들로서는 환율 변동에 따른 리스크가 확대될 가능성은 크지 않은 것으로 보인다.





## 제 2 장

### 산업편

# 7대 유망산업 집중 공략법



## 01

## 떠오르는 신산업과 재편되는 재래산업

## 산업 지도의 변화

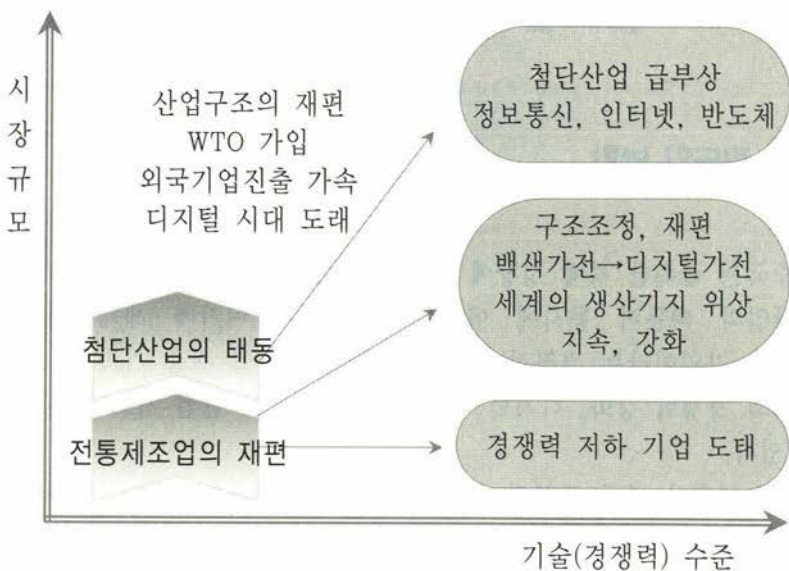
중국은 급속한 경제 성장에 힘입어 전통 제조업 분야의 재편과 첨단산업의 태동이 동시에 이루어지고 있다. 여기에 세계무역기구(WTO) 가입이라는 결정적 요인과 함께 외국기업 진출 가속화, 중국 기업의 경쟁력 강화, 디지털 시대의 도래 등으로 산업 지도가 변화하고 있다.

11·5 계획은 중국 정부가 산업구조 조정에 총력을 기울이는 시기가 될 것이다. 이를 위해 하이테크 제조업을 발전시키고 서비스업의 비중을 확대하는 한편 산업기초시설(SOC) 확충에 적극 나설 것이다.

이에 따라 제조업 분야에서는 정보통신, 인터넷, 반도체 등의 첨단산업이 급부상하고 일반 가전은 디지털 가전으로 대거 이동할 전망이며 서비스업에서는 종래 중국에는 보편적이지 않았던 새로운 업태가 광범위하게 출현하게 될 것이다.

그러나 이 같은 움직임은 중국 전역에 걸쳐 나타나기 보다는 특정 지역별로 테마화되어 나타나면서 경제 권역별 특성이 보다 뚜렷해질 것이다.

중국의 산업지도 변화



중점 육성산업과 진출 가능한 산업

11·5 계획 기간에 중국 정부가 집중 육성하는 산업으로는 아래와 같은 12가지가 있다.

## ■ 전력산업

중국은 현재 심각한 전력공급 불균형 상태에 놓여있다. 공급이 가장 부족한 지역으로는 경제가 가장 발전한 지역은 화동지역(장강삼각주)과 남방지역(장강삼각주), 화북지역(환발해권) 등이다. 지난 2004년과 2005년 전력소비가 지속적으로 증가한 가운데 산업전력 사용 증가율이 감소하고 생활전력 사용은 큰 폭으로 증가했다.



중국의 전력 수요는 2006년 2조 6,750억 킬로와트시에서 11·5 규획이 끝나는 2010년에는 3조 킬로와트시까지 증가할 것으로 국가정보센터(國家信息中心)는 내다보고 있다. 이에 따라 전력부족 현상이 경제성장의 병목이 된다고 판단하고 있는 정부는 2004년 이후 대대적인 전력산업 확충사업을 벌여오고 있다. 건설 중인 발전소가 2006년 하반기부터 속속 전력 공급을 시작하게 되면 2007년부터는 전력 부족현상이 해소되고 2008년부터는 공급초과로 넘어갈 가능성도 전망된다.

11·5 규획 기간에는 신규 발전소를 대거 늘여나가기 보다는 화력발전소를 수력 및 원자력 발전소로 전환하고 성(省) 간, 권역 간 전력공급을 위한 배선망 확충에 투자를 집중할 계획이다. 이에 따라 송전분야 관련 기업들에게는 새로운 기회가 될 것이다.

## ■ 석탄산업

11·5 계획 기간에 전력 부문에서 석탄을 사용하는 화력 발전소를 수력 및 원자력 발전소로 대거 전환하겠지만 산업 생산 확대 추세에 따라 석탄은 여전히 수요가 증가하고 있는 분야다.

2006년 이후 석탄산업은 조정기에 접어들 것이라는 것이 중국 정부의 예측이다. 향후 5년간 석탄 생산은 줄곧 증가하겠지만 수급 불균형이 계속될 것으로 보여 대형 석탄기지 건설, 채굴기술 개조, 탄광 안전 확보 등이 11·5 계획 기간의 주요 정책으로 꼽힌다. 그러나 이 분야는 외국기업의 진입 기회와 가능성이 크지 않은 분야다.

## ■ 석유산업

중국은 산유국이면서 원유 수입 의존도가 30%를 넘어서고 있는 가운데 수요가 지속적으로 확대되고 있어 2010년까지는 수요의 절반가량을 외국에 의존해야 할 것으로 전망된다. 중국 정부는 서부지역에 미개발된 유전을 다량 보유하고 있지만 11·5 계획 기간에 이를 집중 개발하기 보다는 에너지 절약을 통해 정부 주도의 원유 비축에 본격적으로 나설 전망이다.

중국은 2004년 12월 11일 가공유 소매 분야를 대외 개방한데 이어 2006년 12월 11일까지는 도매 분야도 개방할 예정이다. 11·5 계획 기간에는 석유 생산 및 운영의 시장화를 적극 추진하면서 가공유 유통시스템의 개혁이 대대적으로 추진될 전망이다. 이는 중국 민영기업과 외국 기업에게도 새로운 투자기회가 될 것이다. 다만, 석유투자는 중국 정부의 정책적 요인이 매우 유동적이며 투자 리스크 또한 커

서 시장진출 방향은 반드시 중국 정부의 에너지 정책과 맥을 같이 해야만 한다.

## ■ 철강산업

중국의 철강생산량은 2004년부터 지속적으로 증가하고 있으나 소비 증가율은 둔화되면서 대표적인 공급과잉 업종으로 지목되고 있다. 국가발전개혁위원회(國家發展和改革委員會) 자료에 따르면, 중국의 철강생산량은 시장 수요량보다 이미 1억 2,000만 톤이나 많으며 2006년 상반기 현재 추가 건설 중인 철강생산 시설만 해도 7,000만 톤급이다.

11·5 계획 기간 중국 정부는 철강산업의 생산량을 합리적인 수준에서 제한하는 조정정책을 실시할 것이며 운송 및 환경보호 분야에 대한 개선책을 내놓을 것이다. 철강분야에 대한 신규 진출기회는 크지 않지만 정부 정책이 성공을 거둔다면 11·5 계획 후반기 부터는 시장이 안정세로 접어들 전망이다.

이 밖에도 중국정부가 11·5 계획 중에 중점 투자·육성 산업으로 꼽고 있는 것은 유색금속, 부동산, 전자정보, 고속도로, 철도, 항만, 도시궤도교통(지하철, 전철) 도시 가스업 등이 있다. 그러나 이 같은 산업들은 중국 정부가 집중 육성하는 분야임은 분명하지만 이것이 곧 외국인투자기업의 진출이 유망한 분야가 될 수는 없다. 실제로 많은 업종이 외국인투자 제한 또는 금지 분야에 묶여있어 육성산업과 유망산업은 별도의 개념으로 받아들여야 한다.

한국 기업들로서는 현실적으로 외국기업의 진출이 가능하고 시장 전망이 밝으며 우리 기업이 일정한 경쟁력을 보유하고 있는 분야에

관심을 두어야 할 것이다. 이에 따라 11·5 계획 기간 중 진출 유망산업으로 유통, 비즈니스 서비스(BS, business service), 자동차, 문화 콘텐츠, 환경, 기계, 전기·전자 등을 제시한다. 특히 유통과 비즈니스 서비스 분야는 중국 정부가 서비스 산업 육성 차원에서 정책 역량을 집중할 분야여서 시장이 급팽창할 전망이다. 이 분야는 종래 한국 기업들의 시장 진출이 활발하지 않은 분야지만 앞으로 적극적인 시장 진출이 요망된다.

02

## 유통 : 경쟁 심해도 발전 가능성 최고

### 매년 10% 이상 성장 지속

중국의 유통시장 규모를 평가할 수 있는 소비재 소매판매총액은 2004년 5조 3,950억 위안에서 2005년 6조 7,177억 위안으로 12.9% 성장했다. 11·5 계획 기간에도 유통시장은 매년 10% 이상의 성장세를 지속해 2010년에는 국내총생산(GDP)의 10%에 도달할 전망이다.

지난 2004년 중국 상무부가 내놓은 '유통업 개혁발전 요강'에 따르면 2010년 소비재 소매판매 총액은 10조 위안을 돌파하게 된다. 유통 기업의 기초 시설과 기술 수준이 대폭 향상되며 경제가 발달한 동부지역에서는 인터넷 기술을 기반으로 한 공급선 관리 시스템, 재무 관리 시스템, 고객 관계 관리시스템 등이 구축된다. 중서부 지역의 유통 기업들은 POS 시스템, MIS 시스템 등이 확충하게 된다. 연쇄 유통업이 소비재 소매총액에서 차지하는 비중이 12%에 달하며 전자상거래 규모가 소비품 소매총액의 18%를 차지할 정도로 발전할 전망이다.



## 시장 진출에 앞서...

유통 분야는 시장 전망이 밝고 정부의 집중 육성 분야이기도 하지만 까다로운 진입 규정들이 많이 남아있다. 종래 중국 내수시장 진출에 있어서는 지나치게 시장 전망에만 착안한 측면이 강하지만 앞으로 유통 분야 진출 시에는 이보다는 법률적인 문제점들을 면밀하게 사전 확인해야 할 필요가 있다.

중국 유통시장 진출을 위해서는 아래와 같은 절차를 거쳐야 한다. 우선 중국 서명한 'WTO 서비스 무역 양허안' 상의 관련 규정을 살펴야 한다. 이 양허안은 중국이 WTO 회원국으로 가입하면서 약속한 개방일정으로써 시장 개방의 기본 틀이라고 볼 수 있다.

이에 대한 검토를 마치면 '외국인투자 산업지도목록'의 규정을 살펴야 한다. 이 규정은 외국인투자 가능 여부를 업종별로 장려, 제한, 금지 등으로 나누어 제시한 가이드라인으로써 중국 정부가 매년 한 번씩 개정해서 내놓고 있다. '외국인투자 산업지도목록' 상에 장려 또는 제한 업종으로 분류되면 투자가 가능하고 금지 업종으로 되어 있으면 중국 기업(대부분 국영기업)만 진출할 수 있다.

다음에는 관련 산업 및 업태 등에 관한 개별적인 입법조치 사항들을 꼼꼼하게 챙겨보아야 한다. 유통 분야와 관련된 주요 법령과 규정으로는 다음과 같은 것들이 있다 : ▷'외국인투자 유통기업 심의권 지방부처 이전에 관한 상무부의 통지'(商務部關於委託地方部門審核外商投資者商業企業的通知, 2006.3.1) ▷'외국인투자 유통영역 관리방법 및 그 보충규정'(外商投資產業領域管理辦法及其補充規定, 2004.6.1, 2006.1.9) ▷'회사법'(公司法, 2006.1.1) ▷'직판관리조례'(直銷管理條例, 2005.12.1) ▷'다단계판매금지관리조례'(禁止傳銷管理條例, 2005.11.1) ▷'유통프랜차이즈 관리방법'(商業特許經營管理辦法, 2005.2.1) ▷'외

국인투자 산업지도목록'(外商投資產業指導目錄, 2005.1.1) ▷'외국인 투자 비유통기업(생산형 기업)의 도소매업 경영범위 추가에 관한 상무부의 통지'(商務部關於外商投資者非商業企業增加分銷經營範圍有關問題的通知, 2005.4.2) ▷'소매업태분류 국가표준 실시 관철에 관한 상무부의 통지'(商務部關於貫徹實施零售業態分類國家標準的通知, 2004.8.9) ▷'외국인투자 도서·신문·간행물 유통기업 관리방법'(外商投資圖書·報紙·期刊分銷企業管理辦法, 2003.5.1)

이상과 같은 법적, 제도적 장치는 앞으로 부분적 수정은 있을 수 있지만 11·5 기획 기간 중에 크게 흔들리지 않고 적용될 전망이다.

다음 부분에서는 '외국인투자 산업지도목록' 상의 유통 관련 규정과 실제 개별 입법 조치를 중심으로 시장 진입 여건을 검토해본다.

## 진입 여건

'외국인투자 산업지도목록'은 일반 상품의 도매와 소매, 물류 배송은 외국인투자를 장려하지만 시장진입 조건 및 개방시점 등에 대해서는 외국인투자 제한대상으로 규정하고 있다.

따라서 아래 부분에 대한 검토를 하면 되고 여기에 포함되지 않은 다른 분야는 기본적으로 시장진입이 허용된다고 보면 된다.

### ■ 어떤 업종에 투자를 제한하나

아래와 같은 업종들은 '외국인투자 산업지도목록'에 외국인투자 제한업종으로 묶여있다.

- ▷ 상품교역, 직판, 우편구매, 온라인판매, 프랜차이징, 위탁경영, 판매대리, 상업관리 등 유형별 유통업 및 식량, 면화, 식물유, 설탕, 약품, 담배, 자동차, 원유, 농업생산 원료의 도매, 소매, 물류배송
- ▷ 도서, 신문, 잡지의 도매, 소매
- ▷ AV제품(영화 제외)의 유통
- ▷ 상품 경매
- ▷ 화물 리스
- ▷ 에이전트(선박, 화물운송, 해상운송, 광고 등)
- ▷ 정제유 도매 및 주유소의 건설, 경영
- ▷ 대외무역

제한 업종이라 함은 투자를 금지하는 것은 아니며 조건을 붙여 투자를 허용한다는 의미다. 예를 들면, 직판, 프랜차이징 등 우리 기업들의 관심이 많은 유통 분야의 경우, 외국인투자를 허용하되 관련 업종 경영경험을 요구한다든가 사업 시작을 위해서는 거액의 보증금을 사전 납부해야 한다는 등의 제한 규정을 두는 것을 말한다.

## ■ 개방 순서는 어떻게 진행되나

- ▷ 식염, 연초를 제외한 상품의 중개 및 도매 업무는 2002년 12월 11일 이전 외자지분을 50%까지 외국인투자를 허용하나 서적, 신문, 잡지, 약품, 농약, 농업용 필름, 화학비료, 가공유, 원유는 제외; 2003년 12월 11일 외자 지분비율 및 지역, 수량 제한 폐지; 2004년 12월 11일 이전 서적, 신문, 잡지, 약품, 농약, 농업

용 필름 유통 허용; 2006년 12월 11일 이전 화학비료, 정제유, 원유 유통 허용

- ▷ 소매(연초 제외)는 외국인투자를 허용하나 서적, 신문, 잡지, 약품, 농약, 농업용 필름, 가공유는 제외함; 2002년 12월 11일 이전 외자지분을 50%까지 허용하며 서적, 신문 및 지역, 수량 제한 폐지; 2004년 12월 11일 이전 서적, 신문, 잡지 유통 허용; 약품, 농약, 농업용 필름 유통 허용; 2006년 12월 11일 이전 화학비료 유통 허용
- ▷ 차량판매(2006년 12월 11일 이전 제한조치 폐지), 서적, 신문, 잡지, 약품, 농약, 농업용 필름, 가공유, 화학비료, 곡물, 식물유, 설탕, 연초, 면화는 분점 30개 초과 시 외국 측 지배 지분 불허
- ▷ 프랜차이즈와 무점포 도매와 소매는 2004년 12월 11일 이전 외국인투자를 허용
- ▷ 도서, 신문, 간행물의 출판과 발행, 수출입 업무는 외국인투자 금지 영역에 속함. 기타 영역은 외국인투자를 허용함

## 그 밖에 어떤 규정을 살펴야 하나

앞서 예시한 여러 개별 관련 규정 가운데서도 아래 내용들은 핵심적인 부분이며 우리 기업들의 관심도 매우 높은 것이어서 자세하게 살펴야 한다

## ■ 어떤 업종에 투자를 제한하나

‘외국인투자유통영역관리방법’〈外商投資商業領域管理辦法〉에 규정된 외국인투자 유통기업의 설립 조건은 아래와 같다.

- ▷ 최저등록자본금은 ‘회사법’〈公司法〉의 규정(3만 위엔)에 부합해야함
- ▷ 외국인투자기업 등록자본금과 투자총액의 관련 규정에 부합해야함;
- ▷ 경영기한은 일반적으로 30년 초과 불가(중서부 지역은 40년 초과 불가)

한편, 외국인투자 유통기업의 점포개설에는 아래 조건들이 충족되어야 한다.

- ▷ 유통기업 설립 신청과 동시에 점포설립 신청 시에는 도시발전 및 도시유통발전 관련 규정에 부합해야 함
- ▷ 이미 설립 허가된 유통기업이 점포 증설을 신청할 경우에는 위 조건 외에도 ①외국인투자기업 연도검사를 시한 내 받고 이를 통과해야 하며;②등록자본금을 전액 납부해야 함

외국 회사, 기업 및 기타 경영조직 또는 개인은 반드시 중국 경내에 설립된 외국인투자기업을 통해서만 유통 서비스에 종사할 수 있는데 지역과 관련해서는 상황에 따라 아래와 같은 조건들이 적용된다.

- ▷ 동일 외국 투자자가 중국 경내에 누계 30개 이상의 점포를 개설하고 취급 상품이 도서·신문·잡지, 자동차(2006년 12월 11일부터 제한조치 취소), 약품, 농약, 농업용 필름, 화학비료, 완성유, 곡물, 식물유, 면화 등이며 상품의 브랜드와 공급상이 서로

다를 경우, 외국 투자자의 지분율은 49%를 초과할 수 없음

- ▷ 외국인투자 소매기업 및 그 점포의 설립 지역은 2004년 12월 11일까지는 성도(省都) 소재지, 자치구 수도, 직할시, 계획단열시, 경제특구로 제한하나 2004년 12월 11일 이후에는 지역제한을 취소함
- ▷ 외국인투자 도매기업은 2004년 6월 1일부터 지역제한을 취소해 모든 지역에서 영업허가를 받을 수 있음
- ▷ 중국 경내에 투자한 외국인투자 유통기업은 '외국인투자기업 경내투자 잠정규정'(外商投資企業境內投資的暫行規定)에 부합해야 하며 '유통관리방법'의 규정에 따라 처리함
- ▷ 외국인투자 농부산물, 농업생산재(농약, 농업용 필름 제외) 유통기업은 지역, 지분, 투자금액 제한을 받지 않음

한편 '유통관리방법'에 포함된 주요 영업형태에 대한 관련 정의는 아래와 같다.

- ▷ 중개(대리업무, 佣金代理) : 제품판매 대리상 또는 기업경영인, 경매인, 기타 도매상과의 계약에 따라 수수료를 받고 물건을 판매하거나 이와 관련된 서비스에 종사하는 활동
- ▷ 도매(批發) : 소매상, 공업, 상업, 기관 또는 기타 도매상의 제품 판매 및 이와 관련된 서비스
- ▷ 소매(零售) : 고정 장소 및 전화, 우편, 인터넷, 자동판매기를 통해 개인 또는 집단에 제품을 판매하거나 이와 관련된 서비스 활동
- ▷ 프랜차이즈(特許經營) : 사례금 및 특허경영비의 획득을 위해 계약을 맺고 타인에게 그 상표, 상호, 경영모델 등을 양도하는 서비스

비준을 거친 외국인투자 소매유통기업은 △상품 소매 △자영상품의 수입 △중국내 제품 소싱 및 수출 등의 업무에 종사할 수 있으며 외국인투자 도매유통기업은 △상품 도매 △중개 △상품 수출입 등을 할 수 있게 된다. 그러나 외국인투자 도매유통기업은 식염, 연초 도매업은 할 수 없으며 외국인투자 소매유통기업도 연초 소매업 경영은 불허한다.

2003년 5월 1일부터는 외국 투자자가 중외 합자 또는 중외 합작 도서, 신문, 간행물 소매기업의 설립을 신청할 수 있으나 반드시 아래 조건에 부합해야 한다.

- ▷ 유통기업 입지는 도시계획의 요구에 부합해야함
- ▷ 중외 투자 쌍방이 민사책임을 질 수 있어야 하며 도서,신문,간행물 유통업무 능력을 보유하고 최근 3년내 위법, 위규 기록이 없어야 함
- ▷ 법정 대리인 또는 총경리는 중급 이상의 발행원(發行員) 직업자격증을 취득해야 하며 발행전문 인력은 출판물 초급 이상의 발행원 직업자격증을 보유해야 함
- ▷ 경영업무에 상응하는 고정 경영장소를 보유해야 함
- ▷ 등록자본금 500만圓 이상
- ▷ 경영기한은 30년을 초과할 수 없음

중외 합자 또는 중외 합작 도서·신문·간행물 도매기업의 경우도 2003년 5월 1일 이후로는 영업이 가능하나 아래 규정을 적용하고 있다.

- ▷ 유통기업 입지는 도시계획의 요구에 부합해야함
- ▷ 중-외 투자 쌍방이 독립적으로 민사책임을 질 수 있어야 하며

도서·신문·간행물 유통업무 능력을 보유하고 최근 3년내 위법, 위규기록이 없어야 함

- ▷ 도매업무에 상응하는 고정 경영장소를 보유하고 영업 면적 50 평방미터 이상, 독립적으로 설치한 경영장소의 영업면적 500 평방미터 이상
- ▷ 등록자본금 3,000만 원 이상
- ▷ 경영기한은 30년을 초과할 수 없음
- ▷ 법정 대리인 또는 총경리는 중급 이상의 발행원(發行人) 직업자격을 취득해야 하며 발행전문 인력은 출판물 초급 이상의 발행원 직업자격을 보유해야 함
- ▷ 비준을 거친 외국인투자 도서·신문·간행물 유통기업은 온라인 판매, 연쇄경영, 독자클럽 등의 업무에 종사할 수 있음

#### ■ 제조업체가 유통업에 진출할 때는....

이미 제조업으로 진출한 외국인투자기업이 유통업 허가를 추가로 얻고자 할 경우에는 '외국인투자 비유통기업(생산형 기업)의 도소매업 경영범위 추가에 관한 상무부의 통지'의 규정을 참고해야 한다. 여기에 포함된 외국인투자 제조업체의 도소매업 진출 절차 및 경영범위는 아래와 같다.

- ▷ 타사제품 매출액 비중은 30% 이내로 제한(30% 초과 시 제조업체로서의 세제혜택 박탈 가능성)
- ▷ 이사회 만장일치로 정관 변경 후, 최초 기업설립 인가기관의 승인을 득해야 함(합자기업의 경우, 합자 쌍방의 동의 하에 계약서를 수정한 후 이사회에서 만장일치로 정관을 변경해야 함)

- ▷ 소매업태의 분류는 국가질량감독검험검역총국과 국가표준화관리위원회가 2004년 8월 9일 공동 발표해 발효된 신(新)국가 표준 소매업태 분류인 GB/T18106-2004에 따름

## ■ 직접판매는 조건이 까다롭다

직접판매는 중국 정부가 비교적 민감하게 받아들이는 분야다. 따라서 암웨이(Amway) 등 외국계 기업이 중국 시장에 진출한지 10여년이 지났지만 그 동안 법적인 장치가 미비했다. 외국계 직판기업들은 종래 무점포 판매와 점포 판매를 겸해야만 영업허가를 받을 수 있었고 자본금 등의 규정도 매우 까다로웠다.

현행 관련 규정인 '직판관리조례'는 2005년 12월 1일부터 시행되고 있는 것으로써 적어도 앞으로 5년 간은 큰 변화 없이 이 규정이 적용될 것으로 전망된다. '직판관리조례'에 규정된 직접 판매업 허가 요건은 아래와 같다.

- ▷ 5년 연속 불법 경영기록이 없어야 하며 외국 투자자는 중국 경외에서 3년 이상 직판 종사 경력이 있어야 함
- ▷ 등록자본금 8,000만 위안 이상
- ▷ 아래 인원은 직판 판촉원이 될 수 없음(18세 미만, 민사상 무능력자 또는 제한능력자, 주간학교 학생, 교원, 의사, 간호사, 공무원, 현역 군인, 직판기업의 정규 직원, 경외 인원(외국적인), 법률, 행정법규가 검직을 금지하는 자)
- ▷ 보증금 전액을 은행에 입금(보증금은 2,000만 위안이며 운영 후 매달 조정해 전달 직판 소득의 15% 수준을 유지함. 단, 최고 1억 위안을 초과하지 않음)

- ▷ 위법 행위 시 30만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금 부과 및 형사 책임 추궁

이상과 같이 보면 중국 정부가 2005년 개별 입법조치를 하기는 했지만 시장 진입 요건을 매우 좁게 묶어두고 있어 실제로 중국 직접판매 시장에 진출할 수 있는 기업들은 미국과 유럽의 소수 다국적기업에 불과하다. 그러다보니 직판시장 개방은 “겉으로는 열고 안으로는 닫았다”는 평가를 듣는 경우도 있다.

많은 한국 직접판매 기업들이 중국 시장 진출을 기대했지만 까다로운 규정에 묶여 관망세를 보이고 있다. 직접판매시장은 향후 매우 확대될 새로운 업태임에 틀림없다. 위 조건을 충족한다면 권역시장에 진출하는 방안을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

## ■ 다단계 판매는 할 수 없다

직접판매가 제한적 투자 허용이라면 다단계 판매는 금지 업종이다. 중국은 다단계 판매를 일종의 사회악으로 간주하고 불법 사실이 발견되면 철저히 단속한다는 방침이다.

이 같은 기본 방침은 11·5 계획 기간 중에도 변화가 없을 전망이다. 다단계 판매는 사람들이 통제범위를 벗어나 모일 수 있기 때문에 자칫 사회 불만세력을 키울 수 있다는 것이 정부의 판단이기 때문이다. ‘다단계판매 금지관리조례’에 포함된 금지 및 처벌 규정은 아래와 같다.

- ▷ 다단계판매 행위의 정의

조직자 또는 경영자가 판매원을 조직해 판매원이 직접 또는 간접적으로 증가시킨 인원 수 또는 판매실적에 따라 보수를 계

산, 지급하거나 또는 일정 비용을 납부하고 가입자격을 취득하도록 하는 등의 방식으로 불법 이익을 도모하는 것;

▷ 조사처리기관

공상행정관리기관 및 공안기관;

▷ 조치사항

중지 명령, 차압, 압류, 봉인, 사법기관 이송 등

▷ 법률 책임

다단계판매 조직 및 계획 : 불법 재물 및 소득 몰수, 50만 위안 이상 200만 위안 이하의 벌금 부과 및 형사책임 추궁

다단계 판매 참가 : 중지 명령, 2000위안 이하 벌금 부과 등

## ■ 프랜차이징은 이렇게 준비하라

최근 수많은 한국 기업들이 관심을 두고 있는 분야가 바로 프랜차이징이다. 프랜차이징 시장 진출을 위해서는 아래와 같은 조건들을 충족해야 한다.

▷ 사업자 자격 요건

적법하게 설립된 기업 또는 경제조직; 타인의 사용을 허가할 수 있는 상표, 상호, 경영방식 보유; 가맹업자에게 장기간 경영 지도와 교육훈련 서비스를 제공할 수 있는 능력 보유; 중국 내 1년 이상 영업한 직영점 2개 이상 보유; 안정적 상품 공급시스템; 위법사실 없을 것

▷ 금지 조항

‘외국인투자 산업지도목록’ 상의 금지 업종은 프랜차이징 영업도 불가; 이미 관련 업종에 종사중인 기업도 ‘유통 프랜차이징

관리방법'에 따라 변경 수속을 해야 함

▷ 처벌 조항

자격 요건, 정보공개규정 위반, 허위과장광고 시, 3만 위안 이하 벌금이 부과되며 심할 경우 영업허가 취소

## 시장 전망과 전략적 판단

### ■ 기회와 리스크가 공존

중국 정부의 제3차 산업 육성 정책 및 유통업 개방 추세로 유통업 시장 규모는 지속적으로 확대될 것이다. 상하이, 베이징 등 대도시는 업태별로 경쟁이 매우 치열해지고 일부 지역에서는 시장포화 현상이 가속화될 것이다. 이 시장에서는 11·5 계획 중에도 외국 계 기업들이 강세를 보일 것이다.

반면 지방 중소도시 및 농촌은 그동안 시장 미성숙 상태에서 외국 계 신형업태보다는 중국 계 전통업태의 유통업체들이 우위를 점하고 있었다. 그러나 최근 외국 계 유통기업의 중소도시 진출이 활기를 띠고 있어 향후 5년간 시장 판세가 역전될 가능성도 있다.

한 가지 참고할 점은 종래 중국의 관행은 중요한 법령이 있으면 그 시행세칙을 따로 만들어 적용했지만 유통 분야에서는 핵심 법률인 '외국인투자 유통영역 관리방법'을 시행세칙 없이 바로 적용했다는 점이다.

이에 따라 상하이 등지에서는 투자 금액이 큰 프로젝트의 경우, 기본적으로 각 지방정부가 법인설립 신청서를 심사하고 중앙정부(상무부)가 인가하는 까다로운 절차를 거쳐야만 하는데 이런 형식은 당분

간 유지될 전망이다. 또 이미 초안이 마련돼 있는 '반독점법'이 2007년부터 발효된다면 시장점유율이 높은 외국계 유통기업은 관리(규제) 대상이 될 수 있다는 점에 주목해야 한다.

### ■ 전략적으로 판단할 문제

우선 시장성 평가에 관한 문제를 꼽을 수 있다. 중국에서는 대도시의 시장 규모는 큰 반면 경쟁이 치열하고 중소도시의 경우 경쟁은 크지 않지만 시장이 협소한 양극화 현상이 뚜렷하다. 또한 대도시별로 서로 다른 시장 특성이 있기 때문에 이에 대한 치밀한 사전 평가가 필수적이다.

다음은 법률적 검토와 관련된 문제다. 기본적으로는 '외국인투자 유통영역 관리방법' 및 '외국인투자 산업지도목록' 등 핵심 규정에 대한 치밀한 사전 검토가 필수적이지만 신규 법 규정 및 '방법'이 지속적으로 발표되고 있어 이에 대한 법률적 검토는 상시 진행돼야 한다.

최근 중국에서는 기업의 사회적 책임을 요구하는 분위기가 갈수록 확대되고 있다. 기업들은 공익·자선사업을 기업의 일상 경영활동으로 포함해야 할 필요성이 커지고 있다. 특히 유통업체처럼 소비자들과 직접 만나는 형태의 기업들은 사회적 책임에 대해 각별히 신경을 써야 한다.

한편, 중국은 복잡한 법률 체계와 잦은 규정 변경 등으로 인해 리스크 발생 요인이 매우 크다. 11·5 계획 기간 중 유통시장의 확대와 새로운 업체의 등장으로 분쟁 소지는 더욱 확대될 것이다. 분쟁 발생 시에는 회피하거나 미루지 말고 정면 돌파를 해야 하며 최대한 조속히 해결하는 것이 바람직하다. KOTRA 등 지원기관과 법률 전문가를 적극 활용하는 것이 중요하다.

프랜차이즈를 하는 기업이라면 사업주의 경우, 현실적으로 편법적인 경영이 많아 최대한 적정 경영으로 전환해야 한다. 또 가맹업주는 최근 낮아지고 있는 가맹비용에 주목할 필요가 있다. 예를 들어 맥도날드의 경우, 종래 400만 위안의 가맹비용을 2005년부터 50만~200만 위안으로 대폭 인하했다. 그러나 기타 가맹 조건과 영업가능지역은 사업주의 경영 전략에 따라 제한돼 있으며 점진적으로 확대될 전망이다.

중국이 지난 2004년 12월 무역업과 유통업을 개방한다고 했을 때 국내 업계에는 큰 혼란이 있었다. 많은 기업들이 중국에 법인 하나를 설립하면 외국으로부터 상품을 수입해 직접 중국에 유통 판매할 수 있을 것이라고 생각했다.

그러나 이 같은 기대감은 이루어지지 않다. 중국 정부가 무역업과 유통업을 구분해서 개방했기 때문이다. 무역업은 다양한 품목 취급이 가능하나 유통업은 1개 또는 관련 품목군에 대한 수출입권과 국내 판매권만 허용하는 점이 서로 다른 점을 분명히 인식할 필요가 있다. 외국인투자 무역회사는 보세구 이외 지역에서는 합자, 합작만 가능하며 최소 등록자본금 5,000만 위안으로 설립 요건이 매우 까다롭다. 보세구 내 외국인투자 무역회사는 보세구 내에서 국제무역, 중계무역을 할 수 있으며 보세구 이외 지역으로 판매 시에는 반드시 중국 국내 무역대리회사를 통해야 한다. 이미 설립된 보세구 무역법인이 보세구 이외 지역으로 독자적인 영업 확대를 희망할 경우, 현재로서는 보세구 이외 지역에 외국인투자 유통기업을 설립해야 한다. 다만 이 같은 까다로운 규정은 11.5 기획 기간 중에 다소 완화될 가능성이 엿보인다.

우리 기업들이 고려할 수 있는 또 다른 진출 분야는 대형 소매유통업체 설립과 복합형 유통 서비스업 진출이다.

대형 소매유통업체는 진출 희망도시 지방정부와의 협상 결과가 진출 성공여부의 핵심이다. 매장건물 신축 진출 시에는 토지 확보가 필수적이거나 최근 정부의 부동산시장 규제 강화로 인해 토지 확보가 어려울 때가 많고 적합한 토지를 물색한 경우라면 토지사용 가격이 지나치게 높아 새로운 진입장벽 요인이 되고 있다.

소매유통 매장과 엔터테인먼트 시설을 일체화한 복합형 프로젝트가 향후 중국 소비자들로부터 큰 인기를 끌 전망이며 현재 일부 진출희망 기업들이 지방정부와 관련 협의를 진행 중이다. 시장성이 높은 대도시 진출이 우선적으로 유망하나 토지 확보가 어려울 경우, 대도시 1~2시간 인근의 외곽지역 진출을 적극 고려해 볼 수 있다.

## 03

## 비즈니스 서비스(BS) : 떠오르는 신산업 군단

## 11-5 규획의 새로운 스타 산업

10-5 계획까지의 중국 경제가 제조업에 기반을 둔 것이었다면 2006년부터 시작된 11-5 규획 시기에는 제조업을 뒷받침하는 비즈니스 서비스(BS, business service) 분야가 각광을 받게 될 것이다. 중국 경제가 향후 지속적인 성장을 하기 위해서는 비즈니스 서비스 기능 확충이 필수적이며 이를 위해 중국 정부는 많은 조치들을 내놓을 전망이다.

비즈니스 서비스 분야는 11-5 기간 중에 새롭게 떠오르는 스타산업이라고 할 수 있다. 시장이 확대되고 개방의 폭이 넓어지고 있는 상황에서 중국 기업의 경쟁력이 미약한 분야이기 때문에 외국 기업들에게는 더 많은 기회가 열리게 될 것이다.



WTO 산업분류에 따라 비즈니스 서비스 시장을 구분하면 유통 서비스, 운송 및 창고 서비스, 통신 서비스, 광고 서비스, 문화오락서비스, 의료 서비스, 교육 서비스, 요식 및 관광 서비스, 건축설계·엔지니어링·도시계획 서비스, 컴퓨터 서비스, 부동산 서비스, 법률 서비스, 금융 서비스, 환경 서비스, 기타 서비스(포장, 임대, 컨벤션, 인쇄 포

함) 등 15개 분야로 나눌 수 있다.

이 가운데 향후 시장 전망과 외국인 시장진입 여건 등을 종합적으로 고려한다면 11·5 계획 기간 중에 우리 기업들의 진출 전망이 밝은 분야로는 운송 및 창고업, 통신업, 광고업, 요식 및 관광업 등을 꼽을 수 있다.

## 운송 및 창고 서비스 시장

### ■ 외국인투자 여건은 어떤가

운송 및 창고 서비스 시장은 외국인투자 장려 업종과 제한 업종, 금지 업종 등이 매우 복잡하게 구성돼 있다. 항공교통관제 및 통신분야는 외국인투자 금지 업종으로 분류돼 있고 나머지 업종은 장려와 제한으로 나뉜다.

외국인투자 장려 업종에는 아래와 같은 부문이 포함된다.

- ▷ 철도주간선망의 건설, 경영;(중국측 지배적 지위)
- ▷ 지선철도, 지방철도 및 교량, 터널, 페리 시설 건설 및 경영;(합자, 합작에 국한)
- ▷ 도로, 독립교량 및 터널 건설, 경영
- ▷ 공용부두시설의 건설, 경영
- ▷ 민간 비행장의 건설, 경영;(중국측 지배적 지위)
- ▷ 항공운송사(중국측 지배지위)
- ▷ 농업, 임업, 어업범용 항공회사;(합자, 합작에 국한)

- ▷ 정기·비정기 국제 해상운송
- ▷ 국제 컨테이너 복합운송
- ▷ 육상 도로화물 운송;
- ▷ 송유관, 가스관 및 유류 저장 탱크, 석유전용부두 건설, 경영
- ▷ 석탄파이프라인 수송설비의 건설, 경영
- ▷ 운송 관련 창고저장설비의 건설, 경영

외국인투자 제한 업종은 아래와 같다.

- ▷ 도로여객운송
- ▷ 국경출입 자동차 운송
- ▷ 수상운송
- ▷ 철도화물운송;
- ▷ 철도여객운송;(중국측 지배적 지위)
- ▷ 촬영, 광산 탐사, 공업 등의 범용 항공(중국측 지배적 지위)

## ■ 챙겨 보아야 할 개별 입법 조치들

### 국제화물 운송대리

국제화물 운송대리업은 2005년 12월 11일부터 외국인 독자투자가 허용되기 시작했다. 종래 외국투자자가 설립한 합자, 합작형태 국제화물 운송대리기업은 중국 측 출자 비율 25% 이상 규정이 있었으나 현재는 독자투자가 가능해져 그 의미가 없어졌다. 또한 외국인투자자가 이미 설립된 국제화물 운송대리기업을 인수 합병할 경우의 지분 비율 및 투자자 자격요건도 사실상 의미가

없어졌다. 기타 2002년 제정한 종래 '국제화물 운송대리기업 관리방법(2002)'상의 중외 합영자 자격관련 요건도 사실상 의미가 사라져 최근 시장 진입 여건이 크게 개선되었다. 11·5 기획 기간에도 현재의 기본 틀이 그대로 적용될 전망이다.

외국인투자 국제화물운송대리기업의 설립은 아래 조건에 부합해야 한다

- ▷ 최저 등록자본금 100만 달러 이상
- ▷ 국제화물 운송대리업무에 3년 이상 종사한 업무 인원 또는 이에 상응하는 자격증을 취득한 업무 인원을 최소 5명 이상 두어야 함
- ▷ 고정 영업장소가 있어야 함
- ▷ 필요한 통신, 운송, 하역, 포장 등 영업시설을 보유해야 함
- ▷ 외국인투자 국제화물운송대리기업의 경영기한은 일반적으로 20년을 초과할 수 없음

다만 홍콩, 마카오 기업에 대해서는 등록자본금 하한선을 보다 낮게 인정해 △국제해상 운송대리업 500만 위안 △국제항공 운송대리업 300만 위안 △국제육로 운송대리업 200만 위안 등으로 적용하고 있다.

외국인투자 국제화물 운송대리기업의 경영 범위는 아래와 같다.

- ▷ 선창주문(선박임대, 항공기임대, 선창임대), 탁송, 창고보관, 포장

- ▷ 화물의 선적감독, 하역감독, 컨테이너의 집합 분리작업, 분견(分遣), 중개 및 관련 단거리 운송 서비스;
- ▷ 통관수속 대행, 검증대행, 검사대행, 보험;
- ▷ 관련 증빙 서류 제작, 운임납부, 결산 및 잡비 납부;
- ▷ 국제 전시품, 개인 물품 및 국경통과 화물의 운송대행;
- ▷ 국제복합운송, 컨테이너 운송(컨테이너의 집합 분리 포함);
- ▷ 국제특사우편(개인 서한과 縣級 이상의 당, 정, 군 기관 공문서의 우송 업무는 포함하지 않음);
- ▷ 컨설팅 업무 및 기타의 국제 화물 운수 대리업무.

### 도로운송업

아래와 같은 방식의 외국인투자 도로운송업 경영이 허용하며 2005년 1월 1일부터 외국인 독자투자가 가능하다.

- ▷ 중외합자 방식의 도로여객운송업 투자, 경영
- ▷ 중외 합자, 합작 방식의 도로화물운송, 도로화물운반하역, 도로화물창고 및 기타 도로운송과 관련된 보조성 서비스 및 차량 유지보수업무 투자, 경영
- ▷ 독자 방식의 도로화물운송, 도로화물운반하역, 도로화물창고 및 기타 도로운송과 관련된 보조성 서비스 및 차량 유지보수 업무 투자, 경영;(이 분야는 미개방 상태이며 구체적인 시점은 별도 공포)

이 밖에 도로여객운송업에 종사하는 기업은 기업 등록자본금의 50%는 여객운송 기초시설 건설과 개선에 투입해야 하며 투입 차량은 중급이상의 수준을 유지해야 한다. 외국인투자 도로운송기

업의 경영기한은 일반적으로 12년을 초과할 수 없으나, 투자액 가운데 50% 이상의 자금을 여객화물 터미널 기초시설 건설에 투입할 경우, 경영기한을 20년으로 할 수도 있다.

### 자동차 리스업

외국인투자자의 중외합자 자동차 리스기업 설립을 허용하나 반드시 '도로운송경영허가증'(道路運輸經營許可證)을 취득해야 하며 기업 설립 조건은 아래와 같다.

- ▷ 자동차를 20대 이상 배치 및 차량 가치 200만 원 이상; 리스 차량은 신차이거나 1급 기술등급 수준에 도달한 차량이며 유효 차량운행증명서 구비
- ▷ 자동차 차량가치의 5%이상의 유동자금을 보유해야 함
- ▷ 고정된 경영 및 사무 장소를 보유하고 주차장 면적은 정상면적의 1.5배 이상이어야 함
- ▷ 필요한 경영기구와 이에 상응한 관리요원 및 경영관리, 차량 기술, 재무회계 등의 직위에 초급 이상 직명의 전문기술요원을 별도로 1명 두어야 함
- ▷ 법인자격을 구비해야 함
- ▷ 현지 산업발전정책에 부합

### 물류업

물류업은 종래 외국투자자가 합자, 합작, 독자 방식으로 국제유통물류, 제3자 물류업무에 투자, 경영할 수 있었으나 11·5 계획 첫 년도인 2006년 3월 1일부터 독자투자가 허용되고 있다.

현재 적용되고 있는 외국인투자 물류기업의 설립 조건은 아래와 같다.

- ▷ 최저 등록자본금 500만 달러 이상
- ▷ 국제유통물류업무에 종사하는 외국인투자 물류기업의 경외(외국) 투자자의 지분율은 50%를 초과 못함(폐지)
- ▷ 고정된 영업장소를 갖출 것
- ▷ 종사하는 경영업무에 필요한 영업시설을 갖출 것
- ▷ 경영기한은 일반적으로 20년을 초과할 수 없음

외국인투자 물류기업은 관련 규정에 따라 중국 내 기타 지역에 분공사를 설립할 수 있는데 이 경우, 지역 제한은 없으며 각 지방정부는 분공사의 최소 등록자본금 규정을 적용할 수 없다. (2006.3.1)

외국인투자 물류기업의 일반적인 영업범위는 아래와 같다.

- ▷ 국제유통물류업무 : 화물 수출입 업무의 자체 경영 또는 대리  
와 수출가공기업으로부터 위탁받은 대리수출입 업무를 포함  
하는 수출입업무와  
관련 서비스, 그리고  
해운, 항공운수, 육상  
수출입화물의 국제화  
물운송 대리업무
- ▷ 제3자 물류업무 : 도  
로보통화물 운수, 보  
관, 하역, 가공, 포장, 배송 및 관련 정보처리 서비스와 자문



업무, 국내화물운송대리업무, 컴퓨터 네트워크를 이용한 물류 관리 및 운용

한편, 아래와 같은 외국인투자 물류기업의 합자 투자자 조건은 이미 폐지되었다.

- ▷ 국제유통물류업무에 종사하는 외국인투자 물류기업을 설립하는 투자자 가운데 적어도 일방은 국제무역 또는 국제화물운송 또는 국제화물운송 대리업무에서 양호한 실적과 운영 경험을 보유해야 하며 이러한 조건에 부합하는 투자자는 중국 측 투자자 또는 외국 측 투자자의 제1주주여야 함
- ▷ 제3자 물류업무에 종사하는 외국인투자 물류기업을 설립하는 투자자 가운데 적어도 일방은 교통운송 또는 물류 업무에서 양호한 실적과 운영 경험을 보유해야 하며 이러한 조건에 부합하는 투자자는 중국 측 투자자 또는 외국 측 투자자의 제1주주여야 함

## ■ 시장 전망과 진출 전략

중국 내 기업 경영범위 확대 추세로 운송업 및 창고업은 가장 유망한 분야 중 하나로 각광받고 있다. 중국 정부의 권역경제 활성화 정책에 따라, 상하이 중심의 장강삼각주, 베이징 및 톈진 중심의 환발해권, 광둥성의 주강삼각주 지역을 중심으로 수요가 크게 증가하고 있다. 특히 경제권역 내 대도시와 중소도시 간 연결 수요가 매우 클 것으로 전망된다.

11:5 계획 기간 중에는 수출입 세수제도 개선 작업의 진전 상황에 따라 영업지역 제한이 실질적으로 완화될 가능성이 있지만 운송 서비스는 중국 내 각 지방 업체들의 보호주의가 심해 앞으로 상당기간 외국인 투자기업에게는 애로 사항으로 작용할 것으로 보인다.

수년 전만 해도 외국인투자 일반물류기업과 제3자 물류서비스기업은 보세구 등 일부 지역에서만 영업이 가능했으나 2006년 현재 대폭 개방되고 있다. 운송 및 창고 서비스업은 지방정부와의 관계가 영업허가 및 경영성과에 결정적인 영향을 미치며 지방에 따라 상이한 규정 적용이 가능한 분야로 꼽을 수 있다.

운송 및 창고 분야는 업체별로 독자 투자가 가능한 분야와 합자 및 합작만 가능한 분야가 혼재돼 있어 이에 대한 사전 검토가 필수적이다. 그러나 반드시 독자가 바람직한 것은 아니며 경우에 따라 지방 유력기업과의 제휴가 유리한 경우도 있음을 감안해야 한다.

관련 규정을 찾아볼 수 있는 법규로는 ▷물류영역의 외국인투자유치업무 개선에 관한 상무부의 통지(商務部關於進一步做好物流領域吸引外資工作的通知, 2006.3.31) ▷'외국인투자 도로운송기업의 일부심사, 인가관리권의 성급 상무주관 부문에의 위탁에 관한 상무부의 통지(商務部關於委托省級商務主管部門審核部分外商投資道路運輸企業的通知, 2006.3.31) ▷'외국인투자 국제화물운송 대리기업 관리방법 수정판(外商投資國際貨物運輸代理企業管理辦法 修訂版, 2005.12.11) ▷'외국인투자 화물운송기업의 도시건설세와 교육비 부가 면제 문제에 관한 회신(關於外商投資者貨物運輸企業徵免城市維護建設稅和教育費附加問題的批復, 2005.9.14) ▷'외국인투자 도로운송업 관리규정(外商投資道路運輸業管理規定, 2001.11.22) 및 그 보충 규정(2004.4.1, 2005.1.1) ▷'자동차 리스업관리잠정규정(汽車租賃業管理暫行規定, 1998.4.1) 등이 있다.

한편, 앞으로는 제3자 물류업이 크게 각광을 받을 전망이다. 현재 중국에는 FedEx, DHL, Danza, UPS 등 다국적기업들과 Sinotrans, Cosco 등 중국 기업들이 경쟁 구도를 이루고 있으나 중국 내 수요 증가세에 따라가지 못하고 있다. 중국 물류시장은 2004년 약 3,000억 달러 규모에서 2010년까지는 5,000억 달러 이상으로 성장할 것으로 맥킨지 보고서는 내다보고 있다. 특히, 제3자 물류시장은 연평균 20%의 성장률로 향후 5년 내 300억 규모로 확대될 전망이다.

최근 중국 내 기업들은 물류비용 절감을 위해 운송전문기업과 합작해 물류기업을 설립하는 경우도 있다. 기업 간 경쟁 심화를 고려, 가격인하 전략을 펴기보다는 차별화된 서비스로 고객을 확보하는 전략이 필요하다.

## 통신 서비스 시장

### ■ 외국인투자 여건은 어떠한가

통신 분야는 중국 정부가 민감 업종 가운데 하나로 분류하고 있어 종래 외국기업의 진출이 활발하지 않은 분야로 간주됐다. 그러나 최근 중국 내 기업 및 민간의 통신 분야 수요가 지속적으로 확대되면서 정부가 통신 인프라 구축 및 서비스의 질 향상이라는 관점에서 선별적으로 시장 개방에 나서고 있음을 주목할 필요가 있다.

중국은 11·5 계획 기간에 세계 최대 규모의 통신 시장으로 발돋움할 것이 확실시 되고 있어 향후 우리 기업들의 적극적인 진출도 필요한 분야다. 통신 서비스 분야에서는 외국인투자 제한업종과 금지업종에 대한 이해가 우선되어야만 시장 진출 전략을 구상할 수 있다.

외국인투자 제한 업종으로 분류된 통신업 영역은 아래와 같다. 세부 조건이 구비될 경우 영업이 가능하다.

- ▷ 부가통신, 기초 통신업 중 무선호출 서비스 : 2001년 12월 11일부터 외국인투자를 허용하지만, 외자 비율 30% 이하로 제한; 2002년 12월 11일까지는 외자 비율 49% 이하, 2003년 12월 11일 이전에 외자 비율이 50%까지 허용
- ▷ 기초 통신업 중 음성 및 정보서비스 : 2001년 12월 11일부터 외국인투자를 허용하지만, 외자 비율 25% 이하로 제한; 2002년 12월 11일까지는 외자 비율이 35% 이하, 2004년 12월 11일 이전에 외자 비율 49%까지 허용; 2006년 12월 11일까지 외국인 독자투자 허용
- ▷ 기초 통신업 중 국내 및 국제업무 : 2004년 12월 11일 이전에 외국인투자를 허용하지만, 외자 비율 25% 이하로 제한. 2006년 12월 11일까지 외자 비율 35%까지 허용하며, 2007년 12월 11일 이전에 외자 비율 49%까지 허용

우편은 외국인투자가 금지된다.

외국인투자 통신기업은 법에 따라 '통신업무경영허가증'(電信業務經營許可證)을 취득하고 이 허가증에 명시된 아래와 같은 범위 내에서 통신서비스 업무에 종사할 수 있다.

- ▷ 기초통신서비스: 고정망 국내 장거리 및 시내 전화 서비스; 이동전화 및 데이터서비스; 위성통신 및 위성통신 서비스; 인터넷 망 및 기타 공공 데이터 전송 서비스; 광대역, 파장, 광케이블, 관로 및 기타 통신망요소 임대, 판매 서비스; 국제통신 기초설비, 국제통신 서비스; 무선호출서비스; 기초통신서비스의 재판매.

- ▷ 부가통신서비스: 전자우편; 음성메일; 온라인정보 집적, 검색; 전자데이터교환; 온라인데이터 및 교역처리; 부가팩스; 인터넷 접속서비스; 인터넷정보서비스; 화상전화 회의서비스.

외국인투자통신기업의 등록자본금은 전국 혹은 성(省)간 범위의 기초통신업무를 경영할 시에는 최저 등록자본금 20억 위엔이지만 부가통신서비스 부문의 최저 등록자본금은 1,000만 위엔에 달한다. 성급 범위이내의 기초통신과 부가통신 서비스 회사의 최저 등록자본금은 각각 2억 위엔과 100만 위엔에 달한다.

외국인투자 통신기업의 기초통신 및 부가통신 서비스 업무는 기본적으로 아래 조건에 부합해야 한다.

- ▷ 기초통신업무(무선호출업무 제외)를 경영하는 외국인투자 통신기업의 외자 비율은 최종적으로 49%를 초과할 수 없음
- ▷ 부가통신업무(기초통신업무중의 무선호출업무 포함)를 경영하는 외국인투자 통신기업의 외자 비율은 최종적으로 50%를 초과할 수 없음
- ▷ 외국인투자 통신기업의 중국 측 투자자와 외국 측 투자자가 서로 시기를 달리하여 출자할 경우의 지분 비율은 국무원 신식산업(정보통신) 주관 부문이 관련 규정에 따라 확정

한편, 기초통신 업무를 경영하는 외국인투자 통신기업의 외국 측 주요 투자자는 기업법인자격을 보유해야 하며 등록지 국가(또는 지역)에서 기초통신업 경영허가증을 취득해야만 한다. 또한 중국 내 경영활동종사에 필요한 자금과 전문인원을 보유하고 양호한 영업실적과

운영경험이 있어야 한다. 양호한 영업실적과 운영경험이란 표현이 애매모호해서 중국 정부의 자의적인 규정 적용이 가능한 측면이 없지 않다.

## ■ 시장 전망과 진출 전략

2006년 정보통신산업 매출액은 4조 위안으로 예상되며 매년 최소 20% 이상 시장이 확대되고 있으며 11.5 계획 최종 년도인 2010년까지는 GDP 내 비중을 10%까지 확대한다는 것이 중국 정부의 목표다. 중국은 현재 전체 인구의 약 30%인 4억 명이 이동통신 가입자이며 향후 지속적으로 확대돼 2010년까지는 인터넷 가입자는 2억 명에 달해 보급률 15%에 이를 전망이다.

통신업은 종래 중국 정부에게 매우 민감한 업종으로 전반적으로 개방 속도가 느렸으나 최근 시장 규모 확대에 개방에 대한 기대가 커지고 있다. 개별적인 신규 입법을 통한 개방보다는 통지, 공고, 보충 규정 등의 형태로 점진적으로 개방할 전망이다.

중국 통신서비스 시장 진출을 위해서는 무엇보다 장기적인 안목을 가질 필요가 있다. 법률적으로는 점진적인 개방을 하고 있지만 정부의 경쟁정책 확대, 통신기술의 급속한 변혁 등으로 인해 투자 자금 회수에 상당 기간이 소요되는 관계로 장기진출 전략 수립이 필수적이다.

앞서 지적한 것처럼 통신업은 중국의 대표적인 민감 업종의 하나로



분류되고 있기 때문에 사업자로 선정되기 위해서는 중국정부와의 양호한 관계가 필수적인 전제조건이다. 운송 서비스가 지방정부형 사업이라면 통신 서비스는 중앙정부형 사업이라고 할 수 있어 통신업을 하기 위해서는 중국 중앙 정부와의 관계 강화가 필요하다.

우리 기업들의 진출 유망분야로는 PCL장비, B-WLL, 초고속 정보통신망 구축관련 분야, 전용회선, 광케이블, CDMA 사업 지분참여, 로밍 서비스 업무제휴, 인터넷폰 솔루션, 인터넷 콘텐츠, 인터넷 장비, 무선 인터넷 분야가 있다.

사업 참여 및 경영 가능성 검토를 위한 법률적 근거가 법 규정으로는 ▷외국인투자 이동통신시스템 및 단말기제품 생산기업 심사허가권한에 관한 상무부의 통지(商務部關於外商投資者移動通信系統及終端產品生產企業審批權限的通知, 2005.5.1) ▷〈통신업무 분류목록〉 재조정 에 관한 통고(關於重新調整〈電信業務分類〉目錄的通告, 2003.4.1) ▷외국인투자 통신기업 관리규정(外商投資電信企業管理規定, 2002.1.1) ▷중화인민공화국 전신조례(中華人民共和國電信條例, 2000.9.25) 등이 있다.

## 광고 서비스 시장

### ■ 외국인투자 여건은 어떠한가

광고 서비스 시장에서 말하는 광고의 범위에는 중국 내 각종 광고의 디자인, 제작, 배급, 대리 및 인쇄품 제작, 영화 및 TV 광고 작품 등이 포함된다.

중국은 WTO 서비스무역 양허안에서 외국인 서비스 제공자가 우선 합자기업의 형식으로 중국 내 광고기업을 설립하는 것을 허용하고 이후 독자기업 설립도 개방한다고 밝혔다. 구체적인 중국 내 상업적 주재 광고 서비스(Commercial presence)의 개방 일정을 보면 2003년 12월 11일 이후 외국 측 다수지분 보유를 허용했고 2005년 12월 11일 이후에는 외국 독자회사 설립을 허용했다.

외국인 산업지도목록 상의 개방 일정도 2003년 12월 11일 이전에 외국 측 지배 지분 보유를 허용하고 2005년 12월 11일 이후 외국 측 독자경영도 허용한다고 규정돼 있다.

현재 적용되고 있는 외국인투자 광고기업의 설립 조건은 아래와 같다.

- ▷ 종합성 광고기업 : △광고경영에 상응한 경영관리인원, 기획디자인인원, 제작인원, 시장조사인원(이상의 인원은 모두 광고전문기술자격증을 취득해야함), 재무회계인원을 보유해야하며 그 중 전문요원은 초급



대학 이상의 학력을 갖추고 전체 종업원 수의 2/3 이상이어야 함 △광고 디자인, 제작, 대리업무에 상응하는 자금, 설비, 경영장소를 보유해야 하며, 등록자본금과 경영장소 면적은 각각 50만원과 100평방미터 이상이어야 함 △광고경영범위에 상응하는 경영기구 및 광고경영관리제도를 보유해야함 △전문 광고심의원을 두어야함

- ▷ 광고디자인, 제작기업 : △광고경영에 상응한 경영관리인원, 기획디자인인원, 제작인원, 시장조사인원(위 인원은 모두 광고전문기술자격증을 취득해야함), 재무회계인원을 보유해야하며 그중 전문요원은 초급대학 이상의 학력을 갖추고 전체 종업원 수의 1/2 이상이어야함 △광고경영범위에 상응하는 자금, 설비, 기자재, 장소를 보유하고 경영장소는 40평방미터 이상이며 제작장소는 광고제작 프로그램에 따라 정함 △광고경영범위에 상응하는 경영기구 및 광고경영관리제도를 보유해야 함 △전문광고 심의원을 두어야 함

만약 중외 합영광고기업을 설립한다면 합영 각 방이 반드시 설립 후 2년 이상의 광고업무 경영기업이어야 하고 실제 광고영업실적이 있어야 한다는 조건을 달고 있다.

## ■ 시장 전망과 진출 전략

중국의 광고업 시장 규모는 2000년 712억 위안에서 2005년 1,416억 위안으로 연평균 10% 이상 성장해 제3차 산업 내 비중이 약 2% 선을 점유하고 있다. 최근 기업 경쟁 격화로 광고시장이 커지면서 2006~2010년의 11.5 규획 기간에는 연평균 시장 성장률이 20%를 웃돌 전망이다.

중국 광고업계는 2005년 12월 11일 이후 외국 측 독자경영 허용과 함께 사실상 전면 개방 단계로 진입한 것으로 평가된다. 시장 규모가 큰 만큼 다국적기업들의 진출이 활발해 향후 시장 경쟁이 매우 치열해질 것으로 전망된다. 2006년 현재 약 20여 개의 다국적 광고기업들이 시장의 선두 주자권을 형성하고 있다.

중국 광고업 시장에 진출하기 위해서는 우리 기업의 진출 사례가 매우 드문 만큼 우선 선두주자의 시장 진출 및 경영 경험을 벤치마킹할 필요가 있다. 조기에 진출한 외국 유명기업들의 진입 전략과 경영 방식을 적극 학습하는 한편, 조기 진출기업과의 전략적 제휴 가능성을 모색하는 것도 효과적인 진출 전략이다.

2006년부터는 인수합병을 통한 외국기업의 시장 진출 가능성이 크게 확대되고 있다. '외국인투자자의 지분 인수합병을 통한 외국인투자광고기업 문제에 관한 통지' 등의 규정에 따라 전략적인 인수합병 방안을 선택하는 것도 좋은 방법이다.

광고업 시장은 아이디어의 경쟁이며 이는 우수 인력의 효과적인 확보에 그 성패가 달려있다. 내국인은 물론 유능한 외국인 직원 확보에도 전향적으로 노력할 필요가 있다.

법률적인 문제점을 확인하기 위해서는 ▷외국인투자자의 지분 인수합병을 통한 외국인투자광고기업 문제에 관한 통지(關於外國投資者通過股權并購舉辦外商投資廣告企業有關問題的通知, 2006.4.11) ▷인쇄품광고 관리방법(印刷品廣告管理條例, 2005.1.1) ▷광고관리조례 시행세칙(廣告管理條例施行細則, 1998.12.3) ▷외국인투자 광고기업 관리규정(外商投資廣告企業管理規定, 2004.3.2) 등을 참고해야 한다.

## 요식 및 관광 서비스 시장

### ■ 외국인투자 여건은 어떤가

요식 서비스업의 경우, 특별한 규정이 없다면 대부분의 중국 지역에서 중외 합자와 합작은 물론 독자 경영도 허용된다. 외국인 투자기

업이 중국 내 1년 이상 양호한 경영 경험을 보유했다면 요식업 프랜차이즈업 업무에도 종사할 수 있다.

관광 서비스에선 고급호텔, 고급 오피스 빌딩, 국제회의장 건설 및 경영 등을 외국인투자 제한 업종으로 규정하고 있다. 외국 여행사의 중국 내 상주기구 설립을 허용하지만 국가여행국(旅游局)의 비준을 득해야 하며 이 상주기구는 여행자문, 연락, 선전 등 비경영성 활동에만 종사할 수 있고 경영성 여행업무는 할 수 없는 것으로 돼 있다.

외국 여행서비스 제공자의 중국 내 중외합자, 중외합작(외국측 지배지분, 지배권익 가능), 독자 여행사 설립이 가능하나 '여행사업무경영허가증'(旅行社業務經營許可證)을 취득해야 한다는 규정도 있다.

중외합자, 중외합작경영 여행사의 경우, 최저 등록자본금은 250만 위안이며 합자기한은 기본적으로 20년을 초과할 수 없다. 물론 합자쌍방이 동의한다면 그 기한을 연장할 수 있다. 기업형태는 유한책임회사로 하며 요구조건에 부합하는 영업장소, 영업시설, 경영인원을 갖추고 규정에 따라 여행사 품질 보증금을 납부해야 한다.

외국인투자 여행사의 중국 측 투자자는 법적으로 설립된 회사여야 하고 최근 3년간 위법 또는 중대한 위규 사실이 없어야 하며 국무원 여행행정 주관부문이 규정한 심사조건과 업종별 요구 조건에 부합해야 한다.

외국 측 투자자는 여행사 또는 여행경영업무를 주요 업종으로 하는 기업이어야 하고 연간 여행경영 매출총액이 4,000만 달러 이상이어야 하고 본국의 여행업협회 회원이어야 한다.

만약 외국인 다수 지분 여행사를 설립할 경우, 외국인 투자자는 여행사 또는 여행경영업무를 주요 업종으로 하는 기업으로서 연간 여행경영 매출총액이 4,000만 달러 이상이어야 하며 본국의 여행업협회 회원이어야 한다. 또한 양호한 국제적 신용 및 선진적인 여행사 관리 경험을 보유해야 한다.

외국인 독자여행사의 경우, 외국 측 투자자는 위 조건들을 충족하는 동시에 여행경영 매출총액이 5억 달러 이상이어야 한다는 매우 까다로운 조건을 달고 있어 영세 외국 여행사에게는 독자 경영을 허용하지 않는다는 입장이다. 외국인 다수 지분 또는 독자여행사의 설립은 중국의 여행업 발전 계획과 여행시장 수요에 부합하고 등록 자본금이 250만 위안 이상 되어야 한다.

이상과 같은 조건에 부합되는 외국인투자자는 종래 국무원이 비준하는 국가지정 휴양지(國家旅游度假区) 및 베이징, 상하이, 광저우, 선전, 시안 등 5개 도시에만 다수 지분 또는 독자형태의 여행사를 설립할 수 있었으나 2005년 관련 규정 수정으로 현재는 지역 제한이 사라졌다. 그러나 외국인 투자자가 설립을 신청하는 외국인 다수 지분 또는 외국인독자 여행사는 일반적으로 업체별로 1개 씩만 허용하는 제한 규정이 있다.

## ■ 시장 전망과 진출 전략

요식업과 여행업은 상당부분 외국인 독자 투자가 허용되는 추세이나 여전히 다른 까다로운 규정이 아직 남아있다. 11·5 기획 기간에는 각 업체별로 최저 등록자본금 규정을 완화하는 가능성은 예상되나 이외에 단기간 내 다른 큰 변화는 없을 것으로 보인다.



그러나 이 업종은 향후 시장진입 자격이 완화되면서 어느 업종 못지않게 경쟁이 극심해질 전망이다. 시장 진입보다는 차별화된 경영 전략이 보다 중요한 것이 이 업종의 특징이다. 예를 들어 상하이의 요식업은 이미 식단 구성 및 서비스의 차별화가 성공의 결정적인 요인으로 평가될 정도다.

법률적인 참고 사항은 ▷외국인 지배지분, 외국인독자 여행사 설립 잠정 규정(設立外商投資控股, 外商獨資旅行社暫行規定, 2003.6.12) 및 그 수정(2005.2.17) 및 그 보충 규정(2005.12.29) ▷여행사 관리 조례 및 그 실시세칙(旅行社管理條例, 實施細則) 등을 참고하면 된다.

## 04

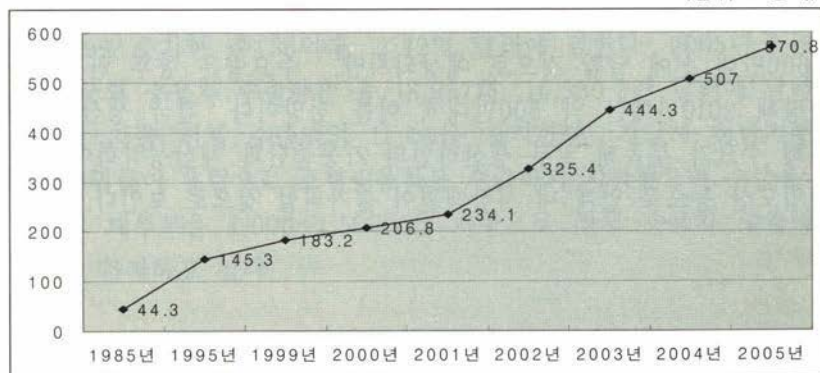
## 자동차 : 마이카 시대를 선점하라

## 급팽창 후 완만한 성장세 진입

중국의 자동차 생산대수는 지난 2000년 206.8만대에서 2004년에는 400만대를 돌파한 444.3만대를 기록하는 등 4년 만에 두 배 이상 증가하는 비약적인 성장을 보이고 있다. 이러한 성장세는 2005년에도 지속되어 전년대비 12.6% 증가한 570.77만대로 500만대를 돌파하는 등 비교적 안정적인 증가율을 보이고 있다. 2002년과 2003년 전년대비 39.0%와 36.5%의 비교적 높은 증가세를 보인 이후, 2004년부터는 10%대의 비교적 완만한 성장세로 돌아서고 있다.

중국의 자동차 생산규모 추이

(단위 : 만대)



자료 : 중국자동차공업협회

중국의 자동차 산업은 정부주도의 적극적인 외자유치를 기반으로 성장하였다고 할 수 있다. 자동차 생산업체의 생산 실적을 살펴보면 승용차 생산량 상위 10대 외국계 기업의 생산량이 총 181.32만대로 중국전체 생산량의 73.3%를 차지해 중국에서 생산되는 승용차의 3대 중 2대가 외국계 기업이 생산한 것으로 나타났다.

중국 자동차공업협회에 따르면, 2005년 중국의 자동차 판매량은 575.82만대로 전년대비 13.5% 증가하였다. 2005년 중국의 자동차 판매량에 수입차 판매량 16만대를 합산할 경우, 총 판매량이 약 592만대로 일본의 580만대를 추월, 중국은 지난해 미국에 이어 세계에서 두 번째로 큰 자동차 판매대국으로 부상하였다. 2006년에는 전년대비 약 12.1% 증가한 640만대, 판매량은 약 629만대에 달할 전망이다. 차종별 판매량은 세단 360만대, 경차(배기량 1000cc 이하) 89만대, 상용차량 180만대가 판매될 것으로 예측된다.

중국의 자동차 내수시장은 10% 대의 안정적인 성장세를 유지하고 있으나, 최근 자동차업체들의 생산라인 증설이 이어지면서 향후 생산 증대에 따른 공급과잉이 이어질 우려가 증폭되고 있다. 최근 부쩍 늘고 있는 중국 내 자동차생산기업들의 생산라인 증설에 따라 자동차 생산능력이 증가해 2010년에는 중국의 자동차 연간 생산능력이 1,600만대 선에 달할 것으로 예상되지만, 수요량은 향후 연간 15% 성장해 2010년에는 약 800만대에 이를 전망이다. 결국 생산능력에 비해 수요가 부족해 일부 생산라인의 가동중단과 채산성악화에 따른 기업도산 등으로 업계 내 시장개편이 불가피할 것으로 보인다.

## 중국 자동차 산업 현황(2001~2005년)

(단위 : 만대, %)

연도별	생 산		판 매	
	생산량	증가율	판매량	증가율
2001년	234.15	13.2	237.28	-
2002년	325.12	38.9	324.18	36.6
2003년	444.35	36.7	439.16	35.5
2004년	507.05	14.1	507.17	15.5
2005년	570.77	12.6	575.82	13.5

자료 : 중국자동차공업협회

수출 현황을 살펴보면 2005년 1~9월간 중국의 차량 수출은 총 65.45만대, 13.34억 달러로 각각 전년대비 156.8%와 167.4%의 급속한 증가세를 보이고 있다. 차량별 수출액을 보면, 트럭수출이 전체 차량수출의 35.2%인 4억 6943만 달러에 달했으며 수출대수는 총 73,534대로 수출차량 대부분이 중국 자체 브랜드 제품이다. 수출량이 가장 많은 차종은 9인승 이하 소형객차로 수출규모는 전년동기대비 1,416.9% 증가한 총 36억대, 2.49억 달러에 달한다. 2005년 1-9월간 중국의 승용차 수출량은 총 18,987대, 15,230.9만 달러에 달하며 중국의 차량 전체 수출액의 11.4%를 차지한다. 지난해 하반기부터 합자기업들이 유럽으로 소형승용차를 수출하기 시작했으며 수출용 자가용의 대부분은 1,000~1,500cc급 차량으로 전체 승용차 수출량의 59%를 차지하고 있다.

## 2005년 1~9월 중국의 자동차 수출현황

차종	수량 (대)	증감률 (%)	금액 (US\$만)	증감률 (%)	금액에서 차지하는 비중(%)	수량에서 차지하는 비중(%)
트럭	73,564	129.7	46,943.1	200.2	35.2	11.2
객차(9인승이하)	364,930	1,416.9	24,874.9	614.3	18.6	55.8
특수차량	185,793	-0.5	24,233.3	40.8	18.2	28.4
소형 승용차	18,987	174.2	15,230.9	174.2	11.4	2.9
대중형객차	4,546	41.2	13,038.8	156.9	9.8	0.7
덤프트럭	2,979	238.9	5,487.3	245.1	4.1	0.5
기타발동기형객차	2,471	387.4	1,991.4	663.9	1.5	0.4
SUV(사륜구동)	1,282	129.34	1,588.2	48.87	1.2	0.1
합계	654,552	156.75	133,387.9	167.4	100	100

주 : 증감률은 전년동기대비 증감률을 가리킴  
 금액비중과 수량비중은 전체차량수출 금액 및 수량에서 당해 차종의 수  
 출금액과 수량이 차지하는 비중을 각각 가리킴

지역별 수출 현황을 살펴보면 2005년 1~9월중 미국으로의 차량수출이 240393대, 1억 2743.7만 달러로 수입대상국중 가장 높게 나타났다. 대미 수출이 금액면에서는 전체 차량수출의 9.6%에 불과하나 수출량은 전체의 36.7%를 차지해 수출차량 세대중 한 대는 미국으로 수출되는 셈이다. 뒤를 이어 ▷알제리(1억 39만 달러) ▷시리아(9,216만 달러) ▷수단(7083.5만 달러) ▷브라질(6085.7만 달러) ▷러시아(5,055.5만 달러) 순으로 나타났다.

중국의 자동차 수입동향은 2005년 1월 1일부터 완성차와 부품의 수입쿼터 관리제도가 폐지되고 완성차 수입관세율도 30%로 낮아지면

서 본격적인 수입 자동차 개방시기가 도래하였다고 할 수 있다. 이러한 정책변화에도 불구하고 2005년 중국의 자동차 수입은 16만300대, 51억2천만달러로 2004년에 비해 각각 7.3%, 4.1% 감소해 중국의 WTO 가입 이후 처음으로 자동차 수입 감소를 보였다. 하지만, 중국이 WTO가입 양허안에 따라 자동차 수입관세를 오는 7월 1일부터 25%로 3%p 추가하락하고 자동차부품 수입관세율도 10%까지 조정할 방침이어서 관세를 하락이 수입자동차 가격 하락 및 수입자동차 구입 증가에 상당한 영향을 미칠 것으로 전망으로 보인다.

## 11.5 규획과 자동차 산업 발전

2004년 중국은 자동차산업발전을 위해 국가발전개혁위원회를 중심으로 <자동차산업발전정책(汽車產業發展政策)>을 제정, 발표하였다. 이는 중국 자동차 산업의 건전한 발전을 이끌어 2010년까지 자동차 산업이 중국경제의 기간산업이 되도록 이끌어간다는 목표를 가지고 있다. 이러한 <자동차산업발전정책>은 11.5기간 중 중국 자동차 산업 발전의 핵심방안이 되고 있다.

11.5 기간 중 중국의 자동차 산업 발전 목표는 크게 세가지로 나눌 수 있다. 첫 번째로, 2010년까지 자동차산업을 중국 국민경제의 기간산업으로 이끌어나가겠다는 목표다. 세부 실행계획은 자동차산



업의 공업부가가치가 GDP의 2.5%를 차지하는 것이며, 국민경제발전의 중심축이 되도록 하겠다는 것이다. 두 번째는, 2010년까지 중국이 세계 주요 자동차 제조국이 되는 것이 목표이다. 세계 주요 자동차 제조국이라는 목표에는 자동차 자주개발 능력을 기본적으로 갖추는 것이 포함된다. 즉, 자국의 자동차 자주개발 능력을 통하여 세계 주요 자동차 제조국이 되겠다는 의미이다. 2010년까지 예상되는 중국 국내 자동차 수요는 800~900만 대이며, 전체 자동차 보유 대수는 5500만 대로 인구 천명당 40대의 자동차를 보유하는 것이 목표이다. 세 번째는, 2010년까지 자동차 에너지 소모효율을 2003년에 비해 15%이상 끌어올리는 것을 목표로 하고 있다. 에너지 절약과 환경보호가 중국의 핵심과제로 떠오르고 있는 현실에서 자동차 생산에서부터 운행에 이르기까지 에너지 및 자원 절약과 안전성 제고 등을 통해 선진국 수준의 자동차 환경을 만들어 나가겠다는 것이 목표이다.

중국은 <중국 자동차산업 11.5 발전계획 요강(이하 요강)>을 자동차 산업 내부 협의를 거쳐 금년 상반기 중 발표할 계획이다. 이번에 발표되는 <요강>에서 특히 주의할 점은 중국 자체 브랜드 승용차 점유율 목표를 60%라는 숫자로 명확히 밝혔다는 점이다. 이는 2004년 6월, <중국 자동차산업 발전정책>에서 2010년까지 자체 브랜드 자동차 시장 점유율 목표 50%를 제시하였다가, 정작 발표될 때에는 50%라고 명시한 숫자를 삭제한 채 발표되었던 사례와 대비되어진다. 당시 이를 삭제한 이유는 50%라는 숫자를 명시한 것이 너무 민감한 사항이기에 삭제하였다고 전해지고 있다. 2005년 중국 자체 브랜드 자동차의 시장 점유율을 차종별로 살펴보면 고급 승용차 2.4%, 중소형 승용차 26.8%, 상용차 98.6%의 점유율을 보이고 있어, 상용차에 비해 승용차의 중국 자체 브랜드 시장 점유율이 급격하게 떨어지는 것을 알 수 있다. 또한, 급속하게 커져가는 중국의 자동차 시장에서 자

체 브랜드 자동차의 비율이 상대적으로 저조한 것도 이번 〈요강〉에서 점유율 목표를 명확하게 밝힌 계기가 된 것으로 보인다. 즉, 중국 자동차 자체 브랜드의 시장 점유율은 전자산업 등 타 산업에 비해 떨어지고 있으며, 이에 자체 브랜드의 자동차를 육성하고자 하는 목소리가 커지고 있음을 반증한다.

11·5 기간 중 중국의 자동차 산업발전 목표를 이루기 위한 실행 방안은 크게 4가지로 구분될 수 있다. 먼저 자체 브랜드 구축이다. 중국의 자동차업체들의 국내외 브랜드 인지도는 매우 낮은 형편이다. 이를 타개하기 위해 자주 브랜드 발전을 위한 여러 가지 움직임이 나타나고 있다. 대표적인 움직임 중 상하이 자동차의 발전목표이다. 상하이 자동차는 2010년까지 자체 브랜드 자동차 30만 대를 양산할 것으로 목표로 하고 있으며, 이를 위해 136.8억 위안을 투자하겠다고 밝히고 있다. 특히, 상하이 자동차는 자체 생산 기술력 확보를 위해 2005년 영국의 MG로버에 6,700만 파운드를 지불하고 기술을 이전 받았으며, 핵심 기술자들을 영입하였다. 상하이 자동차가 MG 로버로부터 이전받은 기술로 제작될 승용차는 고급차종인 로버75와 중급차종인 로버25이며, 승용차 외에도 MPV, SUV 등 30여 종의 다양한 자동차를 시장에 내놓을 예정이다. 또한, 상하이 자동차는 향후 18억 위안을 투자하여 상하이 자동차 공정연구원을 건립하고, 지속적인 자동차 및 엔진 기술개발을 수행할 계획이다. 이러한 움직임은 상하이 자동차 이외에도, 난징 자동차, 장안 자동차, 화신(華晨) 자동차 등에서도 일어나고 있다.

두 번째는 에너지 효율 제고이다. 에너지 고효율, 저오염을 위한 신기술 에너지원 및 자동차에 대한 연구개발이 늘어나고 있다. 특히, 신개념 연료 자동차, 하이브리드 자동차에 대한 생산 및 연구개발을 중점적으로 수행하고 있다.

세 번째는 자주기술 발전이다. 중국의 해관총서, 국가발전개혁위원회, 재정부, 상무부는 '완성차 특징을 가진 자동차부품 수출입관리방법(构成整车特征的汽车零部件进口管理办法)'을 공동 발표해 2005년 4월1일부로 시행에 들어갔다. 이는 중국 정부가 외국 자동차 제조상이 완성차에 부과되는 높은 관세를 피하기 위한 방법으로 자동차를 부품 상태로 수입하는 것을 막기 위한 조치로 여겨진다. <방법>에 따르면, 자동차 부품을 수입해 중국내 판매를 목적으로 완성차를 생산하는 기업은 부품수입 이전에 해당부품이 완성차의 특징을 가지고 있는지 여부를 심사해 수입부품이 완성차의 특징을 보유하고 있을 경우 세관에 등록해야 하며, 완성차의 특징을 가지고 있는 것으로 등록된 자동차 생산용 수입부품은 등록세관을 통해 통관수속을 진행하며 등록내용에 따라 관세가 부과된다. 중국은 이 방법에 따라 차량 가격의 60% 이상에 해당하는 부품에 대해서 완성차와 동일한 28%의 수입관세를 적용하도록 하였다. 이러한 중국 정부의 <방법> 실시로 인해, 그동안 외국 자동차업체에서 실시하여오던 자동차 부품 수입 조립생산 방식이 점차 경쟁력을 잃어가게 되었으며, 중국으로 부품업체 이전을 서두르게 하는 배경으로 작용하고 있다. 결국, 중국 내 부품 생산을 통해 중국의 자동차 부품 제조기술의 수준을 높이고자 하는 의도로 풀이된다.

네 번째 실행방안은 국제시장 진출이다. 중국은 세계 주요 자동차 제조국으로 발돋움하기 위한 방안으로 국제시장 진출을 지속적으로 추진하고 있다. 최근 국제시장 진출 방안으로 해외 자동차 업체 인수 합병을 통해 해외로 진출하는 사례가 나타나고 있다. 난징 자동차는 2005년 6월 6일 영국의 MG Rover 자동차를 인수한 이후, 1년이 지난 2006년 6월 MG 자동차 부품을 해외로 수출하였다. 난징 자동차는 MG로부터 들여온 자동차 제조라인을 통해 제작된 MG 자동차 순

정부품을 제조, 수출하였으며, 향후, MG자동차 엔진을 제조, 수출할 계획이며, 내년 3월에는 MG7시리즈 자동차를 제조, 수출할 계획이다. 사실 60년의 역사를 가진 난징 자동차는 국제화 된 자동차 시장에서 점차 경쟁력을 잃어가고 있었으나, 하지만, MG 자동차 인수를 통해 자사 고유의 글로벌 자동차 브랜드를 얻게 되었으며, 이를 바탕으로 신도약을 준비하고 있다. 이처럼 인수합병을 통해 국제화를 시도하는 경우도 있으며, 최근에는 OEM 방식으로 세계 시장에 문을 두드리는 업체도 나타나고 있다. 크라이슬러는 2006년 5월 4일 <미국자동차뉴스(Automotive News)>의 보도를 통하여 중국의 체리자동차를 협력 대상으로 고려하고 있다고 밝혔다. 이는 주로 중소형 자동차 분야에서 OEM 방식으로 생산되는 것을 전제로 하며, 체리자동차가 중국에서 생산하는 자동차에 Dodge나 Chrysler 등의 상표를 붙여 미국에 판매하는 방식으로 진행될 것으로 보여진다. 크라이슬러는 체리자동차의 저비용 생산시설에 관심을 가지고 협상을 진행하고 있다고 한다. 중국의 체리 자동차 입장에서는 자사의 자동차 생산 기술이 한계에 직면하고 있음으로 인해, 크라이슬러를 통해 기술 및 관리 운영 지도능력을 전수받고자 하는 목적이 있으며, 크라이슬러의 입장에서는 미국에서 소형자동차를 생산 시, 도저히 맞출 수 없는 생산원가를 중국의 합작사를 통해 해결하고자 하는 목적이 있어 상호 윈윈하는 계기가 될 것으로 보인다.

## 선전하는 한국 車

2005년에는 北京現代가 총 20.05만대의 자동차를 생산하여 동기대비 51.8%로 자가용생산 상위 5대기업 중 가장 높은 증가율을 기록하

였다. 또한, 30만대 생산을 위한 제2공장 건립을 시작하였다. 향후 2008년까지 연간 생산 60만대를 목표로 하고 있다.

자가용 생산 외국계 기업순위(2005.1~11월)

(단위 : 대, %)

생산기업	생산량	전년대비 생산량 증감률
一汽大衆	217491	△19.6
上海大衆	208238	△36.40
北京現代	200493	51.8
上海通用	274622	32.3
廣州本田	188819	15.2
天津一汽	180407	54.7
奇瑞汽車	157534	116.0
東風日産	146921	154.7
神龍汽車	127646	54.3
一汽豐田	111051	43.9
浙江豪情	105966	112.3

자료 : 2006 중국자동차시장전망

생산뿐만 아니라, 판매 분야에서도 베이징현대자동차는 좋은 성과를 내고 있다. 북경현대의 간판격인 엘란트라는 2005년, 2006년 계속해서 판매 수위를 달리고 있으며, NF소나타, 베르나 등도 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

현대자동차의 이러한 약진 배경에 대해 중국 언론들은 다음과 같이 설명하고 있다. 먼저, 속도전의 승리라고 표현하고 있다. 한국 기업

특유의 빠른 속도를 통해 시장을 확대해 나가고 있다는 것이다. 시장 확대를 위한 가격 경쟁에서도 타사에 비해 한발 빨리 움직였으며, 판매 서비스망 확보도 빠른 속도로 진행되고 있다. 현재 베이징현대자동차의 서비스망은 전국에 분포되어 있으며, 이미 186개의 4S점 (판매, 정비, 부품공급, 정보 피드백이 동시에 이루어지는 형태의 자동차 대리점)과 70개의 특약 서비스센터를 확보하였다. 거의 3일에 한 개 꼴로 서비스 망을 확충한 셈이다. 이러한 신속한 경영 덕분에 중국에 진출한지 얼마 되지 않음에도 불구하고 높은 판매율을 얻게 되었다.

두 번째 요인으로 시장세분화 및 포지셔닝 전략의 승리라고 묘사하고 있다. 두 가지 모델인 엘란트라와 소나타에 대해 가정용 시장과 업무용 시장을 구분하여 이에 대한 제품의 포지셔닝을 잘 수행하였다는 평가이다. 실제로 광고를 보면 엘란트라와 소나타의 경우, 가족의 따뜻함을 잘 묘사하여 고객으로 하여금 가정용 자동차로서의 엘란트라와 소나타의 이미지를 잘 묘사하였고, 소나타의 경우, 검은 색 이미지의 품격 높은 공식 업무용 차량으로서의 이미지를 굳혔다. 여기에 다양한 옵션 기능을 제시하여 고객의 선택의 폭을 넓힌 것도 성공의 요인으로 꼽힌다.

세 번째는 현지화 경영 전략을 들 수 있다. 중국인들의 수요에 대한 연구를 많이 수행하여 중국인의 심리를 사로잡았으며, 제품의 국산화율도 이미 76%에 달하여 가격경쟁력을 확보하였다는 분석이다. 베이징현대자동차의 성공 배경에는 정치적인 영향력도 무시할 수 없었겠지만, 그보다 고객들의 소비심리를 잘 파악하여 과거 중국의 전통적 판매 차종인 산타나, 제타, 시트로엥 등 차종과의 차별화를 통해 고객에게 접근하였다는 것이다. 세심하게 고객의 요구를 파악하여 실용적이며, 편의성을 강조한 컨셉이 중국 시장에서 잘 들어맞았다는 평가이다.

네 번째는 택시를 통한 접근 전략이 적절하였다는 평가이다. 고객들이 택시를 통해 베이징현대자동차의 좋은 점들을 간접적으로나마 맛보게 되고, 이에 따라 베이징현대자동차에 대한 호감을 가지게 된 것도 성공요인 중 하나로 꼽힌다.

다섯 번째는 서비스제일주의이다. 단순히 고객들에게 상품판매를 하는 것에 그치는 것이 아니라, 애프터 서비스를 강화하여 고객 만족을 증대시킨 것이 주요하였다는 지적이다. A/S 요원에 대한 교육을 강화하고, '1년 4번 무료검사 실시' 등을 통해서 고객과의 장기적이고 지속적인 관계를 형성한 것이 좋은 반응을 나타내고 있다.

여섯 번째는 베이징현대자동차의 지속적인 투자를 통한 제품 및 서비스 개선도 성공 요인으로 꼽힌다. 기술적으로는 전 세계화 전략을 택하여 세계시장에서의 우수한 기술을 바탕으로 한국에서 가장 성공한 차량 모델을 들여와 중국 시장에 적용시키고, 지속적으로 개선한 것이 중국 소비자에게 잘 들어맞았다는 지적이다.

## 마이카 시대 선점 전략

중국인 11·5 기간 중 1천 명당 40대의 자동차를 공급하겠다고 밝혔다. 본격적인 마이카 시대를 시작하겠다는 의도이다. 중국의 자동차 시장이 지속적으로 확대되어가는 과정 가운데 한국 자동차업체의 선점 전략은 무엇일까?

먼저 고려할 부분은 규모의 경제를 이루어야 한다는 것이다. 중국 내에서 자동차 시장을 선점하기 위해서는 먼저 일정정도의 규모를 유지해야만 한다. 이는 중국 내 주요 자동차 업체 생산 능력 현황 및 계획에 잘 나타나 있다.

주요 자동차 업체 생산 능력 현황 및 계획

(단위 : 만대)

업체 명	기존생산 능력	2005년 판매량	올해목표 판매량	추가생산 능력
이치-대중	66	27	32	
상하이GM	48	32.5	38.2	
상하이대중	45	28.7	35	
동평-니산	35	15.7	20	10
베이징현대	30	23	30	30
이치-도요타	27	15	21	20
천진이치샤리	25	19	20	15
광저우-혼다	24	23	26	12
피아트 자동차	22	14.1	20	23
장안-포드	15	6.1	14	5+16
동평웨다가아	13	11	13	30
...	...	...	...	...
전체합계	800	575	640~660	220

자료원 : 국가발전개혁위원회 통계자료

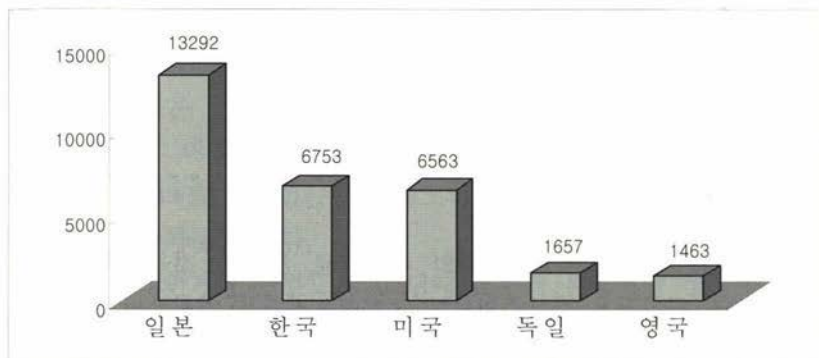
상하이GM, 이치도요타, 베이징현대 등 중국 내 판매량 선두 자동차업체들은 생산능력 확대를 계획하고 있다. 사실 대다수의 자동차 전문가들이 중국 시장에서 자동차업체들의 감산을 예상하였으나, 오히려 많은 자동차업체들이 감산보다는 생산능력 확대에 중점을 두고 있는 이유는 중국의 자동차 소비 시장의 성장 잠재력이 매우 높으며, 꾸준히 판매량이 증가하고 있다는 것이 기인한다. 그리고, 자동차 업체의 이윤폭도 지속적으로 증가하고 있다는 것도 자동차 생산증가에 원인을 제공한다. 2006년 들어 1~5월까지의 중국 자동차 판매량은

305.30만 대에 달하여 동기대비 31.77% 증가하였으며, 2006년 1월~4월까지 중국 전체 자동차 업체의 이윤은 232.51억 위안에 달하여 동기대비 88.65% 증가하였다. 이러한 매력적인 시장에서 성공하려면 먼저 규모의 경제를 이루어야 하며, 이를 위해 자동차 업체들이 증산에 나서고 있는 것이다. 또한, 지속적인 수출 증가도 매력적인 요소 중 하나이다.

2006년 1월~4월까지의 자동차 수출현황을 보면 8.72만대가 수출되어 동기대비 약 40%가 늘어났으며, 이러한 수출증가에는 중국에 진출한 다국적 자동차업체들이 중국에서 생산된 자동차를 전세계 판매망을 통해 수출하고 있는 것도 원인 중 하나이다. 이 때문에 과잉생산의 우려가 나타나고 있지만, 이를 극복할 수 있다면 중국의 자동차 시장은 우리에게 매력적인 시장으로 다가올 것이다.

또한, 다양한 차량의 공급이 필요하다. 특히 한국의 SUV 차량은 중국 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있는 것으로 나타났다. 한국의 SUV 차량은 2006년 1월~4월간 수입된 SUV 승용차 중 2위를 기록하였다.

주요 SUV 승용차 수입 국가 현황(2006년 1월~4월)



특히, SUV의 경우, 중국 소비자들이 점점 선호하는 추세여서 SUV로 차량이 진출할 경우, 큰 각광을 받을 것으로 보인다. 이 밖에 농업용 차량이나 지프 차량 등 틈새시장을 공략하여 진출한다면 큰 성과를 거둘 것을 기대된다.

마지막으로 고려되어야 할 부분은 서비스망과 판매망의 확충이다. 점차 중국 소비자들이 자동차 서비스에 대한 욕구가 늘어나면서 서비스망 및 판매망에 대한 중요성이 더욱 더 커지게 된다. 특히, 리콜/재정비 등과 같은 업무를 수행할 경우, 서비스망의 중요성이 더해진다. 이럴 경우, 직영점 활용을 통해 소비자의 불만을 최소화시키는 지혜가 필요하다.

## 05

## 문화컨텐츠 : 한류는 계속된다

## 중국 문화산업 어디까지 왔나

사회주의가 이데올로기 전파의 수단으로 문화를 적극 활용하면서 사회주의권 국가들은 자본주의보다 문화진흥정책을 일찍부터 펼쳐왔다. 중국도 마찬가지로 이데올로기와 서정성을 가미한 '주선율'이라는 장르를 만들 정도로 이데올로기 전파를 위해 문화를 적극 활용해 왔다.

이전의 문화발전이 정부의 정책적인 의도에서 비롯된 결과라면 최근의 중국 문화산업 발전은 중국경제 성장의 결과라고 볼 수 있다. 2005년 중국전체 1인당 평균 GDP는 1,700달러에 달하고 대도시 1인당 GDP가 4,000달러를 넘어서는 등 소득수준이 향상되면서 중국내 문화소비도 연간 2만3천억 위안 규모를 넘어섰다. 영화만 봐도 중국 영화탄생 100주년인 2005년의 경우 총 260여 편의 영화가 제작됐는데 이는 '10.5'기간 초반 연간 제작편수가 100편에 불과했던 것에 비해 2.6배 성장했다. 2005년 현재 중국의 영화관 수는 1,243개로 2004년에 비해 55개가 증가했다. 일주일에 한 개씩 새로운 영화관이 들어선 셈이다. 방송국도 각 지역별로 자체 프로그램을 제작해 방영하고 있으며 인기 있는 지방방송 채널의 경우 수도인 베이징의 시청자들도 즐겨본다. 2002년 현재 중국이 보유한 방송국 수만 해도 357개로 우리의 채널이 몇십 개에 불과한 것에 비해 채널선택권이 실로 무수하다. 질적인 문제를 떠나서 양적으로는 중국 TV프로그램의 다양성이 우리가 상상할 수 있는 정도를 뛰어넘는다. 어떤 면에서 보면

중국은 이미 선진국이라는 말이 여기서도 통하지 않을까 싶다.

우리에게는 인기 프로그램의 50%대 시청률은 예사로운 일이지만 중국에서는 채널이 다양하다보니 1%의 시청률이 동일시간대 최고시청률로서 선방을 하는 프로그램에서나 나올 수 있는 기록이다. 우리 드라마 대장금은 한국에서 50%대의 시청률로 엄청난 인기를 얻었지만 중국에서의 대장금은 첫방송 시청률이 8.6%를 기록하고 전체 평균 시청률이 3%를 기록했는데 이 정도의 시청률이 한국에서의 시청률보다 더 큰 화제를 낳았다.

중국의 온라인게임 산업도 2000년대 초부터 본격적인 성장세를 보이면서 2003년부터는 영화 흥행수입의 2배에 달하는 연간 20억 위엔대의 시장을 형성했다. 컴퓨터 사용자와 인터넷 보급이 늘면서 중국의 게임인구도 크게 늘었다. 중국의 온라인게임시장규모는 2005년 7.6억 달러로 미국과 한국에 이어 3위에 그쳤으나 시장증가율이 40-50%대에 육박하면서 올해를 기점으로 중국의 온라인게임 시장규모가 한국을 앞선다는 전망이 나왔다. 업계에서는 올해 중국의 온라인게임 시장규모가 한국을 앞서고 한국의 시장증가율이 2008년부터 6%이하로 급격히 하락하는 반면 중국이 10%대의 안정적인 성장세를 유지하게 되면서 전세계 온라인게임 시장규모에 큰 변화가 있을 것으로 예상하고 있다.

문화산업의 체계적인 발전을 위해 중국정부 차원에서도 법률적인 기초다지기에 적극적으로 나서고 있다. 2000년대 초부터 문화산업에 대한 개방이 점진적으로 이루어지면서 2003년 중국정부는 '문화체제 개혁중 문화산업발전과 문화사업경영기업 장려에 대한 두가지 규정(文化體制改革試點中支持文化產業發展和經營性文化事業轉制爲企業的兩個規定)'을 발표했다. 이를 통해 중국정부는 문화산업 발전의 실질적인 발판을 마련한데 이어 2005년 8월에는 중앙선전부(中央宣傳部)

와 문화부, 광전총국, 신문출판총서 등이 공동으로 '문화상품 수입관리에 관한 방법(關於加強文化產品進口管理的方法)'과 '문화영역 외자유치에 관한 약간의 의견(關於文化領域引進外資的若干意見)'을 발표했다. 영화 드라마 등 수입문화상품과 문화분야에 대한 외국인투자가 늘어나자 이에 대한 법적인 근거를 마련한 것이다.

올해 중국정부가 국가가 주관하던 문화산업을 지방정부와 역량있는 관련기구가 관리하도록 발표하자 민영자본의 문화산업에 대한 투자가 유행처럼 번지고 있다. 우리 문화업체의 중국진출도 이어지고 있다. CJ CGV는 한국 극장 체인업체로는 처음으로 상하이에 '상영(上影)CGV'를 개관할 예정이며 영화제작 및 배급사인 MK픽처스는 중국 기업과 합자로 중국내 영화관 오픈할 예정이다. 메가박스도 올해 11월 베이징에 8개관을 보유한 영화관을 오픈할 예정이고, 롯데시네마도 중국 진출을 추진중인 것으로 알려져 있다.

다국적 기업의 중국 문화산업 진출은 우리보다 더 대규모로 추진되고 있다. 지난해부터 개최된 '중국 국제 문화산업 박람회(中國國際文化產業博覽交易會)'에 중국기업들뿐만 아니라 세계적으로 유명한 해외기업들이 참가해 지방정부를 상대로 놀이공원 건설 등 굵직한 프로젝트를 놓고 협상을 벌였다. 지난해 9월 홍콩 디즈니랜드를 개장한 미국 디즈니사는 상하이 정부와 상하이 디즈니랜드 건설을 한창 협상 중이다. 미국 유니버설도 상하이에 테마파크 건설을 구상하는 등 상하이의 놀이공원 사업에 눈독을 들인 외국업체가 한둘이 아니다.

지난 5월 선전에서 개최된 제2회 '중국 국제문화 산업박람회'를 통해 프랑스 퓨처랜드도 홍콩과 인접한 선전을 첫 해외진출 거점으로 지목했다. 퓨처랜드측은 16억 위안을 투자해 놀이공원 건설을 계획하고 있으며 15년내에 60억위안의 이윤을 달성하겠다고 공언하기도 했다. 퓨처랜드의 움직임은 홍콩 디즈니랜드 개장수익이 예상외

로 저조해 가뜰이나 타격을 입는 홍콩 화교성주식회사(华侨城控股股份有限公司)의 화교성테마파크에 부담을 가중시키고 있다.

해외 기업들은 주로 중국 남방지역에 놀이공원 건설 투자를 계획하고 있으나 화교성주식회사는 거점을 북부로 정해 향후 5년내 베이징 화교성테마파크를 시작으로 상하이, 청두, 산시등 4개 지역에 화교성테마파크를 건설할 계획이다.

중국의 문화산업 중 놀이공원에 대한 투자와 발전은 전국적인 추세가 될 것으로 보인다. 놀이공원 건설에 투자를 계획중인 다국적기업들은 영화산업과 기타 오락산업에도 종사하고 있어 테마파크 주변지역은 종합 문화오락시설 지역으로 조성될 것으로 예상된다. 특히 유니버설과 디즈니는 영화제작소와 애니메이션 제작소 설립에 대한 의지를 보여 테마파크가 개장된 후 중국영화산업에 대한 투자를 계속할 전망이다.

중국의 문화산업의 급속한 성장과 중국정부의 지속적인 개방노력에도 불구하고 아직까지 문화산업은 우리기업들이 진출하기에는 여전히 장벽이 높은 분야 중하나다. 중국의 영화관련 규정에 따라 중국내 영화관 설립을 위해서는 최소 자본금이 600만 위엔이상이어야 하며 외국자본 단독으로 영화관을 설립할수 없고 반드시 중국기업과 합자로 설립해야 한다. 외국측 지분률도 51-75%로 제한해 두고 있다. 영화수입에 있어서도 수입영화가 중국내 상영되는 전체 영화편수 1/3을 넘지못하도록 규정해 두고 있고 외국의 TV 드라마는 황금시간대 방영이 불가하다. 표현의 자유에 제한을 많이 두고 사상적인 집단화에 대한 두려움이 많은 중국의 국정(國情)을 볼 때 가장 늦게 개방되는 분야가 문화산업이 될 것이라는 우려가 높다.

전세계적으로 2005년 현재 미국의 경우 문화산업 소비액이 전체 GDP의 21%에 이른다. 일본은 이보다 다소 낮은 18%수준이다. 그에

비해 중국의 문화소비액은 전체 GDP의 6.6%에 불과해 아직까지는 선진국에 비해 턱없이 낮은 수준이다. 그러나, 지난 몇 년간 중국의 문화산업의 성장률은 10%대의 안정적인 성장을 보이고 있으며 2010년까지 문화소비액이 5천억 달러를 넘어설 전망이다. '10.5'기간부터 문화산업에 대한 정책이 속속 발표돼 '11.5'기간의 원년인 올초부터 중국은 문화산업의 체계적인 관리를 위해 기존법규를 손질하고 신규 법규 제정에 심혈을 기울여 왔다. 산업이 양적인 팽창을 거듭하고 정부의 정책도 발빠르게 움직이고 있지만 중국의 문화산업의 질적인 성장속도는 그다지 빠르지 않다는게 중론이다.

## 11.5규획과 중국 문화산업

지난해 말 발표된 '11.5'규획안은 5년간의 발전목표와 구체적인 조치들을 담고 있으며, 중국전체 성시의 약 70%가 문화산업을 중점산업으로 선정해 지역별로 차별화된 문화산업 육성정책을 추진하고 있다. 그러나, 이러한 움직임은 경제가 발달한 지역을 제외하고는 형식적인 정책발표에 그치고 상하이, 베이징, 선전 등 경제중심지에서의 대규모의 종합문화산업기지 건설이 이루어질 전망이다.

상하이는 2005년 문화산업이 상하이지역 GDP에서 차지하는 비중이 7.5%로 중국 전체 문화산업의 GDP 비중인 6.6%보다 높은 수준을 보이고 있다. 주요 정책으로는 문화관련 기업에 대한 우대정책, 중국 민영기업과 외자기업의 상하이 지역 문화시장에 대한 투자유치 확대라는 거시적인 밑그림을 그려두고 있다. 올해 말 상하이 정부는 이러한 내용을 골자로 하는 문화산업에 대한 가이드라인인 '상하이문화산업 투자지남(上海文化產業投資指南)'도 발표할 계획이다.

상하이에 비해 베이징은 중국의 역사, 문화의 중심지에 걸맞게 '11.5'계획안에 문화콘텐츠 산업발전을 위한 밑그림을 더욱 세부적으로 그려두고 있다. 각 콘텐츠별 독점기업을 철저히 규제해 분야별 자원이 일부에 편중된 발전을 철저히 규제할 방침이다. 중점 문화사업으로 연극, 출판발행, 영화TV 프로그램 제작과 교류, 애니메이션, 만화, 게임제작 기술연구, 문화박람회, 전통예술품 교역을 선정해 이들 6대 분야에 대한 문화산업 발전계획을 발표했다. 이에 대한 일환으로 올 5월에는 제1회 베이징 애니메이션페스티벌을 개최했으며 한 달여에 걸쳐 중국의 실리콘벨리라 불리는 베이징 중관촌에서 인근의 북경대, 청화대, 인민대 학생들을 대상으로 모바일게임전시회, 각종 연극, 음악회 등 하이덴문화제(海殿文化節)를 개최했다. 지난해 베이징의 문화산업규모는 960억 위안으로 베이징시 전체 GDP의 14% 이상을 차지했다. 중국 전체 GDP에서 문화산업 차지하는 비중보다 두배 이상 높은 수준이다. 문화산업에 대한 지속적인 성장을 위해 베이징 정부 관련부처는 창의적으로 문화산업을 이끌어 갈 대표기구를 설립해 콘텐츠별로 우대정책을 실시할 방침이다.

선전은 '11.5'기간 중 가장 눈부신 활약상이 기대되는 지역이다. 향후 5년간 선전은 애니메이션, 순수미술 등의 창작문화, 디지털과 전파를 이용한 전자예술문화, 각종콘텐츠의 제작기술에 대한 독점과 법적문제를 해결할 수 있는 문화서비스산업을 핵심산업으로 집중 발전시킬 계획을 세워두고 있다. 또, 문화산업 박람회교육기지, 만화, 애니메이션 제작기지, 지역 문화상품 제작기지, 문화시장 소비기지의 4대 기지를 건설하는 등 분야별 세부적인 문화인프라 구축계획도 야심차게 추진 중이다. 선전은 2010년까지 선전 인구의 1인당 문화오락 소비지출규모를 전체소비의 20%수준으로 끌어올릴 계획이다. 중국내 문화소비수준이 가장 높은 도시인 선전은 2006년 초 발표한 '선전시

문화산업발전 '11.5'규획(沈圳市文化産業發展十一五規劃)을 실천해 국제적으로도 손색없는 문화도시를 만들겠다는 각오를 보이고 있다. 이외에도 난징, 칭다오, 다롄, 청두, 항저우 등 기타 도시들도 지역 본연의 특색을 살려 문화산업기지를 건설하고 지역문화를 발전시키고자 하는 정책을 서서히 가동하고 있다.

## 한류가 지속되려면

'90년대 중반 한류열풍이 시작되면서 가장 먼저 중국 가정의 안방을 점령한 것이 한국 드라마였다. 한때 한국인을 만나는 중국인은 너나 할 것없이 한국 드라마 '사랑이 뭐길래'를 화제로 만나는 한국인들에게 한국가정에 대한 분위기와 상황을 묻곤 했다. 이미 10여년이 지났지만 '사랑이 뭐길래'는 아직도 중국인들의 뇌리속에 깊게 남아 있어 요즘도 한국드라마에 대한 얘기가 길어지면 어김없이 '그때 그 드라마...' 하면서 거론되곤 한다. 2000년 이후 중국이 한해 50~60편 드라마를 수입, 방송하면서 한국드라마속의 생활문화는 이미 중국인들에게 어느정도 친숙한 문화로 자리잡았다. 한류가 장기간 중국내 인기를 지속하는 것은 유행에 민감한 10~20대의 젊은층외에도 중장년층의 한국 가족문화에 대한 관심 때문이라고 생각한다. 젊은이들은 한국의 패션과 미용 등 외형적인 면과 한류스타를 보기 위해 한국드라마를 시청한다면 중년층과 노년층은 한국 드라마를 통해 효도와 예의를 보면서 사회주의로 평등이라는 이름하에 사라진 전통문화와 유교문화에 대한 향수를 느낀다.

중국내 남녀노소 불문하고 한국에 대한 관심은 홍콩느와르와 미국 헐리우드영화가 한때 일부지역이나 국가를 휩쓴 것보다 훨씬 거대하

다. 그칠줄 모르는 한류 열풍에 대해 중국정부의 반응이 서서히 나타나고 있는 것이 포착되고 있다.

사상이나 언론이 정부에 의해 통제되는 중국의 경우, 외국문화에 대한 관심과 유행도 사실상 어느정도 정부정책의 영향을 받는다. 대만과의 관계가 결끄럽던 중국은 자국민이 대만문화에 의존하는 것을 방지해보고자 외국문화 유입에 대해 빗장을 열면서 한국문화도 중국에 안착하게 됐다. 다양한 문화를 유입해 자국내에서 외국문화간 힘의 견제를 유지하고자 했던 중국정부였지만 결과는 한국문화의 중국 안방몰이로 이어지면서 중국정부도 이에 대한 제재조치를 서서히 내놓고 있다.

한국문화에 깊이 빠지는 중국인, 하한주(哈韓族)과 한미(韓迷)들이 늘면서 중국정부는 지난해부터 한국드라마의 방송횟수를 기존의 50% 이하로 줄이고 올해는 한국드라마 수입을 잠정중단한다는 소문이 심심치 않게 돌고 있다. 지난 '10.5'기간에만 한국드라마의 수입가격이 평균 15배 폭등하면서 한국드라마가 수입드라마 가격을 올린다는 혐의도 중국정부가 규제의 칼날을 들어올린 이유 중 하나다. 지난해 하반기부터 한국드라마 방영수는 과거에 비해 크게 줄었으며 새로운 작품이 방영되기 보다는 기존에 방송했던 드라마를 재방송하는 상황이 반복되고 있다. 이외에도 한국드라마 방송횟수가 줄면서 상대적으로 일본, 미국, 대만의 드라마를 비롯해 유럽권, 동남아권 국가의 드라마 방영이 증가하고 있다.

아직까지 우리의 중국문화산업 진출은 드라마에만 집중돼 있다. 우리의 대중수출의 가장 큰 문제점이 소수품목에 대한 집중도가 너무 강해 몇 개 주력 품목의 수출길이 막히면 우리의 대중수출 구도 전체가 흔들리게 된다는 점이다. 문화도 마찬가지로인 것 같다. 우리의 중국문화산업도 드라마 일변도에서 뮤지컬, 연극 등 다양한 콘텐츠의

진출을 서둘러야 할 시기가 왔다.

한국 드라마가 중국의 남녀노소에게 꾸준한 사랑을 받아온 것과 대조적으로 한국영화에 대한 중국인들의 관심은 다소 냉정하다. 가볍게 볼 수 있는 한국영화에 대해 후한 점수를 주지 않는다. 과거 우리가 홍콩느와르 영화의 멋진 액션에 매료된 것과 달리 중국인들은 한국영화에서도 드라마와 마찬가지로 가족애와 한국 젊은이들의 세련되고 밝은 모습을 원하고 있는지도 모르겠다. 중국의 한 영화 관계자는 한국영화는 중국인들이 이해하기 어려운 은어, 욕설과 지방색이 강한 사투리 등으로 가득차 있어서 한국인에게는 공감하는 부분이 클지 몰라도 중국인에게는 이러한 점이 전혀 전달되지 않는다고 말한다. 과거의 예를 보더라도 한국영화의 중국내 상영은 손에 꼽힐 정도이며 흥행수입에 있어서도 다른 외국영화에 비해 크게 뒤처진다. 올해 노동절 연휴에 개봉한 '데이지'는 일주일 연휴기간에 1,000만 위안의 매출을 올려 중국에서 개봉된 한국영화 사상 최고의 흥행을 기록했으나, 지난해 중국에서 9,390만 위안의 흥행수입을 기록한 외화 '해피포터와 불의 잔'에 비하면 1/9수준이다. 한국영화가 중국에서 상영되기 어려운 이유는 최근 한국영화 내용이 이데올로기의 허무함, 동족상잔, 조선족 문제, 남북전쟁 등 중국이 정치적으로 꺼려워하는 내용으로 채워져 있다는 점에서 중국의 심의를 통과하기 어렵다는 아쉬움도 있다.

온라인게임을 봐도 한국산 온라인게임이 중국 온라인게임 시장의 상당부분을 차지하고 있으나 실제 매출성파로 이어지지 못하고 있다. 게임 서비스가 되기도 전에 이미 유사품이 제작되는가 하면, 서비스 후 제작된 게임 복사품이 정품보다 가격경쟁력을 갖추면서 짝퉁과 진품이 동시에 경쟁하는 진풍경이 벌어지기도 한다. 한류가 우리제품의 대중 수출증가로 이어지지 못한다는 지적도 몇 해째 이어지고 있다.

혹자는 한류는 단순할 유행일 뿐이고 한류를 통해 국가이미지를 제고하는 것만으로도 충분한 효과를 보고 있기 때문에 과욕을 삼가라는 충고를 하기도 한다.

한류가 한때 지나가는 유행이 아닌 문화의 큰 맥으로 자리잡기 위해서는 다양한 콘텐츠 개발과 중국내 도사리고 있는 각종 난제에 체계적으로 대응할 수 있는 대책이 필요하다. 중국에 진출한 문화콘텐츠 기업들의 가장 큰 어려움은 중국기업과의 거래방식에 익숙하지 않다는 점과 중국의 외국계기업에 대한 진출제한 이외에도 지적재산권 침해가 기승을 부리고 있다는 점이다. 중국산에 비해 가격면에서 밀리기 쉬운 우리제품이 어렵사리 가격경쟁력까지 갖추고도 중국시장에서 자리를 잡기가 어려운건 중국내 복제품이 여전히 극성을 부리고 있기 때문이다. 우리기업들이 대규모 자금을 투자해 중국현지에 공장을 세워 생산한 제품들도 종종 저가복제품 때문에 몸살을 앓고 있다. 제품이나 기업이미지 때문에 적절한 대응방안도 찾지 못한 채 전전긍긍하는 경우도 종종 볼 수 있다. 정부차원의 자국 문화상품에 대한 체계적인 보호막 마련이 시급하다. KOTRA는 최근 베이징, 상하이 등 주요 거점지역을 중심으로 우리기업의 중국내 지재권침해에 대응하기 위한 IP China Desk를 설치해 적극적인 구제책 마련에 나섰다. 다소 늦은 감은 있지만 신문고를 울리는 우리기업들에게 버팀목이 되어 줄 수 있으리라 기대한다.

## 오늘의 문화가 내일의 경제가 된다

한류라는 단어 뒤에는 한국의 경제발전이라는 든든한 뒷받침이 있다. 한국경제가 이만큼 발전하지 않았더라면 한국드라마가 한국영

화, 온라인게임이 이정도까지 중국에서 인기를 얻을 수 있었을까? 한 국가의 문화를 받아들이는데 있어서 그 국가의 경제상황은 상당히 중요한 부분을 차지한다. 미국 영화와 일본 애니메이션이 중국 문화콘텐츠산업의 상당부분을 차지하는 것도 세계 최대 경제대국이라는 무시하지 못할 부분이 있었기 때문이다. 중국정부는 내부적으로는 국가별 문화특성을 파악해 중국진입을 적절히 규제하는 정책을 펴고 있으나 표면적으로는 '10.5'기간부터 문화산업의 대외개방에 관한 정책을 속속 발표해 왔다.

이에 제조업체에 이어 세계 유수의 다국적 문화콘텐츠 기업들도 중국진출을 계획 중이다. 올해 워너브라더스社가 상하이에 첫 캐릭터 매장을 오픈했고 앞으로 베이징, 선전, 광저우 등 대도시 중심으로 200개까지 매장을 확대할 계획이다. 월트 디즈니도 올해 중국내 캐릭터 매장을 오픈해 2009년까지 중국 전역에 600개까지 매장수를 늘릴 계획이다. 외국의 애니메이션, 영화제작업체들은 1억명을 초과하는 샤오강(小康)이라 불리는 중국 중산층과 천상천하 유아독존의 소황제로 자란 어린이들을 타깃으로 삼아 중국진출을 서두르고 있다. 중국의 한자녀 정책으로 중국부모들의 자녀에 대한 관심이 대단하다 보니 중국을 잘 아는 인도출신 어느 교수는 전세계에서 가장 버릇없는 아이들이 중국꼬마라며 이대로는 안된다고 혀를 차기도 한다.

내막이야 어쨌든 이러한 환경이 우리에게 새로운 사업가능성을 열어준다. 2010년 중국의 장난감 시장규모는 125억 달러에 달할 것으로 전망되면서 세계각국이 중국의 캐릭터, 완구산업에 도전장을 내밀고 있다. 일반적으로 문화콘텐츠 수출이 파생상품 구매에서 다시 일반상품 구매로 이어지는 선순환을 통해 한국가의 제품전반에 대한 구매가 증가하고 국가 브랜드이미지가 제고된다.

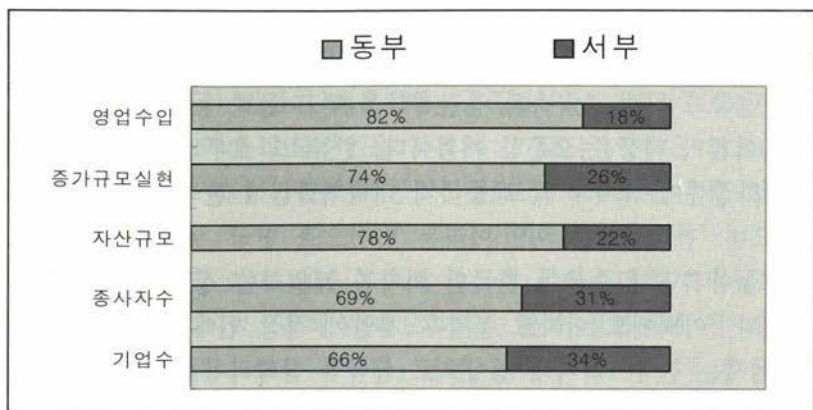
중국내 '대장금' 방영 후 한국전통문화에 대한 중국인들의 관심이

한국요리에 대한 관심으로 세분화되면서 한국요리책 판매와 한국식당을 찾는 고객이 폭발적으로 증가했다. 또 2005년 중국, 일본, 동남아 등 한류국가의 한국산 화장품 수입이 전년대비 30%이상 증가했다. 한류스타 권상우로 광고마케팅을 하고 있는 '더페이스샵'은 중국시장을 공략하기 위해 중국측과 총판계약을 맺고 올해 동북지역을 중심으로 70여개의 매장을 오픈할 계획이다. 한류스타로부터 시작한 파생상품은 화장품에 그치지 않고 중국내 대형백화점에 한국의류 매장을 늘려냈으며 '한국여성은 미인'이라는 인식으로 한국 성형술에 대한 관심이 높아지면서 중국내 한국인 의사가 개업하는 성형외과가 급증하고 있다. 이외에도 아파트 분양후 개인이 직접 인테리어를 해야하는 중국에서는 한국드라마의 영향으로 한국식 인테리어를 고집하는 주부들도 생겨나고 있다. '오늘의 문화가 내일의 경제가 된다'는 말이 한류를 두고 하는 말이 아닌가 싶다.

## 지역격차 어떻게 해결할 것인가

중국의 동부와 서부지역은 경제적 차이만큼이나 문화산업에서도 상당한 차이를 보이고 있다. 동부와 서부지역이 보유하고 있는 문화콘텐츠기업수는 동부지역이 66%, 서부지역이 34%로 서부지역이 동부지역의 절반수준이며 관련 영업수입도 동부지역이 82%, 서부지역이 18%로 서부지역의 영업수입이 동부지역의 22.0%에 불과하는 등 격차가 크다.

## 중국문화산업발전의 지역불균형 현황



자료 : 中国国际文化产业博览交易会

문화산업은 경제력이 어느정도 뒷받침되어야 유지발전한다는 전제 하에 중국정부는 서부지역의 경제수준을 끌어올린 후 두 지역의 문화산업 격차를 해소한다는 방침을 세워두고 있다. 이를 위해 향후 10년간 장기적인 정책을 추진할 계획이다.

서부지역은 소수민족 자치구가 많기 때문에 다문화가 공존하며 외지문화에 대해서도 상당히 개방적이다. 서부지역의 문화산업은 앞으로 소수민족문화와 융합해 시너지효과를 낼수 있을 것으로 기대되며 서부지역의 자연환경을 문화산업과 연계할 경우 서부지역이 중국을 대표하는 관광거점으로 재탄생할 가능성이 크다. 서부지역의 문화산업 발전잠재력을 높게 평가한 중국정부는 이번 11.5규획에서 내건 문화산업 육성안을 12.5기간까지 연장해 2015년까지 추진하기로 했다.

2005년 11월 중국정부는 '농촌문화를 발전시키기 위한 의견(進一步發展農村文化的意見)'을 발표하면서 '11'5'기간 중 중국의 농촌문화

건설의 전환기를 맞게 될 것이라며 농촌의 문화체계에 대한 중앙정부의 개혁의지를 밝혔다. 중국의 농촌지역에도 기본적인 의식주문제가 해결되면서 문화생활에 대한 욕구가 강하게 일어나고 있다. 그러나 중국인구의 70%에 해당하는 농촌지역 주민들의 문화소비수준이 여전히 낮고 지역에 따라 문화관련 인프라가 제대로 구축되어 있지 않다는 풀어야 할 난제가 많다.

중국정부의 농촌 문화정책은 도시에서와 같은 대중문화 개방보다는 '사회주의 문화신농촌'이라는 구호를 바탕으로 한다. 농촌지역, 서부지역에 대한 투자를 늘리고, 농촌과 경제 낙후지역의 교육, 문화기초시설 건설에 집중해 서부지역과 농촌지역의 기본적인 재정문제를 해결하는 것을 목표로 하고 있다. '11.5'기간에는 기본적인 제반시설을 완비하고 '12.5'기간에는 보다 폭넓은 문화산업의 발전을 일궈내 동부와 서부, 도시와 농촌의 문화산업 격차를 극복하자는 계획이다. 정부는 도시와 같은 외래문화의 전파를 농촌지역에게는 적용하지 않을 계획이다. 중국 농촌문화는 중국의 전통문화가 지역적 특색문화를 융합하는 방향으로 발전할 가능성이 높다. 앞으로 10년, 중국의 12.5규획이 마무리될 즈음에는 중국의 놀라운 경제발전만큼 중국 농촌문화의 독창성이 빛을 발하게 되기를 기대해 본다.

## 06

**환경 : 팽창할 수 밖에 없는 황금시장****11.5 기간에 연평균 15% 이상 성장**

중국 국가환경보호국에 따르면 중국의 환경오염방지(처리)관련 투자는 매년 증가세를 보여 2005년에는 GDP의 1.31% 수준인 2,388억 위안에 달하였다. 2001년 1,106억 위안에 비하면 5년 사이에 2배 이상이 증가한 수치이다. 중국은 향후 5년간 평균 7.5%의 경제성장을 달성하면서 주요 오염물의 배출량은 2005년 말 대비 10%를 감소시킨다는 계획이다.

중국의 환경보호산업은 빠른 속도로 그 규모가 확대되고 있는데, 11.5기간(2006~2010) 동안 15~17%의 성장속도를 유지할 것으로 예측되어 환경보호산업의 연 수입(收入) 총액이 8,000억~10,000억 위안에 달할 것으로 보인다.

**환경산업분야 11.5규획**

중국 정부는 11.5 규획 기간 중 지속적인 환경보호 프로젝트와 생태환경을 회복시키는 투자를 지속할 예정이다. 5년 기간 약 1조 4,000억 위안을 환경보호분야에 투자할 예정인데 동 규모는 GDP의

1.23%에 해당되며 10.5기간(2001~2005)에 비하여 0.1%포인트 높은 수치이다.

특히 위험폐기물 및 의료폐기물 처리, 도시생활오수처리, 도시쓰레기처리, 석탄연소 발전소 탈황 등 주요 환경보호프로젝트에 3,336억 위안을 투입할 예정이어서 10.5기간에 이어 대량으로 투자가 이루어질 전망이다.

## ■ 오폐수처리

중점 구역(三河三湖)의 수질오염방지 역량집중, 도시 오수처리 시설 건설 및 오수처리비 징수를 통해 2010년 도시 오수처리율 70% 수준에 달하도록 한다.

11.5 기간 중 중국정부는 삼하삼호 외에도 삼협댐지역, 양자강 상류, 황하중상류, 송화강, 남수북조(南水北調:물이 부족한 북쪽으로 남부의 물을 끌어 올리는 공사)의 수원(水源) 및 관련 연결하천의 오염방지 및 처리에 중점을 둘 예정이다.

중국환경보호총국에 따르면 중국의 도시 오폐수처리장은 2000년 427개에서 2003년 612개, 2004년 708개로 빠른 속도로 늘어나고 있다. 오폐수처리능력은 2000년 2,158만 $m^3$ 에서 2003년의 4,235만 $m^3$ , 2004년의 4,912만 $m^3$ (도시 오폐수처리율 45.6%)로 증가하였다.

2005년 6월까지 전국적으로 오폐수 처리시설이 구비되지 않은 도시가 약 297개로 약 전체의 45%에 이르며 운영자금 부족으로 절반 이상의 오폐수 처리장이 정상적으로 가동되지 못하는 실정이다. 절반 이상의 도시 및 1만 7,000여개의 鎮에는 대부분 오수처리시설이 없어 심각한 수질오염을 초래하고 있으며 수자원이 줄어들고 있다.

2010년까지 중국정부는 산샤(三峽)저수지 구역, 화이허(淮河), 타이후(太湖) 등 3개 지역의 도시오수처리율을 80% 이상으로 높이고, 하이허(海河), 랴오허(遼河), 단장커우(丹江口) 등 5개 유역의 도시오수처리율을 70% 이상으로, 황허(黃河), 송화장(松花江) 유역의 도시오수처리율은 60% 이상으로 늘릴 방침이다. 또한, 오염원 감독관리, 환경관리 시스템, 환경 수준 감시 등 3대 분야의 관리 시스템 구축에 80억 위안을 투자할 계획이다.

## ■ 대기오염처리

주요 도시들의 대기오염 방지, 기존의 석탄연소 화력발전소의 탈황시설 건설, 신규 화력발전소의 탈황시설 설치, 철강·비철금속·화학·건축자재 등 산업에서 발생하는 이산화황 처리에 중점을 두고 있다.

또한, 대중도시 및 도시교외 지역에 열 공급 및 전력공급을 동시에 하는 발전소 이외에 △발전소 신규 건설 억제 △철강·야금 등 에너지 소비가 많은 기업의 신규 건설 금지 △분진·연기먼지·흡입가능부유물 및 자동차 배기가스 분야 관리 강화에 역점을 둘 예정이다. 특히 화력발전소의 탈황에 중점을 두어 기존의 화력발전소 중 90% 이상이 국가배출표준에 맞도록 할 예정이다.

2005년 중국 전체 이산화황 배출총량은 2,549만톤으로 2000년 대비 27% 증가했을 뿐만 아니라 배출량 총량제한목표를 749만톤이나 초과하였다. 이러한 이산화황 배출량의 증가와 관련 중국정부도 이를 줄이기 위해 전력을 다하고 있으며, 11.5규획 기간 5년 내에 이산화황 배출량을 10% 감소시키겠다는 계획을 세우고 있다. 이것은 2010년에 이산화황 총 배출량을 2,300만톤 정도로 묶어야 한다는 것과 같다.

그러나 예측에 따르면 석탄연소로부터 발생하는 이산화황은 2010년 경이 되면 3,500만톤에 달할 전망이어서 11.5기간에 목표 달성이 이루어질지 의문시되고 있다.

## ■ 고체 폐기물처리

의료폐기물 및 위험폐기물(위험 화학품, 방사능 복사 폐기물, 중금속 폐기물 등) 집중 처리시설 건설, 크롬폐기물 오염처리(크롬폐기물을 쌓아두는 지역의 토지오염 처리) 및 무해화 처리에 중점을 둔다.

중국 도시부문의 쓰레기 하루 발생량은 28만 6,000톤이며 연간 7%의 증가율을 보이고 있다. 전국의 쓰레기 재고량은 약60억 톤으로 5억㎡의 토지를 차지하고 있다. 도시쓰레기 무해화 처리율은 50% 미만으로 선진국의 도시쓰레기 처리율 85%에 비해 크게 낮다. 도시쓰레기처리기계의 수량은 3만5000여대에 달하지만 기계화 작업율이 낮은 편이고, 매년 1000만톤의 쓰레기를 즉시 처리하지 못하고 있다. 2010년 까지 위험폐기물과 의료폐기물 처리시설 건설에 150억 위안을 투입할 예정이다.

## 시장 진출 방안

중국관련 보도나 자료를 보면 중국은 이른바 11.5기간(2006~2010, 經濟和社會發展第十一個五年規劃, 중국은 5년 단위로 경제발전 계획을 수립하고 있음)에 환경부문에 약 1조 4천억 위안(약 1,750억 달러)을 투입하여 도시생활오수처리, 핵안전 및 방사능 환경보호, 탈황시설설치, 고체폐기물 처리 등 환경 분야를 크게 개선할 예정이다.

이대로 진행된다면 말 그대로 관련 시장이 활짝 열리는 것이다. 이에 따라 기존 시장을 상당부분 장악하고 있는 미국, 독일, 이탈리아, 일본 등 환경산업 분야의 선진국들이 이제는 중국시장을 저인망식으로 훑고 있는 상황이다. 우리기업으로서도 시기가 무르익기를 기다리는 것이 아니라 적극적으로 시장에 뛰어들어 시장을 헤쳐가야 할 시기가 되었다.

## ■ 대기오염처리

탈황시장이 전성기를 맞고 있다. 중국은 석탄을 연소시키는 화력발전이 70%를 차지하는 국가이다. 최근에는 발전용량 30만kw(300Mw), 60만kw 대용량 발전기조들이 대세를 이루고 있지만 이전에는 소규모 발전소들이 대부분이었으며 현(縣)마다 발전소가 있을 정도로 그 수량도 방대하다(보통 1개성에 100여개 현이 있음). 이들의 탈황이 발등의 불인 시급한 문제로 상황이어서 11.5기간에는 중국정부가 전력을 다하여 탈황시설을 할 계획이다. 그러나 이러한 화력발전소 외에도, 규모가 큰 공장의 경우는 자체 발전소(2~5만kw)를 가지고 있으며, 기업들이 사용하는 크고 작은 보일러들이 모두 석탄을 사용하고 있어 심각한 탈황문제를 안고 있다.

이에 따라 크고 작은 탈황프로젝트가 여기저기 많은 상황이다. 큰 발전소의 경우는 미국, 독일 등의 기술을 이전받은 대기업 예를 들면 우한(武漢)의 카이피, 베이징의 룽유엔 등 4대 기업이 농단을 하는 상황이지만, 지방의 중소기업들도 많은 시장공간을 가지고 있다. 이러한 기업들은 우리기업들과의 협력을 원하는 경우가 많으며 이러한 기회를 활용하여 관련 시장 진출을 기하는 것이 시급한 실정이다. 또

한 아직은 강제력이 동원되지 않고 있으나 2008년경이 되면 강제 시행에 들어갈 것으로 보이는 탈질시장도 눈여겨 보아야할 것이다.

## ■ 오폐수처리

중국의 오폐수시장은 대기오염 시장보다도 방대하다고 할 수 있다. 중국정부는 환경개선의 시급한 문제로 탈황과 더불어 생활오수처리장의 건설을 시급한 과제로 삼고 있으며, 10.5기간(2001~2005)말부터 현(縣)마다 1개 이상의 오수처리장(보통 일 처리량 5만톤 정도의 소규모임)을 세우도록 하고 있다. 예를 들면 후난성 1개성이 120여개의 현으로 구성되어있으나 실제 오수처리장이 있는 곳은 30%에도 못 미치는 상황이다.

중앙재정과 지방재정의 적자로 오수처리장의 설치가 지연되고 있으나 중국정부는 민자와 외자를 끌어들이는 BOT(Build-Operate-Transfer), TOT(Transfer-Operate-Transfer)의 방식을 동원해서라도 11.5기간 중 이를 완성할 계획으로 있다. 오수를 모으는 집수관의 문제와 집수량, 지방정부의 재정 문제 등으로 BOT, TOT방식이 쉽지는 않으나 이미 여러 곳에서 실행이 되고 있는 상황이다.

우리도 이제는 관련 시장을 노크해야 할 시점에 와 있다고 할 수 있다. 기술적으로는 우리의 막 분리 기술이나 미생물처리 기술 등에 관심이 높은 편이다. 중수도(中水回用) 시장의 경우는 중국의 양자강(장강)을 중심으로 확연히 구분이 되고 있다. 양자강 주변지역과 남부지역은 물이 풍부한 관계로 중앙정부의 지시(권고)에도 불구하고 중수의 재활용에 관심이 적으며, 물이 부족한 북부시장에서는 이에 대한 관심이 높은 편이다.

쉽게 말하면 환경시장도 지역별 편차가 크다는 것이다. 공업용 폐수의 경우는 COD농도가 몇 만 mg/L 되는 고농도 폐수의 처리기술을 찾는 경우가 많다. 그러나 이 분야 역시 업종별 생산방식이 우리와는 상이한 경우(중국은 제지새산에 있어 전통적으로 벗짚, 갈대 등을 활용한 펄프를 쓰고 있어 오염이 더 심함)가 많아 시장에 대한 보다 정밀한 조사를 바탕으로 한 시장진출이 필요한 상황이다. 이외 중국 전역에 산재되어있는 폐광산의 폐수처리, 화력발전소의 폐수처리 및 중수활용 등 분야도 중국관련 기업들이 관심이 큰 분야이다.

### ■ 고체폐기물처리

중국은 여전히 천연매립(최근에는 HDPE소재로 바닥을 깔은 위생 천연매립 방식)이 우세하며, 천연매립 후 발생하는 침출수, 특히 5년 이상이 지나서 흘러나오는 독극성 침출수 처리에 관심이 높은 상황이다. 쓰레기 소각발전은 중국이 지향하고 있는 방향이다. 그러나 선전과 쩡저우에서 BOT 방식으로 가동되고 있는 쓰레기 소각발전의 경우는 쓰레기량의 부족은 물론 쓰레기성분(중국은 무기물 성분이 많은 쓰레기임)의 문제로 열량부족의 어려움을 겪고 있어, 쓰레기소각 및 발전(이에 따른 BOT방식) 시장이 단 시간 내에 확대될 가능성은 높지 않다.

자원재활용에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이에 따라 쓰레기 분리(수거)처리에 대한 관심도 커지고 있다. 중국이 11.5기간 중 도시화율을 지금의 43%에서 47%로 끌어올릴 계획이어서 현재는 천연매립 방식에 밀리고 있지만 쓰레기의 소각처리 방식의 시장이 늘어날 전망이다.

## ■ 온라인 환경검측

중국의 지급시(地級市: 각 성, 직할시 산하의 중심도시)를 중심으로 환경검측센터가 속속 설립되고 있으며, 주요 오염원을 대상으로 한 온라인 검측이 진행되고 있다. 향후 지방의 중소도시와 관련 기업들에 대한 온라인 검측 체계는 더욱 확대될 전망이다. 검측 및 제어 시스템과 관련 단말 검측기기의 시장이 활짝 열리고 있는 상황이다. 중국의 환경보호당국이 외국기업의 제품을 배제하는 움직임이 있기는 하나 대세는 보다 좋은 시스템, 보다 좋은 제품으로 전환되고 있어, 동 분야에 참여하고 있는 중국기업과의 협력을 통해 시장 진출이 가능한 상황이다.

중국의 환경시장은 여러 가지 정황으로 볼 때 중국기업과의 협력 진출이 필요한 상황이다. 특히 지방의 중규모 기업들은 해외기업들의 기술을 필요로 하고 있어 이것을 잘 활용한 시장진출이 필요하다. 미국, 독일, 일본 등 기업들은 기술공여, 공동프로젝트진행, 차관 및 민간자본 공여를 통한 환경시장개척에 나선지 오래이기에 후발주자 입장인 우리기업에게는 그 틈새를 공략하는 것이 만만치 않다.

중국기업들을 활용하되 그야말로 윈-윈 전략을 구사하는 중국기업과의 협력을 통한 진출이 시급한 시점이다. 중국의 기업들도 날이 다르게 커가고 있다. 일부 대기업은 역으로 한국시장을 넘보고 있으며, 동남아 등 해외시장 진출 시 동반 진출하자는 의사를 표명하고 있을 정도이다. 지나치게 서두를 필요는 없지만 중국시장이 마냥 어렵다는 관점에서 유보하는 태도를 견지하는 것도 지금의 환경시장 상황에서는 바람직하지 않다. 정부의 지원과 민간자본과 우리의 기술이 일체가 되는 패키지성 협력을 통한 현지 프로젝트 수주에 적극 나서야 한다.

## 중부지역 환경시장에 진출한다면

중부지역 6개성의 환경보호산업에 종사하는 중국기업을 방문하면서 느낀 점은 중국의 거대한 환경보호 시장이 말 그대로 그 문을 활짝 열기 시작하였다는 것이다. 비록 동부연해 도시에 위치한 기업들에 비해 규모는 작지만 중부 지역에서는 나름대로 자신들의 시장을 갖고 있으며, 외부에서 오는 기업들과 치열한 싸움을 벌이고 있다는 것이다.

중국의 민영 대기업들이 불과 10년도 되지 않는 사이에 거대 기업으로 발전한 사례는 많이 있다. 비록 지금은 허술해 보이고 작은 기업일지라도 관련 분야에서는 나름대로의 입지를 가지고 있는 기업들이기에 중국의 중부지역 환경보호시장에 진출하려면 이들 기업과의 연계를 구축하는 것이 한 방법이 될 것이다.

대기오염 특히 탈황의 경우 11.5 기간(2006~2010)에 중점적으로 포커스가 맞추어질 것이며, 오수처리의 경우 남수북조 등과 맞물려 각 현마다 오수처리장을 건설해야 하며, 북부지역을 중심으로 중수의 재이용이 강력히 요청되는 상황이다. 중국 자체의 대기업들과 미국, 프랑스, 일본, 이스라엘 등 선발주자들과의 경쟁이 쉽지는 않지만 우리기업이 참여할 공간은 적지 않다.

중부지역의 환경보호산업 시장을 전부 다룰 수는 없지만 탈황, 오수처리, 최근 시장이 확대되고 있는 온라인 검측시장 등 분야에 관한 나름대로의 진출방안을 제시한다.

## ■ 가까운 곳에서 시작해야

현지 중국업체를 방문하는 중에 타이완의 유명기업이 생산라인을 허난성에 투자하였다는 것을 알게 되었다. 각종 모자의 미국 및 구주 시장 수출로 유명한 타이완의 S기업은 제품 생산시 각종 염색이 필요하여 오페수처리 시설을 반드시 하여야 하는 기업이다. S사가 허난성 쩡저우 외곽지역에 모자용 직물의 각종 염색 공정을 처리하는 공장을 투자하면서, 우리가 방문했던 허난의 한 업체에게 공업폐수를 처리하기 위해 폐수처리시설을 공사토록 발주하였다.

처음에는 폐수처리만 생각하고 폐수를 처리하여 흘려보내는 시설을 하던 S사는 동사의 위치가 외곽지역에 있으며, 허난성이 물이 풍부하지 않은 지역임을 알게 되면서, 폐수처리 후 나오는 깨끗한 물(中水)을 활용하는 방법을 고민하였다. 중수를 상품화하여 조금이라도 기업 경영에 도움이 되게 하는 방안을 검토하게 되었고 이에 따라 관련 중수재이용 시설을 만들고 있다. 확정되지는 않았으나 동사가 위치한 농촌 지역에 중수를 판매할 계획이다. 톤당 1.5위안 정도로 팔 계획이며 13개월이면 관련 중수이용시설 투자비가 회수된다는 계산이다. 다량의 물을 사용하는 투자기업의 경우 S기업과 같이 중수를 자체에서 다시 순환 사용하는 방식과 대외적으로 판매가 가능한 방안도 투자 진출시 또는 관련 시설 추가 공사시 검토해 보아야 할 것이다.

타이완 S사의 사례는 작은 일부분 이지만 우리기업으로서도 충분히 참고할 수 있는 사례이다. 기업의 오페수처리 시설을 하면서 이를 상품화하는 방안도 강구해 보아야 할 것이다.

## ■ BOT방식을 선호하는 중국 정부

BOT(Build-Operate-Transfer, 프로젝트를 공사참가자 자신의 비용으로 짓고-일정기간 운영하고-넘겨주는 방식)나 TOT(Transfer-Operate-Transfer)는 중국 관리들 입에 달려있는 말이다. 적자인 중앙재정이나 지방재정을 감안하면 당연한 이야기 일 것이다. BOT, TOT는 간단히 말해 금융자본력과 관련 분야 산업기술력이 결합된 기업(또는 기업연합)에게 유리한 방식이라고 할 수 있다.

이미 오래전부터 일본, 홍콩, 싱가포르, 프랑스 등은 도로, 오수처리장, 수도공급 등 각 분야에서 BOT방식으로 시장에 참여하고 있으며, 환경보호산업 분야의 경우 중국기업 자체로도 오수처리장을 BOT방식으로 참여하는 경우가 늘어나고 있다.

간단히 말하자면 단순한 설비의 판매나 기술판매 시장보다는 이를 한 세트로 묶어 아예 프로젝트를 따내고 이를 운영하면서 이익을 창출하는 방식이 중시되고 있는 상황이다. 오수처리 분야를 중심으로 BOT방식의 시장 진출 가능성을 알아본다.

## ■ 생활오수처리장

지역별, 프로젝트별로 차이가 있기는 하지만 대체로 생활오폐수처리장 건설비(오폐수를 모으는(集水) 관망(管網)은 정부가 건설해야 하며 동 비용은 포함되지 않음)가 보통 일 1만 톤 처리 기준으로 1,000만~1,500만 위안이 소요되고 있다. 현급(縣級)에 설치되는 일 처리량 5만톤급의 오폐수 처리장의 경우 5,000만 위안(한화 63억원 정도)이 소요된다는 계산이다. 縣지역의 생활오수 처리장은 일 처리

량이 5만톤 규모면 큰 규모이며, 일반적으로 하루 처리량이 2~3만톤 정도이다. 오폐수 처리장의 경우 허난성의 경우 신향(新鄉)의 일 처리량 5만톤급의 처리장을 중국 업체가 BOT 방식으로 진행하고 있다.

현재 중국정부에서는 오폐수 처리비용을 받고 있는데 주민의 경우 용수 1톤당 0.65위안 정도(공업용은 비싸며, 전체 평균은 0.8위안)를 받고 있다. BOT로 오수처리장을 맡을 경우 이 오수비용이 수익원이 되는 것이다. 이 역시 각 성별로 차이를 보이고 있다. 생활수준이 낮고 물이 풍부한 장시의 경우 오폐수 처리비용이 훨씬 낮다.

현지에서 BOT방식으로 오수처리장을 운영하는 중국기업에 따르면, BOT의 경우 수익모델은 '오수처리비+중수판매비'로 구성되는데, 중수판매비가 없으면 실질적인 이익 발생은 어렵다고 한다. 그러나 현실적으로 오수처리장의 경우 수익모델을 갖추기 어려워 기업들이 기피하는 상황이라고 한다.

그 이유는 첫째, 집수량이 부족하기 때문이다. 예를 들면 일 처리량 3만톤급의 오수처리장에 실제 집수되는 것은 2만톤도 되지 않는 경우가 많다는 것이다. 문제는 오수처리장이 있더라도 이를 집수하는 관망(파이프라인)이 제대로 되어 있지 않은데 있다고 한다. 중수 재활용의 문제도 이를 활용하는 관망이 제대로 되어있지 않다는데 있다. 일부 지방정부에서는 BOT 방식으로 오수처리장을 하는 경우 집수량을 70% 보장한다는 것을 계약서에 넣어서 기업의 BOT 참여를 보다 원활하게 하고 있다. 집수량이 70%를 넘어가면 당연히 문제가 없으며 70%이하이면 그 차이를 정부가 재정 보조해준다는 것이다. 지방재정이 부족한 상황에서 보조를 해준다는 것이 어느 정도 유효할지는 미지수라는 것이 기업들의 반응이다.

둘째, 오수처리비를 정부에서 기업에게 전달하는 경로 문제도 있다. 현지기업들에 따르면 화력발전소와 달리(전력공급국(供電局)에서

바로 화력발전소에 전기비를 지급), 생활오수처리장의 경우 수도요금에 톤당 0.6~0.8위안의 오수 배출비를 부담케 하여 이를 지방 재정국에서 받은 후에 다시 환경부문으로 넘겨주고 이를 환경부문에서 BOT회사에 넘겨주는 방식이어서, 이러한 매듭에서 어느 한 곳에 문제가 생기면 바로 운영상의 문제가 생긴다는 것이다. 한 마디로 어딘가에서 자금이 흐르지 않아도 이를 바로잡기 어렵다는 중국의 현실을 반영한 업계의 반응이다.

이러한 난점에도 불구하고 2007년까지 각 현마다 오수처리장을 만들어야하는 지방정부의 입장을 놓고 보면 관련 BOT시장은 엄청 커질 전망이다. 안후이에 자리잡고 있는 귀쥘(國禎)의 경우 BOT, TOT에 적극적이며 다수의 중국회사들이 세미-BOT 방식의 프로젝트 진행도 많은 편이다. 우리의 경우도 산동성 지역에 정부차관을 공여하여 오수처리장에 참여하고 있는 상황이지만, 기업차원에서 일부 대기업이 BOT 시장을 넘보는 것 이외에는 자금이나 시장정보력의 부족으로 진출을 하지 못하고 있는 상황이다.

중국에서 실제로 오수처리장 사업에 BOT 방식으로 참여했던 현지 기업들과 협력을 하여 참여하거나, 우리기업간 컨소시엄을 구성하여 관련 시장을 노크하는 것도 검토해 보아야 할 것이다. 중국의 지방에서 행해지는 BOT는 100% BOT라기 보다는 ‘국채+지방정부+기업자금’이 엮여지기도 한다. 한편, 오수처리장의 경우 신규 오수처리장의 공사참여도 중요하지만 기존 오수처리장의 낡은 설비 교체나 확장 등의 수요도 적지 않은 상황으로 이에 대한 시장진출 노력도 필요한 상황이다.

## ■ 탈황시장 대문이 열려 있다

중국의 대기오염 처리방법은 지금까지 분진제거 위주였다. 분진제거기술은 과거 독일과 일본에서 도입하여 수 십년간의 경험을 거쳐 어느 정도 기술 성숙단계에 접어들었다. 처음 도입될 당시의 기술은 포대식이었으나 기술적인 문제로 정전식으로 바뀌었다가 현재는 다시 포대식이 선호되고 있다.

중국정부는 11.5 기간(2006~2010)의 중점 공략 부문으로 대기오염 그 중에서도 아황산가스로 인한 오염처리에 상당한 노력을 기울일 것으로 보인다. 문제는 화력발전소들의 규모가 천차만별인데다 탈황시설 운영비가 만만치 않다는데 있다. 실제 규모가 큰 화력발전소를 제외하면 탈황시설을 하기가 쉽지 않은 상황이란 설명이다.

예를 들면 허난성만 해도 240여개의 화력발전소(발전소의 발전 용량이 100만kw 이상인 발전소는 20여곳이 있음)가 있는데, 규모가 큰 기업들이 스스로의 전력과 열수 공급을 위해(남는 전력은 관련 소재 지역에 판매한다) 짓는 발전소의 경우는 기당 발전용량이 3만kw 정도(산둥, 쓰촨 등지에서는 의류공장, 양조공장 등도 자체 필요에 의해 화력발전소를 짓고 이를 인근지역에 판매하고 있음)이며, 지역의 화력발전소의 경우 기당 발전용량이 20만kw, 30만kw, 60만kw 규모가 대부분이다.

현지에서 만난 업체들에 따르면 탈황시장은 룡유엔(北京國電龍源 [www.lyec.com.cn](http://www.lyec.com.cn)), 우한카이띠(武漢凱迪電力環保 [www.kdep.com.cn](http://www.kdep.com.cn)), 충칭유엔다(重慶遠達 [www.yuandaep.com](http://www.yuandaep.com)), 산둥싼룽(山東三融 [www.ssepec.net.cn](http://www.ssepec.net.cn)), 저지앙페이(浙江菲達 [www.zhejiangfeda.com](http://www.zhejiangfeda.com)), 상하이룽징(上海龍淨 [www.slep.net.cn](http://www.slep.net.cn))이 시장을 과점하고 있는데, 이들 기업들은 최소한 연간 매출액이 20억위안 이상이며 증권시장의

상장기업이다.

그러나 시장이 점차 개방되고, 지방별로 자기 지방의 기업을 키우려는 열망이 강하기 때문에 점차 프로젝트 시행자들이 변할 것으로 보인다. 최근 허난성의 한 화력발전소(60만kw×4기)의 탈황시설 공사 낙찰가격은 6억 위안(기당 1.5억 위안)이었으며, 롱유엔이 이를 따낸 것으로 알려졌지만, 그 배후에는 뤼양 완산그룹이 같이 참여한 것이다. 즉, 지방기업과 대기업간의 협력이 중요해지고 있다.

문제는 탈황시설의 공사비가 막대하다는 것이다. 현지 기업들의 의견은 대기업의 농단이 지나치며, 60만kw의 경우 1.5억 위안이 들어간다는 것은 지나치게 가격이 높다는 지적이다. 중국의 현지 환경분야 전문가에 따르면 실용적인 기술인 습식탈황(濕法脫硫)의 경우 발전설비 1kw 당 1,300위안(2000년)이 소요되었으나 현재는 200위안대로 내려간 상황으로, 대규모 탈황시설의 경우도 비용이 상당히 저렴할 수 있다는 주장을 펴고 있기도 하다.

중국기업들 중 일부는 탈황의 경우 그 기술적인 원리는 차이가 거의 없는 상황이라고 지적하고 미국 마슬로우의 암모니아이용 탈황(Ammonia Desulfurization)법이 현재로서는 가장 안정적인 기술이란 평가를 하고 있다.

탈황설비를 한 발전소와 하지 않은 발전소 간에 전력공급국에서 주는 전기비가 차이가 나고 있지만 BOT 방식으로 탈황시설 자체를 하기는 어려우며, 발전소 전체 프로젝트를 가지고 BOT 방식으로 하는 것은 가능성이 있다는 것이 관련 기업들의 의견이다. 발전소 프로젝트는 중국의 화녕(華能), 궈피엔(國電), 따탕(大唐) 등이 농단하고 있으나, 쓰촨의 경우 미국기업이 천연가스 발전소를 운영하는 사례도 있고, 최근 우리나라의 기업이 발전소 건설에 뛰어드는 경우도 있어 점차 개방되고 있는 상황이다.

문제는 탈황시설의 경우 대규모 자본이 필요한데 중국의 민영기업은 용자채널이 적어 사업진행이 어렵다는 난점을 가지고 있다. 특히 공사전체 비용에 대해 시공자에게 일정부분 보증금을 요구하는 것이 중국의 현실이다 보면 기업들이 큰 규모의 프로젝트를 따도 참여하기가 쉽지 않은 것이다. 가령 공정비용이 3~4천만 위안이면 공사 보증금 1천만 위안 정도 요구할 정도이다.

이러한 한계를 극복하고 틈새시장을 노리는 방법으로 공업기업들의 자가발전용 보일러 탈황분야를 공략하는 것도 한 방법이다. 보통 이러한 보일러는 75톤~150톤 규모의 보일러가 사용되는데 여기에 사용되는 탈황설비는 우리나라 관련 기업들이 충분히 공략해 볼만한 대상이 되기 때문이다. 일단 규모면에서 작기 때문에 자금이 적게 소요될 것이고 중국내에 이러한 용도의 보일러가 엄청 많기 때문에 그만큼 시장성이 크다고 할 수 있다. 관련 기업들의 충분한 검토가 요망된다.

우리나라 기업의 경우 탈황시설에 대해 턴키방식의 프로젝트가 아니면 참가가 어려운 상황이지만, 대표적인 발전소들의 탈황시설 교체나 신규 프로젝트시 정부간 협의를 통한 차관(Buy Korea 방식) 공여를 적극 추진하거나, 현지에서 공사를 진행하는(프로젝트를 따오는 기업들)기업들과 기술합작 등을 통해 시장을 개척하는 방식도 검토해 보아야 한다. 또한 어렵기는 하지만 탈황시설만을 BOT 방식으로 추진하는 새로운 수익모델 연구 등을 통해 시장을 개척해가는 방향도 검토해 보아야 할 것이다.

탈황 외에도 향후 3~4년내 새로운 시장으로 떠오를 탈질시장에 대해서 기업과 정부 차원에서 보다 정밀한 시장조사와 기술, 제품개발에 힘써야 할 것이다. 유리공장, 시멘트, 강철, 등 공업부분과 화력발전소 등에서 발생하는 탈황, 탈질 시장은 우리 기업에게 상당한 시장 기회를 가져다주고 있다.

## ■ 불어나고 있는 온라인 검측시장

“오폐수 배출량이 100톤을 넘는 기업은 2006년까지 반드시 COD 등의 검측기기를 설치하여야 하며, 검측센터로 온라인으로 자료를 보내야 한다.”

최근에 공표된 온라인 환경검측에 관한 현지 정부의 정책이다. 한 지역 환경보호국에 설치된 검측 및 감시 센터를 참관해보니 실시간으로 주요 기업과 발전소, 오수처리장의 처리데이터가 전송되고 있으며 이상이 있으면 경보가 울리도록 되어있다. 또한 교통관계 하듯이 전체적인 기업이나 처리장의 전망이 실시간으로 화면에 나타나고 있다. 아직은 관리하는 기업이나 처리장이 극소수에 머물고 있으나 중국 전역의 주요 도시는 이미 이런 시스템으로 전환했거나 전환하고 있으며, 규모를 갖추어 가고 있다.

주요 도시(예를 들면 허난성 정저우같은 도시들)의 경우 100% 검측센터가 설립된 것은 아니지만 가동 단계에 들어간 지역도 많으며, 매 검측마다 민간기업에 위탁하여 관련 설비를 설치하고 있다. 기업에게 검측참의 운영비용을 매달 2.5만 위안 정도 주고 설비교체, 수리 등의 경우는 정부가 이를 부담하는 방식이라고 한다. 따라서 기업으로서도 온라인 검측시스템 운영사업이 사업성을 갖추었다는 견해이다.

개별적인 단말기기의 시장은 물론이고 온라인을 통한 감시검측시스템 시장이 계속 팽창할 전망이다. 특히 2007년까지 각 현마다 오수처리장을 설치하여야 하고, 발전소들마다 탈황시설을 갖추도록 요구하고 있는 상황이어서 이를 실시간으로 검측하고 감시하는 시장은 필연적으로 확대될 수 밖에 없는 상황이다. 예를 들면 허난성에서는 8개 주요 발전소에 검측설비를 장착하고 이를 환경보호국의 검측센터에서 데이터를 전송받으며 관리하고 있다.

## 쓰레기 소각(발전) 분야, 침출수 처리 분야 적극 공략해야

중국은 쓰레기로 몸살을 앓고 있다. 도시의 쓰레기는 무해화 위생 천연매립 방식으로 대부분 천연 매립하고 있다. 그러나 현실적으로 도시화가 급속히 진행되고 있는 중국의 입장에서 어느 때까지 이러한 방식을 지속할 수 있을지는 의문이다. 따라서 천연위생매립장과 더불어 쓰레기 소각장의 설치가 늘어갈 것이다.

중국의 발전방향을 엿볼 수 있는 것은 최근 건설되어 쟁저우(신상), 광저우 등에서 운영에 들어간 쓰레기 소각 발전소일 것이다. 다만 현재 쓰레기 분리 처리가 제대로 되고 있지 않으며, 쓰레기 집하량이 부족하여 발전소의 소각로 가동이 만족스럽게 되지 못한다는데 문제가 있다. 그러나 중국정부도 이를 잘 인식하고 있기 때문에 조만간 쓰레기 분리처리와 소각로 발전은 증가 추세를 보일 것임에 틀림없다. 소각로를 많이 활용하는 우리나라로서도 동 분야 진출에 어느 정도 우위를 가지고 있는 상황이기 때문에 보다 적극적인 진출 노력이 필요한 분야이다.

한편, 폐기물 종합이용처리기술 및 설비분야도 시장전망이 있다. 예를 들면 장시나 안후이성은 수자원이 풍부한 지역으로 중수재활용에 대한 개념은 희박한 반면 고체쓰레기나 폐기가스, 폐수처리과정에서 발생하는 부산물 재활용이나 자원의 효율적 이용 분야는 큰 관심을 보이고 있다. 장시성은 광산자원이 풍부한 성으로 텅스텐, 우라늄, 동, 납, 아연 등 풍부하여 이들 자원의 채굴 및 제련 시 자원이용 효율성을 높일 수 있는 기술도입에 관심을 많이 보였다. 또 공업용 폐수의 경우 폐수내의 유용한 성분을 추출해 재활용하는 기술을 도입하고자 하는 업체가 많았다. 관련 폐기물 재활용 분야에 관심을 쏟아야 한다.

## ■ 2급 도시 유망기업과의 협력

과거 우리나라 기업들이 중국시장을 개척할 때 합작이나 합자방식을 많이 채택했었다. 그 당시에는 개방한지 별로 안 되어 중국시장에 대한 이해가 부족하고 관련 유통시장도 전혀 장악하지 못했기 때문이다. 그러나 10여년이 지난 지금 대부분의 업체들은 독자투자를 선호하고 있다. 그만큼 중국시장에 대한 이해와 유통력이 확보되고 있다는 뜻이다.

그러나 환경산업시장은 아직 독자진출을 하기에는 힘들다. 대부분의 환경관련 프로젝트가 대규모인데다 정부 주도가 많아 입찰방식을 통해 이루어지고 관련 분야의 중국내 시공경력 등을 조건으로 내걸고 있기 때문이다. 또한 입찰정보의 경우 소위 '관시(關係)'를 통한 사전 정보 입수가 필수적이다.

때문에 관련 업체들의 중국 시장 진출은 중국업체와의 제휴를 통해서 이루어질 수밖에 없으나 기존 베이징이나 상하이 대도시 대형기업들은 이미 독일, 프랑스 등 기업들과 제휴를 하여 기술이나 규모면에서 확고한 기반을 다지고 있는 상태로 우리기업들이 접근하기에는 힘든 경우가 많다.

이에 대한 대체방안으로 소위 2급 도시의 현지유망업체와 제휴하는 방안이 있다. 이들 업체들은 현지시장에서 이미 '관시'망이 확실하게 있는 업체이고 어느 정도의 실력도 갖추고 있어 이들도 외국기업과의 합작을 통해 기술수준을 업그레이드시키고 타 도시 공사 입찰에 참여할 의향이 많기 때문이다. 선편시의 경우 입찰조건에 아예 외국업체와의 합작사만이 참여가능하다는 조항이 포함되어 있는 경우도 있다고 하니 중국업체 입장에서도 적극적인 반응을 보일만하다. 관건은 발전가능성이 있는 현지 중국업체를 발굴하는 것으로 중국 각 지역의 주요 환경관련업체 발굴에 노력을 기울여야 할 것이다.

## ■ 특수 분야에도 관심 두어야

중국의 환경보호시장은 여러 가지 특수성을 안고 있다. 예를 들면 엄청나게 많은 호수나 저수지의 부영양화를 막는 문제라든가, 장강과 같이 상당히 긴 하안을 따라 발생하는 오염문제라든가, 전국적으로 그 수량이 엄청난 광산들의 폐수 문제라든가, 특수한 펄프(식물의 대를 사용)를 사용하는 제지라든가, 중국전통의약 제조에 따른 폐수라든가, 발전용량 70%에 달하는 석탄연소 발전이라든가 상당히 독특한 환경시장 구조를 가지고 있다. 특히 최근 떠오르고있는 의료쓰레기 처리 관련시장은 우리가 상당 부분을 공략할 수 있는 시장이라고 볼 수 있다. 우리 기업으로서는 중국의 특수한 산업적, 지역적 구조에 따른 시장공략을 구사하여야 할 것이다.

## ■ 전시회, 로드쇼, 세일즈 출장을 통한 마케팅 강화

중국 기업들을 만나보면 상하이나 베이징에서 열렸던 전시회에 참가나 참관을 하였을 때 보았던 제품이나 시스템에 대해 문의하는 경우가 많다. 당장의 효과가 나타나지 않더라도 중국기업들이 출품된 제품이나 시스템을 눈여겨보았다가 필요한 시기에 요청을 하는 것이다. 진부하게 들릴지 모르지만 기본적인 마케팅 노력(전시회, 로드쇼, 세일즈 출장을 통한 업체면담, 홍보자료의 중문작성 배포 등)이 무엇보다도 중국시장 개척에 가장 중요하다고 할 수 있다. 우리 기업으로서는 더욱 자주 더욱 적극적으로 마케팅노력을 기울여야 할 것이다.

## 07

## 기계 : 산업구조조정을 기획로 삼아라

## 중고가 시장을 노려라

중국은 11.5규획 기간 기계 산업의 질적 수준 제고에 역점을 두고 있어, 중고가 기계에 대한 수요가 확대될 전망이다. 또한 서부지역, 동북지역 등 상대적으로 낙후된 지역에 대한 개발 및 구조조정 정책을 강력하게 추진함에 따라, 이 지역의 기계시장 전망을 밝게 하고 있다.

11.5기간 기계 산업 전반에서 안정적 성장이 예상되지만, 중국의 정책동향에 따라 분야별로 수요전망은 다르게 나타날 전망이다. 중국 정부는 11.5규획에서 균형발전이라는 목표 하에 소외계층, 빈곤지역, 낙후된 업종에 대한 지원을 강조하고 있고, 과잉투자 논란이 일고 있는 업종은 생산 및 소비억제에 나섬에 따라 관련 수요에 영향을 미칠 것으로 보인다.

수요전망이 밝은 분야로는 정부차원의 농촌 살리기 운동에 따른 농기계 분야, 친환경 녹색식품의 수요증가에 따른 식품가공기계 분야, 석탄수요 급증과 안전 채굴을 위한 건설광산기계 분야 등을 들 수 있다. 수요증가가 다소 둔화될 분야로는 쿼터제도 폐지에 대비해 이미 과잉 구매한 섬유기계 분야, 부동산경기 전정책의 여파를 겪게 될 건설기계 분야 등을 들 수 있다.

## 11.5 기간, 중점육성 기계 품목

- 대형, 정밀, 고속 CNC설비, 시스템 및 관련부품
- integrate circuit 관련 whole set 기계설비, 전자부품 생산설비, 완성품 조립설비, 디지털의료영상설비, 생물공정 및 의약생산용 설비
- 대형공정자동제어 및 대형정밀실험의기
- 백만 KW급의 핵발전설비
- dc±50만volt 이상, AC 50만 volt 이상의 전력설비
- 대형 석탄액화설비, 대형 천연가스 및 석유 채굴 관련 기계
- Boring Machine, 대형 STEEL SHEET 연속 주조설비 및 코팅설비
- 대형 에탄올 생산설비 및 PX, PTA, PE 생산설비
- 신형 방직기계 및 현대화 농업기계
- 30만톤 광석 및 원유수송 선박 관련 기계
- 고속 지하철 및 경궤도차량 관련 설비

## 11.5기간 기계산업 관련 주요 정책

## 산업구조조정촉진 잠행규정

공포일자	2005년 12월 2일
공포기관	국무원
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 장려, 제한, 도태 업종을 명확하게 구분하여 산업구조조정을 유도함</li> <li>· 외자기업의 경우, 도태업종은 &lt;외상투자지도목록&gt;의 금지품목을 기준으로 함</li> </ul>

자료 : www.nxnet.net

## 국무원 가속진흥장비제조업에 관한 의견

공포일자	2006년 3월 28일
공포기관	국무원
<p>주요내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국가중점발전항목에 속하는 기계장비 개발과 생산을 위해 수입하는 핵심부품 및 원자재일 경우, 수입관세 면제 또는 관세 및 부가가치세 환급의 특혜를 제공함</li> <li>· 중요 대형기술장비일 경우 첫세트의 중국산 제품 주문 및 사용에 대해 자금지원 또는 보조금을 제공함. 설비의 감가상각 기간을 단축하는 방식의 혜택 제공</li> <li>· 정부에서 지정한 중점 프로젝트 관련 기계장비의 기술개조에 대한 보조금을 지급하고, 관련기업의 자금유치를 위한 상장과 채권 발행을 장려함</li> <li>· 기계설비의 수입(특히 현지정부에서 중점 발전 프로젝트로 지정한 설비)에 대해 엄격한 심사와 검증 실시</li> </ul>	

자료 : [www.rz.gov.cn](http://www.rz.gov.cn)

## 국가 중장기 과학 및 기술발전 계획요강

공포일자	2006년 2월 27일
공포기관	국무원
<p>주요내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 향후 15년의 중점발전 기술의 범위를 명확화 함</li> <li>· 발전계획에 규정한 조건을 구비한 업체에서 관련기술과 제품개발 용으로 설비, 부품, 원자재 수입시에 관세 및 부가가치세 면제 혜택 가능함</li> </ul>	

자료원 : [www.chinahightech.com](http://www.chinahightech.com)

## 농업기계화촉진법

공포일자	2004년 11월 1일
공포기관	국무원
<b>주요내용</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 농업기계 구매 보조금, 연료 보조금, 세무 및 대금특혜정책, 농업 기계 보험 등 관련정책 작성 및 실행 추진</li> <li>· 농업 기계생산 작업 종업인원 수익에 대해 세금특혜 제공</li> <li>· 중앙 및 지방정부에서 농업기계의 기술혁신과 개발 관련하여 자금지원을 제공</li> </ul>	

자료 : [www.lawlib.com/](http://www.lawlib.com/)

## 《기타1》 - 공정기계

유관기관	공정기계공업협회
<b>주요내용</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 기술수준이 높은 대형 공정기계를 중점 육성하고 자금수요가 많을 경우 정부에서 정책적으로 지원</li> <li>· 공정기계의 수출입 현황에 따라 관련 HS CODE, 세율, 기술표준을 조정</li> <li>· 대형공정기계와 핵심부품 관련 외자와의 협력 강화 및 국산화율 제고를 추진하는 동시에 해당업체에 감면세 특혜를 제공</li> </ul>	

자료 : 중국발전개혁위원회

## 《기타2》 - 정부조달

유관기관	국가발전개혁위원회
주요내용 · 중앙 및 지방정부에서 투자한 중점 프로젝트일 경우 중국산 기계설비의 사용 비중이 전체설비총액의 60% 이상에 달해야 함 · 국가안전 및 국방과 관련된 기계설비일 경우 중국산을 우선 고려 · 현지 생산이 불가능하여 반드시 수입해야할 설비일 경우 입찰방식 구매 장려	

### 세계 3위 시장 목표

중국은 11.5구획 기간에 산업의 질적성장 제고를 강조하고 있어, 기계산업 또한 이에 영향을 받고 있다. 중국은 세계의 공장이라는 위상에 걸맞게, 세계 최대의 기계수요국가로 부상하고 있다. 매년 9% 전후의 경제성장을 통해 산업구조가 빠르게 개선되고 있으며, 이는 중고가 기계의 수요확대로 이어지고 있다. 중국경제가 현재와 같은 수준의 성장세를 유지할 경우, 거의 모든 종류의 기계수요가 확대될 것이다. 또한 경제의 지속적 발전에 따라 각종 기초시설 확충, 대형 프로젝트의 추진, 정부의 각종 정책지원 등 요인으로 기계산업 전반은 활기를 이어갈 전망이다.

2004년 중국의 기계산업 생산액은 4조 6,525억 위안에 달했다. 2002~2004년 평균 25%의 빠른 속도로 발전했으나, 경기과열에 대한 우려속에 중국정부가 2004년부터 긴축정책을 추진함에 따라 기계산업 시장수요의 급격한 증가세는 진정국면에 접어들고 있다. 중국의

기계산업은 그동안 양적 성장에 치중하면서, 자체브랜드 육성 및 기술력 축적에서 큰 성과를 얻지 못한 점은 문제로 지적되고 있다.

이번 11.5규획의 질적성장 촉진정책은 기계산업 구조조정에도 영향을 미칠 전망이다. 이를 위해 중국은 금융, 세무 등을 비롯한 각종 정책을 통해 기계산업 기술수준과 산업구조 조정에 나설 것이다. 11.5 기간 연 평균 생산증가 12%, 이윤증가 10%, 수출증가 15%를 달성하여, 2010년에는 기계산업 총생산량을 세계 제 3위로 끌어 올리겠다는 목표를 설정하고 있다. 이러한 양적 증가와 아울러, 에너지, 교통운수, 석유화학 등 모든 분야에서 자국산 기계설비의 사용확대와 기술력 제고를 기대하고 있다. 또한 중국은 정밀화, 고효율화의 방향으로 발전을 목표로 하고 있고, 자체 기술개발력을 제고하는 동시에 에너지, 원자재, 수자원 절약 등을 중시하고 있다.

세계적으로 유명한 기계업체 대다수가 중국시장 개척에 역점을 두고 있다. 마케팅 또한 적극적으로 이루어지고 있는데, 이전에는 수입 에이전트의 활용위주였으나 최근에는 현지 생산시스템을 구축하는 사례가 늘어나고 있다. 주요 수요처로는 급속히 성장하는 중국기업과 중국생산을 중시하는 외자기업을 들 수 있다. 지역별로는 경제가 발전한 연해대도시의 수요가 많으나, 최근 중국 정부가 국가균형발전을 추진함에 따라 서부내륙, 동북지역 등의 수요도 점차 확대될 것으로 보인다.

## 주요 분야별 시장 전망

### ■ 공정(건설)기계

중국정부의 건설부문 긴축정책에도 불구하고, 부동산 개발수요의 지속적 증가와 西汽東送(서부의 가스를 동부로 이송), 西部大開發, 東北振興 등 대형 프로젝트의 추진으로 공정기계 시장수요는 지속 증가할 것으로 전망된다. 11.5기간 중국의 공정기계 소비액은 고정자산 총투자액의 1.5%에 이르고 연평균 증가율이 10%에 달해, 2010년 시장규모는 약 2500억위안에 이를 것으로 전망된다.

#### 주요 품목 시장수요 예측

제품명	수요량(대)	
	2004년	2010년
유압굴삭기	48,936	80,000
loaders	95,160	120,000
BULLDOZER	6,183	8,000
DISELFORK TRUCK	44,181	60,000
ELECTRIC FORK TRUCK	19,787	25,000
탑식 기중기	10,902	12,000
Roller	10,032	12,000
콘크리트 MIXER 운송차	6,587	12,000

자료: <http://www.steel71.com>

주요 품목 생산목표
------------

제품명		생산량(대)	
		2004년	2010년
굴삭기류		33,489	67,600
	유압굴삭기	33,367	64,000
	Loder	114	2,000
	기타	8	1,600
Earth scraper & carrying machine		10,3183	13,2100
공정 기중기류		21,758	29,100
	탑식 기중기	8,247	12,000
	기타	13,511	17,100
공업운반 차량		816,807	885,600
	디젤 fork truck	45,715	60,000
	Electric fork truck	11,782	25,000
	tractor	330	600
		33,603	34,400

자료: <http://www.steel71.com>

## ■ 석유화학기계

11.5기간 정유 및 에틸렌이 향후 석유화학공업의 주력품목이 되면서 관련 기계설비의 수요가 대폭 증가할 것으로 예상된다. 대형 합성 암모니아와 요소 생산용 고압용기 및 관련 기계설비의 시장비중 증가도

기대되고, 석유화학 장치의 대규모화에 따른 기계설비의 대형화와 석유 및 화공제품의 저장 및 운송설비의 수요증가도 따를 것으로 보인다.

플라스틱 가공기계 분야 시장도 유망한 분야의 하나이다. 11.5 기간 플라스틱 가공기계에 대한 수요량은 년 평균 6% 증가하여, 2010년 수요량은 약 145억위안에 달할 것으로 전망된다. 기술적 요구수준이 높은 사출기(전동형, 유압정밀 사출기류 제품)는 통신, 자동차, 가전 분야에서 수요 확대가 있을 것이다.

## ■ 선반기계

중국의 선반산업은 연간 생산능력이 약 6만대에 달하고 있다. 하지만 기능이 단조로운 저급제품이 약 70%에 달하고 중.고가 CNC 제품의 경우 수입 의존도가 매우 높다. 11.5기간 중국의 선반기계 산업은 대형, 정밀, 고속 CNC형 제품의 개발에 집중할 것이고, 2010년까지 중국산 비중을 현재의 30%에서 50%이상 수준으로 제고하고, 중국산 부품 사용비중을 60%이상 높이는 것을 목표로 설정하고 있다.

### 선반 기계 분야의 유망품목

- 중.고가 CNC 시스템, 고속보호장비 및 관련부품;  
고속principal axis 및 servo unit numerical control knife rest, numerical control rotary table
- 고정밀도 디지털 측량기 및 numerical control cutting tool
- 고속, 정밀CNC선반, turning center, four axis LATHE 등

## ■ 금형기계

중국의 금형기계는 연 평균 10% 이상 성장하고 있으며, 2010년 시장규모는 약 2,000억위안 전후로 예상된다.

### 2010년 금형기계 분야 발전목표

- 금형 정밀도,  $\pm 0.001\text{mm}$  달성
- 금형 생산주기, 지금 수준 대비 30% 줄임
- 선반의 자동화율과 CAD/CAM 기술응용율, 배이상 제고
- 대형, 정밀, 복잡형 중고급 기계의 비중, 현재 수준 대비 2010년 40%, 2020년 50% 이상 제고
- 금형기계 국산화율, 85% 이상으로 제고
- 금형기계 수출액, 2010년에 10억불, 2020년 25~30억불 달성

## ■ 환경보호 기계

2005년 환경보호 기계산업의 생산액은 약 600억 위안에 달했다. 전기 집진기, 백식 집진기, 화력발전소의 탈황설비, 신형 공업보일러, 도시 오수처리설비, 도시 생활 폐기물 처리설비 등의 수요가 늘고 있다.

최근 몇 년 중국의 환경보호 기계산업은 연평균 15%의 속도로 발전하고 있고 시장수요가 계속 상승세를 보이고 있다. 11.5기간 전국적으로 환경보호 관련 투자가 약 1조 3,000억 위안에 달할 것이고 그 중 환경보호 기계의 생산액은 400억 위안 이상에 이를 것이다.

향후 화공, 전력산업 오염처리 등 반면의 각종 환경보호 설비의 수요가 증가세를 보일 전망이다. 중국환경보호총국에 따르면 신규 화력 발전소의 경우 사용 석탄의 유황 함유율이 0.7% 이상에 달할 경우에는 반드시 배기가스 탈황장비를 설치해야 한다. 상기 정책에 따라 약 80% 이상의 신규 발전소는 탈황설비를 설치해야 하고, 향후 3년 중국 화력발전소의 배기가스 탈황설비의 연평균 수요액이 약 60억 위안에 달할 것으로 예상된다.

## ■ 포장기계 산업

중국의 포장기계 수요는 연간 10% 전후의 증가세를 보이고 있으며, 2009년에는 약 360억 위안의 시장을 형성할 것으로 예측되고 있다. 특히, 11.5기간 농산품 및 식품 가공업이 활성화 될 것으로 보여 관련 포장기계 수요의 최대 증가 요인이 될 전망이다. 그 외 기전제품, 자동포장, enlace, 무균주입 등과 관련된 포장기계의 수요도 증가할 것으로 보인다.

포장기계 산업의 발전 방향은 다기능, 모듈화, 자동제어 및 고정밀로 나갈 것으로 보이고, PLC control, HMI (man-machine conversation) SERVO CONTROL 등 기술을 이용한 고급 제품이 향후 주류가 될 것이다.

## 11.5 기간 증가가 예상되는 분야

- 골판지 생산라인, 박스생산, 인쇄설비(whole)
- 고속 및 자동제어, 품질 안정성이 높은 각종 bag making, filling machine, sealing machine
- 금속포장용기 가공설비
- 맥주, 음료수 주입 생산라인
- 자동 연속형 진공포장기계, 액체 진공포장 설비
- 환경보호형 포장설비
- 의약품포장기계

## 적극적인 마케팅으로 승부하라

### ■ 주요 프로젝트에 따른 수요를 파악하라

여전히 동부연해 경제권의 주류가 되겠지만, 11.5규획의 균형발전 원칙에 따라, 동북, 서부, 중부 등 그동안 경제발전에서 소외되었던 지역의 발전이 빨라질 것이다. 특히 노후 국유기업이 밀집한 중화학 공업 중심지인 동북지역의 시장수요가 커질 가능성이 있다. 중앙정부는 지역개발 프로젝트 추진에 수백억위안의 자금을 투입하고 있고, 주요 업종에 대해서는 세제혜택을 부여하는 등 적극적으로 장려하고 있음에 관심을 가질 필요성이 있다.

### ■ 현지 진출 거점(또는 유력 파트너)을 확보하라

중국의 산업구조 및 경영 투명성이 빠르게 개선되고 있지만, 아직은 시장구조가 복잡하고, 외자에 대한 제한이 있는 등 어려운 점이 많다. 따라서, 유수의 외자기업들은 중국에 생산 및 유통거점을 확보함으로써 무역장벽 등 애로사항을 피하면서 시장지배력을 높이고 있는 중이다. 특히 투자를 고려하는 업체는 관할 정부(또는 중앙정부)의 외자기업에 대한 혜택부여와 제한요인을 꼼꼼히 확인해야 할 것이다. 한편, 중국정부와 업계는 기계나 설비의 직접 수입에서 벗어나 산업경쟁력 강화를 위해 기술이전을 요구하는 경우가 많으므로, 주의가 필요하다.

### ■ 적극적 마케팅으로 중.고가 시장을 공략하라

중국은 11.5 규획 기간 저가 및 대량생산에서 점진적으로 제품의 부가가치를 높이는 방향으로 산업정책을 전환하고 있어, 관련 기계수요 패턴에도 변화가 있을 것이다. 저가 시장은 중국산 기계와의 가격 경쟁력에서 밀릴 수밖에 없고, 중.고가 시장은 선진국 제품의 점유율이 높은 상황에서 우리제품은 품질력에 비해서 제대로 인정을 받지 못하고 있는 상황이다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 관련 전문 전시회참가, 전문잡지 홍보 등 보다 적극적인 마케팅이 필요하다.

### ■ 정책변동에 따른 리스크 요인을 파악하라

중국에 투자를 하는 업체는 현지정부의 정책(장려, 제한, 금지)을 확인하고, 우대요인 및 제한요인에 대한 사전조사가 필요하다. 특히, 임금상승, 기업소득세 인상 요인 등 투자기업 경영상황이 점차 악화되고 있으므로, 충분한 경쟁력을 확보하기 못한 업체는 투자에 신중해야 한다. 또한 중국시장 진출에 있어 시장점유율 제고를 위한 시장 홍보, 브랜드 이미지 제고 등에 나서야 할 것이다.

### ■ 지식재산권 등 권리확보에 주의하라

중국은 지적재산권의 보호가 미흡해, 유사 및 복제품이 시장에 흔하게 유통된다. 특히, 상표, 실용실안 등에 대한 사전등록을 통한 기업의 재산을 지키는 것이 중요하다. 즉, 유사제품의 유통을 최대한 막음으로써 가격질서 파괴와 기업이미지 손상 등 문제 발생을 막아야 한다.

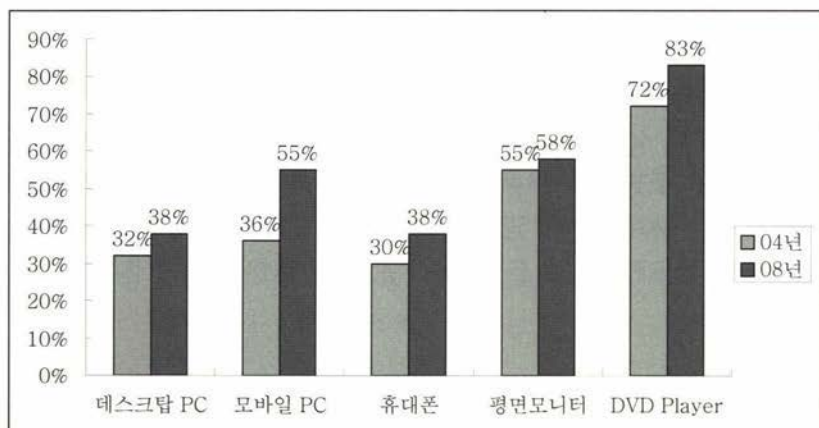


## 전기·전자 : 프리미엄 제품으로 승부하라

### 생산 대국이자 소비 대국

중국은 세계 최대의 AV 및 백색가전 생산국가이며, 또한 세계에서 두 번째로 큰 전자제품 시장이다. 가트너의 자료에 따르면 2008년, 주요 전자제품의 전세계 대비 중국 내 생산 비중은 데스크탑 PC가 38%, 모바일 PC가 55%, 휴대폰이 38%, 평면모니터가 58%, DVD 플레이어는 83%에 달할 것이라고 한다.

주요 전자제품의 중국 내 생산 비중



자료 : Gartner

중국의 전기·전자산업 규모가 커지게 된 것에는 여러 가지 이유가 있겠지만, 가장 먼저 손꼽을 수 있는 것은 전기·전자 다국적 기업들이 중국을 생산기지로 삼고 있다는 점이다. 중국 해관총서 따르면 2005년 중국 수출 200대 기업 중 전자산업에 속한 기업이 전체의 70%에 달한다고 한다. 즉, 전기·전자 산업이 중국의 수출을 이끌고 있다고 해도 과언이 아니다. 전기·전자 산업 100대 수출기업의 면면을 살펴보면 매우 흥미있는 사실을 발견하게 된다. 전체 수출 기업 중 40%가 대만계 기업이라는 것이다. 즉, 대만 기업은 중국 본토를 생산기지로써 적극적으로 이용하고 있다는 것이다. 미국, 유럽 기업은 전체 중 20%를 차지하고 있다. 이들은 대부분 ODM 방식으로 중국에서 생산, 전세계에 판매한다. 주목할 것은 한국계 기업의 선전이다. 100대 수출 기업 중 한국계 기업이 16%를 차지하였고 일본계 기업은 14개 기업이 100대 기업에 랭크되며 4위로 밀려났다. 중국 기업은 전체 기업 중 12%를 차지하는데 그쳤다. 중국 기업 중 수출액이 가장 많은 기업은 화웨이(華爲)기술유한공사로 20.52억 달러를 수출하였다. 이들 수출기업들의 주요 생산기지는 주강삼각주와 장강삼각주에 집중되어 있다. 100대 기업 중 86개 기업이 이들 두 지역에 위치하고 있다. 이는 대만계를 비롯한 전기·전자 업체들의 중국 내 주요 생산기지과 일치한다.

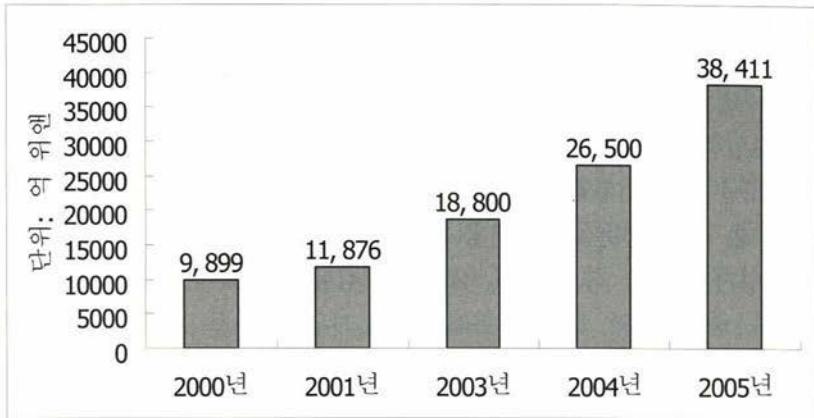
다음을 고려할 수 있는 것은 내수 시장의 확대이다. 경제의 지속적인 고성장과 더불어 중국의 내수시장은 2001년~2004년간 연평균 12%이상 성장하였다. 이는 GDP 평균 성장률을 웃도는 수치이다. 이들은 개인소득이 점차 증가하면서 전기·전자 제품에 대한 지출규모가 커지고 있다. 도시 가정의 경우, 이미 컬러TV의 경우, 가구당 1.3대 이상 보급되었으며, 세탁기와 냉장고 역시 가구 당 1대 꼴로 보급된 상황이다. 이외 컴퓨터, 에어컨, 디지털 카메라, 휴대폰 등이 필수품목으로 보급되고 있다.

중국 전기·전자제품의 수출 증가와 내수 증가로 인해 중국은 전기·전자제품 생산 대국 및 소비대국이 되었다.

## 중국의 전기·전자 산업 현황

중국의 주요 전기·전자 산업은 크게 통신설비 제조업, 가전제품 제조업, 컴퓨터제품 제조업, 핵심부품 제조업 등 4가지로 나눌 수 있다. 중국의 전기·전자산업은 2004년 고속적인 발전에 이어 2005년에도 월 평균 20%의 증가율을 유지하였고, 공업생산액(工業增加值)은 전국 공업생산액(工業增加值)의 13.6%를 점하고, 증가속도는 중국 공업평균수준의 11.8%를 초과하였다. 2005년 중국의 전자정보산업은 38,411억 위안의 매출소득을 실현하여, 동기대비 24.8% 증가하였으며, 그중 소프트웨어 및 시스템 통합(系統集成) 매출이 3,900억 위안으로 동기대비 40.3% 증가하고, 공업생산액(工業增加值)이 9,004억 위안으로 동기대비 28.2% 증가하였으며, 수출입총액이 4,887억 달러로 동기대비 25.8% 증가하였다.

## 2005년 중국 전자정보산업 매출소득 현황



자료 : 중국전자정보산업센터

2005년 중국의 전기·전자제조업의 매출소득은 3.45억 위안 규모로 각 공업산업 중 2위를 점하였으며, 중국의 전기·전자 기업수가 신속히 증가하여, 업체 수가 6.7억 개사에 달하였다. 그중, 연간 판매소득이 500만 위안 이상 규모의 제조 기업수가 16,007개, 연간 판매소득 500만 위안 이하 규모의 기업수가 39,816개, 소프트기업이 11,660개이다. 중국 전기·전자기업의 경제규모는 계속 확대되고 있으며, 2005년 100대 전자기업의 매출실적은 8,800억 위안 이상에 달하여 동기대비 15% 이상 증가하였으며, 그중 20개사 이상이 100억 위안 이상의 매출실적을 기록하였다.

2005년 전기·전자산업의 재고율(産銷率)이 2%정도이며, 대부분의 재고율은 산업 평균수준 이하 수준이다. 또한, 제품의 잔고가 점차 하락하고 있어 2005년 전기·전자 산업의 제품잔고는 1,438억 위안이었다.

2005년 전기·전자산업의 대외무역은 지속적인 증가세를 유지하여 중국 대외무역수출 분야 중 계속 선두를 유지하고 있다. 2005년 전자정보제품의 수출입총액은 4,887.3억 달러로 중국 대외무역총액의 34.4% 점하였다. 그중, 수출이 2,681.7억 달러로 중국수출총액의 35.2% 점하고, 수입이 2,205.6억 달러로 동기대비 21.9% 증가하여, 중국수입총액의 33.4%를 점하였다.

2005년까지, 컴퓨터제품 제조업과 핵심부품 제조업은 전체 산업의 평균수준 보다 높은 속도로 증가하여, 전기·전자 산업을 이끄는 주요한 견인차 역할을 하고 있다. 2005년, 컴퓨터제품 제조업과 핵심부품 제조업 중 매출액 500만 위안 이상 기업이 거둔 매출실적은 1조 5,123억 위안으로 동기대비 29% 증가하였으며, 482억 위안의 이윤을 창출하는 성과를 거두었다.

전기·전자산업은 기업의 신제품개발과 시장 확장으로, 제품구조도 끊임없이 향상되고, 고가제품의 비중이 날로 제고되고 있다. 특히, LCD와 PDP제품이 점차 컬러 TV 산업의 핵심으로 자리 잡으면서, 2005년에는 증가속도가 200%를 초과하였다.

## 11.5 규획과 중국 전자산업

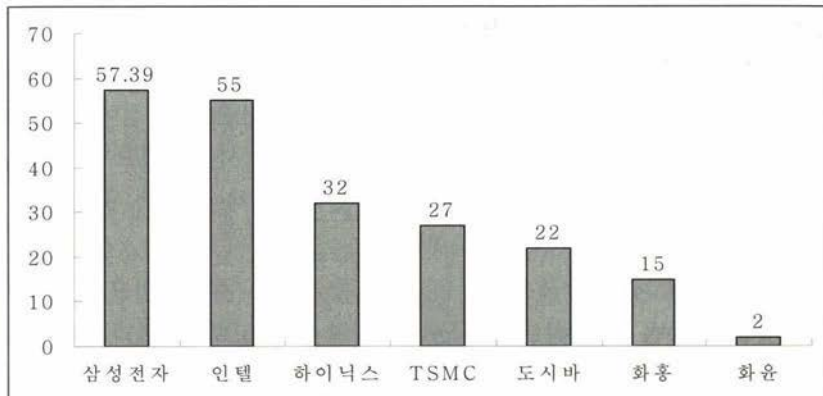
중국의 전기·전자 산업 11.5 규획의 주요 골자는 전자산업 대국에서 전자산업 강국으로 나아가자는 것이다. 그동안 중국은 전자산업 생산 및 소비규모에 있어 규모의 경계를 이루어왔다. 하지만, 전자산업 강국이라고 말하기에는 아직 부족하다고 스스로 판단하고 있다. 이에 중국은 11.5 기간 중 전자산업 수준을 높여 전자산업 강국으로

부상하고자 하고 있으며, 이를 위한 구체적인 실천 전략으로 연구개발 능력 강화, 국제화 수준 강화, 내수시장 강화를 들 수 있다.

중국이 전자산업 강국으로 나아가고자 할 때 우선 추진하고자 하는 부분이 연구개발 능력 강화이다. 중국전자신문(中國電子報)에 따르면 중국 전기·전자기업의 연구개발 투자는 일류 다국적 기업에 비해 많이 부족한 것으로 나타났다. 반도체 기업을 예로 들면 한국의 삼성전자와 미국의 인텔의 2006년 투자액이 각각 57.39억 달러, 55억 달러에 달하는데 비하여 중국의 화홍(華虹)집단, 화윤(華潤)전자 등의 투자액은 각각 15억 달러, 2억 달러에 그치고 있다.

#### 주요 반도체 기업 2006년 예상 투자액

(단위 : 억 달러)



이는 중국 전기·전자 산업 내 업체 수는 매우 많지만, 규모는 일류 다국적기업에 비해 작고, 연구개발에 투자할 역량이 적기 때문이다. 그래서, 최근 중국에서는 정부의 인위적인 업체 구조 조정 움직임도

일어나고 있다. 대표적인 분야가 휴대폰 산업인데, 최근 중국 신식산업부는 수차례에 걸쳐 휴대폰 시장의 구조조정이 필요하다는 의지를 나타내고 있다. 중국의 휴대폰 업체 수는 60여 개에 달하며, 휴대폰 브랜드는 70여 개에 달하지만, 그 중 40개 업체의 시장점유율은 전부 합쳐도 15%에 못 미치고 있다. 경영환경이 악화되어 퇴출되어야 하는 업체들이 아직도 퇴출되지 못하고, 악성경쟁만 만들어내는 형국이다. 이에 중국 신식산업부 정책연구실은 휴대폰 시장 정비를 위해 인위적인 조정작업이 필요하다고 밝히고 있으며, 2,3년 내에 정부가 나서서 휴대폰 시장정화기구를 만들 것이라고 공언하고 있다.

국제화 수준 강화도 11.5 기간 중 중국 전기·전자산업의 주요 정책이 되고 있다. 국제화를 지향하는 대표적인 중국 기업은 하이얼, 레노버, TCL, 화웨이(華爲) 등 4개 기업이며, 이들은 모두 중국 내수 시장에서 선두업체로서 자리잡고 있으며, 이를 바탕으로 해외 시장에 진출하였다. 하이얼은 90년대 초부터 중국 내수시장 냉장고 브랜드 1위를 차지하였으며, 중국 100대 전기·전자업체 중 2005년 영업액 1039억 위안으로 2위를 차지하였다. 해외시장 진출은 선진국에 먼저 진출한 이후, 점차 주변 국가로 확장하는 방식을 사용하였으며, 생산, 연구개발, 판매를 통합한 형태로 진출하였다. 전체 매출액 중 해외매출이 차지하는 비중이 18% 정도이다.

레노버는 2004년 중국 내수 PC시장 중 1/4을 차지하였으며, 작년 IBM PC 부문을 인수하면서 국제화 경영을 시도하고 있다. 매출액 1082억 위안을 중국 100대 전기·전자업체 중 1위를 차지하고 있으며, 전체 매출액 중 해외 매출액이 차지하는 비중이 63%에 이른다. TCL은 2002년 중국 내수 칼라TV 시장 중 1/5을 차지하였으며, 프랑스의 톰슨사를 인수하는 등 인수합병을 통해 세계 시장에 진출하고 있다. 2005년 매출액 521억 위안으로 중국 100대 전기·전자업체 중

4위를 차지하였으며, 전체 매출액 중 해외매출액이 차지하는 비중은 53%에 이른다. 통신설비업체로 유명한 화웨이는 통신교환기 내수 시장의 상당 부분을 차지하고 있으며, 해외에 연구개발기지를 구축하고, 영업판매망을 구축하여 해외에 진출하고 있다. 2005년 매출액이 469억 위안에 달하며 그 중 해외 매출액이 58%에 달한다. 이들 업체들은 중국 전기·전자업체들의 국제화 경영 선두업체로서 중국업체들의 해외진출을 이끌어어나가고 있다.

11.5 기간 중 중국은 전기·전자 관련 내수시장을 제고시키기 위해 노력하고 있으며, 이를 기반으로 기술수준을 높이고자 노력하고 있다. 대표적인 사례가 3세대 이동통신이다. 중국은 조만간 3가지의 3세대 이동통신 표준을 채택할 전망이다. 하나는 통상 유럽식으로 불리는 WCDMA, 그리고, 한국, 미국, 일본 등지에서 채택된 CDMA2000, 마지막으로 중국 자체표준인 TD-SCDMA이다. 사실 한국, 일본, 유럽을 비롯한 해외 많은 국가에서 이미 3세대 이동통신 표준을 제정하였는데도 불구하고, 중국의 3세대 이동통신 채택이 늦어진 이유는 TD-SCDMA 표준에 대한 기술적 검증이 늦어지고 있기 때문으로 전해진다. 중국이 TD-SCDMA에 집착하는 이유는 중국 거대 내수시장의 힘을 바탕으로 국제화된 표준을 자체적으로 만들어내려고 하는 의지로 풀이된다. 이외에도 상하이 시에서 IPTV를 연내에 전면 시행하고자 하는 등 내수시장을 발전시키고자 하는 움직임이 정부 주도적으로 일어나고 있다. 이러한 중국의 내수시장을 바탕으로 한 기술진보 추진정책은 앞으로도 계속 될 것으로 보인다.

## 일본 전자업체의 고전

1980년대부터 일찌감치 중국 내수시장에 뛰어들어 높은 시장점유율을 보여온 일본 전자업체들이 최근 들어 점차 고전을 면치 못하고 있다. 이러한 경향은 TV, 에어컨, 휴대폰, 디지털 카메라 등 소비재 전자제품을 중심으로 나타나고 있으며, 이는 중국과 일본의 정치적, 역사적 갈등과 얽혀 일본 제품 불매 운동으로까지 확산되고 있다.

일본의 대표적 전자업체인 소니는 작년 자사의 주력제품인 TV와 디지털카메라 분야에서 불량률이 발견되어 시장 신뢰도가 떨어졌다. 2005년 10월, 중국에 시판 중인 소니 디지털 카메라 9종에서 화상이 깨지거나 아예 나타나지 않는 문제점이 발견됐다. 캠코더 22종에서도 비슷한 현상이 있었다. 두 달 후, 소니는 중국시장 주력상품인 디지털 카메라 6종이 자동노출장치 결함으로 중국 국가카메라 질량검험센터로부터 불합격 판정을 받았다. 이에 대고객 사과문을 내고 관련 제품을 리콜하는 수모를 겪어야 했다. 이러한 여파로 인해 지난 3월까지의 2006 회계 연도에 소니 카메라의 매출액과 영업이익은 전년 대비 3%씩 떨어졌다. TV도 말썬이 생겼다. 올 2월에는 TV 5종(1만 7천대)에서 온오프 및 잠시 멈춤(pause) 기능에 장애가 발견되기도 했다. 바이오 노트북으로 대표되는 소니의 노트북 사업 실적도 점차 나빠지고 있다. 시장조사기관 IDC 자료에 따르면, 소니는 지난해 분기별 노트북 시장 점유율이 8.4%(1/4), 6.8%(2/4), 6.5%(3/4), 5.4%(4/4)로 가라앉았다.

이러한 현실은 비단 소니 한 업체만의 현실이 아니다. 미쓰비시, 히다치, 도시바 등 일본 유수의 전자업체의 중국 내 경영실적은 좋지 못한 성적을 내고 있다. 휴대폰시장에서는 도시바가 지난해 정식으로 중국 내 휴대폰 업무를 포기한데 이어 미쓰비시 이동통신도 중국 내

모든 GSM 개발 및 판매 업무에서 완전히 손을 뗐다. 히다치, 미쓰비시의 에어컨 사업부도 2005년 영업손실을 기록하며 시장에서 밀려날 처지가 되었다.

일본 전자업체의 중국 시장 내에서의 몰락은 여러 가지 시사점을 던져준다. 먼저 일본 업체들이 기술만능주의에 빠져 시장을 제대로 보지 못하였다는 점이다. 중국 시장, 특히 중국 내 전자시장의 흐름은 매우 빠르다. 그래서, 자국에서 성공한 모델이 반드시 중국에서 성공한다는 보장이 없다. 그리고, 너무 앞서간 기술을 시장에 내놓을 경우, 외면받기 쉽다. 시장에서 발생하는 모든 상황에 대해 기술적으로만 접근한 것이 시장에서 외면받는 주요 원인이 되지 않았나 한다. 두 번째 생각해 볼 것은 현지화 전략의 부재가 이러한 위기를 초래하였다고 본다. 일본 기업의 해외진출 모형을 한마디로 말하면 '기러기 떼 행렬 모델'이라고 할 수 있다. 기러기 떼 행렬 모델이란 아카마츠 히토츠바시 대학의 명예교수가 제창한 '비교우위의 변화에 따른 국제간 산업 이전의 이론'을 바탕으로 하여 만들어진 모델이다. 주요 골자는 일본의 인건비 상승으로 인해 생산 기반 시설을 점차 인건비 낮은 국가로 옮겨간다는 것이다. 이러한 인건비 수준으로 따져볼 때 일본의 기업은 한국, 대만, 싱가포르, 말레이시아, 타이, 인도네시아, 필리핀, 중국, 베트남 순으로 생산 설비는 이전해 나가게 된다. 하지만, 중국이 생산거점 및 주요 판매시장으로서 자리매김 하면서 이러한 '기러기 떼 행렬 모델'을 적용하는 것이 점차 힘들어졌다. 즉, 선진국의 생산설비를 그대로 가져와서 생산, 해외로 수출하는 방식으로는 중국 시장에서 살아남기 힘들어졌다는 얘기이다. '기러기 떼 행렬 모델'에는 현지화 전략이 들어갈 틈이 없었다. 왜냐하면 인건비에만 관심이 있고, 인건비가 상승하면 생산기반 시설을 다른 곳에 옮겨야 하기 때문에 굳이 현지화 생산전략을 수립할 필요가 없었다. 하지만,

중국 경제가 지속적으로 상승하면서 중국의 소비파워가 점차 커지게 됨으로 인해 중국 소비자들의 기호를 중시하는 것이 필요하게 되었다. 중국 특성에 맞는 제품을 시장에 내놓는 기업이 성공할 수 있게 되었다. 마지막으로 고려할 것은 정서적인 접근이 필요하다는 것이다. 점차 기술적인 격차가 줄어드는 상황에서 소비자들에게 호감을 줄 수 있으며, 공감이가는 접근을 시도해야 한다는 것이다. 이러한 상황에서 중국과 일본의 역사적, 정치적 대립은 중국 내수시장에 진출한 일본 전자업체들을 더욱 어렵게 하고 있다.

## 한국 전자기업의 1위를 향한 도전

최근 한국계 전자업체의 선전은 매우 눈에 띈다. <2005년 중국 전자산업 100대 수출기업>에 따르면 중국에 설립된 삼성전자 관련 11개 기업들의 수출액은 117억 달러에 달하였으며, LG전자 관련 5개 기업의 수출은 55억 달러에 달하였다.

## 2005년 중국 전자산업 100대 수출 기업 중 한국 기업

(단위 : 백만 달러)

100대 수출 기업 중 순위	업체 명	수출액	주요 상품
6위	삼성전자(소주)반도체	3538	반도체
23위	LG전자(해주)	1803	가정용 음향기기
27위	삼성전자LCD(소주)	1468	액정 모니터
33위	LG-Philips LCD	1216	액정 모니터
35위	삼성통신기술(천진)	1178	정보통신 제품
41위	LG전자전기(천진)	959	에어콘, 전자렌지
45위	삼성전자컴퓨터(소주)	885	컴퓨터 및 주변기기
54위	LG모니터(남경)	798	모니터
56위	삼성전자(해주)	791	디지털 기기
58위	삼성통신설비(산둥)	784	통신설비
64위	랑차오(浪潮)LG이동통신	744	휴대폰
69위	삼성전자(소주)	701	냉장고, 에어컨
78위	삼성전자(동관)	658	브라운관
80위	삼성전자모니터(천진)	629	모니터
92위	삼성전자(천진)	535	녹화기, DVD, DVR
93위	삼성이동통신(심천)	525	휴대폰

중국에 진출한 한국 기업들은 수출 뿐만 아니라, 내수 시장에서도 선호하는 브랜드로 떠오르고 있다. 10년 전, 삼성 LG는 중국 사람들에게 생소한 브랜드였던 반면, 현재는 중국인들에게 잘 알려진 브랜드로 사랑받고 있다. 이들은 에어컨, 휴대폰 시장에서 각각 시장을

이끌어나가고 있다. 제품 뿐만 아니라 기업 호감도도 점점 높아지고 있다. 중국인들을 대상으로 실시하는 기업 선호도 조사에서 한국 기업들은 점점 선호하는 기업으로 나타나고 있다. 중국 최대의 구인구직 사이트인 중화영재망(中華才材網)이 포털 사이트 시나닷컴, 경제전문지 경제관찰보와 함께 2003년부터 매년 실시하는 '대학생들이 선호하는 50대 최고 기업 설문조사' 결과는 이러한 현실을 반영한다. 이 조사에 사용되는 기업 선정 3대 기준은 기업문화, 브랜드 인지도, 급여 및 복리후생 등으로 매우 현실적인 지표라고 할 수 있다. 2003년 조사에서 한국의 삼성전자와 LG전자가 각각 14위와 37위였으나, 2004년에는 각각 11위와 28위로 뛰어올랐다. 또한, 2005년 조사에서는 LG전자가 8위로 10위권 내에 진입했고 삼성전자는 전년과 같은 11위를 유지했다. 특히, LG전자의 경우, 중국의 인력자원서비스기관인 중화재망(中華才網)이 중국 화남지역 대학생들을 대상으로 오는 5월 30일까지 실시하는 2006년 대학생이 뽑은 최고 기업평가에서 각국 다국적기업을 제치고 1위를 달리고 있다.

## 한국 기업의 전략적 과제

현재 중국 전기·전자 산업에서 과거 시장우위를 지켜왔던 전통적인 전자강국 일본의 쇠퇴가 눈에 띄게 나타나고, 한국이 신흥강국으로 떠오르고 있다. 하지만, 대만업체의 중국 내수 시장 공략, 중국 로컬 업체들의 선전을 고려할 때에 아직 안심하고 있을 처지가 못 된다. 더군다나 중국 정부는 11.5 기간 중 중국업체들의 경쟁력 강화에 힘을 쏟을 것으로 보여진다. 이러한 상황에서 한국 전기·전자제품이 중

국 내수 시장에서 지속적으로 우위를 차지하려면 여러 가지 과제가 필요하다.

먼저 적극적으로 현지화 전략을 추진해야 한다. LG전자가 현지화를 3대 전략과제 중 하나로 꼽은 것은 눈여겨 보아야 할 대목이다. 중국 시장을 단순한 생산기지로 인식하지 않고, 사업기지로 삼아 글로벌 Top 브랜드로 승부를 걸겠다는 계획이다. 중국 시장은 하나의 통일된 단일 시장으로 접근하기보다는 EU와 같은 여러 개로 나뉘어진 시장으로 접근하라는 말이 있다. 중국의 각 지방별 특색이 모두 다르므로 이에 대한 각기 다른 접근법이 필요하다는 얘기이다. 그래서, 보통 중국 현지에서 영업은 그 지방 사람들에게 맡기곤 한다. 왜냐하면 각 지방 별 방언이 다르고, 상관습이 다르기 때문에 타지인이 영업을 수행하는 것이 매우 어렵기 때문이다. 이는 비단 영업에만 적용되진 않을 것이다. 향후, 점차 시장에 동부에서 서부, 북부로 확장되어가면서 이들 시장에서의 제품에 대한 욕구, 기호 등을 충분히 반영한 제품이 연구개발 단계에서부터 나와야 할 것이다. 그렇기 때문에 중국 시장에서의 철저한 현지화는 더욱 필요하다.

시장 점유율에 집착하지 말아야 한다. 시장점유율이 절대절명의 과제인 것처럼 생각되는 현실에서 시장 점유율에 집착하지 말아야 한다는 것은 아이러니라고 할 수 있다. 하지만, 중국의 전기·전자 시장이 공급과잉현상을 보이고 있는 시점에서 시장점유율 확보를 고수할 경우, 이익률이 떨어지는 것을 감수할 수 밖에 없다. 현재 중국에서 1위를 확보하면서도 이익률이 낮아 고민하는 업체들이 상당수 존재한다. 시장점유율 1위가 회사의 미래를 보장하지는 않는다. 그러므로 시장 점유율에 연연하는 것보다 이익률에 초점을 맞추고 사업을 추진하는 것이 필요하다. 또 한가지 고려해야 할 부분은 중국인은 매우 자존심이 강한 민족이라는 것이다. 중국인은 외국업체가 시장점유율

1위를 차지하는 것에 대해 좋지 못한 감정을 품고 있을 것이고, 이를 행정적인 제재로 연결시킬 가능성이 농후하다. 그러므로, 빛 좋은 시장점유율 1위보다는 이익률을 높임으로 내실을 기하는 것이 훨씬 현명한 길이다.

프리미엄 제품으로 승부해야 한다. 중국 소비자들의 냉장고 선호 추이를 보면 점차 고급제품으로 나아가고 있는 것을 알 수 있다. 이미 도시지역의 경우, 대부분의 가전제품 공급이 과잉상태이며, 그나마 새로운 수요가 늘어나는 경우는 대부분 프리미엄 제품 분야이다. 프리미엄 제품으로 시장을 공략하게 되면 기술적인 우위를 지속적으로 얻을 수 있을 뿐만 아니라, 브랜드 이미지 구축에도 도움이 된다. 중국은 세계 3대 사치품 소비국가 중 하나로 부상하였다. 그만큼 사치품 소비 수요층이 많다는 것을 반증한다. 이들 명품 구매자를 집중적으로 공략하여 프리미엄 제품으로 승부하는 것이 지속적인 이윤을 보장받을 수 있는 방법이다.

일관성있는 전략이 필요하다. 중국사업은 때로는 험난한 길이 될 수도 있으며, 난관에 부딪치는 경우가 종종 생긴다. 이를 헤쳐 나가기 위한 전술의 수정은 있을 수 있으나, 큰 흐름은 바꾸지 않는 것이 좋다. 당장 중국 사업이 어렵다고 해서 철수하였다가 나중에 시기가 좋아 다시 진출하고자 하면 큰 비용을 감수하여야 할 것이다. 최근 차이나 리스크라는 얘기가 많이 나오고 있다. 차이나 리스크가 자사의 산업에 어느 정도 부합이 되는지, 그리고, 그러한 위험요소를 어떻게 방지할 수 있는지에 대한 진지한 고려는 필요하다. 하지만, 전체적인 투자흐름은 일관되게 나아가는 것이 좋다.



# 제 3 장

## 권역편

### 5대 권역 집중 공략법



## 01

## 중국을 5개로 쪼개라-권역시장에서 살아남는 핵심 전략

### 달라진 경제권역의 개념

경제권역에 대한 구분은 중국 내에서도 의견이 분분해 통일된 규칙이 없다. 중앙정부가 경제 정책의 근간을 쥐고 있던 과거에는 특화업종을 기준으로 몇 개의 성을 묶는 방법이 보편적이었으며 이에 따라 중국을 10개 권역으로 나누는 시각이 가장 많았다. 10개 권역에는 동북경제권, 환발해경제권, 장강삼각주 경제권, 화남경제권, 황하중류 경제권, 장강 중상류 경제권, 황하상류 경제권, 장강상류 경제권, 신강경제개발구, 티벳특별경제구 등이 포함된다.

## 총래 10대 경제권별 업종 분포

지역 구분	해당 지역	주요 특화 업종
동북권경제권	헤이룽장성, 지린성, 랴오닝성, 네이멍구	중공업(특히 군수산업), 농림목축업, 농임산물가공업
환발해경제권	허베이성, 산둥성, 베이징, 톈진	지식기술집약산업, 수출주도형 경공업, 수산업
장강삼각주	상하이, 장쑤성, 저장성	고도정밀산업(전자,반도체), 금융, 부동산, 정보·통신산업
화남경제권	광둥성, 푸젠성, 광시장족자치구, 하이난성	수출주도형 경공업, 금융·보험
황하중류 경제권	산서성, 섬서성, 허난성	에너지벨트 및 중화학공업기지, 우주항공, 임산물가공업
장강중류 경제권	후난성, 후베이성, 장시성, 안후이성	수상교통의 중심지, 농임산물 가공 경공업
황하상류 경제권	간수성, 칭하이성, 닝샤회족자치구	지하자원, 수력발전개발
장강상류 경제권	쓰촨성, 꾸이저우성, 윈난성	에너지 집약산업, 농림산업
신장경제개발구	신장위그루자치구	석유 및 석유화학, 농림목축업
티베트특별경제구	티베트자치주	국가지원사업, 농림목축업

이 같은 분류법은 과거 중국 경제정책의 기초가 이른바 ‘점(點)-선(線)-면(面)’의 전략에 따라 점진적으로 추진되던 시기에는 유효했으나 개혁개방이 심화되고 지역경제 일체화가 광범위하게 진행되면서 더 이상 그 타당성을 찾기 어렵게 됐다.

특히, 총래의 10대 경제권역은 중국 입장에서 구분한 기준이다 보

니 외국기업의 대중국 전략에 그대로 적용될 수 있는지는 또 다른 차원의 의문점으로 남았다. 예를 들어, 똑같이 '장강'이란 이름을 갖고 있지만 상하이, 장쑤성, 저장성을 포함하는 장강삼각주와 후난성, 후베이성, 장시성, 안후이성의 장강중류경제권, 쓰촨성, 꾸이저우성, 윈난성의 장강상류경제권을 과연 유사한 시각으로 접근할 수 있는냐는 문제점이 지적됐다.

11·5 기획의 권역경제 전략은 기본적으로 “동부 솔선(東部率先), 서부 개발(西部開發), 동북 진흥(東北振興), 중부 굴기(中部崛起)”의 개념에 기초하고 있다. 중국을 동부와 서부, 동북과 중부 등 4개 틀로 나누는 것이다. 이 같은 기본 틀에다 베이징과 텐진의 수도권을 포함할 경우, 중국의 권역경제 판도는 5개로 구분할 수 있다.

#### 11·5 기획 시기에 집중 공략해야 할 5대 권역

지역 구분	해당 지역	주요 특화 업종
장강삼각주	상하이, 장쑤성, 저장성	고도정밀산업(전자,반도체), 금융, 부동산, 정보·통신산업
환발해권	베이징, 텐진, 허베이성, 산둥	지식기술집약산업, 수출주도형 경공업, 수산업
주강삼각주	광둥성(홍콩, 마카오)	수출주도형 경공업, 금융·보험, 하이테크산업
동북지역	랴오닝성, 지린성, 헤이룽장성	중공업(특히 군수산업), 농림목축업, 농임산물가공업
중부지역	산시(산서), 허난, 장시, 안후이, 후베이, 후난	내륙물류, 환경설비, 내수 소비시장

실제로 최근 중국에선 각 경제권역 내에서도 특히 두각을 보이는

지역을 중심으로 새로운 거대 권역이 형성되고 있다. 11·5 계획의 전략적 구도와 각 지역별 경제력과 시장진출 가치를 기준으로 할 때, 새로운 권역은 ▷상하이와 장쑤성, 저장성을 중심으로 한 주장삼각주 ▷베이징, 텐진, 허베이성, 산둥성의 환발해권 ▷광저우를 핵심으로 한 광둥성과 홍콩, 마카오를 잇는 주장삼각주 ▷랴오닝성, 지린성, 헤이룽장성의 동북지역 ▷산시(산서)성, 허난성, 장시성, 안후이성, 후베이성, 후난성을 포함한 중부지역 등 5개로 구분할 수 있다. 한국 기업의 중국 진출 전략도 5대 권역에 집중해야 할 것이다.

중국은 각 권역별로 지리적 조건과 경제발전의 수준이 서로 다른 만큼, 유통 구조와 소비 행태, 구매 습관도 매우 이질적이다. 중국을 13억 인의 시장이라고 할 수 없는 이유도 바로 이 때문이다. 서로 다른 특색을 가진 수많은 지역에서 동일한 제품을 동일한 방식으로 판매한다는 것은 현실적으로 매우 어려운 일이다.

중국 전역을 상대할 수 있는 브랜드와 판매 방식을 가진 기업은 극소수의 거대 다국적 기업에 불과하기 때문에 대부분의 기업들로서는 권역전략에 최대한 충실할 필요가 있다.

## 권역시장의 핵심 전략 : 유통경로를 나누어라

아무리 뛰어난 기술로 만든 제품이라도 유통 네트워크에 문제가 있다면 무용지물이 되고 만다. 권역 전략의 핵심도 유통망에 두어야 한다.

중국은 각 권역 및 지역별로 거미줄 같은 유통망이 산재해있어 생산 기업이 직접 판매하기 어려운 구조다. 이에 따라 중국에서 가장 보편적으로 활용되는 유통망 개척 방법은 판매 대리상(agent)이다. 판매 대리상은 흔히 전국적인 규모의 1급 대리상과 1개 또는 수개의

성(省)을 대상으로 판매하는 2급 대리상, 그리고 각 도시별로 산재해 있는 도매상 또는 3급 대리상으로 나누어진다.

대리상 방식은 기업이 시장 관리업무를 대리상에게 맡길 수 있어 초기투입 자금 상의 부담을 덜게 되고 비교적 빠른 시간에 새로운 시장에 진출할 수 있다는 장점이 있다. 반면, 판매대금 회수 기간이 길어질 수 있고 마케팅 활동비용을 생산기업이 떠안게 되는 경우가 많은 단점도 있다. 또한 대리상은 자신의 이익을 최대화하기 위해 사후 서비스(AS)에 소홀하기 쉽다. 그러나 많은 기업들이 대리상 방식을 채택하지 않을 수 없는 중국의 현실에 비추어보면 대리상 제도를 활용하되 이를 어떻게 관리하느냐에 따라 기업의 성패를 좌우하게 된다.

권역시장 전략에서 대리상 제도의 장점을 최대한 살리면서 단점을 최소화하기 위해서는 제품 판매와 서비스 제공에 관한 문제를 명확하게 처리해야 한다.

제품 판매와 관련해서는 우선, 전국적인 규모의 1급 대리상을 활용할 것인지 2급 대리상을 활용한 것인지를 결정해야 한다. 1급 대리상은 브랜드 인지도가 매우 높거나 상당한 수준의 프리미엄을 보유한 상품에 적합하다. 이미 국제적인 브랜드 가치를 누리고 있는 다국적 제조기업과 외식업계가 흔히 이 방식을 활용하고 있고 한국의 드라마 시리즈인 대장금도 한류 프리미엄을 고려해 전국적인 규모의 배급상(후난성 위성 TV)과 협력해 공전의 히트를 거두었다.

그러나 시장진입 초기에 있거나 브랜드 인지도가 높지 않은 대부분의 제품이라면 대리상의 규모를 2급으로 권역화해야 한다. 흔히 많은 중국의 대리상들이 한국의 생산기업에게 전문 규모의 판매 대리권을 줄 것을 요구하고 있지만 대리상의 자금력과 유통망이 부족하다면 자칫 중국 전역에서 동시에 실패하는 경우로 이어질 수도 있다. 따라서 권역별로 대리상을 세분화하고 권역별 소비자의 습관에 따라 제품의

규격과 포장을 차별화해서 공급할 필요가 있다.

서비스 제공과 관련해서는 현실적으로 3가지 방법을 고려할 수 있다. 우선 권역별 대리상에게 판매권과 서비스 제공권을 동시에 부여하는 방법과 기업이 자체적으로 서비스를 제공하는 방법 그리고, 기업과 대리상이 서비스 부문을 분담하는 방법이 있다.

첫 번째 방법은 권역 시장의 반응을 적시에 확인해서 바로 해결할 수 있다는 장점이 있으나 제품의 종류에 따라 대리상의 태도가 달라질 수 있다. 예를 들어, 자동차의 경우 판매 못지않게 유지보수 부문에서 상당한 영업이익이 나오기 때문에 대리상이 이 방식을 선호하지만 패스트 무빙형 상품과 일반 공산품은 서비스에 대한 소비자의 요구가 복잡하기 때문에 대리상이 적극적이지 않은 측면이 있다.

두 번째 방법은 기업이 자금과 인력, 설비, 관리 등의 측면에서 판매와 서비스를 전문적으로 총괄할 수 있기 때문에 서비스의 품질을 보장할 수 있다. 그러나 비용 부담이 크며 기본적으로 적용 범위가 시장 성숙기에 접어든 상품으로 제한된다는 단점도 있다.

기업과 대리상이 서비스 제공을 분담하는 세 번째 방법은 일상적인 관리업무는 대리상이 맡지만 체계적인 인력 및 시스템의 제공과 부분적인 비용은 기업이 담당하는 것이다. 권역시장 진입 초기에 있거나 기타 경영상의 위험부담을 최대한 줄여야 하는 상황에서는 기업과 대리상이 서비스 제공을 분담하는 방법이 적합하다.

## 02

## 5대 권역의 변화와 진출 전략

## &lt;1&gt; 장강삼각주

## 중국 경제의 성장축으로 부상

상하이시, 장쑤(江蘇)성 및 저장(浙江)성 일대를 가리키는 장강삼각주 지역은 빠른 경제성장 속도와 활발한 대외교역, APEC 개최 및 엑스포 개최로 중국 경제의 '성장축'으로 자리매김했다.



상하이와 3개 준성급(準省級)도시(南京, 杭州, 寧波) 및 기타 12개 도시가 이 지역의 핵심 도시라고 할 수 있다.

장강삼각주 지역은 2005년 GDP가 4조 781억 위안으로 중국 전체(18조 2,321억 위안)의 22.4%를 차지하고 있다. 교역 규모는 5,427억 달러로 중국 전체(1조 4,221억 달러)의 38.2%다. 2005년 한 해 실행기준 외자유치 총액은 277억 5,300만 달러로 중국 전체(603억 2,500만 달러)의 46.0%를 기록하며 고도성장 중이다. 장강삼각주 지역의 14개 주요 항만의 연간 화물 처리량은 10억 톤을 상회하며 중국 전체 컨테이너 물량의 약 35%를 처리하고 있을 정도로 중국 경제의 핵심으로 자리 잡았다.

이 지역은 중국 내 다른 권역과 비교해 고도정밀산업(전자, 반도체), 금융, 부동산, 정보·통신 산업이 주요 특화 업종이다.

## 11.5 기획과 장강삼각주

장강삼각주는 2010년 상하이엑스포 유치를 계기로 중국 최대의 경제도시인 상하이로 중심으로 장쑤성, 저장성 지역과 함께 세계 6대 '메갈로 폴리스'로의 도약을 목표로 하고 있다.

특히, 상하이는 경제, 금융, 무역, 물류의 허브기지로 상품의 운송과 생산재, 노동력 등의 생산 요소를 이동시키며 주변 경제 발전을 이끌어 가고 있다. 이를 바탕으로 11·5 기획 기간 중 중국은 상하이를 서비스형 도시로 발전시킨다는 전략이며 인근 장강삼각주의 다른 도시들은 산업거점으로 육성한다는 방침이다.

이에 따라 향후 장강삼각주는 2차 산업과 3차 산업이 조화롭게 일체화된 중국 내 유일한 경제권역으로 발돋움할 전망이다. 2005년 현재 장강삼각주의 1차, 2차, 3차 산업의 비중은 4.1: 55.3: 40.6이며, 중국 전체와 비교할 때, 1차 산업의 비중은 중국 전체보다 8.3%p 낮

아졌고, 2차 산업은 8.0%p, 3차 산업은 0.3%p 높아 산업 고도화가 이미 상당 부분 진행됐다. 11·5 기획 기간 동안 제3산업의 비중은 45~50% 선에 도달할 전망이다.

## 다국적기업의 투자 거점지역

장강삼각주의 2005년 외국인투자 유치 계약액은 756억 8,200만 달러이며 장강삼각주 16대 중심 도시 가운데 4개 도시가 각각 50억 달러 이상을 기록하고 있다. 쑤저우(蘇州)가 152억 7,200만 달러로 1위를 기록했고, 상하이, 우시(無錫)가 그 뒤를 잇고 있다.

이처럼 장강삼각주에 외국인 직접투자가 몰리고 있는 것은 세계 500개 다국적 기업 중 약 400개 기업 이상이 이미 장강삼각주에 진출한데 이어 이들 기업의 추가 투자가 증가하고 있고 협력 업체들의 동반 진출도 늘어나고 있기 때문이다.

중국 상무부 발표 자료(2005년)에 의하면, 다국적 기업의 82%가 중국에 투자를 확대할 의향이 있으며, 그 가운데 47%가 재투자지역으로 장강 삼각주를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이는 환발해만 지역(22%)과 주강삼각주 지역(21%)의 선호도를 크게 웃도는 것이다.

## 다국적기업 지역본부의 도시, 상하이

중국의 WTO 가입(2001.12) 이전까지는 중국 내 다국적기업 지역본부 숫자가 미미한 가운데 베이징이 약간 우세했으나 2001년 상하

이의 APEC 개최, 2010 엑스포 유치 등으로 다국적기업의 전략적 위치 선정이 변화하기 시작했다.

상하이와 베이징의 다국적기업 지역본부 숫자는 2003년 41:24로 상하이가 앞서기 시작했고 2004년에는 86:30으로 상하이가 베이징보다 약 3배가량 많아졌다.

2005년 말 현재 상하이의 다국적기업 지역본부는 124개로 1년 새 38개 늘어나 베이징(총 40개 추정)보다 약 4배 많은 것으로 추정된다. 베이징은 2005년 수치를 발표하지 않았지만 베이징의 총 누계 실적이 상하이의 1년 실적과 엇비슷한 것으로 평가된다.

〈포브스〉의 2005년 조사 결과에 따르면, 전 세계 5만 여개 다국적기업 가운데 92% 이상이 수년 내 중국에 지역본부를 설치하는 방안을 검토 중이다. 이 가운데 최우선 고려 도시로는 장강삼각주의 핵심도시인 상하이(30%)가 꼽혔고 이는 환발해권의 베이징(15%)과 주장삼각주의 선전(11%) 보다 단연 높은 수치다.

또한, 중국에서 가장 권위있는 시장조사기관으로 꼽히는 허라이즌 그룹(零點研究集團)산하 遠景投資 조사에서도 유사한 결과가 나왔다. 상하이와 베이징 소재 기업들을 대상으로 실시한 전화설문에 따르면, 약 70%가 향후 3년 내 중국에 재투자 계획을 갖고 있고 이들 기업이 가장 선호하는 도시는 상하이인 것으로 조사됐다.(상하이 29.5%, 베이징 19.3%) 기업들은 경제권역별 선호도에서도 상하이를 중심으로 한 장강삼각주가 50.6%로 베이징을 포함한 환발해권(29.5%)보다 현저하게 높게 나타났다.

중국에서 가장 영향력 있는 경제 주간지 중 하나인 〈IT시대주간〉 2005년 11월호는 驀然回手, 上海已成“總部之都”第一城(문득 고개를 돌려보니 상하이가 이미 제1위의 지역본부 도시로 부상했다)는 특집 기사를 게재하기도 했다.



〈IT시대주간〉은 “지역본부 설치의 6대 고려 요소를 1)인력 및 교육자원의 우세 2)지리적 우세 및 교통 통신시설 3)정보 획득의 편리성과 양호한 의사소통 4)기초자원조건의 우세 5)양호한 법률제도 환경 6)전문화된 서비스 지원 기능으로 구분하고 최근 수년 간 종래 베이징이 절대적 우세를 보였던 요소들이 줄어든 반면, 상하이 는 새로운 우세 요인들이 늘어나 베이징을 앞섰다고 평가했다.

이 잡지는 또, 중국에 지역본부를 설치할 때에는 상하이를 중심으로 한 장강삼각주, 광둥성의 주강삼각주, 베이징을 포함한 환발해 경제권 등 3대 경제권역 가운데 1곳을 설치해야 한다고 지적했다. 그러나 주강삼각주는 산업구조 전환이 성공적으로 이루어지지 못해 지역본부 위치로서는 한계가 있고 장강삼각주는 중국의 WTO 가입 후 산업구조 변화, 신경제 도래, 서비스 산업 성장, APEC 개최, 엑스포 개최 등으로 환발해권을 현저하게 앞서기 시작했다고 평가했다.

최근 중국 내 다국적기업 지역본부 관련 연구도 홍콩, 싱가포르, 도쿄 등과 상하이를 비교하는 방향이 주류를 이루고 있다. 11·5 규획 기간에 장강삼각주를 찾는 다국적기업과 그 지역본부는 더욱 늘어날 것이며 이는 우리 기업들에게 큰 시사점을 던져주고 있다.

## 한국의 최대 수출지역으로 부상

2005년 장강삼각주의 수출총액은 2,928.3억 달러로 동년 대비 30% 이상의 신장율을 증가했다. 장쑤성 소재 8개 시의 수출 증가율은 무려 40.8%를 기록했다. 소비시장 규모를 가늠할 수 있는 사회소비품 소매총액은 1조 위안을 돌파하며, 14.6% 성장한 1조 3,304.87억 위안에 도달했다. 특히, 장쑤성 지역 8개 시는 16.2% 성장하며 장상삼각주 전체 비중의 41.9%를 점유하고 있다.

### 중국 주요 성별 對한국 수입현황

(단위 : 억 달러, %)

2004									
순위	지역	금액	증가율	비중	순위	지역	금액	증가율	비중
	총계	621.66	44.0	100.0		총계	768.74	23.7	100.0
1	광둥성	145.10	34.0	23.3	1	광둥성	222.31	54.5	28.9
2	강소성	143.92	90.7	23.2	2	강소성	162.21	11.8	21.1
3	상하이	77.11	43.9	12.4	3	상하이	92.43	29.9	12.0
4	산둥성	71.17	30.2	11.4	4	산둥성	80.53	4.4	10.5
5	천진시	52.97	34.4	8.5	5	천진시	64.03	20.9	8.3
6	베이징	34.67	71.9	5.6	6	베이징	44.06	27.0	5.7
7	절강성	32.81	31.3	5.3	7	절강성	38.44	17.2	5.0
8	복건성	22.26	17.6	3.6	8	복건성	21.65	4.9	2.8
9	요녕성	20.65	8.2	3.3	9	요녕성	20.67	-7.2	2.7
12	안휘성	2.93	10.9	0.5	12	안휘성	3.09	5.3	0.4
19	강서성	0.54	-39.2	0.1	19	강서성	0.59	8.5	0.1

주 : 위 통계는 홍콩 등을 경유한 대중국 재수출을 포함한 것으로 한국의 대중 수출 통계치보다 많음

자료 : KOTIS(중국 해관통계 기준)

장쑤성 지역이 각종 지표에서 가장 빠른 성장을 보이며, 경제 성장을 이끌고 있어, 장강삼각주내 경제 성장의 중심이 북쪽으로 이동하고 있음을 알 수 있다.

한국의 대중국 수출에서 장강삼각주가 차지하는 비중은 2004년 40.9%에서 2005년 44.4%로 크게 상승하면서, 장강삼각주는 중국 내 최대 수출지역으로 등장했다.

이는 최근 이 지역에 대외무역권 보유기업이 크게 늘었고, 항만 등 인프라가 집중 개선되어 우리기업의 현지 직접투자가 증가했기 때문이다.

성 별로는 2005년 장쑤성(222.3억 달러)이 광둥성(162.2억 달러)을 크게 제치고 제 1위 수출지역으로 부상했으며 장쑤성, 상하이, 절강성 등 장강삼각주 지역의 비율은 11·규획 기간 내에 50%선 전망이다.

대 장강삼각주 투자규모는 2005년 투자금액이 8억 4,000만 달러로 중국 전체(26억 1,000만 달러)의 32.2%에 달하고, 투자건수(433건)는 중국 전체(2,242건)의 약 20%를 차지하고 있다.

이는 1992년 한-중 수교 초기의 산둥성, 동북 3성에 집중됐던 한국의 대중국 투자거점이 장강삼각주로 선회했음을 의미하는 것이며 11·5 규획 기간에 장강삼각주의 경제일체화가 가속화될 것으로 보여 한국 기업의 장강삼각주 지역 진출은 앞으로 더욱 늘어날 것이다. 철강, 전자부품, 화학제품, 전자기기부품, 의류 원자재 등 주로 생산용 원부자재로서 동종 산업 내 교류 양상을 보이고 있다.

## 장강삼각주 경제발전 전략

### ■ 장강삼각주 공동 발전 전략 추진

중국 최대 도시인 상하이로 거점으로 장수성 및 저장성을 단일 경제권으로 통합하여 국제 제조업 기지를 건설하고, 세계 6대 '메갈로폴리스'로 육성하고자 2002년부터 논의가 시작되어 매년 장강삼각주 도시 경제 협의회를 개최하여 공동 발전을 추진키로 2003년 3월에 합의한 바 있다.

메갈로폴리스 전략은 장강삼각주의 11·5 계획 핵심 과제이며 2010 상하이 엑스포 개최를 준비하는 과정에서 장강삼각주 지역의 공동 발전 전략도 시너지 효과를 낼 수 있을 것으로 기대된다.

중국 정부는 장강삼각주 지역의 발전을 통해 중국 전체의 균형 발전을 촉진하겠다는 정책 의도를 가지고 있다.

조화로운 산업 육성 정책은 장강삼각주의 또 하나의 특징이다. 상하이는 R&D 및 마케팅 중심으로 역할하고 저장성 및 장쑤성 지역은 생산기지가 집중 배치돼 있다.

IT산업의 경우 상하이는 IT칩 설계, 포장, R&D 등을 중심으로 육성하고, 소주, 무석, 상주 등 주변 지역은 IT제품 생산기지를 배치하는 등 IT산업의 구조조정을 통해 장강삼각주 지역을 세계적 수준의 IT 단지로 육성한다는 계획이 11·5 계획 기간 중에 집중 추진될 것이다.

한편, 생산요소의 권역 내 자유 이동을 통한 시장 개방 및 규모 확대를 도모하면서 상하이시와 장쑤성 및 저장성 간 자유로운 인적 및 정보교류, 자본이동을 통한 시장 규모 확대 효과를 나타낼 것이다.

항만, 통관절차 등 물류 일체화 정책 추진과 동향도 중국 내 어느 지역보다 가장 앞서 진행되고 있다. 2005년 11월 장강삼각주 '통관

일체화' 계획을 시행하면서 항만과 항공 운송시간이 2~3일에서 5시간으로 단축되었고, 물류비는 30%나 감소했다. 이에 따라 장강삼각주 지역의 기업들은 신고기관과 승인기관을 자유롭게 선택할 수 있다.

### ■ 일일생활권 형성

장강삼각주는 상하이 중심으로부터 반경 300Km이내 위치하는 15개 주요 거점도시가 모두 3시간 이내의 교통권으로 형성되어 있다.

중국은 이 지역에 영파항주만대교를 건설(32Km, 세계에서 가장 긴 해상 대교)한데 이어 2010엑스포 개최에 대비한 상하이-항주 간 고속전철 건설 등 각종 도로망도 확충공사가 진행 중이다.

현재 상하이-강소성간 32개, 상하이-저장성 간 26개, 강소성-절강성간 24개 도로망을 확충 중에 있는데 이 도로들은 모두 11·5 계획기간 내 완공된다.

## 11.5 시기의 장강삼각주 진출 전략

### ■ 진출 패러다임에 근본적 변화 필요

장강삼각주는 상하이가 서비스형 도시로 급변하고 있고 인근 15대 중점 도시는 첨단 산업단기로 거듭나고 있어 재고품 또는 사양산업의 이전지가 아닌 최첨단 제품과 서비스형 산업으로 진출해야 하는 지역으로 변모하고 있어 진출 패러다임의 근본적인 변화가 필요한 지역이다.

### ■ 진출 형태 다양화

우리 기업들은 브랜드 비용이 더 높아지기 전에 유명 브랜드 진출을 확대해야 한다. 또한 상하이의 보세구가 앞으로도 상당 기간 제 기능을 수행할 것으로 전망됨에 따라 보세창고를 활용한 JID(Just in delivery) 거래 개발, 신용장 이외의 다양한 거래 기법을 개발하는 노력도 필요하다.

또한 상하이와 화동지역에 광범위한 유통망을 형성해 나가고 있는 화리엔(華聯) 등 대형 연쇄수퍼, 카르푸, 매트르 등 양판점, 백화점 통관업체, TV 홈쇼핑 업체 등을 대상으로 한 유통망 집중 공략이 요청된다.

### ■ 원부자재 전시회 참가 확대

원부자재는 앞으로 5년간 여전히 한국의 대중국 주요 수출상품으로 자리잡을 것이다. 세계 각국의 시장개척 무대로 부상하는 상하이와 장강삼각주에서 개최되는 관련 전시회 참가를 확대해 신규 바이어 발굴 및 제품홍보에 나서야 한다.

### ■ IT 등 하이테크상품 중심 진출

첨단기술과 고급 제품으로 전환해야 수출 물량을 지속적으로 확대해나갈 수 있다. 11·5 기획 기간에 중국은 IT 산업을 집중 육성할 방

침이며 최근 선진국 기업들도 첨단 기술로 진출하고 있어 한국도 가장 우수한 기술로 투자해야 중국 및 선진국들과의 경쟁이 가능할 것이다.

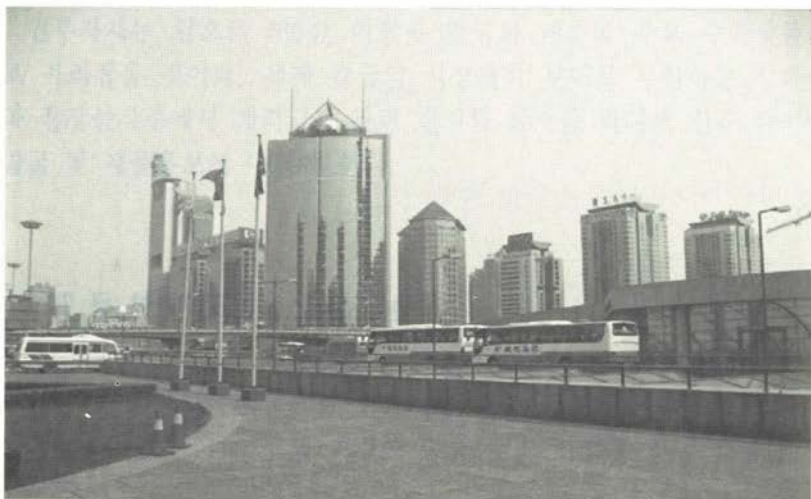
## 03

## 5대 권역의 변화와 진출 전략

## &lt;2&gt; 환발해(京津冀)

## 북상하는 중국의 경제권 개발계획

중국의 경제개발계획은 '80년대 광둥성 일대의 주장삼각주(珠江三角洲)경제권 중심에서 '90년대에는 상하이, 저장성, 장쑤성 등 창장삼각주(長江三角洲)경제권 중심으로 발전해왔다. 중국정부는 11·5계획에서 20여년간 이어온 선부론을 버리고 균부론으로 경제정책의 메인스트림을 선회하면서 경제발전 기회면에서 혜택이 다소 적었던 북부지역의 경제개발계획을 단행했다. 이는 톈진 빈하이신구로 대표되는



환발해개발계획과 텐진, 칭다오 등 환발해지역의 동북아 물류허브 건설계획을 통해 환발해 지역뿐만 아니라 동북지역과 중서부내륙지역까지 경제파급효과를 극대화하고자 하는 의도로 풀이된다.

환발해지역에는 5,800km의 해안선을 따라 20개 도시가 늘어서 있으며 수천 개의 대형기업이 소재해 있고 베이징, 텐진, 다롄, 칭다오, 친황다오 등 중국의 주요 항구를 포함한 60여개의 크고 작은 항구가 밀집해 있다. 환발해 지역은 베이징이라는 중국의 정치, 경제, 사회, 문화의 중심지와 텐진, 허베이성 등 생산도시, 다롄, 칭다오 등 일찍부터 외국과의 교류가 긴밀했던 항구도시를 안고 있다.

환발해 경제권은 주장삼각주와 창장삼각주에 비해 지역경제 통합정도는 낮은 수준이다. 그러나, 중국의 4개 직할시 가운데 가장 빠른 성장속도를 보이고 있는 텐진시가 베이징과 산업협력을 강화하고 중국정부의 지원책에 힘입어 이지역이 갖고 있는 장점이 최대한 발휘한다면 환발해지역이 중국전체를 대표하는 경제중심지로 부상할 가능성이 높다.

중국은 '11·5발전규획강요(十一五發展規劃綱要)'에서 텐진시 빈하이(濱海)신구 개발과 개방을 통한 환발해지역 경제발전 추진을 제시했다. 환발해 지역의 GDP성장 목표를 2010년에는 현재의 두 배로, 2015년에는 현재의 여섯배로 확대한다는 목표도 세워졌다. 베이징, 텐진, 허베이성 등 지방정부는 자원의 차별성을 감안한 성시별 분업이나 거시적인 경제권 발전계획을 고려하지 않고 추진해 온 경제정책이 실제 화동연해지역에 비해 동북부지역 경제가 뒤처지게 된 이유라고 판단, 지역간 산업협력, 공동투자, 공동개발 등 지역경제 통합화 방향으로 정책을 선회할 것으로 전망된다.

## 중국 정치경제의 중심이자 인재의 집산지 베이징

베이징시는 ‘베이징시 11·5발전규획강요(北京市十一五發展規劃綱要)’에서 수도경제 발전, 국제화 도시, 문화도시, 살기편한 도시 건설, 창조형 도시 도시와 농촌 공동 발전, 협력사회 건설, 올림픽을 계기로 경제성장 유지, 행정업무 수준 향상 등을 향후 5년간 베이징시의 발전 방향으로 제시했다.

11·5기간 중 베이징시는 고효율 저에너지 소비를 기본 정책으로 연평균 경제성장률 9%대를 유지해 2010년까지 1인당 GDP규모를 2000년에 비해 약 2배, 12·5계획의 마지막해인 2015년까지는 6배 수준까지 증가하는 것을 목표로 하고 있다.

## 11·5규획 5대 목표

5대 목표	내 용
경제성장 목표	산업구조 개선, 자원이용 효율성 제고, 경제성장률 9%대 유지, 1인당 GDP 2000년의 2배 달성, 3차산업 비중 전체의 72%로 제고
창조능력 향상	중관춘(中關村)을 중심으로 기술개발 능력 강화, R&D 투자비중 GDP의 6%대 유지, 하이테크제품 수출비중 전체의 38%로 제고, 국제적인 경쟁력 보유기업 육성
지속발전 능력 향상	1만 위안 생산당 자원소요량 15% 미만으로 절감, 생태 환경 개선, 도심 공기오염 개선, 녹지율 53%까지 제고
주민 생활수준 제고	1인당 가처분소득과 농민순수입 증가율 연평균 6% 이상 유지, 음용수 문제 해결, 공공 녹지면적 15만㎡로 확장
소외계층 보호	실업률 3.5% 미만으로 통제, 사회보장시스템 및 사회원조시스템 개선, 양로비, 의료보험비, 실업보험비 지급률 95% 까지 제고, 화재 및 자연재해 에 대비한 효율적인 방지시스템 구축

GDP에서 3차 산업이 차지하는 비중도 현재의 60%선에서 72%까지 올리는 등 서비스업도 확대할 방침이다. 중관춘(中關村)을 중심으로 핵심 과학기술 개발에 연평균 GDP의 6%를 투자하는 한편, 하이테크 제품 수출비중을 전체 수출액의 38%까지 늘릴 계획이다. 베이징시 정부는 1인당 가처분소득과 농민순수입 증가율을 연평균 6% 이상으로 유지하고 실업률을 3.5% 미만으로 낮춰 경제발전을 통한 주민소득증가와 소외계층에 보호를 베이징시 11·5규획 달성목표로 제시했다.

11:5규획기간 중 베이징은 '베이징-톈진-허베이성(京津冀都市圈)'을 주축으로 한 환발해 경제권 형성에 적극적으로 참여할 것으로 예상된다. 톈진 빈하이신구 개발 등 주변지역과의 산업 및 경제협력에도 적극 참여해 주변지역과의 상호보완적 산업구조 형성과 전면적인 대외 개방을 확대할 방침이다. 베이징시는 베이징-톈진-허베이성 3개 지역간 인적, 물적 자원의 원활한 교류를 위해 베이징-톈진간 고속도로 건설, 수도공항 증설, 베이징-칭더(承德)간 고속도로 건설 등 교통인프라 확충에 박차를 가하고 있다.

베이징시는 11:5규획 기간 중 톈진과 허베이성 이외에도 서부지역과의 자원개발과 환경보호를 위한 협력을 강화하고 홍콩과 마카오, 대만과의 CEPA 시행에도 적극적으로 참가하는 등 지역간 경제협력을 강화할 방침이다. 베이징시는 11:5규획 기간 동안 지식재산권 관련제품과 중국 자체 브랜드 개발에 주력해 해외수출을 확대하고 가공무역기업을 적극적으로 지원해 중국 내 가공무역의 국제경쟁력을 향상시킬 계획이다. 아울러 외국기업의 지역본부와 R&D센터를 유치해 베이징시의 국제 경쟁력과 국제사회에서의 영향력을 강화할 방침이다.

#### 10.5기간 베이징시 산업별 GDP 추이

(단위 : 억 위안)

	전체	1차산업	2차산업	3차산업
2001년	2,845.7	93.1	1,030.6	1,722.0
2002년	3,212.7	98.1	1,116.5	1,998.1
2003년	3,663.1	95.6	1,311.9	2,255.6
2004년	4,283.3	105.4	1,610.4	2,567.6
2005년	6,814.5	97.7	2,100.5	4,616.3

자료원 : 北京統計年監

10·5기간 베이징시는 사스와 에너지난 등 악재 속에서도 연평균성장률이 9·5기간 대비 1.6%p 증가한 11.9%로 안정적인 성장세를 보였으며 제조업과 서비스업을 위주로 한 '수도경제'의 거시경제방향을 확립했다. 그럼에도 불구하고 아직까지는 베이징시의 서비스업 기반이 미약하고 시장이 체계적이지 못하기 때문에 본격적인 발전을 위해서는 상당한 기간이 필요할 것이라는 의견이 많다.

10·5기간 베이징시 서비스업은 연간 12.3%의 성장률을 보였다. 2001년 3차산업 생산총액이 1,722.0억 위안으로 베이징시 전체 GDP의 60.5%를 차지했으나 10·5계획이 마무리되는 2005년에는 3차 산업 생산총액이 4,616.3억 위안으로 전체 GDP의 67.7%까지 성장했다. '11·5'기간 베이징시는 금융보험, 정보서비스, 관광, 전시컨벤션, 교육, 위생, 물류 등 5개 업종을 중심으로 서비스업을 적극 발전시킬 방침이다. 2010년에는 베이징시 서비스업 부가가치액이 592억 위안에 달하고 50만개 신규 고용일자리가 창출돼 종업원 수가 466만명에 이를 전망이다.

2010년에는 전체 서비스업 중에서도 운송, 창고, 우편, 도소매업 등을 포함한 전통 서비스업 비중이 7.7%, IT관련 등 신흥 서비스업 비중이 52.5%, 정부공공관리 서비스업의 비중이 3.6%로 서비스업 구조가 재편될 것으로 예상된다. 업계에서는 12·5기간 마지막해인 2015년에는 베이징시 전체 GDP에서 서비스업이 비중이 75%를 차지할 것으로 보고 있다. 금융, 보험, 요식업 등 전통적인 서비스업뿐만 아니라 컨설팅이나 애견관련 서비스, 올림픽을 앞두고 크게 증가한 아파트, 빌딩, 상가 부동산관리 서비스업 등 신흥서비스업의 성장이 기대된다.

'11·5'기간 중 베이징시의 IT, BT 등 하이테크 산업분야가 크게 성장할 전망이다. 2001-2004년간 베이징시 하이테크 산업 부가가치액은 연평균 17%의 증가율을 보였으며 2005년에는 하이테크 산업분야

부가가치 총액이 517.5억 위안으로 전년대비 20%증가했다. 하이테크 산업중에서는 전자정보분야가 전년대비 22%로 가장 높은 증가를 보였고 생물의약품분야와 신소재분야가 각각 전년대비 10.1%와 13.2%의 안정적인 성장세를 기록했다. 같은 기간 전자정보, 생물의약품, 신소재 등 3개 분야가 전체 하이테크 산업에서 차지하는 비중은 각각 70.4%, 6.8%, 8.7%에 달했다.

베이징시는 하이테크 산업 발전을 위해 기술교류에도 매우 적극적이다. 베이징지역 하이테크 산업핵심기지인 중관촌 과기원구내 해전원의 2005년 기술교역액이 160.14억 위안으로 베이징시 전체 기술교역액의 32.7%를 차지했으며 이지역이 바로 베이징에서 기술교역이 가장 활발한 지역이다.

11·5기간 중 베이징에는 다국적기업중에서도 IT업종 다국적기업의 본부가 크게 증가하고 R&D센터 설립도 더욱 확대될 것으로 기대된다. 베이징은 중국의 각종 정책을 결정하는 정부기관이 소재해 있다는 점에서 외국정부, 기관, 기업의 중국지역이나 아태지역본부가 많이 들어서 있다. 중국은 정부정책의 경제에 대한 파급효과가 크고 불확실성이 높기 때문에 정보수집, 리스크관리차원에서 정부기관이 소재한 베이징에 지역본부를 설립하고자 하는 기업이나 기관이 많다.

2004년 말까지 총 390여개 다국적기업이 베이징에 지역본부와 R&D센터를 설립했으며 베이징지역 내 R&D센터만도 600여개에 이르는 것으로 알려져 있다. 2005년 포춘지는 전세계 4만 여개 다국적기업 중 92%가 향후 2년내 중국에 지역본부를 설립할 의향이 있고 지역본부를 베이징에 설립할 의향이 있는 기업이 전체의 15%, R&D센터를 설립할 의향이 있는 기업이 전체의 55%라고 발표했다. 비즈니스 뿐만 아니라 중국의 정치, 경제중심이자 인재의 집산지인 베이징에 대한 적절한 평가가 아닌가 한다.

## 활발해 경제권의 성장동력 텐진 빈하이신구

텐진시는 베이징과 약 100여km 떨어져 있는 베이징 인근 지역으로 우리로 치면 서울에서 충청도 정도의 거리에 위치해 있다. 상하이에서 베이징으로 통하는 관문이자 동북과 서북지역의 중간지점에 위치하고 300여개 국제항구와 개통되어 있는 중국의 3대 무역항중 하나로 입지조건이 북부지역에서 최상으로 꼽힌다.

텐진지역의 향후 5년간 경제개발계획은 빈하이신구 개발계획이 전부라고 할만큼 텐진지역이 빈하이신구에 걸고 있는 기대는 남다르다. 중국정부는 2005년 10월 중국공산당 제16기 5중전회에서 빈하이신구를 상하이 푸둥신구와 동등한 수준으로 육성하기로 결정하고 빈하이신구 개발프로젝트를 광둥성 선전(深圳)특구, 상하이 푸둥(浦東)개발구에 이은 국가적 개발프로젝트라고 발표했다. 이러한 중앙정부의 정책의지에 힘입어 텐진시도 11·5규획기간 중 빈하이신구를 중심으로 대외개방도 제고, 동북아 물류센터 조성, 중화학공업과 하이테크 산업 육성 등을 계획하고 있다.

텐진시 정부는 빈하이신구 개발을 통해 2010년까지 연평균 경제성장률 12%, 1인당 GDP 7,000달러 달성을 목표를 하고 있다. 텐진지역의 기초경쟁력 향상을 위해 앞으로 텐진시 GDP의 2.5%를 R&D에 투자할 방침이다. 실업률을 4% 미만으로 유지하고 1인당 가처분소득을 매년 10% 이상 늘린다는 목표도 제시했다. 텐진시는 2010년까지 GDP 성장률을 연평균 17%, 재정수입을 연평균 20% 늘리고 공업총생산액 중 첨단기술사업 비중을 50% 이상으로 유지하는 한편, 투자유치총액 5,000억 위안을 빈하이신구 발전목표로 설정하는 등 빈하이신구 경제개발을 통해 11·5기간 중 텐진지역의 경제발전을 이끌어 낼 계획이다.

텐진시 빈하이신구는 2005년 현재 GDP가 전년대비 19.8% 증가한 1,609억 위안에 달했으며 수출액은 전년대비 34.8% 증가한 185억 달러로 천진시 전체 수출액의 67.4%에 달했다. 외국인 직접투자실행액은 전년대비 52.1% 증가한 26억 달러로 텐진시 전체의 79.5%를 차지했다. 11·5기간 중 빈하이신구는 주로 자동차, 장비제조업, 석유화학업 등 제조업이 지속적으로 발전하고 무선통신, 모니터, 기초소재, 집적회로, 자동차, 소프트웨어 등 산업이 크게 확대될 전망이다. 산업확대에 힘입어 2010년에는 빈하이신구 GDP가 3,000억위안에 이를 것으로 예상된다. 중국정부는 빈하이신구를 지역경제의 핵심지역으로 발전시킴으로써 베이징, 텐진, 허베이지역의 동반성장을 이끌어내고 그 성과를 동북과 서북지역으로 확대하는 것을 목표로 하고 있다.

텐진시는 11·5기간동안 동북아 물류기지와 중국 북방지역 주요 물자의 유통센터로 거듭나기 위해 기존의 텐진항에 25만톤급 선박정박 시설과 30만톤급 원유항만, 항구를 증개설해 텐진을 철광석, 강재, 자동차부품, 원목 등 원부자재 물류기지로 자리매김할 계획이다. 2005년 텐진항의 물동량은 2.4억 톤, 컨테이너 물동량이 480만TEU에 달했으며 올해에는 물동량이 2.5억톤, 컨테이너 물동량이 600만 TEU에 이를 것으로 예상된다. 업계는 13·5계획이 마무리되는 2020년에는 텐진항 물동량이 4억톤, 컨테이너 물동량이 2천만TEU에 이를 것으로 보고 있다. 주변지역과의 물류활성화를 위해 텐진시는 현재 京津塘고속도로, 津薊고속도로 연장공사를 추진중이고 베이징과 텐진을 30분대로 잇는 철도 공사를 2007년까지 완공할 예정이다.

산업 기초인프라 확충이외에도 석유화학, 자동차, 수산가공 등 텐진의 지역적 특색에 맞는 산업을 육성하는데도 주력하고 있다. 이에 대한 일환으로 석유화학 분야의 경우, 현재 중국 최대 석유화학 업체인 中國石化, 中國石油天然氣集團公司, 中化工 등이 정유 및 에틸렌

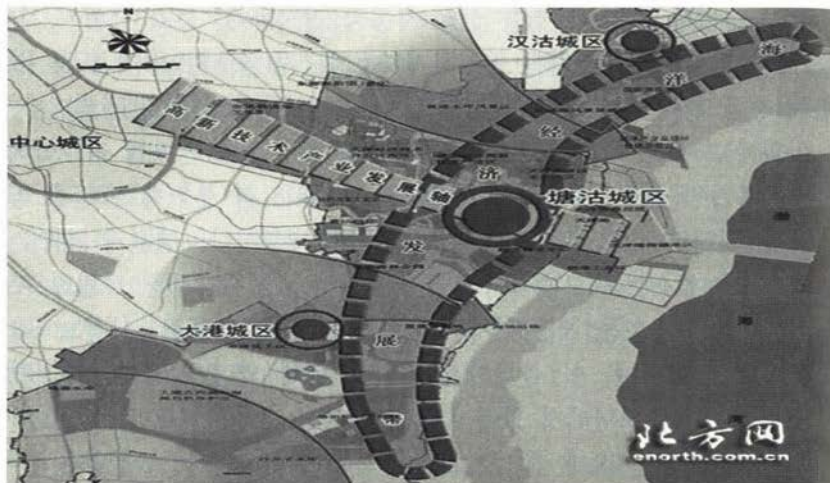
분해 설비에 거액을 투자해 중국 북부지역에 중국 최대규모의 석유화학 기지를 조성중이다. 자동차 산업 발전을 위해 텐진시는 중국 최대의 자동차 수입항이라는 이점을 살려 자동차 전시판매, 중고차 매매, 차량테스트, A/S를 종합하는 공항국제자동차단지(空港國際汽車園)를 설립해 중국 최대의 수입차 전문 유통물류센터로 자리매김할 방침이다.

이외에도 중국 최대 규모의 수산물 가공전문 공업단지인 진수이해 양식품과기원(金水海洋食品料技園)개발 프로젝트를 추진해 텐진을 환발해만 최대의 수산물 가공기지로 육성할 계획이다. 텐진시 정부는 빈하이신구에 냉장규모가 약 8만톤에 달하는 물류기지를 설립해 수산물과 축산물, 공업저온제품의 창고보관, 물류, 배송, 시장교역을 통합화할 계획이다. 이 물류기지 건설을 위해 약 3억위안을 투자할 예정이며 건설규모면에서 화북지역 최대다.

## 베이징과 텐진의 동반자 허베이성

허베이성은 환발해 경제권역의 중심도시인 베이징과 텐진을 안고 있는 지역으로 베이징-텐진-허베이 도시권(京津冀都市圈) 중에서 면적이 가장 크다. 허베이성은 11·5기간 새로운 공업화 모델을 통한 산업구조 개선, 자주적 창조능력 제고, 경제 및 사회 개방수준 향상, 지역간 경제협력 강화 등을 허베이성 발전의 기본원칙으로 제시했다.

## 텐진 빈하이신구 위치



이를 기초로 허베이성은 11·5기간 연평균 경제성장률을 11%로 유지하고 2010년에는 경제규모 1조 7천억 위안, 1인당 GDP 2만 4천위안을 달성할 계획이다. 이외에도 1인당 가처분소득 연평균 8% 증가와 농민수입 연평균 6% 증가도 주요 달성목표로 제시했다. 주민소비확대와 중앙정부의 에너지원 절약 방침에 따라 11·5기간 중 단위생산액당 에너지 소비량을 2005년 말의 50% 수준으로 제한할 방침이다.

베이징, 텐진을 허베이성 중심에 두고 있으나 경제적인 면에서 주변지역에 비해 상대적으로 뒤쳐진 허베이성은 지역경제발전을 위해 2010년까지 허베이성내 도시화 비율을 45%까지 늘리고 소외계층을 위한 사회보장 시스템을 대대적으로 개편할 방침이다.

이외에도 11·5기간동안 철도, 고속도로, 공항 등 물류인프라 건설을 통해 베이징-텐진-허베이 경제권 구성에 적극 참여할 계획이다. 허

베이성은 텐진과 베이징의 중간지점에 위치한 량팡(廊坊)개발구에 대한 투자를 확대해 베이징과 텐진의 투자를 유도할 계획이다. 텐진시 빈하이신구와 더불어 환발해 경제권 발전을 선도하기 위해 曹妃甸개발 프로젝트를 추진하는 한편, 철강, 화학, 물류산업기지를 조성하고 있다.

허베이성은 曹妃甸 개발 프로젝트의 완성시기를 2030년으로 잡고, 2030년까지 曹妃甸을 국제적인 에너지원 및 원자재 물류거점으로 육성한다는 야심찬 계획을 세워두고 있다. 중공업 및 화학공업 생산기지를 연안으로 이전해 생산과 수출을 동시에 해결하는 다목적 수출기지도 조성할 방침이다.

허베이성 정부의 정책의지에도 불구하고 중앙정부의 지원책이 빈하이신구에 집중하는 상황에서 허베이성의 개발정책이 어느 정도 실효를 거둘 수 있을지에 대해 의구심이 적지 않다. 큰 맥은 같이 하나 허베이성의 11·5규획 일부정책이 베이징, 텐진 등 주변지역과 다소 상충한다는 점도 환발해지역 경제성장에서 허베이성이 소기를 성과를 거두기 어려울 수도 있다는 우려를 증폭시킨다. 주변지역과의 동반성장을 기대하기에는 허베이성의 인프라가 상대적으로 낙후돼 있고 산업기반도 허약하다는 지적도 많다.

## 환발해 핵심지역에서 멀어진 산둥성

텐진시 빈하이신구 육성계획이 발표하기 이전인 지난해 4월 중앙 정부는 '산둥반도 도시밀집지역 발전규획(山東半島城市群區域發展規劃)'을 발표해 옌타이시와 웨이하이시, 칭다오시 등을 중심으로 환발해 경제권 육성과 한국과 일본의 제조업 기지 조성을 제시한 바 있

다. 그러나 결국 중앙정부는 산둥성보다는 텐진개발이 낙후된 주변지역으로의 경제파급효과가 높다고 판단해 결국 산둥성이 아닌 텐진시 손을 들어주게 된다. 이로 인해 환발해 경제권의 핵심거점에서 멀어진 산둥성은 기존의 농업과 제조업을 기반으로 한 11·5기간 경제발전 계획을 세우게 됐다.

환발해 지역 남단에 위치하고 있는 산둥성은 11·5규획 기간중 과학발전, 창조능력 강화, 산업구조 개선, 경제사회 발전모델 전환, 제조업 경쟁력 강화 등을 발전 방향으로 제시했다. 산둥성은 11·5규획 기간 동안 경제성장모델 전환과 산업구조 개선을 통해 국제 경쟁력을 갖춘 산업시스템을 구축하고 고정자산 투자와 소비 조정을 통해 GDP에서 개인소득이 차지하는 비중을 늘리는 것을 목표로 하고 있다.

산둥성은 11·5기간 중 연평균 10%대의 경제성장과 2010년까지 GDP규모를 3조 위엔, 1인당 GDP를 3,900달러로 늘려 산둥성의 경제수준을 중진국 수준까지 향상시킬 계획이다. 2010년까지 1, 2, 3차 산업의 비중을 8:55:37로 재편성해 농업 등 1차 산업 위주의 산업구조를 2차 산업 중심으로 선회할 방침이다. 전력, 도로, 항만 등 에너지 지원과 사회기초시설 등 산업기초 부족으로 인한 경제성장 부진을 해결하기 위해 매년 고정자산 투자를 18%씩 증가하고 소비를 확대해 소비재 판매액 연평균 13% 증가할 계획이다.

산둥성의 중심산업인 농업부문에 대해 산둥성은 11·5기간 동안 8개 지역을 선정해 11개 경쟁우위 품종과 100개에 달하는 농업 브랜드를 육성할 계획이다. 그리고 농업환경 선진화와 농촌지역 도로, 전력, 상수도 등 인프라를 확충해 2010년까지 농산물 수출 120억 달러를 목표로 제시했다.

11·5기간 동안 산둥성은 제조업 경쟁력 강화를 위해 2010년까지 160개 이상 중국산 제품 브랜드 육성, 핵심 기술 개발 등을 단행할

것으로 알려져 있다. 특히, 전자정보와 가전산업 육성을 위해 지난(濟南)시 국가 소프트웨어 개발 기지를 중점적으로 개발하고 하이얼(海爾), 하이신(海信), LG 등 굴지의 기업이 소재하는 칭다오(靑島) 국가전자정보산업기지를 거점으로 전자정보 산업을 본격적으로 육성할 계획이다.

또한, 2010년까지 승용차, 특종 차량 생산기지과 부품 생산기지를 조성해 연간 자동차 생산량을 180만대까지 확대하고 옌타이(烟台), 칭다오, 웨이하이(威海)의 선박 건조 및 수리 시설을 개선해 2010년까지 연간 선박 건조량을 600만톤으로 늘릴 것을 목표로 하고 있다. 이 밖에도 화학, 식품, 의류, 원자재 등 산업의 투자 장려와 브랜드 육성을 통해 산둥성의 2차 산업 경쟁력을 높임으로써 산둥성을 경공업중심의 가공무역생산기지에서 경쟁력있는 국제 제조업기지로 업그레이드 한다는 구상을 갖고 있다.

산둥성은 원자재 조달능력이 다른 지역에 비해 낮기 때문에 생산원가 절감이 다른 지역에 비해 어려운 편이다. 이를 해결하기 위해 11·5 기간 중 산둥성은 제조업 관련 산업을 적극 육성할 전망이다. 2005년 산둥성이 생산한 완제품의 판매비율이 90%선에 달한 반면, 산둥성 현지에서의 원부자재 조달비율은 60%에 불과했다. 산둥성 대표산업 중 하나인 가전산업의 현지 원자재 조달률이 20%미만이며 그중에서도 컴퓨터와 핸드폰의 현지 원부자재 조달률이 모두 10%미만으로 광둥성 둥관(東莞) 컴퓨터 제조업의 현지 원부자재 조달률이 80%이상인 것과 비교해 크게 낮은 수준이다.

산둥성 정부는 향후 5년내 2억 위안을 투자해 제조업을 적극 육성하고 2010년까지 500억 달러 규모의 외국인자본을 제조업분야에 유치할 계획이다. 업종별로는 전자정보, 자동차, 선박, 석유화학, 가전, 식품, 의류 등 7대 산업을 핵심으로 선정했다. 산둥성정부는 2010년

에 이들 7대 산업의 매출총액이 2.2조 위안에 달할 것으로 공언하고 있다.

산둥성은 중국의 주요 무공해농업 발전기지 중 하나로 11·5기간에도 지속적으로 무공해농업의 성장이 계속될 것으로 예상된다. 최근 산둥성 룡청(榮城)시가 제출한 투자액 5억위안 규모의 국가급 녹색농업시범구역 설립안이 중앙정부의 허가를 얻으면서 향후 산둥성 녹색농업이 크게 확대될 것으로 기대된다. 룡청(榮城)시는 산둥성에서 무공해농업이 가장 발달한 지역으로 약 30여개 국가(지역)으로 농산물을 수출하고 있으며 연간 수출액이 2억여 달러에 달하고 무공해녹색식품 및 유기농식품 인증을 획득한 농산물이 50개에 이른다.

## 앞으로 5년 어떻게 진출할까

환발해 지역은 중국정부가 11·5기간 중 경제발전을 중점적으로 추진할 지역으로 이 지역의 산업발전은 정부정책의 영향을 크게 받을 것으로 예상되기 때문에 정부정책방향을 다른 어느 지역보다도 주시할 필요가 있다.

베이징시는 베이징올림픽 등 국제행사 개최를 위해 11·5기간 중 환경보호 산업과 에너지 재활용산업에 주력할 것으로 전망되므로 이 분야에 대한 진출을 고려해 볼만 하다. 한편, 빈하이신구 경제가 급성장하면서 임금과 지가인상이 예상되므로 텐진지역 소재기업들과 텐진지역 진출을 준비하는 기업들은 현지 경영환경 변화에 미리 대비할 필요가 있다. 신구내 지가 상승에 대비해 투자 진출시 공장을 임대하는 것보다는 토지사용권 취득해 공장을 설립하는 방식으로 진출하는 것을 추천하고 싶다.

진출지역을 결정할 때에는 지역별로 주요 업종, 특징, 지역적 한계 등을 면밀히 검토할 필요가 있다. 산동성은 경우 현지 원부자재 조달률이 낮은 편이기 때문에 경쟁이 치열한 완제품 제조업보다는 부품 등 중간재 제조분야 진출이 바람직하다. 녹색농업의 경우 중국에도 웰빙 개념이 생겨나고 정부와 기업의 녹색식품 구매가 많기 때문에 유망산업으로 주목받고 있지만 외국 투자기업에게는 법적 규제 때문에 진출이 다소 어려운 업종이다. 현지에서 유망한 산업이라 하더라도 외국인투자진출에 대해 아직까지 빗장을 모두 열지 않고 있는 분야가 많다는 점을 염두에 둘 필요가 있다.

## 04

## 5대 권역의 변화와 진출 전략

### <3> 주강삼각주

#### 대외개방형 경제 특성과 비즈니스 관행

광둥성의 주강삼각주는 1978년 덩샤오핑 주도의 개혁개방 정책이 최초로 가시화된 지역으로써 중국 정부의 '점·선·면' 개방정책의 시발지이며 5개 경제특구 가운데 3곳(선전, 주하이, 산터우)을 보유하고 있다.

홍콩, 대만 등 화교 자본을 통한 임가공 수출 전초기지 역할을 담당하면서 외부수요에 능동적으로 대응하는 대외 지향적 경제구조를 형성하고 있다. 홍콩, 마카오, 대만 및 외국인투자기업이 공업생산



및 수출입 금액 면에서 차지하는 비중이 60% 이상이며 연간 매출액 60만 달러 이상인 제조기업 24,494개사 가운데 홍콩, 마카오, 대만 투자기업이 8,549(35%)개사, 외국인투자기업이 2,070(8%)개사를 차지한다.

광둥성은 중국 31개성, 직할시, 자치구 가운데 경제 규모 1위에 올라있다. 2005년 중국 전체 GDP 가운데 광둥성의 비중이 12%이며 전년대비 성장률은 중국 전체 실적(9.4%)보다 훨씬 높은 12.5%를 기록했다. 수출은 연평균 증가율이 10% 이상에 달하며 중국 전체 실적의 30%를 넘어서고 있다. 2005년 광둥성의 지방재정 일반 예산수입은 1,806억 위안으로 중국 전체의 12.1%를 차지해 역시 성급 규모로 전국 1위를 유지하고 있다.

광둥성 경제의 가장 큰 특징은 명실상부한 세계의 공장 역할을 하고 있다는 것이다. 가전, 통신기기, 완구, 시계, 신발 등 세계 최대규모의 생산거점이 집결해있고 전세계 컬러 TV 생산량의 46.7%를 광둥성에서 생산하고 있다. 소형컴퓨터(24.1%), 팩스(56.5%), 가정용냉장고(25.1%), 에어컨(44.8%) 부문에서도 광둥성의 생산 비중은 단연 절대적이다.

장강삼각주가 상하이, 저장성, 장쑤성 등 1개 특별시와 2개 성으로 구성되는데 반해 주강삼각주는 광둥성 내의 핵심도시로만 연결된 특징을 갖고 있다. 이 지역은 산업구조의 고도화 및 중화학 공업 우선발전 정책을 추진하며 전체 산업육성 구도를 3대 신흥 지주산업(전자, 전기기계, 석유·화학), 3대 전통 지주산업(섬유·의류, 식음료, 건축재료), 3대 잠재 지주산업(제지, 의약, 자동차·오토바이 제조) 등으로 분류하고 있다.

주강삼각주는 중국의 개혁초기이래 현재까지 각국 기업들의 특별한 관심을 끌고 있는데 이는 이 지역의 소득 및 소비 수준이 중국 내 최

고이기 때문이다. 2005년 광둥성의 1인당 GDP는 2,882달러로, 중국 전체 평균치의 2배 이상이다. 같은 해 도시지역 1인당 가처분 소득은 베이징과 상하이 각각 15,638위안과 16,683위안이며 광저우와 선전은 각각 16,684위안, 27,596위안으로 개별 도시기준으로는 선전이 최고 수준이다.

이에 따라 최근 Wal-Mart, Carrefour, Jusco, Park'N shop, Trust-Mart 등 외국계 대형 유통업체는 물론 U2, G2000, Baleno, Bossini, Fortei, Giordano, 7-Eleven 등 프랜차이즈 전문점의 진출도 가속화되고 있다.

주강삼각주는 중국 최대의 물류 및 유통의 중심지이기도 하다. 중국 소비재 교역량의 약 40%에 이르는 물동량이 광둥성에서 집하되어 중국 각지로 유통되고 있다. 최근 광저우를 중심으로 항공, 육상, 해상 운송시설이 속속 확충되면서 주강삼각주의 유통 중심지 역할이 더욱 확대될 전망이다. 특히, 선전은 홍콩과 긴밀한 협력 관계를 유지하면서 등관, 후이저우 등 배후 생산단지와의 인접해 다국적기업의 물류 및 구매 센터 역할도 하고 있다.

주강삼각주는 중국에서 가장 일찍이 민간 주도형 시장경제 체제를 확립했고 강력한 화상 네트워크를 통해 세계 비즈니스 정보 습득에도 유리한 환경을 갖고 있다. 이 지역 기업들은 비즈니스 진행 시, 거래 외적인 요인에 시간을 끌지 않기 때문에 거래와 관련된 의사 결정이 빠른 편이다. 통용어인 광둥어는 중국 최대 방언으로, 광둥어 자체가 상권 형성에 결정적인 영향을 미치고 있으며 광둥어 구사 여부가 거래관계 발전에 있어 핵심 역할을 하기도 한다.

주강삼각주 지역의 경제통합이 과거 자연발생적으로 이루어져왔다면 최근에는 CEPA(중국 홍콩 간 긴밀한 경제관계 협약)의 확대 실시로 급속히 제도화되고 있는 것이 특징적이다. 특히, 지난 2004년 6

월에는 이른바 광저우, 선전 등 광둥성을 중심으로 한 9개 성(省)과 홍콩 및 마카오가 참여하는 '9+2 범주강삼각주 경제공동체'가 공식 출범해 역내 경제권 활성화를 도모하고 있다.

### 홍콩, 싱가포르 능가한 경제 총량

2005년 광둥성의 GDP는 전년 대비 12.5% 증가한 21,701억 위안으로, 10.5기간(2001~2005)의 연평균 성장률(13.0%) 수준을 유지하고 있다. 특히 주목할 점은 2005년 기준 광둥성의 경제총량(2,648억 달러)이 홍콩과 싱가포르를 추월했다는 점이다. 1인당 GDP는 2005년 2,882달러를 기록한데 이어 2006년에는 3,000달러를 넘어설 것으로 전망된다.

## 광둥성 주요 경제지표

구분	단위	2002년	2003년	2004년	2005년	증감(%)
GDP	RMB 억	11,770	13,450	16,039	21,701	12.5
1인당 GDP	RMB	15,030	16,990	US\$ 2,431	US\$ 2,882	18.5
고정자산투자	RMB 억	3,851	4,999	5,983	6,957	16.3
민간소비지출	RMB 억	5,014	5,606	6,370	7,882	15.0
물가상승률	%	-1.4	0.6	3.0	2.3	
수출	US\$ 억	1,185	1,529	1,915	2,381	24.3
수입	US\$ 억	1,026	1,307	1,655	1,898	14.7
실제 이용 외자	US\$ 억	165	189	129	-	
FDI						
- 건수	건	6,805	7,039	8,322	8,384	0.8
- 계약금액	US\$ 억	152	244	193	237	22.6
- 이용금액	US\$ 억	113	156	100	126	26.6

자료 : 광둥성 통계국

광둥성의 3대 신흥 지주 산업인 전자, 전기·기계, 석유·화학이 전체 공업총생산의 50.8%를 차지했다. 섬유·의류, 식음료, 건축재료 등 전통 지주 산업은 16.0% 성장했고, 제지, 의약, 자동차·오토바이 제조 등 잠재 지주 산업이 공업총생산의 6.9%를 차지했으며 특히 자동차 제조업의 경우 2005년 한해 38.1%의 높은 성장률을 보였다.

## 대외무역 및 투자

2005년 광둥성의 수출입 총액은 4,279억 8,000만 달러로 전년 대비 19.8% 증가했으며 259억 달러의 흑자를 기록했다. 같은 해 중국 전체 수출입 총액(1조 4,221억 2,000만 달러)의 30.1%를 광둥성이 담당함으로써 20년 연속 전국 1위를 유지하고 있다.

세계의 공장이라는 별칭에 걸맞게 컴퓨터 및 주변기기, 무선전화, 전신용 송신기기, 무선통신기기부품 등이 20%대에서 최고 60%대의 높은 수출 증가율을 보였고 집적회로(24.5%), LCD(86%), 석유, 역청유(48%) 등의 수입이 큰 폭으로 늘었다.

국가별로는 수출이 홍콩(US\$851), 미국(US\$574), 일본(US\$141), 독일(US\$74) 순이며, 수입은 대만(US\$309), 일본(US\$299), 한국(US\$162) 순이다.

광둥성 연도별 수출입

(단위: US\$ 억)

구 분	2001	2002	2003	2004	2005
수 출	954.3	1,184.7	1,529.4	1,915.5	2,381.6
수 입	810.7	1,026.4	1307.0	1,655.7	1,898.2
무역수지	143.6	158.3	222.4	259.8	483.4

자료 : 광둥성 통계국

## 광둥성 외국인투자 현황

(단위:US\$ 백만)

구 분	1999	2000	2001	2002	2003	2004
총 계	12,203	12,237	12,972	13,111	15,577	10,012
합자투자	4,084	3,138	2,964	2,892	3,644	2,252
합작투자	3,879	3,764	3,269	2,375	2,571	837
단독투자	4,177	5,280	6,330	7,315	8,818	6,792

자료 : 광둥성 통계국

외국인 투자에 있어서는 주강 삼각주 지역을 중심으로 세계 500대 기업 중 280여 개 사가 진출해있고 특히, 유명 다국적기업의 대부분이 생산 공장을 운영하고 있다. 진출 업종은 가전, 기계, 석유화학, 자동차, 고분자, 화학약품, 유리섬유, 컴퓨터 부품 등 최첨단 산업을 포함해 1, 2, 3차 산업에 고르게 분포돼 있다.

광둥성의 2005년 외국인직접투자(FDI) 도입 건수는 8,384건, 계약 금액 237억 달러, 실행 금액 126억 달러로 전년대비 26.6% 증가했다.

## 주강삼각주 경제발전 전략

### 〈광동성 11·5기간 주요 경제성장 목표〉

- 연평균 GDP 성장률 : 9% 이상
- 3차산업 비중 : 5:50:45
- 하이테크산업 부가가치 비중 : 22%
- 도시등록실업률 : 3.8% 이내
- 도시 주민 일인당 평균 가처분소득 실질증가율 : 5.5%
- 농민 일인당 평균 순수입 연평균 실질증가율 : 6% 이상
- 도시 및 농촌 엘겔지수 : 34.7% 및 42.9%
- 기대 수명 : 75세

## 11·5 기간 10대 투자 분야

10대 분야	주요 항목(개)	예상 총투자금액(億元)	11·5기간 투입(億元)
교통	63	5,230	3,830
에너지	23	3,530	2,450
수리	23	460	380
R&D	23	560	430
중화학공업육성	14	3,780	2,630
서비스업	19	300	240
농촌	10	480	290
환경	18	660	470
문화	21	760	710
복지	19	110	100

광둥성 10기 인민대표대회 21차 상임위원회에서 발표된 '광둥성 11·5 계획요강 초안 편제현황(廣東省十一五規劃綱要草案編制情況)'에 따르면, 광둥성은 향후 2010년까지 5년간 연평균 9% 이상의 경제성장률을 달성해 GDP 기준 경제 규모를 2조 6,300억 위안으로 확대하고 1인당 GDP는 3만 위안대 진입을 목표로 하고 있다.(2020년 1인당 GDP 7,300달러 목표) 이와 함께 중화학 공업을 집중 육성하고 2010년에는 3차 산업의 GDP 내 비중을 45% 수준으로 확대한다는 계획이다.

## 한국, 무역수지 흑자 급속 확대

우리나라의 對광동성 수출 규모는 전체 대중 수출실적(768억 7,000만 달러)의 약 21%를 차지하고 있고 전체 대중 무역수지 흑자(417억 6,000만 달러)의 28.0%가 광동성에서 나오고 있다.

그러나 對광동성 수출(162억 2,000만 달러)의 전년대비 증가율은 11.8%에 그쳐 대강소성(US\$222.3억, 54.5 % 증가), 대산동성(US\$92.4 ; 29.9% 증가) 수출이 큰 폭으로 증가한 것에 비교하면 증가율이 둔화된 것을 알 수 있다.

이는 중국 내 대표적인 가공무역형 경제구조를 가진 광동성으로의 해외직접투자 유입이 2004년 한해 35.7% 감소했기 때가 곧 對광동성 수출 실적의 둔화로 이어진 것이다.

연도별 한국의 대광동성 수출통계

(단위: US\$ 백만)

구 분	2001	2002	2003	2004	2005
수 출	6,747	7,654	10,826	14,509	16,221
수 입	1,170	1,447	2,602	4,167	4,505
무역수지	5,577	6,207	7,994	10,342	11,716

자료 : 광동성 세관

한국의 對광동성 주종 수출품은 반도체, 철강, 석유화학제품, 전자통신부품, 비철금속 제품 등으로 광동성의 주요 수입품과 거의 일치하고 있다. 광동성의 해외수출실적 확대 및 내수 수요 확대로 한국산 철강, IC 전자부품, 화공원료 등 원부자재 수출이 지속 증가하고 있다.

교역 규모에 비해 우리나라의 對광둥성 투자진출은 아직 상대적으로 미흡한 수준이다. 광둥성에 대한 투자비중이 건수기준 3%, 금액 기준 4%에 그쳐 산둥성, 랴오닝성, 톈진시, 장쑤성, 지린성, 베이징, 상하이, 저장성에 비교하면 크게 부족한 실정이다. 그러나 향후 주강삼각주의 내수시장이 확대되면 내수진출형 투자가 크게 늘어날 전망이다.

현재 투자 진출한 지역과 업종은 선전 및 후이저우(통신기기, 반도체, 컴퓨터, 오디오), 둥관(전기·전자 부품, 컴퓨터부품, 완구), 광저우 및 판위(화학원료, 소비재), 푸산 및 장먼(철강, 금속, 기계) 등으로 구성된다. 지역별 주요 산업과 투자진출 업종이 대체로 일치해 기 진출한 기업들은 시너지 효과를 기대할 수 있는 구조다.

## 11.5 시기의 주강삼각주 진출 전략

### ■ 범주강삼각주 경제 공동체 활용

자연발생적 연계에서 제도화, 공식화되고 있는 범주강삼각주 경제 공동체를 내륙시장 진출 기회로 활용해야 한다. 범주강삼각주 경제 공동체의 구성원은 연해지역과 내륙지역이 종합적으로 어울려 있으며 각 지역정부간 기간시설, 산업, 투자, 통상, 관광, 과학 등 분야의 협력 약정이 10여 개에 달한다. 범주강삼각주 내 1개 지역에서 시장 개척에 성공하면 인근 지역으로의 추가 진출이 갈수록 용이해질 것이다.

### ■ 산업 클러스터군별 수요 변화에 부응하는 진출전략 수립

광둥성은 전자·IT 분야의 세계 제조업 메카로서 자리잡고 있으며, 특히 플라스틱, 시계, 가구 등의 공급 능력은 중국 최대 규모다. 이들 지역별 특화된 산업의 발전 추이에 부합하는 하이테크 부품소재 수출확대를 위한 권역 마케팅 전략이 필요하다

### ■ 중국 거대기업 및 MNC 생산거점과의 협력 강화

주강 삼각주 지역에는 TCL, KONKA, MEDIA, HUAWEI 등 중국 최대 가전 및 통신업체들이 밀집해 있어 이들을 대상으로 한 기술집약적 부품/소재 진출이 유망하다.

### ■ 홍콩 기업과의 연계를 통한 중국진출 확대

CEPA 협정에 따라 홍콩기업의 대중국 비즈니스 참여 기회가 확대되면서, 홍콩을 이용한 시장 공동참여 전략을 수립할 경우, 단기적이고 가시적인 성과도 기대된다. CEPA의 적용 범위에 우리 기업들이 신규 진출해야 할 비즈니스 서비스(BS) 분야가 대량 포함돼 있어 특히 주목해야 한다.

## 주강삼각주 시장 유망 분야 및 품목

### ■ 전자·정보통신 부품

주강삼각주는 '04년 중국 신식산업부로부터 국가급 전자정보산업 기지로 확정된 바 있고, 최근 13년간 이 부분 총생산액 1위를 차지하고 있다. 컴퓨터, 통신설비, A/V 등 관련 부품, 집적회로, 광전자, 임베디드 소프트웨어, 자동차 전장부품, 전자완구 관련 부품 등이 유망하다

### ■ 첨단 IT 제품 및 고급 소비재

2005년 기준 도시인구 일인당 가처분소득 10,000위안 이상인 도시가 선전, 광저우 등 광둥성 7개 도시에 이르며(상위 3개 도시 모두 광둥성) 계속 확대 추세에 있다. 특히, 건축 및 실내장식재, 귀금속, 자동차, 가전 및 A/V기기 등이 전체 소비지출을 주도하고 있어 고가 고급품 수요가 큰 시장이다.

또한 한국 드라마의 영향으로 한국산 화장품 등 이미용 제품, 신변 장식용품 등 고급 제품에 대한 이미지가 좋은 편이다.

## SOC 확충 관련 설비 및 중장비

광둥성은 2004년 중점항목에 850억 위안을 투자한 데 이어, 신규로 중앙정부로부터 14개 중점항목 프로젝트를 승인받아 11.5 기간 중

에 관련부분 수요가 창출될 것으로 예상된다.

굴착기, 기중기 등 건설중장비, 발전설비, 송배전 설비, 용접 설비, 통신설비, 섬유기계 설비, 화학기계 설비 등이 유망한 품목이다.

주요 프로젝트로는 주강삼각주 도시간 고속궤도교통 광저우-주하이 구간, 양장(陽江)원자력 발전소 건설, 광저우 도요타 완성차 제조, 주하이 발전소 건설 1기공정 3,4호기, 잔장(湛江)항 25만톤급 항로 확충, 차오저우(潮州)발전소 1기공정, 우한-광저우 여객전용 철도, 광저우 신역사, 국가주간선 광저우 순환고속도로 동측구간, 광선(廣深)고속도로 4호선, 중국 해양석유 난하이(南海) 석유화학 1,200만톤 정유단지, 광저우항 출해항로 2기공정, 링아오(嶺澳)원자력발전소 2기공정, 잔장70만톤 펄프공장 등이다.

한편, 2010년 광저우 아시안게임 개최와 관련하여 체육시설 건설에 14억 달러 이상을 지출하는 등 체육 및 도시 인프라 확충에 대규모 재정투입이 계획돼 있다.

## ■ 환경보호 설비

2004년 『주강삼각주 환경보호 계획요강』에 따르면, 주강 삼각주를 생태환경으로 조성하기 위해 2010년까지 1,321억 위안이 투자된다.

수질환경 개선, 생태환경 보호, 발전소 탈류, 고체폐기물 처리 이용, 환경오염 경보 및 응급조치 등 5개 프로젝트가 예정돼 있어 관련 설비 진출이 유망하다.

- 수질환경 개선 : 도시 오폐수, 생활하수 처리 및 재활용 설비
- 고체폐기물 처리 : 쓰레기소각, 퇴비화 플랜트, 유해 폐기물 처리 설비
- 발전소 탈류 : 탈황제거, 산업용먼지제거, 배기가스정화 설비 등

## TV 홈쇼핑 유통

---

주강삼각주 지역은 일찍이 홍콩의 영향을 받아 소득수준에 걸 맞는 소비패턴을 보여와, TV 홈쇼핑을 통한 신규 DM 마케팅 기법이 여타 지역에 비해 상대적으로 유망하다

현재, 광둥성에는 800만 가구가 케이블 TV에 가입해 있고, 한국기업으로는 현대홈쇼핑이 2004년 6월 기존의 “홍아홈쇼핑”(鴻亞家庭購物)을 인수하여 현재 광저우, 선전에서 영업 중이다.

## 05

## 5대 권역의 변화와 진출 전략

## &lt;4&gt; 동북지역

## 균형발전론-동북3성 경제의 질적 제고 겨냥

중국정부는 11·5규획에서 '지역간 균형발전'을 중점 추진과제로 정하고, 서부, 중부, 동북3성 등 지역경제의 발전을 촉진한다는 계획을 수립했다. 동북3성 각省政府도 자체 11·5규획 추진계획을 발표하고 지역경제 발전방향을 제시하고 있다. 이에 따르면, 11·5규획 기간 동북진흥정책(동북3성의 노후공업기지 개선을 목표 2003년부터 추진되고 있음)을 핵심과제로 하고 있으며, 서비스, 경공업, 농촌 등 산업 전반의 질적 수준 제고를 목표로 하고 있다.



동북3성은 지난 50~60년대 초 일본의 만주(滿洲)점령 시대에 구축된 공업기반 위에 구소련의 원조를 받아 중화학기업이 집중 건설된 곳이다. 이 지역은 석탄, 철강, 석유 등 자원을 기반으로 한 국유기업 위주의 산업이 형성되었으며, 개혁개방 이후 외자유치로 경제발전을 이룩한 동남부의 연해경제권과는 달리, 국유기업의 경직성과 산업시설의 노후화로 낙후된 지역의 하나로 전락했다. 중국정부는 동북3성의 경제재건을 위해 2003년부터 동북진흥정책을 서부 대개발과 동등한 위상을 지닌 경제개발정책으로 정하고, 세제혜택, 자금투입, 국유기업 구조개혁 등 관련 정책을 강력하게 추진하고 있다.

동북3성의 11·5규획에서 省별 발전전략은 전통적 비교우위에 있는 중화학 공업의 발전을 중심으로 하고, 식품, 전자, 서비스, 물류 등 경제전반의 체질개선을 계획하고 있다. 즉, 경제전반의 질적 수준 제고라는 측면에서 11·5규획의 省별 발전전략은 유사성을 보이고 있으며, 동북진흥정책의 중점 추진이라는 큰 틀 속에서 ▷지주산업의 육성 ▷역내 클러스터 구축 ▷省 간의 지역보호주의 타파에 역점을 두고 있다.

동북 각 성은 11·5 규획 기간에 기존의 산업환경과 지역 특성에 맞는 발전 전략을 구사할 계획이다. 석유화학, 철강, 기계설비, 자동차 등 전통적으로 강세를 보였던 분야는 더욱 강화하고, 식량, 자원 등 환경적 우세요인이 있는 업종과 친환경 산업에 새롭게 투자해 체질개선을 기대하고 있다.

## 업종별/성별 주요 발전 계획

업종	성	주요 발전 방향
장비제조	랴오닝	장비제조 클러스트 형성(沈陽) 선박제조 기지(大連)
	지린	열차객차, 도시형 궤도열차
	헤이룽장	전력설비, 중형 기계설비, 운수설비
자동차	지린	자동차부품생산기지(長春)
석유화학	랴오닝	석유비축기지 확대, 정제능력 확충(大連) 화학(大連, 撫順), 화섬(遼陽), 정밀화학 및 고무(沈陽) 등 전문 화학기지 조성
	지린	석유화학공업원구 조성(吉林)
	헤이룽장	석유채굴량 확대 에틸렌, 폴리프로필렌 공장조성(大慶)
야금	랴오닝	2010년까지 강제 생산량 3000만톤으로 제고 특수강, 자재강, 알루미늄, 동 등 비금속 가공역량 확충
	지린	열연, 냉연박판, 스텔레스, 탄소제품 생산량 확대
하이테크	랴오닝	전자, 생물, 제약업 육성
	지린	광전자 생산기지 조성(長春)
	하얼빈	전자, 생명공학, 재료, 우주항공, 환경보호 산업육성
농산품 및 식품	랴오닝	옥수수 가공기지 조성
	지린	옥수수 및 콩 가공, 가금 사육
	헤이룽장	유제품, 콩 및 옥수수, 쌀, 무공해식품 등
방직업	랴오닝	연해지역에 대만방직공업원구 조성
	지린	50만 톤 규모의 폴리에스테르 생산기지 조성, 양말 공업원구 조성

자료 : 지린성 발전연구중심

동북3성은 11·5규획 기간 전통적으로 비교우위가 있는 중화학공업 을 근간으로 몇몇 주요 업종을 지주산업으로 육성하는 정책하는 정책을 펴고 있다. 각 省의 핵심 지주산업으로는 ▷지린성-자동차, 석유 화학, 농산품가공 ▷랴오닝성-자동차, 석유화학 ▷헤이룽장성-자동차, 교통운수설비, 석유화학을 들 수 있다. 각 省은 이들 지주산업을 중심으로 산업전반의 균형적 발전을 목표로 설정하고 있다.

### 11·5 기간 성별 중점 육성 산업

성	중점 육성 산업
랴오닝	설비제조, 부품, 석유화학, 야금, 건재, 방직, 의류, 식품, 제지, 가전, 일용품, 의약
지린	자동차, 석유화학, 농산품가공, 의약, 전자, IT, 에너지, 야금, 전재, 방직, 여행, 인삼, 생수
헤이룽장	설비제조, 석유화학, 가스, 에너지, 녹색식품, 의약, 목재가공

자료: 현지 보도자료 종합

동북 각 성의 11·5규획에는 독자적 '경제구'를 건설한다는 전략을 포함하고 있다. 랴오닝성은 해안을 접한 도시를 위주로 임강(臨港)공업원구를 건설하는 「五點一線」 구상을 제시하고 있다. 지린성은 창춘(長春)과 지린(吉林)을 중심으로 中部都市경제권을 형성하는 「長吉경제구」 구상을 하고 있고, 헤이룽장성은 하얼빈~大慶~치치하르를 관통하는 산업벨트 구상을 추진하고 있다.

이들 경제구에 공통되는 점은 대도시와 개발구 위주의 「點」이 주체가 되었던 고립형에서 주변 도시를 포함하여 보다 광범위한 「線」과 「面」으로 확대된 연결형 발전모델 목표로 하고 있다. 즉, 도시와 도시 간 공간을 없애는 지역일체화를 추진하겠다는 구상으로 볼 수 있다.

이러한 구상은 각성간의 제휴에 근거한 것으로 동북3성 전체의 일체화와는 별다른 연결점을 가지고 있지 않다. 각 경제구의 발전계획을 비교하면, 3개省 모두 중점산업의 하나로 석유화학을 내세우고 있는 등 방향성에 유사점이 많다. 각 省이 앞으로 각각의 경제구 발전에 전념하게 되는 경우, 오히려 투자유치 경쟁이 치열해지고 동종 산업에서 과당경쟁이 야기될 것이라는 우려도 나오고 있다.

#### 각 성별 경제구 건설 계획

성	경제구 명칭	지역 범위	육성 산업
랴오닝	臨港공업원구 * 五點一線	大連, 營口, 錦州, 丹東, 庄河	석유화학, 철강, 설비제조, 조선, 가공무역, 물류, 서비스
지린	長吉경제구	長春, 吉林	농업, 자동차, 석유화학, 식품가공, 광산업, 바이오
헤이룽장	哈大齊 공업지구	하얼빈(哈爾濱), 따칭(大慶), 치치하얼(齊齊哈爾)	설비제조, 석유화학, 식품, 의약, 물류

중국정부는 지난 2004년 노후화된 동북지역기업 갱신에 필요한 투자부담을 경감시키기 위해 동북지역에 한해 증치세 개혁(소비형 증치세로 변경)을 단행한 바 있다. 이는 동북지역의 외주유치 활성화를

위한 조치로써 11·5기간에도 지속될 전망이며, 8개 분야 세계우대 대상 업종이 혜택을 보고 있다.

재정부 및 국가세무총국은 고정자산 감가상각의 기간단축 등의 기업 소득세 우대조치를 실시하고 있다. 이는 설비투자의 촉진을 통해 동북진흥을 활성화하기 위한 목적으로 2004년 도입되어 운영되고 있다.

#### 기업소득세 우대조치

- 고정자산 감가상각 기한의 단축 (대상: 동북3성의 공업기업)  
고정자산(주택, 건축물 제외)의 정액법에 의한 감가상각기간을 최대 40%까지 단축가능

<세법상 인정되는 최단 내구연수>

10년 : 자동차, 선박, 기기, 기계와 기타 생산설비 → 최대 4년 단축하여 6년 까지 가능

5년 : 전자설비, 기차, 선박 이외의 수송설비, 생산·경영업무에 관련된 기구·공구·가구 등 → 최대 2년 단축, 3년까지 가능

- 무형자산 상각기한 단축

무형자산상각의 기한 단축(10년 이상의 균등상각). 최대 40%까지 단축 가능

2005년 동북3성 주요 경제지표

구 분		랴오닝성	지린성	헤이룽장성
면적 (만km <sup>2</sup> )		14.8	18.7	45.4
		78.9 (전국의 8.2%)		
인구 (만명)		4,238	3,100	3,820
		11,158 (전국의 8.3%)		
GDP (억 <sup>2</sup> 원)		7,920	3,615	5,510
		17,045 (전국의 11.1%)		
1인당 GDP		18,988元(\$2,374)	13,310元(\$1,664)	14,430元(\$1,804)
공업생산총액 (억 <sup>2</sup> 원) *2004년		8,603.90	3,247.30	3,464.0
		15,315.21 (전국의 9%)		
대외 교역	수출 (US\$ 억)	246.83	27.65	57.91
		332.39 (전국의 4.1%)		
	수입 (US\$ 억)	223.7	45.08	46.8
		315.58 (전국의 4.2%)		
외국인투자(억 <sup>2</sup> 불) *실제 이용액		35.9	51.8	14.46
		102.16 (전국의 6.2%)		
주요도시 *省都	*沈陽, 大連, 安山, 丹東, 撫順	*長春, 吉林, 延吉	*합빈, 치치하르, 黑河, 牡丹江	
특성	중화학공업 발달	주요 농산물 생산기지	석유, 목재 등 자원의 보고	

자료: 중국정부 통계, 기준(2005년도)

## 省 간 협력강화 - 지주 산업 및 경공업 육성

지린 석유화학, 다렌 조선소, 선양 선반창, 따칭 석유화학, 창춘 一汽자동차 등은 중국을 대표하는 중공업 분야의 선두업체들이다. 이들 업체들은 나름대로 규모와 경쟁력을 확보하고 있는 동북지역의 대표적 기업들이다. 이들 주요 거대 기업을 중심으로 동북3성의 중공업 기반은 비교적 양호한 것으로 평가받고 있다.

그러나, 경공업 및 기타 산업 기반은 매우 취약하여 중국 타 지역에서 동북을 대표하는 공산품 브랜드가 거의 없는 것이 문제점으로 줄곧 지적을 받아오고 있다. 또한 랴오닝성 당서기인 李克强이 “중국 선반 생산량의 4분의 1이 동북 산이지만 브랜드 이미지가 약하고 저가로 취급받는 것은 개선해야 한다”고 언급한 것은 중공업 제품이라 하더라도 지명도가 떨어지는 동북 산의 상황을 잘 대변해주고 있다.

이러한 문제점을 극복하기 위해 동북3성의 11·5규획은 기존의 핵심 산업은 더욱 장려를 하고, 전자정보, 물류, 서비스, 기타 경공업의 발전을 통한 균형발전을 도모한다는 내용을 담고 있다.

동북3성은 한반도의 7배 이상의 면적에 인구가 1억 1천만 명에 육박하는 방대한 지역이다. 최근 수년간 10% 이상의 역내 GDP 성장세 보이는 등 경제 환경이 빠르게 개선되고는 있지만 아직 수출입 및 내수시장 규모가 기타 연해경제권보다 훨씬 작고, 몇몇 대도시 위주의 고립된 點형 발전에 머물고 있을 뿐이다.

11·5규획 기간에 동북지역은 외자 및 남방자본을 유치하고, 농촌지역의 경제력을 제고하여 지역의 내수시장을 활성화한다는 전략 하에 빠른 성장을 할 것으로 예상된다. 그러나 지리적으로 변방에 위치한 지역적 한계와 중공업을 제외하고는 미약한 산업기반으로 인한 한계를 단시간에 극복하기는 쉽지 않을 것으로 보인다.

11·5규획의 성공을 위한 최대 관건은 국유기업의 개혁과 체질개선이다. 인력구조조정, 민자 및 외자 유치를 통한 민영기업화 등을 통해 국유기업의 경영개선이 추진되고 있지만, 소유구조 변화 등 보다 근본적인 개혁이 필요한 것으로 평가 받고 있다. 특히, 실업문제에 따른 사회불안, 국부유출 등 논란으로 개혁작업이 기대보다는 쉽지 않다는데 지방정부의 고민이 있다.

중앙정부가 관심을 기울이는 대형 국유기업의 경우는 구조개혁 움직임이 강화되고 있으나, 중소 국유기업의 정리는 지지부진하게 진행되고 있다. 또한 한계상황에 처한 국유기업에 대한 매각이 우선시 되고 있어, 외국기업이 현지 국유기업을 인수하거나 지분참여를 하는 데는 어려움이 많은 상황이다.

동북3성 지역은 국유기업 중심의 중공업기지라는 공통된 발전 배경을 갖고 있어, 각 省의 경제계획 수립내용에 중복되는 부분이 많다. 이는 지역 내 중복 및 과잉 투자의 부작용을 초래하여 동북진흥 및 발전을 저해하는 요인이 될 것으로 우려되고 있다.

이번 11·5규획에서도 省별 발전전략과 육성산업이 매우 유사함을 볼 수 있다. 석유화학, 식품가공, 자동차, 기계설비 등 전통적 핵심 산업 분야에서 2개 省 이상에서 투자확대를 계획하고 있다. 또한 3개 省 모두 하이테크, 생명공학, 신소재, 전자정보 등에 대한 투자확대 방침을 공통으로 밝히고 있다.

11·5규획 또한 동북진흥의 공통된 목표를 이루는 과정이라고 볼 수 있다. 이를 위해서는 省간의 협력을 통한 시너지효과 창출이 필수적이지만, 현재와 같은 비합리적인 중복투자구조는 오히려 지역간 보호주의를 조장한다는 비판이 나오고 있다. 국가통계국에서 전국 주요 경제권의 발전상황을 분석한 보고서에서도 '장강델타 및 주강델타에 비해 동북지역내의 지역 보호주의가 훨씬 심각하다'고 지적하고 있을 정도로, 지역보호주의 부작용이 큰 것으로 나타나고 있다.

국무원 동북진흥실의 관계자는 "동북진흥 추진에 있어, 지역 내 경제적 폐쇄성이 심하고, 산업간 중복투자에 대한 조정 노력이 부족한 점이 장애가 된다"고 지적하고 있다. 이러한 모순을 해결하기 위해 중앙정부 차원에서 각 省간 조정 작업에 나설 것으로 보이며, 지방정부의 협력 여부가 11·5규획의 성공에 있어 중요한 요소가 될 전망이다.

동북3성간의 협력 및 조정 작업과 아울러, 중국정부는 내몽고자치구를 동북경제권으로 편입함으로써 동북진흥의 외연을 확대하고자 계획하고 있다. 내몽고 자치구는 광물자원이 풍부하기 때문에 중화학공업이 발전한 동북3성과 보완성을 강화를 겨냥하고 있다.

한편, 광둥성 사회학원의 린핑팡 연구원이 "부패가 新동북현상으로 나타나고 있다. 정부부문의 관료에서부터 전력회사의 말단직원까지 권리를 남용하고 있어, 이는 기업운영에 가장 큰 장애이자 리스크 요인이 되고 있다"고 지적하듯이, 부패문제도 11·5규획 기간에 해결해야 할 과제로 볼 수 있다. 이러한 부패 고리는 정부부문의 효율성 저하를 초래하고, 외자유치와 지역경제 활성화 큰 걸림돌이 되고 있다는 비판이 제기되고 있다.

## 기회 및 위험요인 고려한 신중한 진출 필요

11·5기간 동북지역 진출 형태는 크게 수출가공기지 구축, 내수시장 개척, 국유기업 구조조정 프로젝트 참여 등으로 구분할 수 있다. 이 중에서 동북진흥과 관련된 국유기업 구조조정 프로젝트 관련 투자에 우리기업들의 관심이 높아지고 있다. 그러나 국유기업 중 상당수는 부실자산의 은닉, 고용승계 문제, 자산인수 절차상의 불투명성, 설비의 노후화 등 많은 문제점을 안고 있다.

또한 동북3성에서 육성하는 업종은 우리나라의 핵심 산업과 중복되는 경우가 많다는 점도 문제점으로 볼 수 있다. 예를 들어 다렌의 조선분야 투자환경 개선은 우리 조선업의 생산기지 이전을 촉진시키는 결과를 낳게 될 것이다. 한편, 국유기업의 구조조정이 순조롭게 이루어지고 산업전반의 활력이 증가하게 될 경우, 각종 부품소재 및 원부자재의 수요 증가와 내수시장의 확대로 이어질 수 있고, 이는 우리기업에 기회요인으로 된다고 볼 수 있다.

최근 중국의 동남부 연해지역은 노동력부족, 전력문제, 임금상승 등으로 투자환경이 빠르게 악화되고 있다. 각 지방정부는 지역경제에 도움이 되는 고부가가치 업종은 환영하지만, 노동집약형, 환경오염 유발 산업은 투자를 선호하지 않고 있다. 이러한 선별적 투자유치 움직임은 다렌 등 일부지역을 제외하고는 동북3성은 상대적으로 약하다. 따라서 노동집약형 투자나 기타 연해지역에서 꺼리는 업종의 투자지역으로는 유리한 측면이 있다.

그러나, 동북지역은 산업기반 형성이 취약하고, 정부부문의 경직성이 심하고, 겨울이 춥고 길어 경제활동에 제약을 받고, 내륙의 경우 물류비용이 과다한 측면도 있다는 점을 고려해야 한다.

지역별 진출전략으로는 랴오닝은 수출가공기지(다렌)와 내수시장 거점 확보(선양)에 적합하고, 자원을 활용한 투자는 헤이룽장(목재, 식품)과 지린(식품, 의약)이 고려의 대상이 될 수 있다.

## 06

## 5대 권역의 변화와 진출 전략

## &lt;5&gt; 중부지역

## 중부굴기(中部崛起)

중국의 중부(中部)지역은 산시(산서), 허난(하남), 안후이(안휘), 후베이(호북), 후난(호남), 장시(강서) 6개성을 일컫는다.

이들 지역은 중국 전통의 역사로 보면 역사의 중심 무대에 있었던 지역(中原)이며, 특히 허난은 하은주 시대의 찬란한 문화가 있었던 지역이고, 후베이는 삼국지로 너무나 잘 알려진 중국삼국시대의 문화.군사 중심지였었다. 또한 중국의 교통 중핵인 철로가 이들을 남북과 동서로 관통하고 있는 교통과 물류의 중심이었다.

중국이 개혁개방을 시작하고 연해지역 발전을 먼저 시키는 불균형 발전전략을 추진하면서 중부지역은 경제발전의 전면에서 뒤로 물러서는 위치가 되었다.

중국정부의 전략적인 경제정책의 순서를 보면 중부지역이 최근까지도 주목을 받지 못하였다. 중국의 전반적인 지역경제 발전전략을 시대 순으로 보면 바로 이를 알 수 있다.

- ▷ 개혁개방(동남부연해지역 경제 발전전략) → 동서부 지역간 격차 확대
- ▷ 서부대개발정책 (서부 12개 지역, 50년간 장기 발전계획, 막대한 자원 투입)

## ▷ 동북3성 노후공업기지 진흥 정책

중국의 중부지역은 위의 단계에서 거의 언급이 되지 않은 상태로 정책이 추진되었으며, 이에 따라 중부지역은 경제적인 낙후성을 면치 못하였다.

중국정부는 11·5규획(2006-2010)을 추진하면서 지역 균형발전의 중요성을 인식하여 톈진(天津)의 빈하이신구 개발과 더불어 소위 '중부굴기(中部崛起)정책'을 천명하면서 중부지역을 주시하기 시작하였다. 이제 중국의 '잊혀졌던' 지역인 중부가 경제정책의 전면으로 부상한 것이다.

그러나 동북3성 진흥 계획이나 서부대개발 정책과는 달리 중국정부의 막대한 재정지원정책은 기대하기 어려운 면이 있어(중국정부는 중앙재정에서 매년 3천억 위안 가까운 적자를 보고 있어, 운신의 폭이 넓지 않은 상황임) 어느 정도 효과가 날지는 모르지만, 중부지역에 경제발전에 유리한 정책적인 지원이 이루어질 것이 확실시되고 있다.

중부지역의 환경보호산업 분야의 시장을 기대하는 이유도 중부굴기 정책이 추진되면 경제발전과 환경분야의 자원투입이 확대될 가능성이 높기 때문이다.

## 중부 6개성의 경제규모

중부 6개성의 면적은 중국전체의 10%에 불과하지만 인구는 중국전체의 28%를 차지할 정도로 인구밀집지역이다. GDP는 2005년 말 기준 37,047억 위안으로 중국전체의 20.3%를 차지하고 있다.

전반적으로 경제가 낙후되어 있어 1인당 GDP가 중국의 평균 수준을 밑돌고 있다. 중부지역은 1차 산업이 발달한 지역으로 농촌인구가 상당히 많은 편이며, 전반적인 경제수준이 낮은 편이다.

그러나 중부 6성의 주요 도시들은 동부연해지역의 도시들 못지않은 경제규모와 활기를 보여주고 있다. 특히 후베이 우한, 후난 창사, 허난 쩡쩌우 등은 중부지역의 경제·물류 중심으로 부상하고 있다.

### 중국 중부지역의 경제규모(2005)

구분 (2005년기준)	GDP (억위엔)	소비재시장 (억위엔)	1인당GDP (위엔)	인구 (만명)	면적 (만km <sup>2</sup> )
중국전체(A)	182,321	67,177	13,944	130,756	960
중부지역(B)	37,047	13,184	n.a.	36,713	102.8
B/A	20.3	19.6	n.a.	28.1	10.7
허난(河南)	10,535	3,358	11,236	9,768	16.7
산시(山西)	4,121	1,401	12,320	3,355	15.6
안후이(安徽)	5,376	1,765	8,597	6,516	14.0
장시(江西)	4,056	1,236	9,439	4,311	16.7
후베이(湖北)	6,485	2,965	10,765	6,031	18.6
후난(湖南)	6,474	2,459	10,366	6,732	21.2

자료 : 각 성 2005 國民經濟和社會發展統計公報

각 성별 경제 현황 및 11·5 계획 주요 발전 방향
-------------------------------

### ■ 산시성(山西省)

위치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태항산맥 서쪽에 위치하여 산시(山西)란 이름을 얻었으며, 황토고원에 자리잡고 있음. 허베이(河北省), 내이명구(內蒙古), 산시(陝西), 허난(河南)과 접하여 있음.</li> <li>* 북위 : 34°34' - 40°44'    동경 : 110°15' - 114°32'</li> <li>- 기후: 온대대륙성 계절풍기후(연평균기온 3-14℃)</li> <li>* 연평균 일조량: 2,400~3,100시간</li> <li>* 무서리기간: 120~200일</li> <li>* 연평균 강수량: 300mm~800mm</li> </ul>
면적	- 15.6 만 km <sup>2</sup> (평원 19.7%, 구릉 44.6%, 산지 35.7%)
행정구역	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성중심지(省會) : 타이위엔(太原)</li> <li>* 주요도시 : 따통(大同), 양쑤엔(陽泉), 장쯔(長治), 진쑹(晉中), 린펀(臨汾) 등</li> </ul>
인구 (2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3,355 만 명(도시 인구 1,413만, 전성 인구의 42% 점유)</li> <li>* 민족 : 한족이 99.7%로 압도적임.</li> </ul>
주요 경제지표 (2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP: 4,212.2억 위안 (12.5% 성장)</li> <li>- 1인당 GDP: 12,320위안(1,530달러)</li> <li>- 교역규모: 55.5억 달러(3.0% 성장)</li> <li>* 수출: 35.3억 달러(12.5% 감소)</li> <li>* 수입: 20.2억 달러(49.6% 증가)</li> <li>- 외국인 직접투자 유입액: 2.8억 달러</li> <li>* 계약건수: 85건, * 계약액: 11억 달러</li> </ul>

주요자원	- 주요 부존자원: 석탄매장량 전국1위, 보그사이트 매장량 전국의 30%. 석탄, 코크스, 칼슘카바이드 생산량 전국 1위. 이외 철광석, 내화점토, 마그네슘 등 풍부
개발구	- 국가급 경제기술개발구: 타이위엔(太原) - 국가급 첨단기술(하이테크)개발구: 타이위엔(太原)
한국과의 관계	- 한·산시성 교역액 : 9.5억 달러(2005) * 한국 → 산시성 : 0.4억 달러(18.9%) * 산시성 → 한국 : 9.1억 달러( 5.8%) - 한국의 산시성 투자 (2006년 3월말 현재 누계 투자) * 투자건수 : 18건 *투자액 : 756만 달러 -

산시성 11·5 경제발전계획(山西省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃)에 따른 향후 산업 발전 방향은 아래와 같다.

### ● 공업화

석탄, 코크스, 철강, 전력산업은 산시성의 전통산업이나, 산업구조가 이 분야에 지나치게 편중되어 있어 1999년부터 산업구조조정을 추진해 오고 있다. 향후 발전 방향은 △전통산업의 신흥산업으로의 전환 △장비, 기술, 환보, 자원의 절약에 초점 △신소재, 장비제조업, 관광, 의약, 화공산업 발전 △석탄, 코크스, 철강, 전력 분야의 생산총량 관리에 두어질 것이다.

▷ 전통지주산업: 석탄, 코크스, 야금, 전력 등 지주산업 업그레이드, 2010년 4대산업의 판매액 800-2000여 억 위엔 달성, 석탄 화학공업, 설비제조업, 재료공업 및 관광업 육성을 통한 신규 지주산업 형성

- ▷ 석탄화학공업: 메틸알콜, 아세틸렌화공, 벤졸가공, 화학비료, 콜타르 심가공 등 발전, 2010년 전성 석탄화학공업 판매액 1000억 위안 달성
- ▷ 장비제조업: 적재차량, 석탄관련일체설비, 중형기계, 방직기계, 기초기계, 석탄화공 및 환보설비, 정밀 주단조, 차량엔진 및 부품 등 2010년 판매액 1000억 위안 달성
- ▷ 소재공업: 석탄채굴시 발굴된 다른 암석, 분탄, 공업폐기물을 원료로 한 신흥시멘트 벽재 발전 장려, 2010년 재료공업 판매액 500억 위안 달성
- ▷ 첨단기술산업 : 전자정보, 바이오기술, 신에너지, 의약산업 발전

#### ● 석탄코크스 자원 구조조정

11·5 기간 중 중국정부는 철강의 과잉생산에 대비하여 전국적으로 생산능력 1억 톤 가량을 줄일 예정(낙후, 노후 철강창 철거)으로 산시성의 경우 1,500 만톤 생산능력을 갖춘 철강회사 철거 예정이다. 코크스 관련 산업은 생산총량을 제한하고, 규모가 작은 석탄공장을 철거하는 한편, 대형 석탄공장의 자원개척을 보장할 계획이다. 전력 산업방면에는 확실한 계획이 없는 상황이며 11·5기간 석탄, 코크스화, 전력, 철강(煤焦電鐵) 총량의 제한정책은 지속될 전망이다.

불법 석탄광 폐쇄, 소규모 코크스공장 및 오염유발 프로젝트 폐쇄, 년생산량 9만톤 이하 석탄광 강제 폐쇄, 전성의 석탄광 30% 이상 감소시킬 계획이다. 전국의 석탄코크스 생산에 대해 총량통제를 실시하여 신규 코크스 프로젝트와 신규석탄광 비준을 불허할 방침이다. 2010년 전국의 광산수량을 2500개 이내로 유지하고 석탄자원 회수율 40%에서 60%로 제고할 계획이다. 또한 원탄의 연간 생산량은 7

억톤을 유지하고 100만톤 이상 석탄광 비중을 80% 이상으로 높일 예정이다.

### ● 농업

3대 농업경제구, 10대 우위농산품 생산기지를 바탕으로 우량 잡량, 초식축산, 건/신선과일 및 채소의 4대산업의 발전을 가속화할 방침이다. 2000만亩(1무=200평) 경지의 종합생산능력 제고프로젝트를 실시하고 절수관개 고효율 논 80만무를 확보하고자 한다. 또한 알카리 성토지 20만무 정비와 연간 식량 생산능력은 90억kg를 유지할 계획이다.

### ● 인프라 건설

- ▷ 도로 : 5년간 1300여km 도로 건설, 기존 간선도로 5000km 재 정비, 농촌도로 5만km 신규 건설 및 정비
- ▷ 철도 : 스타이(石太)고속도로 여객전용선 및 타이중인(太中銀) 고표준철도 건설
- ▷ 전력망 : 농촌 전력망 및 성내 주간선 전력망 및 종단전력공급망 건설 및 개조, 500kv 전력선로 설치, 진동난-싱먼(晉東南-荊門) 1000kv 특고압 송전프로젝트 건설

## ■ 허난성(河南省)

위 치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 황허(黃河) 중하류 지역에 자리잡고 있으며, 주변으로는 안후이(安徽), 산둥(山東), 산시(山西), 산시(陝西), 후베이(湖北)와 경계를 맞대고 있음.</li> <li>* 북위: 31°23' ~ 36°22'      동경: 110°21' ~ 116°39'</li> <li>기후: 온대-아열대, 습윤-반습윤 계절풍 기후</li> <li>* 연평균 일조량: 1,300~1,800시간</li> <li>* 무서리기간(無霜期): 180~240일</li> </ul>
면 적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 16.7만 km<sup>2</sup> (산지 및 구릉 : 44.3%, 분지 및 평원 : 55.7%)</li> </ul>
행정구역	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성중심지(省會): 쩡저우(鄭州)</li> <li>* 주요도시: 뤼양(洛陽), 카이펑(開封), 평딩산(平頂山), 허베이(鶴壁), 신샹(新鄉), 쩌원(濟源), 난양(南陽), 신양(信陽), 쭈마디엔(駐馬店), 안양(安陽), 푸양(撫陽), 쉬창(許昌),싼먼샤(三門峽), 상치우(商丘), 자오쭈오(焦作)</li> <li>* 89개 현</li> </ul>
인 구 (2005년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 9,768만명 (도시 인구 2,994만, 전성 인구의 30.65% 점유)</li> <li>* 민족 : 한족(漢族)이 절대다수. 그 외 회족(回族), 몽고족(蒙古族) 등 소수민족이 있음</li> </ul>
주요 경제지표 (2005년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP: 10,535억 위안(14.1% 성장)</li> <li>- 1인당 GDP : 11,236위안</li> <li>- 교역규모: 77.36억 달러 (17% 증가)</li> <li>* 수출 : 51.01억 달러(22.1% 증가)</li> <li>* 수입 : 26.35억 달러(8.1% 증가)</li> <li>- 외국인 직접투자 유입액 : 12.30억 달러</li> <li>* 계약액: 23.52억 달러</li> </ul>

주요자원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 부존자원: 몰리브덴, 남정석, 펄라이트, 천연염, 주조용모래 등 5대광산 매장량 전국 1위, 석탄, 석유, 천연가스, 알루미늄, 몰리브덴, 금, 은, 내화점토, 대리석 등 매장량도 매우 풍부</li> <li>- 석탄 생산량 전국 1위, 천연가스 전국 3위, 몰리브덴 전국 1위</li> </ul>
개발구	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가급 경제기술개발구 : 쩡저우(鄭州)</li> <li>- 국가급 첨단기술(하이테크)개발구 : 쩡저우(鄭州), 뤼양(洛陽)</li> </ul>
한국과의 관계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한·허난성 교역액: 9억 달러(2005년)</li> <li>* 한국 → 허난성: 0.4억 달러(-6.5%)</li> <li>* 허난성 → 한국: 8.6억 달러(34.6%)</li> <li>한국의 허난성 투자 (2006년 3월말 현재 누계 투자)</li> <li>* 투자건수: 37건</li> <li>* 투자액: 3천4백만 달러</li> </ul>

허난성 11·5 계획(河南省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃)에 따른 향후 산업발전 방향은 아래와 같다.

### ● 농업

- ▷ 우위산업벨트 조성 : 남. 중·북부의 소맥, 황허와 화이하 강변의 벼, 대두 및 옥수수, 황허변과 동부지역의 유업, 중원지역의 소, 양, 징광선(베이징-광저우간 철도) 주변의 돼지, 남부의 수조(水鳥)류, 북부의 양계 등을 중심으로 한 산업벨트 조성
- ▷ 신농촌 건설 프로젝트 : 900만 농촌주민의 음용수 안전 및 물 부족 해결을 위한 음용수 품질안전 프로젝트, 메탄가스 보급,

매 20호 농촌 가구당 TV 및 라디오 개통을 위한 村村通' 프로젝트, 국가급 대형상품식량 생산기지 건설, 70개의 식량 주요 생산현(縣)에 만亩(1亩=200평) 표준논 건설, 식량생산 핵심 지역 형성, 24개 식량 생산 현(縣)의 중저효율 논 19만ha 개조, 90% 이상 현의 도로 3급 이상 기준 달성, 향, 촌 4급 이상 도로 기준 달성, 400만 빈곤문제 해결 등

### ● 공업화

- ▷ 첨단기술산업 : 전자정보, 바이오, 신소재 등 신흥선도산업 육성, 전자부품, 신흥전기에너지원(電源) 등 2대 우위산업 공고화, 실리콘반도체소재 및 태양전지, 신형 모니터소재 및 정밀가공, 초경소재 및 제품 등 3대 산업사슬 강화, 바이오의약, 바이오에너지, 신기능 소재 등 3대 고성장성 업종 발전, 디지털미디어, 네트워크 및 통신, 컴퓨터, 소프트웨어 등 4대 우위 제품 적극 육성, 첨단기술개발구, 경제기술개발구, 특색산업원구 및 국가급 정보산업원 건설, 정저우, 뤼양, 신샹, 쉬창, 안양, 허베이 등 6개 첨단기술 산업군 확대를 통해 안양-허창 첨단기술 산업벨트 형성, 2010년 첨단기술 산업이 전체 공업에서 차지하는 비중 25% 이상 달성 등
- 실리콘 소재 및 태양전지 : 뤼양, 난양의 다결정규소 생산규모 확대, 태양전지 및 부품, 반도체조명부품, 이동저장장치, 집적회로 등 정밀가공제품 발전, 뤼양을 중국 최대의 실리콘반도체 생산기지로 건설
- 신형모니터소재 및 디지털영상제품 : 액정, PDP TV, 휴대폰용 유리기판 발전과 전도 유리 등 심가공 제품 규모확대를

통한 전국 최대의 전자유리생산기지 건설, 액정모니터, 노트북, 디지털TV 등 디지털영상제품 발전

- 바이오의약 : 발효기술 제고, 중대질병 예방 신형 진단제 및 백신, 혈액제품 생산규모 확대를 통해 국내 최고의 항생제 원료약 및 혈액제품 생산기지 건설
- 초경소재 : 집적회로, 자동차, 가전, 선박 등에 적용될 수 있는 초경소재 발전, 중국 최대 초경소재 및 제품 생산기지 건설
- 신기능소재 : 정보, 항공, 야금, 국방공업에 필요한 신기능 소재 및 제품 개발, 신형 합금, 내화자재 및 특수기능자재 및 제품 중점 발전

#### ▷ 우위산업

- 식품공업 : 식량과 축산품 가공 우위를 활용, 면제품, 육제품, 전분 가공제품 사슬을 강화하고 유제품, 과일채소, 유지, 간편식품 등 고성장 업종 육성, 2010년 식량, 육류, 유제품 가공능력 각각 3500만톤, 500만톤, 200만톤 달성, 담배, 술, 사료 공업 발전
- 유색공업 : 알루미늄 위주의 유색공업 확대, 정저우, 자오쭈어, 허난의 서부 등 3대 산화알루미늄 기지 건설, 2010년 산화알루미늄 생산능력 700만톤 달성, 알루미늄가 공생산능력 280만톤 이상 달성
- 화학공업 : 뤼양석화(洛陽石化)와 중위엔이시(中原乙烷)의 정유능력 1000만톤 이상, 화석원료 생산능력 100만톤 이상 달성, 메틸알콜-올레핀, 메틸알콜-탄소-화공, 콜타르-타르 가공, 석탄합성암모니아-정밀화공 등 석탄화공산업사슬 형성, 중부지역 염(鹽)화공기지 건설(핑딩산, 뤼허(漯河), 푸양암염, 난양천연염)

- 자동차 및 부품 : 다기능승용차, 중고급버스, 중형화물차, 신형 전용차, 저속자동차, 에너지 절약형 오토바이, 부품 등 발전
- 장비제조업 : 초고압 송변전 일체설비, 중고급전기공업전용설비, 풍력 및 저온 여열발전설비, 고속열차설비 및 부품, 대형 광산, 방직, 건식시멘트 등 일체설비, 자동화 제어시스템, 핵심 정밀테스트기기, 대형환경보호 및 자원종합이용설비 등 발전
- 방직의류산업 : 뽀렐(洛煉), 바이루(白鷺), 선마(神馬) 등 기업을 바탕으로 한 화섬 산업 발전, 정소사, 부직포 등 제품 발전.

#### ▷ 기타산업

- 철강 : 판, 관, 특수강 위주의 제품 구조 형성, 안강(安鋼) 2×150톤 용광로전환프로젝트 건설을 통한 천만톤급 강철기업 형성, 우강(舞鋼) 년 100만톤 중후판 생산 달성 프로젝트, 300 입방 이하 용광로 등 낙후생산능력 퇴출
- 건자재: 일생산량 8,000톤 이상 신형건법시멘트생산라인 발전, 천만톤급 대형건법시멘트기업 육성

### ● 서비스업

- ▷ 물류업 : 정저우 현대물류중심 건설, 9개의 종합물류원구 건설, 정저우 곡물도매시장 확대, 50개 중점 전문물류시장 건설, 정저우 중원 국제물류원구 중점프로젝트 진행, AAAA급 이상 물류기업 1-2개, AAA급 물류기업 20개사 육성 등

### ● 사회기초시설(인프라)

- ▷ 도로 : 2010년 도로 총연장 8.5만km, 그중 고속도로 5,000km 이상 달성, 국가규획 고속도로 허난구간 관통, 농촌 9만km 신규 건설 및 개조

- ▷ 철도 : 정저우-취저우(徐州) 여객 전용철로 건설, 신규증설 여객운송 전용노선 880km 달성
- ▷ 항공 : 뤼양, 난양 공항의 국내 간선 공항화, 상치우(商丘)공항의 군민 겸용 공항 추진

#### ● 에너지

- ▷ 석탄 : 핑메이(平煤), 용메이(永煤) 등 대형 광산지구 건설, 신규증가 석탄생산능력 3,000만톤 이상 달성, 총석탄생산능력 1.5억톤 유지, 향후 5년 신규 석탄 매장량 20억톤 발굴
- ▷ 화력발전소 : 단일용량 60만kw 이상의 발전소 추진, 2010년 발전용량 4,500만kw 이상 달성
- ▷ 전력망건설 : 어위(鄂豫) 4기 500kv 성급 초고압송전프로젝트, 500kv 뤼양목단-정저 우송산(嵩山) 등 초고압송변전프로젝트 건설, 천바오(陳堡), 지청(祭城) 등 76개 항목 220 kv 송변전 프로젝트 건설
- ▷ 신에너지 및 재생가능에너지 : 산면샤, 난양, 신양 등 풍력발전소 건설, 100만톤 이상 바이오 액체연료 및 5만톤 생물질 과립연료 생산능력 형성

허난성 11·5 기간 경제발전 주요목표

지표	2005년	2010년 목표	연평균 증가율(%)
GDP(억 위안)	10,535.2	17,000	10
1인당 GDP(위안)	11,236	18,100	
재정수입(억 위안)	535.7	900	11
고정자산투자(억 위안)	13,249	33,950	15(5년누계)
신규 도시취업자(만명)		450	5년 누계
농업부문 노동력이전(만명)		750	5년 누계
도시 등록 실업률(%)	3.45	5 이내	
2, 3차산업 비중(%)	82.5	87	12
2, 3차 산업 취업비중(%)	44	50이상	
수출입총액(억 달러)	77.37	160	15.6
도시화율(%)	30.7	40 상하	
R&D/ GDP(%)	0.5	1.5	
농업 관개용수 유효이용계수(%)	0.48	0.52	
공업고체폐기물종합이용율(%)	67.5	70	
경지 보유량(만 무)	792.53	775.82	
삼림(%)	22.6	26	
국민평균교육기간(년)	8.4	9	
고등학교 교육 입학율(%)	48.3	80	
고등교육(전문, 대학, 대학원)입학율(%)	17	23	
도시 기본 양로보험 가입(만명)	811·5	880	9.4
신형 농촌 합작 의료보험가입(%)		90	
경지보유량(만헥타아르)	792.53	775.82	
인구수(만명)	9,768	10,100	6.5‰
도시주민일인당가처분소득(위안)	8,668	12,735	8
농촌주민일인당 순수입(위안)	2,870.6	3,840	6

자료 : 河南省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要

## ■ 후베이성((湖北省))

위 치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중부지역 교통요지. 북으로 허난(河南), 동으로 안후이(安徽), 동남과 남으로 장시(江西), 후난(湖南), 서로 충칭(重慶), 서북은 산시(陝西)과 경계를 맞대고 있음.</li> <li>* 북위 : 29°05' - 33°20' * 동경 : 108°21' - 116°07'</li> <li>* 동서 : 740km * 남북 : 470km</li> <li>- 기후 : 아열대 계절풍기후 (연평균기온 15~17℃)</li> <li>* 연평균 강수량 : 800~1,600mm</li> <li>* 연평균 일조량 : 1,100~2,510시간</li> </ul>
면 적	- 총면적 18.6만km <sup>2</sup> (산지 : 54%, 구릉 : 25%, 평원 : 21%)
행정구역	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성중심지(省會) : 우한 (武漢)</li> <li>* 주요도시 : 황스(黃石), 스언(十堰), 징저우(荊州), 이창(宜昌), 어저우(鄂州), 징먼(荊門), 사오간(孝感) 등</li> </ul>
인 구 (2005년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인구 : 6,031 만명</li> <li>- 민족 : 한족이 대부분이며 투지아(土家族), 마오(苗族), 회(回族) 등 50여 소수민족이 거주하고 있음.</li> </ul>
주요 경제지표 (2005년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP: 6, 485억 위안</li> <li>- 1인당GDP: 10,765 위안 (1,345달러)</li> <li>- 교역규모: 90.92억 달러</li> <li>* 수출: 44.5억 달러</li> <li>* 수입: 46.42억 달러</li> <li>- 외국인 직접투자 유입액: 21.85억 달러</li> <li>* 계약건수: 520건</li> </ul>
주요산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 농업 : 벼 2모작 가능, 밀·옥수수·목화·차·유채·잎담배 등 생산</li> <li>- 공업 : 방직·식품 공업, 철강, 공작기계, 조선, 석탄, 전자재 등 중화학공업 발달</li> </ul>

개발구	- 국가급 : 4개 (무한경제기술개발구, 동호신기술개발구 등) - 성급 : 22개
한국과의 관계	- 한·호북성 교역액: 6.9억 달러 (2005) * 한국 → 호북성: 1.8억 달러(2005, 31.7%증) * 호북성 → 한국: 5.1억 달러(2005, 76.4%) - 한국의 호북성 투자 (2006년 3월말 현재 누계 투자) * 투자건수 : 32건 * 투자액 : 4.6천만 달러

후베이성 11·5 기획(湖北省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃)에 따른 향후 산업발전 방향은 아래와 같다.

### ● 공업화

공업대성(工業大省)을 꿈꾸고 있는 후베이성은 11·5 경제발전 계획기간(2006-2010)중에 전자정보 산업, 생물기술 및 신의약, 신소재, 광기전(光機電) 일체화 등 첨단기술산업과 자동차, 야금, 석유화학, 장비제조, 경공업, 전자재 등 분야의 발전에 노력을 기울일 예정이다. 특히 판매수입 기준으로 100억 위안을 초과하는 대기업 10 개사, 50억 위안을 초과하는 기업 60개사를 육성하고, 시장점유율면에서 전국적으로 3위 안에 드는 제품 100개와 40개 이상의 전국적인 지명도(브랜드)를 갖는 제품을 육성할 계획이다.

#### ▷ 첨단기술산업

- 전자정보산업 : 광통신 시스템 및 설비, 이동통신단말기, 신형전자부품 및 레이저가공 설비 발전, 신세대 이동통신·디지털TV·차세대 네트워크 설비 및 제품의 연구개발 및 산업화, 건물별 광케이블 보급·제품 디지털화(컴퓨터·통신·가전), 광(光)디스플레이·저장·자동차전자·금융전자·IC·S/W 등 제품

발전, 세계적인 광섬유 광케이블 연구개발생산 기지 설립 목표(관련 기지 및 기업 : 武漢國家光電子產業基地, 武漢軟件產業基地, 武漢國家汽車電子產業化基地, 光谷激光產業院, 烽火移動, 普天諾基亞의 3G이동통신망설비, 長飛公司의 광섬유 제어봉 및 신형광섬유 개발, 武漢郵科院의 지능광통신 및 신세대 네트워크 시리즈 설비·부품 및 건물별 광케이블 시스템 및 설비, 冠捷·唯冠 신형 모니터 확대생산, 隨州波導, 武漢NEC의 핸드폰 등)

- 생물기술 및 신의약산업 : 생물의약·생물농약·생물비료·생물동물약품 개발 및 산업화 (관련 기지 및 기업 : 동호·강하·갈점 개발구내 화학원료약 및 생물의약·중약현대화·농업생물산업화·기술연구개발 및 서비스 특색산업 클러스터, 武漢健民의 중약, 廣濟藥業의 비타민B2, 宜昌安琪의 효모(이스트), 宜都東陽光의 에리드로마이신 원료약, 八峰藥化의 宜昌人福藥業의 마취약 등)
  - 신소재산업 : 전자정보산업재료, 나미재료, 기능복합형재료, 레이저재료, 환경보호재료, 신형에너지재료 등 개발(관련 기지: 宜昌國家電子材料產業園, 武鋼金屬新材料生產基地)
  - 광기전 일체화 산업 : 고성능 수치제어시스템 발전 및 규모화, 신형과학계측기기·지능형계기·전문분석기기·신형의료설비 등 연구개발 및 산업화(관련 기지 및 기업 : 東風汽車의 연구센터, 華中科技大學의 제조장비 디지털화 국가공정연구센터, 華中數控公司의 5좌표 수치제어가공시스템 및 설비 등)
- ▷ 자동차공업
- 자동차 : 슈에티에룽(雪鐵龍)과 혼다 합자합작, 각종 전용자동차·버스 개발 및 생산, 전기자동차 연구개발 및 생산, 퐁펑

(東風有限公司)의 상판(襄樊)승용차 및 경형차 기지, 스언(十堰)중형적재차량기지 건설을 통해 각종 차량 45만대 생산능력 구축, 셴룡(神龍公司) 2기 공정건설을 통해 승용차 30만대 생산능력 구축, 동평혼다(東風本田公司) 각종 승용차 24만대 생산능력 구축, 동평과 르노 승용차 합작항목 추진, 푹핑의 자체브랜드 승용차 발전, 우한(武漢), 스언(十堰), 샤오간(孝感), 쑤이쩌우(隨州) 등 도시에서 공정시공. 비행장. 유전. 국방건설 등에 필요한 각종 전용차 생산 추진, 2-3개 비교적 규모가 크고 브랜드 영향력이 있는 기업 육성, 저판버스, 고속버스, 중고급 관광차 개발, 동평띠엔동(東風電動公司), 우한 이공대(武漢理工大), 화중과학대(華中科大)에 의뢰하여 전기자동차 연구개발 생산기지 형성

- 부품 : 3~5개 국내외 경쟁력을 갖춘 각종 부품을 생산하는 대형부품그룹과 관련 부품생산 기업 육성(관련 기지 및 기업: 東風康明斯의 발동기 생산능력 확대, 東風-德納의 새시, 十堰, 荊州자동차 부품산업기지, 三環汽車의 부품생산 확대)

#### ▷ 야금공업

- 철강 : 우한강철(武鋼)의 자동차용 강판·규소강판 등 고부가가치 제품 발전을 통해 세계일류강철기업이자 최대 냉연규소강판 생산기지 및 중국의 자동차용 판재 주요 생산기지로 육성, 신야강(湖北新冶鋼有限公司)의 기어 및 베어링 생산용 특수강 발전 및 대형특수강 생산기지 형성, 아연도 강판·주석도 강판·칼라강판·강구조물·강선 등 강재 정밀가공제품 발전, 철강 및 강재 심가공 제품 생산능력을 각각 2,200만톤 이상, 500만 톤으로 확대, 어강(鄂鋼)의 냉연박판 및 열연중후판, 신예강의 코크스화 공정·신형금형강·은(銀)재 등 발전

- 비철금속 : 구리(銅), 알루미늄(鋁) 가공능력 및 가공도 제고, 따예(大冶有色公司)의 어동동광(鄂東銅鑛)자원개발 이용수준을 제고하여 전국 중요의 구리생산 기지화, 동판 스트랩·동박·알루미늄판 스트랩·전자 알루미늄박 등 심가공 제품 발전, 전해구리·전해 알루미늄 생산능력을 각각 40만톤, 70만톤으로 제고, 중뤼(中鋁黃石)의 고정밀도 동판스트랩 및 전해동박, 판장커우뤄예(丹江口鋁業公司)의 고정밀도 알루미늄판 스트랩, 중뤼(中鋁宜昌)의 전해알루미늄, 쩐장화성뤼띠엔(潛江華盛鋁電公司)의 알루미늄 심가공 제품 등 프로젝트 추진

#### ▷ 석유화학공업

- 석유화공 : 에틸렌 및 다운스트림제품 중점 발전, 우한(武漢石化). 징먼(荊門石化)의 원유가공능력 확대, 우한의 80만톤 에틸렌 프로젝트 및 다운스트림 분야 추진, 중국 중부지역의 석유화학 공업생산기지로 육성
- 인(磷), 염(鹽)화공 : 인(磷).염(鹽)자원의 심가공 및 관련 제품 개발, 이화·양평·황마이링·따위커우(宜化·洋豐·黃麥嶺·大峪口) 등 주요 기업을 중심으로 전국적으로 중요한 고농도 인(磷)복합비료 기지 건설, 싱여우그룹(興友集團)을 중심으로 전국중요 정밀 인(磷)화공 생산기지 건설, 이창·샹판·징먼(宜昌.襄樊.荊門) 등 지역의 중저품질의 인광채광·습식인산정제·정밀인화공제품·인함유 신소재·인석고 종합이용 등 분야 연구개발 및 생산, 이화·꺼화·샤룽따·쑹환·장한(宜化.葛化.沙隆達.雙環.江漢)유전(油田)의염화 공장 등 기업을 중심으로 가성소다·소다 설비개선, 대형이온막소다생산설비건설, 염화메탈·염화폴리에틸렌·염화폴리프로필렌 등 심가공 제품 개발, 가성소다·소다 생산능력 100만톤 이

상으로 제고, 이화(宜化)의 칼슘카바이드(電石) 프로젝트신규 추진

▷ 장비제조업

- 조선 : 특종선박 발전 위주, 우창(武昌造船廠)의 모래채취선, 해양플랫폼용도선박, 공무집행선, 칭산(靑山船廠)의 스테인레스화학품선·유조선 및 기타 액체화물운반선·컨테이너선, 이창(宜昌船廠)의 다용도 컨테이너선, 호화유람선 등, 이외 중환중공(中船重工)의 어저우(鄂州) 소재 기업을 중심으로 한 저속디젤발전기·발전기·대형베어링·대형단조물·선박용보조기계·선박용용기·라디에이터 등 선박부품, 우한선박용설비공업원(武漢船用設備工業園) 건설
- 발전 및 송변전, 선반 : 대형발전소 보일러·신형 개스터빈 발전설비 및 초고압 송변전 설비·신형에너지 및 청결 에너지이용설비, 수치제어 금속절삭 및 단조선반, 신형포장·제지·양식·방직·시멘트기계, 야금 및 도금설비 등 발전(관련 기업: 우궈(武漢鍋爐)·창동(長動) 등 주요 기업을 통해 우한을 중국의 중요 발전설비제조기지화, 우중(武重)의 중형·초중형 수치제어선반, 우궈의 60만kw발전소 보일러 및 백만kw급 핵발전소용 구조물, 용땡(永鼎紅旗電纜)의 고압 및 초고압 케이블, 징산칭지(京山輕機)의 포장기계 등)
- 환경보호설비 : 카이띠(凱迪電力)의 대형 건식 탈황 및 집진 일체화 설비 발전, 우궈(武鍋)의 대형소다 회수 보일러 등 프로젝트 추진

● 서비스업

- ▷ 물류업 : 삼대물류권 형성(우한(武漢)도시권 물류권, 이창(宜

昌)-징저우(荊州)-징먼(荊門)물류권(충칭 동부, 후난 서부 물류중심과 연결), 상판(襄樊)-스옌(十堰)-쑤이쩌우(隨州) 물류권(산시(陝西), 충칭 지역 물류중심과 연결)

### ● 농업

- ▷ 농업생산구조 : 양식생산기지(荊州, 襄樊, 孝感, 黃岡 등 지역), 면화생산기지(江漢平原, 鄂東, 鄂北 지역), 유채생산기지(江漢平原, 鄂東, 鄂中北 지역), 채소(대도시 주변 지역 및 鄂北의 특작채소, 鄂西의 고산채소 등), 과일(양자강 연안 9 개현(시)지역, 淸江 유역, 丹江 연안지역), 복숭아(孝感, 襄樊의 저산구릉지역), 차잎·식용버섯·약재·담배잎·양잠·키위·구약나물·왕밤(武陵, 秦巴, 幕阜, 大別山 지역), 젖소양육기지(武漢, 宜昌, 咸寧 등 대중도시 주변), 육우·육양 양육기지(漢江, 淸江 유역)
- ▷ 농촌건설 : 100 개 중점 진(鎭)건설. 이중 소속기업의 연간 판매액이 20억 위안인 鎭 10개, 10억 위안 이상인 진 40개 건설

### ● 사회기초시설(인프라)

- ▷ 도로 : 11·5기간 중 고속도로 총연장이 10·5기간말의 2배인 3,500km 완성, 1,2급 도로 총연장 각각 1,420km, 19,080km 완성, 시골의 향(鄉)간 연결도로의 아스팔트화 1,250km 완성, 우한·상판·징저우·이창·황스·스옌·언스 등 7개 도로 운송 주간선 건설
- ▷ 철도 : 철도 총연장 3,400km 달성, 허페이(合肥)-우한, 우한-이창, 이창-리추안(利川) (복선구간), 베이징-우한, 우한-광저우(廣州) 여객 전용철로 건설 등

- ▷ 하천운항 : 창장(長江) 중류의 항운센터 건설, 우한·이창·징저우·황스·상판·빠둥(巴東)등 중요 항구 및 운송루트 건설, 우한의 양뤄(陽邏)항 2기 공사 및 징저우·이창·황스 항의 부두 건설 등, 전체 항구 물동량 2억톤/년(그중 컨테이너 170만 TEU) 달성
- ▷ 항공 : 대형 중심 공항 건설, 우한과 동남아·미주 등 국제노선 개통, 이창-홍콩 국제노선 개통, 이창 비행장 세관건설, 상판.언스 공항의 보조설비 정비
- ▷ 파이프라인 : 고중압석유·가스 파이프라인 총연장 2,756km 달성
- ▷ 도시기초시설 : 일인당 공공녹지면적 10m<sup>2</sup> 달성, 도시오수 집중처리율 및 생활쓰레기 무해화 처리율 60% 달성

## ● 에너지

- ▷ 전력
  - 수력발전소 : 총 발전용량 3,550만kw 달성(淸江水布(土亞)電站, 白蓮河.北山抽水蓄能電站 완공, 十堰潘口, 龍背灣, 孤山, 恩施江坪河 등 대중형 발전소 건설시작)
  - 화력발전소 : 총 발전용량 1,630만kw(大別山電廠, 陽邏電廠 3기, 荊門電廠 3기, 襄樊電廠 2기, 鄂州電廠 2기 등 건설, 黃岡電廠, 黃石西塞山電廠 2기, 蒲圻電廠 2기, 漢川電廠 3기 등 건설준비), 석탄연소 화력발전소의 탈황시설 전면 설치, 천연가스 자원 이용 발전, 저열량 석탄자원 이용 갱구(坑口) 발전 등
  - 전력망 : 500kv 및 220kv 등급의 주 전력망 건설, 500kv변전소 10기 확대 및 신규 건설(주 변전용량 1,250만 kv, 총

- 전력망 4,900km), 220kv 변전소 64기 확대 및 신규 건설 (주 변전용량 1,230만 kv, 총 전력망 2,480km) 등
- ▷ 석탄 : 우한·이창·샹판에 1,000만톤 이상의 석탄 디스트리뷰션 센터 건설, 주요 광산 탐사 및 건설
  - ▷ 석유 및 가스 : 황스(黃石)광구의 석탄가스층 탐사, 어시(鄂西)·장한(江漢)평원 석유천연가스 탐사, 쑹시엔(忠縣)-우한 천연가스 파이프라인 완성(西氣東輸 주요 파이프라인과 연결), 이징(儀征)-창링(長嶺) 등 석유파이프라인 건설추진
  - ▷ 기타 재생에너지 : 풍력발전소(通山九宮山風電 2기, 利川齊鄆山風電 1기 등, 발전용량 10만kw초과), 태양에너지열수기, 태양에너지 열발전소 추진, 고효율 광전지 연구개발, 식물줄기(짚)·쓰레기·공업폐열·연소가능 가스의 종합이용 발전 등

후베이성의 11·5기간 경제 발전 주요 목표

지표	2005년	11·5목표	연평균 증가율(%)
GDP(억 위안)	6,485	10,610	10%이상
일인당 GDP(위안)	10,765	17,110	9.7%
서비스업부가가치 비중제고		약 3%포인트	
서비스업 취직 비중제고		약 4%포인트	
R&D/GDP		약 0.5% 포인트	2010년 전국 평균 수준
도시화율(%)	44.4	50	
총인구(만명)	6,031	6,215 이내	0.6%이내
단위 GDP 에너지 소모 (표준석탄 톤)	1.28	1.04	5년기간 20%감소
공업생산부가가치당 용수량(m <sup>3</sup> )	180	120	5년하강 33%좌우
농업 관개용수 유효이용계수	0.43	0.48	
공업고체폐기물 종합이용율(%)	72.5	75	
경지 보유량(만 ha)	467.5	436.3	-0.66%
주요 오염물 배출총량 감소		2005년 수준	
삼림 보급율(%)	36	40이상	
15세 이상 일인당교육기간(년)	8.6	9 이상	
도시기본양로보험가입(만명)	820	1,040	
농촌신형합작의료 현(縣)단위 보급률(%)	24.5	100	
5년 도시(城鎮) 신증 취직(만개)		(350좌우)	
5년 농업노동력 이전(만명)		(400이상)	
도시 등록 실업률(%)	4.3	4.5좌우	
도시주민일인당가처분소득(위안)	8786	12910	8
농촌주민일인당순수입(위안)	3099	4145	6

자료: 湖北省經濟和社會發展第十一個五年規劃

## ■ 후난성(湖南省)

위 치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 북쪽은 양자강을 경계로 후베이(湖北)와 남으로는 광둥(廣東), 광시( 廣西), 동으로는 장시(江西), 서로는 충칭(重慶), 꾸이쩌우(貴州)와 경계를 맞대고 있음.</li> <li>* 북위 : 24°29' - 30°08'      동경 : 108°47' - 114°15'</li> <li>- 기후 : 대륙성 아열대계절풍 습윤기후(연평균기온 : 16~18℃)</li> <li>* 연평균 일조량 : 1,300~1,800시간</li> <li>* 무서리기간(無霜期) : 278~300일,</li> <li>* 연평균강우량 : 1,200~1,700mm</li> </ul>
면 적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 21만 km<sup>2</sup> (산지 : 51.2%, 분지 : 13.9%, 평원 : 13.1%, 구릉 : 15.4%)</li> </ul>
행정구역	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성중심지(省會) : 창사시(長沙)</li> <li>* 주요도시 : 창사(長沙), 주쩌우(株州), 상탄(湘潭), 형양(衡陽), 샤오양(邵陽), 유에양(岳陽), 창더(常德), 쟡지아지에(張家界), 이양(益陽), 용쩌우(永州), 화이화(懷化), 러우띠(婁底地區), 상시투지아 먀오족 자치구(湘西 土家族苗族自治區)</li> <li>* 122개 현</li> </ul>
인 구 (2005년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 6,732만명 (도시 인구 2,491만, 전성인구의 37% 점유)</li> <li>* 민족 : 한족(漢族)이 절대다수. 그 외 토족(土族), 회족(回族) 등 소수민족이 있음.</li> <li>* 표준어 대화가 쉽지 않은 지역임. 후난 사투리가 심함.</li> </ul>
주요 경제지표 (2005년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP : 6,474억 위안(2005, 10.2% 성장)</li> <li>- 1인당 GDP : 10,366위안 (1,295.75달러 9.8%)</li> <li>- 교역규모 : 60억 달러 (2005, 21.8% 증가)</li> <li>* 수출 : 37.5억 달러(19.9% 증가)</li> <li>* 수입 : 22.6억 달러</li> <li>- 외국인 직접투자 유입액 : 20.72억 달러</li> <li>* 계약건수 : 729건      * 계약액 : 42.4억 달러</li> <li>- 전세계 500대기업 중 LG 등 38개사 진출</li> </ul>

주요자원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 부존자원: 텅스텐, 안티몬 매장량(세계 최대), 비스무스, 형석, 석묵, 백운석 매장량(중국 최대), 납, 아연, 수은, 망간, 바나듐, 고령토(전국 2위), 주석, 몰리브덴, 리튬, 금, 은, 구리 등이 매장되어 있어 다양한 광물자원 보유</li> <li>- 석탄 저장량 남부 지역 중 1위</li> </ul>
개발구	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가급 경제기술개발구 : 창사(長沙)</li> <li>- 국가급 첨단기술(하이테크)개발구 : 창사(長沙), 주쩌우(株洲)</li> </ul>
한국과의 관계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한·후난성 교역액 : 5.1억 달러(2005)</li> <li>* 한국 → 후난성 : 2.6억 달러(-15.7%)</li> <li>* 후난성 → 한국 : 2.5억 달러( 44.6%)</li> <li>- 한국의 후난성 투자 (2006년 3월말 현재 누계 투자)</li> <li>* 투자건수 : 28건</li> <li>* 투자액 : 2억 3천만 달러</li> </ul>

후난성 11·5 경제발전계획(湖南省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃)에 따른 향후 산업 발전 방향은 아래와 같다.

### ● 농업 산업화

- ▷ 신농촌 경제, 농산물 심가공, 규모화 농업경영
- ▷ 농업 5 대 산업군 형성 발전
  - 양식, 면(棉), 마(麻)산업군
  - 육류, 우유, 수산물 산업군
  - 채소류, 차(茶)산업군
  - 대나무, 목재, 이만품, 제지 산업군
  - 담배 산업

## ● 공업화

### ▷ 지주(支柱)산업 발전 방향

- 설비제조 : 교류(직류)전동전기기차, 중형기관차, 지능형시멘트기계, 중형운송기계, 굴착기계, 에너지절약 환경보호형 공정기계, 발전용량 100만kw 대형 화력발전소 유량펌프, 초고압변전설비, 자동차용디젤엔진, 자동차용전기·전자제품, 자동변속기 등 관련 자동차 부품 및 자동차(관련 기업 : 株洲電力機車, 時代集團, 湘潭電機, 中聯, 三一, 江麓, 山河智能, 長豐, 江南, 北汽福田, 湘火炬, 湖南車橋, 衡陽特變電工, 長沙高壓開關, 中天科技, 新濱湖, 宗南 등 기업이 중심)
- 철강비철금속 : MittalSteelCompanyN.V(인도미탈그룹)의 구조강판, 열도금알루미늄 아편판, 스프링강, 고강도중후판, 냉연강판, 용융환원강철 등 6 대기술 소화흡수 및 철강비철금속분야 고정밀 첨단제품 발전(관련 기업 : 華菱集團, 冷鋼, 有色控股集團 등)
- 담배 : 중국의 3대 담배생산기지화. 빠이샤(白沙), 푸룽왕(芙蓉王)등 브랜드 육성(관련 기업 : 長沙卷煙廠, 常德卷煙廠 등)

### ▷ 신흥산업 발전방향

- 전자정보통신 : 고해상현상관, 신형모니터(등이온모니터, OLED 모니터, 형광모니터 등), S/W(어플리케이션, 네트워크관리, 임베딩s/w, 정보안전관리 분야 등), 디지털위성 TV, 디지털유선TV, 디지털화 가정정보 네트워크시스템 및 그 제품, 고성능컴퓨터, 단말기, 금융전자, 기관, 프린터 등 주변기기, 소형화·다기능화 신형전자 부품, 애니메이션 및 네트워크 게임 등(3대기지 건설:湖南電子信息產業(長沙), 國家軟件產業(長沙), 湖南數字視訊產業(郴州))

- 신재료(신소재) : 전지제품(스트랩형 포말니켈 등 선진 전지 재료, 니켈수소동력전지 등), 고순도·초세미·나노금속재료, 고성능합금·희귀금속·희토금속재료, 고정밀판재·파이프·스트랩용 금속박막재료·경질합금, 인조다이아몬드 등 경질재료 종류 확대, 유리섬유, UV수지, SIC섬유 및 궤도교통용 복합재료, 공업용신소재개발, 신소재응용 및 다운스트림 제품 개발(관련 기업: 博雲新材, 力元新材, 時代集團, 湘潭電化 등)
- 생물약 : 중요 질병의 유전자 치료 및 유전자 약물, 나노생물 및 의학공정 제품, 신형약품개발(예방약, 유전자진단시제, 면역약물, 신형항생물질 등), 중약재료 재배 규범화, 중약채취물의 표준화, 현대중약(中成藥), 보건식품, 신품종 화학약제 및 핵심 중간체 개발, 동식물 신품종 선택 및 배양, 동식물 및 미생물 생리활성화 물질 개발, 생물농약, 생물비료, 생물성장촉진제 및 신형동물약 및 진단시제 발전, 잡종교배 벼 등 잡종교배 종묘 발전, 종자배양의 규모화 표준화 및 관련 설비생산(관련 기지: 長沙國家生物產業化基地, 瀏陽生物醫藥園 등)
- 이외 전통산업(식품가공(旺旺, 統一 등 대만기업), 건축재료, 석유화학, 제지·임산물가공 등), 문화산업(출판) 등의 발전을 추진할 계획이다.

### ● 도시화 건설

### ● 서비스업 발전(년 평균 11% 성장):

- 중앙정부의 중부지역 정책(1)양식기지, 2)에너지·원자재기지, 3)물류중심)과 궈를 같이하여 후난성 내 5대 물류권을 발전시킬 계획이다.

- 창사(長沙)-상탄(湘潭)-주쩌우(株州) 3개 지역의 경제일체화 발전
- 후난성 서부지역 발전
- 사회간접자본: 7개 고속도로 건설 및 연결

## 후난성 11·5 기간 경제 발전 주요 목표

지표	2005년	2010년 목표	증가율(%)
GDP(억 위안)	6,500	10,000以上	10 상하
재정수입(억 위안)	738	1,300	12
신규 도시취업자(만명)		300	5년 누계
농업부문 노동력이전(만명)		400	5년 누계
도시 등록 실업률(%)	4.6	4.5	
사회소비품소매총액(억 위안)	2,370	4,160	12
고정자산투자(억 위안)		16,500	13(5년누계)
수출입총액(억 달러)	60.1	100 이상	12
도시화율(%)	37	45 상하	
R&D/ GDP (%)	0.7	2	
GDP 1만 위안 당 에너지 소모량 (표준석탄환산 t)	1.41	1.13	5년 기간 감소 20%
농업 관개용수 유효이용계수(%)	0.4	0.48	
공업고체폐기물종합이용율(%)	68	80	
경지 보유량(만 무)	5,724	5,658	
삼림(%)	55	57 상하	
중학교 삼년 이수율(%)	89.8	95이상	
고등학교 교육 입학율(%)	45.7	75	
고등교육(전문, 대학, 대학원) 입학율(%)	19.3	25좌우	
도시 기본 양로보험 가입(만명)	528	828	9.4
신형 농촌 합작 의료보험가입(%)	65.2	80	(시범지역수)
주요 오염물 배출 총량감소(%)		10	
인구수(만명)	6,733	7,000이내	<0.75
도시주민일인당가처분소득(위안)	9,500	13,300	7
농촌주민일인당 순수입(위안)	3,118	4,170	6

자료 : 湖南省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要

## ■ 안후이성(安徽省)

위치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 동부내륙지구, 장강하류에 위치하고 있으며 동쪽으로 장수(江蘇), 저장(浙江), 북으로는 산둥(山東), 서쪽으로는 후베이(湖北), 허난(河南)과 경계를 맞대고 있음</li> <li>* 북위 : 29°41' - 34°38'    동경 : 114°54' - 119°37'</li> <li>- 기후 : 온대반습윤 및 아열대습윤 계절풍기후(연평균기온 14~17℃)</li> <li>* 연평균 일조량: 1,800~2,500시간</li> <li>* 무서리기간: 200~250일</li> <li>* 연평균 강우량: 800mm~1,800mm</li> </ul>
면적	- 13.9 만 km <sup>2</sup> (산지 29%, 평원 24%, 구릉 29% 등)
행정구역	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성중심지(省會) : 허페이(合肥)</li> <li>* 주요도시 : 우후(蕪湖), 병부(蚌埠), 화이난(淮南), 마안산(馬鞍山), 화이베이(淮北), 퉁링(銅陵), 안칭(安慶), 황산(黃山) 등</li> </ul>
인구 (2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 6,516 만 명(도시 인구 2,313만, 전성 인구의 35.5% 점유)</li> <li>* 민족 : 漢族이 전성 인구의 99% 이상을 차지, 回族, 滿族, 蒙古族, 壯族 등 52개 소수민족이 1% 정도 차지</li> </ul>
주요경제 지표 (2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP : 5375.8억 위엔 (11.8% 성장)</li> <li>- 1인당 GDP : 8597위엔(1,049.5달러)</li> <li>- 교역규모 : 91.2억 달러(26.4% 성장)</li> <li>* 수출 : 51.9억 달러(31.8% 증가)</li> <li>* 수입 : 39.3억 달러(20% 증가)</li> <li>- 외국인 직접투자 유입액 : 6.9억 달러</li> <li>* 계약액 : 15.5억 달러</li> </ul>
주요자원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 부존자원 : 석탄, 철, 동, 유황, 명반석이 5대 자원임.</li> <li>석탄매장량 7위, 철광매장량 5위, 동매장량 5위, 철광매장량 2위</li> </ul>

개발구	- 국가급 경제기술개발구 : 허페이(合肥) - 국가급 첨단기술(하이테크)개발구 : 허페이(合肥)
한국과의 관계	- 한·안후이성 교역액 : 5.4억 달러(2005) * 한국 → 안후이성 : 3.1억 달러(5.3%) * 안후이성 → 한국 : 2.3억 달러(60.9%) - 한국의 안후이성 투자(2006년 3월말 현재 누계 투자) * 투자건수 : 42건 * 투자액 : 5,453만 달러

안후이성 11·5 계획(安徽省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃)에 따른 향후 산업발전 방향은 아래와 같다.

### ● 공업화

#### ▷ 제조업

- 자동차산업 : 치루이(奇瑞), 장치(江汽), 화링(華菱) 등 완성차 및 전용차기업 발전 지원, 국가자동차프로젝트실험실 및 국가자동차수출기지 건설, 환경에너지 및 신연료 자동차 개발, 자동차부품산업 발전, 2010년 자동차생산능력 200만대, 그중 승용차 120만대 달성
- 화공산업 : 석탄화-염화 일체화(연간 440만톤 코크스, 144만톤 칼슘카바이드, 80만톤 수산화나트륨, 100만톤 PVC 생산, 4×30만kw 간석발전소 건설), 석탄계 메틸알콜 및 올레핀 등 중대프로젝트 건설, 안칭(安慶)석화 정밀화, 대형화, 우량화 지원, 100만톤 에틸렌 프로젝트 사전업무 추진, 2010년 3,000만톤 원탄 심가공 및 600만톤 이상 원유 가공능력 형성
- 장비제조업 : 지게차, 굴삭기 등 엔지니어링기계제품 선두지위 공고화, 대형유압기, 전력케이블설비, 대형잠수전기펌프,

발전소보일러, 유리제조설비 등 특색우위제품 발전, 디지털 제어선반, 전기설비, 환경보호설비, 선박 및 선박용 디젤엔진, 농업용 기계 등 시장잠재력이 큰 제품 개발

- ▷ 첨단기술산업 : 정보가전, 소프트웨어 및 단말제품, 자동차전자 등 산업기지건설, 디지털영상, 네트워크통신설비, 집적회로 등 전자제품 발전, 건강, 식품, 농업, 환보, 에너지, 소재 등 분야의 바이오산업화 실시, 허페이의 소프트웨어와 바이오의약, 화이난(淮南)의 바이오의약, 우후의 신소재, 퉁링(銅陵)의 전자소재, 하오저우(亳州)의 현대중약 등 첨단기술산업기지 건설 가속화, 2010년 첨단기술산업 1000억위안 달성, 그중 정보산업 500억 위안 달성
- ▷ 소재산업 : 정밀강철기지, 유색금속기지, 신형건자재기지 건설 가속화, 2010년 마강(馬鋼)그룹 철강생산능력 2000만톤, 스트랩 비중 60% 이상 달성, 퉁링유색그룹 전해구리 생산능력 70만톤, 심가공율 50% 이상 달성, 하이루오(海螺)그룹 시멘트 생산능력 15억톤 이상 달성

## ● 농업

- 전성 식량 종합생산능력 550억g 유지, 2010년 농업생산액과 농산품가공생산액 비율 1:13 달성, 판매액 20억 위안 및 10억 위안 이상 되는 주력기업군 육성, 식량과 식용유 2000만톤, 돼지 1000만마리, 소 150만마리, 유제품 40만톤 연간 생산 및 가공능력 형성
- 옥수수가공, 밀가루, 사료생산 규모화, 곡물 심가공능력 확대, 2~3개 규모화된 유지 가공기지 건설, 유제품가공, 삼림 펄프제지 일체화 프로젝트 실시

- 2010년 논 유효관개면적 5110만무 달성, 중저효율 논 280만 ㉮ 개조

#### ● 서비스업

- 허페이, 우후, 병부, 안칭, 푸양 등 중심도시와 교통중추지역을 중심으로 한 물류원구 건설

#### ● 사회기초시설

- 절반 이상의 성 관할시가 상해를 중심으로 한 “3시간 경제권”에 들 수 있도록 도로, 철로, 수상교통 정비
- 11·5 기간 중 신규건설 철로 1000km 이상, 고속도로 2000km, 농촌도로 6만km 이상 개조 및 증설, 항로 550km 개선, 오일가스파이프 2000km 건설

#### ● 에너지산업

- ▷ 석탄 : 전성 신규 증설 원탄생산능력 8000만톤, 총생산능력 15억톤 달성
- ▷ 전력 : 신규 증설 전력용량 1500만kw 이상, 총용량 2800만 kw 이상 달성
- ▷ 신에너지 및 재생에너지 : 열병합발전 신규증설발전용량 60만kw, 소형수력발전 증설 10만kw, 도시쓰레기소각 발전소 3개(발전용량3 6만kw, 년처리량 45만톤), 매년 30개 대형 및 100개 중형 부탄가스 프로젝트, 3만kw 풍력발전시범공정
- ▷ 석유 및 천연가스 : 안칭허페이(安(庆)合(肥)) 정유파이프라인 및 이정창링(仪(征)长(岭)) 원유파이프라인 안후이구간 프로젝트 진행, 15개의 성내 천연가스 지선파이프라인 건설

## 안후이성 11·5 기간 경제 발전 주요 목표

지표	2005년	2010년 목표	증가율(%)
GDP(억 위안)	5,375.8	10,000	10 이상
일인당 GDP(위안)	8,597	15,500	
재정수입(억 위안)	656.4	1,300	15
신규 도시취업자(만명)		200	5년 누계
농업부문 노동력이전(만명)		300	5년 누계
도시 등록 실업률(%)	4.4	<5	
사회소비품소매총액(억 위안)	1,765	3,110	12
수출입총액(억 달러)	91.2	183	15
도시화율(%)	35.5	> 42	
R&D/ GDP(%)			(0.7)
GDP 1만 위안 당 에너지 소모량 (표준석탄환산 t)	1.42		-4.4
농업 관개용수 유효이용계수(%)		0.5	
공업고체폐기물종합이용율(%)	80	85	
경지 보유량(만 무)	410.9(2004년)		-0.3
삼림(%)	26.06	28.66	
국민평균교육기간(년)		10	
서비스업 부가가치 비중(%)	40.5	43	
서비스업 취업비중(%)	30	35	
도시 기본 양로보험 가입(만명)	347	400	(12.4)
신형 농촌 합작 의료보험가입(%)		80	
주요 오염물 배출 총량감소(%)			(5.0)
인구수(만명)	6,516	6,750	<7‰
도시주민일인당가처분소득(위안)	8,470.7	12,000	>7
농촌주민일인당 순수입(위안)	2,641	3,800	>7

자료 : 安徽省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要

### ■ 장시성(江西省)

위치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동으로 저장(浙江), 푸젠(福建), 남으로 광둥(廣東), 서로는 후난(湖南), 북으로는 후베이(湖北), 안후이와 인접해 있음.</li> <li>* 북위: 24°29' - 30°04', 동경 113°34' - 118°28'</li> <li>- 기후 : 아열대습윤 기후(연평균기온 18℃)</li> <li>* 연평균 일조량 : 1,473~2,077시간</li> <li>* 연평균 강우량 : 1341mm~1940mm</li> </ul>
면적	- 16.7 만 km <sup>2</sup> (산지 36%, 구릉 42%, 평원과 수면 등 22%)
행정구역	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성중심지(省會) : 난창(南昌)</li> <li>* 주요도시 : 징더전(景德鎮), 핑샹(萍鄉), 지우장(九江), 신위(新余), 잉탄(鷹潭) 등</li> <li>* 70개 현</li> </ul>
인구 (2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4,311 만 명(도시 인구 1599만, 전성 인구의 37.1% 점유)</li> <li>* 민족 : 漢族이 절대 다수를 차지하고 기타 42개 소수민족(回族, 滿族 등)이 10만명 정도 차지</li> </ul>
주요 경제지표 (2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP : 4056.2억 위안 (12.8% 성장)</li> <li>- 1인당 GDP : 9439위안</li> <li>- 교역규모 : 40.6억 달러(14.9% 성장)</li> <li>* 수출 : 24.4억 달러(22.3% 증가)</li> <li>* 수입 : 16.2억 달러(5.4% 증가)</li> <li>- 외국인 직접투자 유입액 : 24.2억 달러</li> <li>* 계약건수 : 940건      * 계약액 : 38.8억 달러</li> </ul>
주요자원	- 주요 부존자원 : 동과 은의 매장량은 전국 제1위로 알려지고 있으며, 이 밖에도 텅스텐, 금, 납, 몰리브덴, 우라늄, 인광석, 아연 등의 30여종 전국 제3위 이내
개발구	- 국가급 첨단기술(하이테크)개발구 : 난창(南昌)

한국과의 관계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한·장시성 교역액 : 1.3억 달러(2005)</li> <li>* 한국 → 장시성 : 0.6억 달러(8.5%)</li> <li>* 장시성 → 한국: 0.7억 달러( 11.1%)</li> <li>    한국의 장시성 투자 (2006년 3월말 현재 누계 투자)</li> <li>* 투자건수: 21건</li> <li>* 투자액: 1,642만 달러</li> </ul>
------------	--

장시성 11·5 경제발전계획(江西省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃)에 따른 향후 산업발전 방향은 아래와 같다.

### ● 농업 현대화

- 농업구조 조정: 경제작물의 전체 농산업 중 차지비중 및 양식업(목축업, 어업)의 농업 중 차지비중 65% 달성
- 식량, 감귤, 가축, 유제품, 수산물, 차잎, 채소, 중약재, 유차(동백나무의 한 가지), 유기농제품 등 분야의 대형브랜드 기업 배양
- 농업기계화 수준 50% 달성, 농촌 식수 보급률 50%, 위생화장실 보급률 50%

### ● 공업화

- ▷ 지주(支柱)산업 : 2010년 6대 지주산업 규모 이상 기업 생산액 1300억 위엔 달성(공업 생산액의 70% 이상)
  - 자동차항공 및 정밀제조산업 : 장링(江鈴) VM엔진과 신차형, 창허(昌河) 지우장(九江)기지 엔진과 승용차, 창허 징더전(景德鎮)본부 신형 소형차, 화샹푸치(華翔富奇) 자동차, 신신스

예(鑫新實業) 중고급버스 등 생산라인 건설, 장링 기어와 차체, 창리(長力) 스프링 및 기타 자동차부품 생산능력 강화, 고급훈련기, 다용도헬리콥터, 임항선박제조업 발전

- 특색아금 및 금속제품산업 : 난창(南昌) 유색금속고급제품 생산능력, 동북부지역 동제련 가공능력, 남부의 희귀 희토금속 가공능력 제고, 동판스트랩, 동파이프, 동박 등 가공제품 발전, 신강(新鋼) 300만톤 박판프로젝트 건설, 신강 위주의 판재 및 선재, 난강(南鋼) 위주의 우수선재, 나선강, 자동차스프링강, 핑강(萍鋼) 위주의 건축 강재 등 3대 정밀제품기지 건설 추진
- 전자정보 및 현대가전산업: 디지털영상제품, 가정용공조기, 통신단말기, 통신케이블, 광전부품, 온도조절기, 영구자석모터, 전자계전기 등
- 중약 및 바이오의약산업 : 10대 중약브랜드(汇仁, 江中, 仁和, 海欣, 天施康, 珍视明, 济民可信, 桑海济生, 樟树药帮, 进贤의료기계) 육성. 종양, 에이즈, 심뇌혈관질병 치료신약 개발
- 식품공업 : 농산품 정밀가공, 녹색식품, 유기식품, 보건식품, 기능성특색식품 개발. 연초공업 경쟁력 강화. 백주 시장점유율 제고
- 정밀화공 및 신형건자재 산업 : 지우장스화(九江石化) 100만톤 코크스화 장치 및 디젤수소 첨가장치 건설 지원, 유기규소단량체기술 제고를 통한 20만 톤 유기규소 단량체 생산능력 형성, 신형건법시멘트 점유량 70% 이상, 벌크시멘트 및 레미콘 확대, 신형벽재와 신형 건축장식자재, 내화자재 개발

- 기타: 동, 유기규소, 염화공, 경형자동차, 신형모니터, 텅스  
 템 생산가공, 희토생산가공, 특색세라믹연구가공, 중약현대  
 화, 의류신발모자 등 10대공업기지 건설
- ▷ 기초공업 발전
  - 동자원이용 : 푸자우(富家坞), 우산(武山), 청면산(城门山) 동  
 광산 채굴생산확대를 통한 연간 동정련량 20만톤 달성, 장동  
 (江銅)그룹 제련능력 70만톤 달성
  - 암염 및 형석자원: 중부 100만톤 염화공 프로젝트 건설, 남  
 부 및 동북부 불소화공 프로젝트 건설
- ▷ 난창-지우장 일대 공업 클러스터화 발전 : 全省 공업생산액  
 의 50% 이상 점유, 석유화공, 자동차기계, 야금전자재 산업  
 발전. 선박제조, 디지털가전, 현대물류산업 육성

● 서비스업

- 물류업 : 南昌'九江'赣州'鹰潭'宜春 등 지역성 물류집중  
 센터 건설

● 사회기초시설

- ▷ 도로 : 2010년 고속도로 총길이 3000km, 1급도로 1175km,  
 2급도로 10600km 완성, 시-현간 2급 이상 도로, 현-향진 3  
 급 이상 도로, 향-촌간 기본 아스팔트나 시멘트 도로 건설
- ▷ 철도 : 2010년 철도 총길이 2832km 이상, 그중 복선1670km  
 이상, 전기화1662km
- ▷ 수운 : 간장(赣江), 신장(信江) 1000톤급 수륙운송노선 건설,  
 300-500톤급 기타내륙 하천 수륙운송망 건설, 2010년 내륙  
 하천 통항길이 5716km, 그중 3급 599km

- ▷ 항공 : 창베이(昌北)국제공항 확장을 통해 중형규모 중추항으로 발전, 간저우황진(赣州黄金)공항 이전 및 징더진(景德镇)공항 확장

### ● 에너지

- ▷ 석탄 : 핑샹(萍乡), 핑청(丰城), 러핑(乐平) 등 3대 석탄기지 생산량 유지, 월탄생산능력 2,500만톤 달성
- ▷ 전력 : 2010년 증설 전력용량 500만kw 이상, 총용량 1,200만kw 달성, 화력발전소 증점 건설(黄金埠, 丰城 2기, 瑞金, 分宜 확장, 井冈山 2기), 新昌, 萍乡 발전소 신규 및 확장 건설 추진, 景德镇 확장, 南昌燃气, 贵溪, 抚州 등 발전소 사전 준비작업 추진, 수력발전 완안(万安), 타이허(泰和) 수력발전 개발, 홍핀(洪屏) 양수축능발전소 건설, 소형수력발전 개발, 장시 원자력발전 1기 2\*100만kw 착공, 환판양후(环鄱阳湖) 지역 10-20만kw 풍력발전소 건설 추진
- ▷ 전력망 : 신위-난창-잉탄-푸저우-신위중부(新余-南昌-鹰潭-抚州-新余中部) 500kv 환(環)전력망 건설, 후난주저우(湖南株洲) 500kv 전력망과 연계 실현, 500kv 송전선로 1887km, 220kv 송전선로 3429km 신규건설, 500kv 변전용량 975만kva, 220kv 변전 용량 945만kva 증설
- ▷ 석유 및 천연가스 : 2010년 난창(南昌), 지우장(九江), 징더진(景德镇) 등 중심도시 천연가스 보급, 지우장-난창-장수(九江-南昌-樟树) 정유파이프라인 건설

## 장시성 11·5 기간 경제 발전 주요 목표

지표	2005년	2010년 목표	증가율(%)
GDP(억 위안)	4,070	8,000	11
일인당 GDP(달러)	1,140	2,000	10.2
재정수입(억 위안)	425.7	856	15
신규 도시취업자(만명)		230	5년 누계
도시 등록 실업률(%)	3.5	5	
사회소비품소매총액(억 위안)	1,236.2	2,277	13
고정자산투자(억 위안)	2,293	4,816	16
수출총액(억 달러)	24.4	49	15
도시화율(%)	37	45	1.6
R&D/ GDP(%)	0.64	1.2	0.11
GDP 1만 위안 당 에너지 소모량(표준석탄환산 t)	1.2	0.96	-4.4
도시생활오수집중처리율(%)	12.3	60	9.54
도시생활쓰레기무해화처리율(%)	29.3	70	8.14
경지 보유량(만 무)	4,300	4,300	
삼림(%)	60.05	63	
고등학교 교육 입학율(%)	60	80	4.0
고등교육(전문, 대학, 대학원) 입학율(%)	20.5	25	0.91
도시 기본 양로보험 가입(만명)	387.43	550	7.26
신형 농촌 합작 의료보험가입(%)	12.5	80	13.5
인구수(만명)	4,317	4,500	0.8
도시주민일인당가처분소득(위안)	8,620	13,000	8.6
농촌주민일인당 순수입(위안)	3,266	4,600	7.1

자료 : 江西省國民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要



## 제 4 장

### 전략편

# 전략 마케팅 11계명



## 01

**다층화, 다원화 환경에 적응하라**

중국은 광활한 국토 면적의 특성상, 각 지역별로 역사와 문화가 서로 다르며 10·5 계획까지 지속된 불균형 성장론에 따라 지역별로 경제발전 수준도 상이하다.

11·5 계획은 표면적으로는 지역간 불균형 해소에 초점을 맞추고 있지만 앞으로 권역경제 시스템의 활성화에 따라 시장 환경은 더욱 다층화, 다원화될 것이다. 기업의 경쟁전략을 다층화, 다원화된 시장과 얼마나 효과적으로 결합하느냐에 따라 성공과 실패가 극명하게 나뉠 것이다.

**중층이 쌓여가는 중국 시장**

구매력 측면에서 보면, 중국 시장은 각 권역은 물론, 동일 권역 내 동일 도시에서도 심한 격차를 보이고 있다. 구매력의 격차는 시장 수요의 차이로 이어진다.

장강삼각주의 핵심 지역인 상하이와 환발해권의 베이징에서는 1천만 위안(약 12억 원) 이상 호가하는 고급 별장이 잘 팔리는가 하면 지방 중소 도시에서는 평방 미터당 1~2천 위안 대의 서민형 주택이 인기리에 분양되고 있다. 자동차 시장에서는 BMW와 벤츠 등 대형 고급 승용차 수요자가 있는가 하면 중국 체리자동차가 만든 소형 QQ 승용차를 구입하는 소비자도 있다. 똑같은 중산층이라고 해도 구매력



은 대도시와 지방 도시가 현격한 차이를 보인다.

다층화 되고 있는 중국 시장은 ▷ 성장지역과 낙후지역 ▷1, 2급 시장과 3, 4급 시장 ▷도시와 농촌 등으로 구분할 수 있다. 11·5 계획 기간에 기업들은 낙후지역과 3, 4급 시장 그

리고 농촌 시장에 대한 진출 전략을 새롭게 구사할 필요가 있다.

### ■ 성장지역과 낙후지역에서의 전략

민영경제가 가장 발전한 동부 성장지역인 저장(浙江)성 대부분의 도시들은 내륙 낙후지역의 도시보다 1인당 수입이 평균 5배 이상에 달한다.

성장지역은 전체적인 소비력이 높기 때문에 매우 광범위한 세분화 전략을 채택할 수 있다. 소비 계층별로 세분화된 시장의 특성이 매우 뚜렷하고 개별 세분화 시장도 일정한 소비 규모를 유지한다. 그러나 낙후지역은 소비능력상의 제약으로 인해 시장이 비교적 단일화된 특성을 갖고 있으며 시장 세분화의 정도가 매우 모호한 측면이 있다.

성장지역은 단체 소비보다 개인 소비의 규모가 크지만 낙후지역에서는 여전히 단체 소비가 전체 소비를 주도하고 있다. 요식업을 예로 들면, 동부 연해의 성장지역에서는 개인과 민영기업이 주요 소비계층이 되지만 낙후지역에서는 정부 기관이나 국유기업이 주 고객층이다. 컴퓨터, 자동차 업종도 성장지역에서는 개인 고객의 비중이 높지만 낙후지역에서는 사치품으로 분류돼 정부와 기업 등 단체 수요자가 많다.

성장지역에서는 안정된 수입을 가진 중산층이 독특한 소비행태를 보이며 브랜드 가치를 중요시하는 반면, 낙후지역은 중산층의 숫자가 적고 브랜드보다는 가격을 우선시하는 경향이 뚜렷하다.

기업의 전략적 선택에서는 이 같은 지역별 차이를 충분히 고려해야 한다. 권역시장을 선택할 때에는 성장지역과 낙후지역의 차이에 대한 치밀한 검토를 통해 성장지역에 진출할 것인지 낙후지역을 선점할 것인지에 대한 전략적 판단이 선행되어야 한다.

성장지역과 낙후지역의 격차를 제대로 파악한다면 낙후지역의 경제수준이 일정 단계에 도달했을 때 경쟁기업보다 한발 앞서 전략의 중심을 단체 소비에서 개인 소비로 전환할 수 있어 시장 세분화에 성공할 수 있다.

### ■ 1, 2급 시장과 3, 4급 시장에서의 전략

베이징, 상하이, 광저우, 선전 등 대도시와 각 성의 수도는 1, 2급 시장을 구성하고 나머지 지역은 3, 4급 시장을 이루고 있다. 1, 2급 시장과 3, 4급 시장은 구매력, 소비습관에서 매우 뚜렷한 차이를 보이고 있다.

11·5 계획 기간 중에 특히 주목할 시장은 상대적으로 기업 경쟁이 치열하지 않은 3, 4급 시장이라고 할 수 있다. 특히 판매 후 서비스(AS)가 필요 없는 패스트 무빙 상품의 경우, 3, 4급 시장도 이미 상당한 규모의 시장 공간을 가지고 있다.

종래 대부분의 기업에게 있어 3, 4급 시장은 관심의 대상이 아니었다. 시장의 절대 규모가 작은데다 각 지역에 분산돼 있어 물류와 사후 서비스 비용이 과다했기 때문이다.

이제 기업들로서는 3, 4급 시장에 대한 인식을 새롭게 해야 한다. 우선 1, 2급 시장에서 기업 간 경쟁이 격화되고 시장이 포화 상태로 접어들고 있는 반면, 최근 3, 4급 시장은 제3차 물류업의 성장으로 접근 가능성이 크게 개선되고 있다.

기업들이 3, 4급 시장에 진출할 때에는 소비력의 차이를 고려해 1, 2급 시장보다 낮은 가격을 책정하는 경우가 많다. 그러나 저가 전략이 반드시 저 이윤을 의미하는 것은 아니다. 3, 4급 시장은 경쟁이 치열하지 않기 때문에 경우에 따라서는 1, 2급 시장보다 높은 이윤율이 나오는 경우도 있다.



3, 4급 시장에서의 성공 사례는 중국 기업에서 흔히 찾아볼 수 있다. 중국 의약보건의용품 시장에서 돌풍을 일으킨 산주(三株)는 3, 4급 시장에 주력한 마케팅 전략이 주효해 전체 매출액의 60% 이상을 이 지역에서 거두어들이고 있

다. 중국 기업으로서는 최초로 콜라 제품을 내놓은 와하하(娃哈哈) 그룹은 ‘페이창(非常)’ 콜라를 3, 4급 시장에 집중 마케팅한 결과, 코크와 펩시가 양분하고 있는 중국 콜라시장에서 당당하게 경쟁하게 됐다. 3, 4급 시장을 겨냥한 2,999 위안 짜리 컴퓨터를 출시한 레노보는 인텔 제품보다 가격이 싼 ADM 칩을 채용해 가격은 인하하면서 수익은 줄어들지 않는 효과를 보았다.

## ■ 도시와 농촌에서의 전략

일반적으로 도시 시장은 규모는 크지만 경쟁이 심하고 시장 개척과 유지에 소요되는 비용 부담이 있다. 이 같은 현상은 중국에서는 더욱 심하게 나타나 최근 2~3년 전부터 농촌 시장을 공략하는 기업들이 늘고 있다. 중국은 11·5 계획 기간 중에도 도농간 시장의 구조와 수준 차이가 지속될 전망이어서 기업들로서는 전략적인 대응이 필요하다.

우선 도시인구와 농촌인구를 차별화해서 보아야 한다. 기업들이 흔히 범하기 쉬운 오류는 선진국에서 농촌시장이 커지는 시간과 속도를 중국 시장에 대입하고 이를 성장잠재 공간으로 본다는 것이다. 이 같은 방식은 일부 업종에서는 타당하게 적용될 수 있지만 대부분의 업종에서는 전혀 다른 결과로 이어질 수 있다.

최근 중국에서 급팽창하고 있는 유제품 시장의 경우를 사례로 들어 보자. 중국인들의 유제품 소비량은 서방 선진국 시장의 10분의 1 수준에 불과하기 때문에 흔히 무작정 잠재력이 무한하다는 결론에 이르기 쉽다. 그러나 도시와 농촌의 상황을 비교 분석해볼 필요가 있다. 현재 도시지역의 유제품 소비량은 전국 평균치의 3배를 웃돌고 있고 국제적인 수준과 비교해보아도 큰 격차를 보이지 않는다. 그러나 농촌에서는 유제품 소비습관이 제대로 형성되지 않았을 뿐만 아니라 앞으로 상당 기간이 지나야 일정 규모의 시장을 기대할 수 있는 상황이다.

따라서 만약 기업이 시장 잠재력만을 기대하고 맹목적으로 설비를 대량 확충하거나 농촌을 겨냥한 저가전략에 나선다면 자금 압박과 재고 누적으로 장기간 어려움에 처할 것이다. 농촌은 11·5 계획 기간에 기업들이 적극적으로 개척해야 할 시장임에는 틀림없지만 일시에 대거 진입하기 보다는 요충지를 선택해서 단계적으로 진출하는 전략이 필요하다. 앞서 사례로 든 중국 의약보건품 회사인 산주(三株)가 농촌

시장에 진입할 때 철로와 도로가 지나가는 농촌 거점부터 우선적으로 교두보를 마련해 성공했음은 시사하는 바가 크다.

## 갈수록 다원화되는 시장 환경

소비자 수요와 구매행위 그리고 시장의 성장 단계라는 측면에서 볼 때 중국 시장은 매우 다원화된 특징을 가지고 있다.

### ■ 권역별 수요의 다원화

중국 라면시장의 약 50%를 차지하고 있는 대만계 식품회사인 캉스푸(康師傅)가 중국 즉석면 시장에 처음 출시한 제품은 해물 맛을 가미한 제품이었다. 대만 소비자들이 이 맛을 가장 선호했기 때문이었다. 그러나 중국에선 소비자들의 반응이 기대에 훨씬 못 미쳤다. 시장 조사결과, 중국에선 대체로 해물 맛보다는 쇠고기 맛을 즐겨 찾고 각 지역별로도 입맛이 제각각 인 것으로 나타났다.

캉스푸는 쇠고기 면의 일종인 홍소우육면(紅燒牛肉麵)을 선두주자로 각 지역별 구미에 맞는 다양한 맛의 제품을 출시했고 대성공을 거두었다. 중국에는 예로부터 “동쪽은 (음식 맛이) 맵고 서쪽은 시고 남쪽은 달며 북쪽은 짜다”(東辣西酸南甜北咸)이라는 말이 있다. 캉스푸의 사례는 권역별로 서로 다른 입맛에 맞도록 조정된 제품 전략이 주요한 경우다.

흔히 다국적기업들이 중국에 진출할 때에는 성숙기 시장에 접어든 제품을 내놓으면서 중국 현지 소비자들의 수요를 간과하는 경우가 많다.

따라서 중국의 경쟁 기업들이 이 제품과 유사하면서도 보다 현지화된 제품을 출시하면 다국적기업의 제품은 판매 부진에 빠지기 쉽다.

다국적기업들이 곧바로 중국에 연구개발(R&D)센터를 설립하고 현지화된 제품 개발에 나선다지만 곤경을 벗어나기란 쉽지 않다. 대부분의 경우에 있어 다국적기업의 모든 업무 현황은 본국소재 모기업의 통제를 받기 때문에 진정한 의미에서의 현지화를 이루기 어렵기 때문이다.

중국에서 2001년만 해도 휴대폰 시장의 선두주자로 꼽혔던 지멘스가 2004년에 이르러서는 시장 점유율 2% 미만으로 10권 밖으로 밀려난 사례는 권역별 현지화 전략의 중요성을 시사해준다.

지멘스 휴대폰은 브랜드 인지도나 품질에 문제가 생긴 것이 아니었다. 중국 소비자들이 휴대폰을 구입할 때 가장 중요하게 여기는 것은 디자인과 최신 모델의 출시 속도에 있다. 그러나 지멘스는 독일 모기업의 경영 방침에 따라 동일한 디자인이 대중을 이루었고 신제품의 디자인에서 출시까지의 시간이 통상 1년 6개월이나 소요되면서 소비자들로부터 외면당한 것이다. 노키아와 삼성의 경우, 이 기간이 대개 6개월 내지 1년이면 충분하며 중국 기업들은 4~6개월 이내에 신모델을 내놓는 것과 비교하면 큰 차이를 보인다.

## ■ 개인 수요와 단체 수요의 다원화

11·5 기획 기간 중에는 중국 정부의 민간소비 활성화 정책에 따라 개인 수요가 지속적으로 확대될 것이며 다른 한편에서 정부와 공공기관, 기업 부문의 단체 수요도 크게 증가할 것이다.

일반적으로 개인 차원의 소비는 1회 구매량이 단위 상품 하나에 불

과하며 가격에 매우 민감한 특징을 갖는다. 이에 반해 단체 소비는 1회 구매량이 많고 상대적으로 가격에 덜 민감하다. 개인용 상품과 단체용 상품은 전략이 차별화되어야 하며 판매 장소도 서로 달라야 함을 시사하는 것이다.

컴퓨터를 예로 들면, 개인용 컴퓨터 사용자는 대개 한번에 1대를 구입하며 멀티미디어를 포함해 각종 소프트웨어를 요구하는 경우가 많다. 하지만 사후 서비스(AS)가 까다롭지 않아 백화점, 전문점 등 대중화된 소매점에서 판매하는 것이 효과적이다.

정부와 공공기관, 기업 부문이 단체로 구입할 경우에는 상황이 달라진다. 1회 구매량이 많고 이후 중복 구매 가능성이 큰데다 업그레이드 등 AS 요구도 매우 까다롭다. 따라서 단체 고객을 상대하기 위해서는 판매는 물론 AS에 있어서도 체계적인 고객관리 시스템이 필요하다. 기업 고객의 경우에는 업종별로 서로 다른 구매 특성을 보이기 때문에 이에 맞게 판매 대리상을 세분화하는 전략도 필요하다.

중국 컴퓨터 업계의 선두주자인 레노보가 성공할 수 있었던 것도 업계 최초로 개인 고객과 단체 고객을 명확히 구분해 생산에서 판매, AS에 이르기까지의 전 과정을 체계적으로 분리해서 관리했기 때문이다. 개인 수요와 단체 수요의 다원화 확대 추세에 따른 시장 차별화 전략은 비단 컴퓨터뿐 아니라 자동차(개인용 승용차와 관용차) 등 다른 제품에서도 얼마든지 적용될 수 있다.

## ■ 시장 단계의 다원화

중국은 거대규모의 경제실체이기 때문에 모든 경제권역에 동시에 진출하기는 어려우며 각 권역별 시장진입 시기에 순서가 있어야 한다.

중소기업의 중국시장 진출은 일반적으로 특정 권역시장에서 시작해 다른 권역으로 점차 확대해나가는 경우가 많다. 따라서 아무리 성공적으로 시장에 진출한다고 해도 전국 범위로 넓혀가기까지는 수년이 소요된다. 따라서 초기에 진출한 권



역과 가장 최근에 진출한 권역은 시장의 단계가 서로 다르기 마련이다. 초기 진출권역은 성숙기, 심지어 쇠퇴기에 접어들 수 있는 반면 가장 일찍 진출한 권역은 여전히 성장기 시장이라고 볼 수 있다.

이미 전국적인 판매망을 보유한 대기업도 비슷한 상황을 겪게 된다. 전국 시장을 대상으로 신제품을 출시하면 각 권역시장에서 서로 다른 반응이 나오는 경우가 많다. 각 권역별로 기존 판매제품의 매출 상황이 서로 달라 신제품 수용능력도 차이가 나기 때문이다.

상품의 생명주기가 짧은 경우라면 권역별 시장의 단계화는 더욱 다원화 경향을 띄게 된다.

중국에서 보건용품의 생명주기는 대략 3~5년으로 간주된다. 베이징에 있는 한 보건용품 회사의 경우, 설립 초기 제1차 년도에 환발해권 시장을 개척했고 이듬해 장강삼각주 시장에 진출한데 이어 제3차 년도에는 주강삼각주에 진입했다. 이렇게 해서 회사 설립 4년째가 됐을 때에는 각 권역시장이 큰 차이를 보이게 된다. 환발해권 시장은 이미 쇠퇴기에 접어들어 아무리 광고를 하고 판촉 활동을 전개해도 매출 실적이 2~3년 전만 못하다. 반면, 주강삼각주 시장은 성장단계에 있기 때문에 상대적으로 낮은 비용을 투입해도 매출신장 효과를 낼 수 있는 측면이 있다.

## ■ 유통 업체의 다원화

최근 급신장세를 보이고 있는 유통업 시장에서는 백화점 등 전통적인 업체와 수퍼마켓, 연쇄점, 대형 매장 등 다양한 업체가 공존하고 있다. 그러나 지역별로는 서로 다른 업체가 우위를 점하고 있다. 대도시의 경우에는 편의점, 수퍼마켓, 대형 매장이 주류를 이루면서 패스트 무빙 상품 판매량의 약 50%를 소화하고 있다. 그러나 중소도시에서는 백화점이 여전히 강세를 보이고 있다.

또 다른 측면에서 신홍 업체와 전통 업체의 생존 경쟁이 치열해지고 있다. 예를 들어 연쇄점과 대형 매장은 백화점의 생존 공간을 위협하고 있으며 할인점과 같은 또 다른 신홍 업체는 연쇄점을 위협하고 있다. 최근 할인점들은 주문자 상표부착방식(OEM)을 통해 생산자와 직접 거래하면서 유통 단계와 비용을 줄여 대형 매장보다 10% 가량 싼 값에 판매하고 있다. 일부 할인점의 자기 브랜드 판매 비율이 80%에 달하는 경우도 있다.

신홍 업체와 제품 공급상과의 충돌 가능성도 갈수록 커지고 있다. 중국의 대표적인 가전 양판매장인 귀메이(國美)와 쑤닝(蘇寧)은 공급상이 허용하는 최저가 이하로 제품으로 판매하는 바람에 공급상과의 마찰이 잦다.

중국계 신홍 가전업체인 거리(格力)는 지난 2004년 쑤닝과의 협력 관계를 끝내야 했다. 더 싼 가격에 제품을 판매하려는 쑤닝이 거리와의 직거래를 요구한 반면, 거리는 여전히 수닝을 최종 판매상의 하나로 간주해 직접 납품을 거절했던 때문이다. 귀에미 및 쑤닝과의 거래에서 마찰이 생긴 공급상 중에는 레노보, 하이얼 같은 중국의 중량급 기업도 다수 포함되어 있어 유통업계의 세력 확장세가 얼마나 대단한지 느낄 수 있다. 신홍 유통업체는 앞으로 상당 기간 전통 업체 및 제품 공급상과의 긴장과 충돌이 불가피할 전망이다.

# 원본페이지 누락

P.283~292

병행하는 것이 도움이 된다. 중국 간장기능 회복제 업계에서 주목받는 제약업체인 윈양생물(云洋生物)은 중국 전역에 100여 개의 대리상을 두고 있지만 자체 운영하는 전문 판매점이 상하이에만 100개에 달한다. 대리상 제도만을 운영하던 시기와 비교해 2년 만에 매출액이 30배 이상 증가했다.

### ■ 코닥의 성공 사례

1994년 중국에 진출한 코닥은 자타가 공인하는 업계 선두주자다. 세계적인 브랜드 가치에다 경쟁 상대가 될만한 중국 업체도 없기 때문이다. 최근 중국내 환경 변화에 대응해나가는 코닥의 전략적 변신은 유통 경로의 혁신에 성공한 또 하나의 사례다.

코닥의 중국시장 포진은 세계 다른 시장에서와 마찬가지로 3층 피라미드 구조에 기초하고 있다. 중국 700여 개 도시에 깔린 8,000개의 사진현상 체인점은 재래식 필름사진을 취급하는 표준 점포 5,000여 개와 디지털 현상점 900여 개, 필름사진과 디지털 사진을 함께 취급하는 골드점 2,000여 개로 이루어져 있다. 중국 어디서나 볼 수 있는 맥도날드 햄버거와 KFC의 매장이 각각 680개와 1,400개인 점을 감안하면 코닥 현상점의 규모를 짐작할 수 있다. 사진찍기를 좋아하는 중국인들의 기호를 타고 대도시는 물론, 농촌 구석 구석까지 진출해 우체국(China Post) 다음으로 많은 매장을 가지고 있을 정도다.

그러나, 2~3년 전부터 환경이 달라졌다. 세계적인 조류를 타고 중국에서도 디지털 카메라 보급이 확산되면서 필름사진 선호도가 급격히 감소한 것이다. 전국적으로 900개의 디지털 사진 체인점이 있다고는 하지만 필름 사진을 기반으로 하는 재래식 표준점이 전체

8,000개 체인점의 60% 이상을 차지하고 있다. 필름 사진과 디지털 사진을 동시에 취급하는 골드점의 경우도 필름사진 영업 비율이 월등히 높았다. 경쟁사의 증가로 시장을 잠식당했다기 보다는 시장 자체가 사라져 버릴 수 있는 상황이었다.



어떤 형식으로든 체인점의 디지털화를 서둘러야 했다. 표준점을 디지털점으로 전환하는 방법이 있지만 그러기에는 점주들의 투자비용 부담이 만만찮았다. 20평방미터 미만의 표준점은 최소 투자 비용이 10만 위엔(약 1,200만원)에 불과하지만 디지털점(50평방미터 이상)은 그 보다 5배 이상의 자금이 소요된다.

결국 표준점 정도의 적은 비용으로도 창업이 가능한 새로운 매장 모델을 만드는 방향으로 가닥이 잡혔다. 이렇게 해서 나온 것이 소형 디지털 익스프레스점이다. 기존의 3층 피라미드 구조를 4층으로 세분화한 것이다. 2005년 8월에 디지털 익스프레스점 구상이 가닥 잡힌 후 바로 다음 달에 중국 1호점이 상하이에 문을 열었다. 이어 일반 투자자는 물론 기존 디지털점의 점주들을 초청해 대대적인 홍보 활동을 한 결과, 디지털 익스프레스점은 전국적으로 200개 점포를 넘어섰다. 2008년까지는 재래식 표준점을 3천개로 줄이고 익스프레스점은 3,500개까지 확대할 예정이다.

코닥은 어찌 보면 간단한 미세 조정을 했지만 매우 짧은 기간에 전략적 전환에 나선 점이 돋보인다.

## 03

## 한발 앞서 미래 코드를 파악하라

## 끊임없는 걱정들

지금까지 우리 기업들의 중국 진출은 미래 지향적이기보다는 현재 진행형이었다. 앞으로 생겨날 새로운 시장과 기회를 보고 들어가기 보다는 이미 생겨난 시장에 뒤늦게 진출하는 경우가 많았다.

이런 구조에서는 앞으로 살아남기 힘든 것은 물론이고 당장 눈앞에 벌어지는 상황에 대해서도 지나치게 민감하게 반응할 수밖에 없다. 우리는 2003년 하반기부터 중국발 원자재 파동이다 해서 온통 난리였던 것을 기억한다. 그러던 것이 2004년부터 봄 중국 정부의 긴축정책의 시행으로 기업의 생산 부문이 영향을 받으면서 원자재 걱정은 다소나마 줄어드는 상황이 됐다. 그런데도 원자재 시장의 안정세에 안도하지 못하고 긴축정책이 시장에 찬물을 끼얹었다는 걱정을 하기 시작했다.

우산 장사와 짚신 장사 아들을 둔 어머니 마음이 되서는 곤란하다. 당장 눈앞에 벌어지는 일로 놀라기만 한다면 앞으로 중국과 관련해 놀랄 일이 끝도 없을 것이다. 가장 중요한 것은 이제 더 이상 중국을 보는 시각이 온탕과 냉탕을 끊임없이 오가서는 안 된다는 것이다

기업들은 이제 이런 시각을 하루 빨리 버리고 중국의 미래에 어떤 코드가 유망한지 한발 앞서 읽어내어 경쟁 기업보다 발 빠르게 진출해야 한다.

## 미래 시장으로 가는 방법

앞으로 시장에서 가시화될 미래 코드를 파악할 수 있는 가장 효과적인 방법은 중국의 정책 및 환경 변화를 세밀하게 살피고 이를 바탕으로 대응 방안을 마련하는 것이다.

첫째, 중국이 새로운 IT를 비롯한 하이테크산업을 새로운 성장 동력 산업으로 채택하면서 이 분야의 시장이 급속히 확대되고 있다. 우리 기업들은 IT와 첨단부품 위주로 수출 품목의 구조를 전환해야 한다.

중국 기업의 기술력 향상으로 가격경쟁력 위주의 단순 수출은 한계 상황에 부딪히게 될 것이므로 기업들은 첨단부품 위주로 수출 품목을 다변화하는 노력이 필요하다. 11·5 기획 기간 동안 중국은 자국 산업 보호를 위해 필요하다면 반덤핑 제소 및 긴급수입제한조치 등을 적극적으로 활용할 것이다.

수입 규제 조치는 주로 철강과 화공 제품 등에 집중되고 있으며 IT 및 그 부품이 해당되는 경우는 드물기 때문에 앞으로 수출시장을 확대하는데 유리한 조건을 가지고



있다. 11·5 기획이 마무리될 시점이 되면 중국이 생산하지 못하는 제품이 거의 없을 정도로 기술력이 향상될 것이다. 그렇다면 수입관세율이 아무리 낮아져도 수입 유발효과를 내는 데는 한계가 있을 것이다. 따라서 중국 수출은 고급 부품 위주로 재편해 나가야 한다.

둘째, 중국은 2008년 베이징올림픽과 2010년 상하이엑스포와 광저우아시안게임 등 엄청난 경제적 유발효과를 내는 대형 국책 프로젝트를 끊임없이 추진하고 있다. 여기에다 앞으로 국토의 균형적인 발전

을 위해 사회인프라(SOC) 건설에 적극적으로 나설 것이 확실해 다양한 진출 확대 노력을 기울여야 한다.

예를 들어, SOC 투자 확대에 따른 유망 분야로는 굴삭기, 기중기 등 건설 중장비와 발전설비, 용접설비, 통신설비 등이 있으며 주택건설이 확대되면서 바닥재, 벽지, 창틀, 고급 페인트, 에너지 절약용품, 방음 설비 등 전자재 수요가 늘어날 전망이다.

또한, 중국 정부가 경제성장 방식을 바꿀 정도로 환경과 자원 분야에 신경을 쓰고 있어 대기오염방지 설비를 비롯해 수질오염 처리설비, 고체 폐기물 처리 설비 등이 유망 분야로 떠오르고 있다. 이 밖에, 중국도 점차 정보화 시대에 접어들면서 CDMA 통신설비, 네트워크 제품, 초고속 인터넷 제품 등이 각광을 받고 있다.

셋째, 중국은 국토균형발전 전략의 일환으로 최근 이른바 '제2선(지방 중소)' 도시들을 집중적으로 육성하고 있어 이 지역 시장 진출 노력을 확대해야 한다. 소비시장의 측면에서 본다면, 상하이와 베이징 등 대도시는 이미 경쟁이 매우 치열하지만 대도시 인근에는 아직까지 경쟁보다는 시장 잠재력이 큰 중소도시들이 많다. 예를 들어, 상하이 인근에 위치한 장장삼각주의 10여 개 주요 도시가 여기에 해당한다. 이곳은 아직 외국기업들의 진출이 미미한 지역으로, 서둘러 거점을 확보할 필요가 있다. 독자적으로 시장 네트워크를 개척하기 어려운 경우라면 중국 기업과의 협력 관계도 모색할 필요가 있다.

## 04

## 학습형 조직으로 변신하라

### 학습이 필요한 이유

우리나라에서 열 손가락 안에 꼽히는 한 대기업의 중국 프로젝트 담당자에게서 이런 이야기를 들은 적이 있다.

“1년 전부터 중국 기업과의 합자 프로젝트를 추진해왔는데 정식 계약을 체결하려다 보니 어느새 법이 바뀌어 있었습니다. 환경요구 조건이 강화돼 이제 와서 프로젝트 자체를 재검토하게 됐습니다.”

중국이 세계무역기구(WTO) 가입을 전후해 수 천 건의 경제관계 법령과 법규를 손질했다는 사실은 이제 웬만한 기업 관계자들은 다 아는 상식이 됐다. 그러나 이 같은 움직임이 막상 사업 현장에 어떻게 영향을 미치는 가에 대해서는 쉽게 간과해버리는 경우가 많다. 이제까지 수 천 건의 법령과 법규가 손질됐다면 앞으로는 더 많은 규정이 바뀌게 될 것이 전에 없던 시장은 이전과는 전혀 다른 모습으로 나타날 것이다.

중국은 시장이 매력적이지만 기업에서 항상 준비된 조직을 운영해야만 그 시장을 자기 것으로 만들 수 있다. 학습의 필요성이 갈수록 커지고 있는 것이다.

기업의 중국 업무담당 조직에서 가장 흔하게 발견되는 문제점 가운데 하나가 중국은 알지만 경제를 모르거나 경제는 알지만 중국을 모른다는 것이다. 대학 중문과 출신들은 중국 사정과 중국어는 잘 하지만 경제에 대한 이해가 부족하고 경제를 잘 아는 사람은 중국의 특수

성을 잘 모르는 것이다. 따라서 중국의 특수성과 경제를 동시에 이해할 수 있는 인력 육성이 필요하며 이들을 중심으로 기업은 학습형 조직으로 준비되어 있어야 할 것이다.

기업이 학습형 조직으로 거듭나기 위해서는 이 같은 외부환경에 대한 학습 활동을 강화함과 동시에 기업 내부학습 시스템도 효과적으로 가동되어야 한다.



## 05 브랜드로 승부하라

### 기술만으로는 한계에 부딪혀

날로 경쟁이 치열해지는 중국 시장에서 살아남기 위해서는 경쟁사를 앞설 수 있는 핵심 경쟁력을 확보해야 한다. 핵심 경쟁력은 흔히 기술 경쟁력, 자금 경쟁력, 판매 경쟁력, 브랜드 경쟁력 등 4가지 측면에서 접근할 수 있다. 이 가운데 중국에 진출하는 우리 기업들의 경쟁력은 과연 어디에 초점을 맞추어야 할 것인가?

최근 중국이 이미 고가품 중심의 시장으로 변하고 있다는 시각이 있다. 그러나 중국은 거대 규모의 경제 특성상 가격이 비싼 것은 비싼 대로 시장이 있고 값싼 것은 값싼 대로 시장을 형성하고 있다. 품질도 좋은 것과 나쁜 것이 각각 시장을 만들고 있다. 이러한 시장 특성을 고려하지 않고, 무작정 남들이 어떤 상품을 판매해서 잘 된다고 하니 그대로 하는 것이 좋다고 생각한다면 매우 위험해진다. 중국처럼 재고가 넘쳐날 정도로 경쟁이 치열한 곳에서는 더욱 그렇다.

앞선 기술이 있다고 해도 중국에서 안심만 할 수는 없다. 중국 시장의 개방이 가속화되고 정보 전파 경로가 다양해지면서 기술 요소의 비중은 오히려 감소할 것이다. 미래 기술의 발전 방향을 정확하게 설정하기는 현실적으로 더욱 어려운 일이다.

일반적으로 자금 여력은 외국 기업이 중국 기업보다 분명히 우위에 있다. 그러나 중국 기업도 최근의 급성장으로 많은 부를 축적했다. 금융조달 환경도 날로 개선되고 있어 기업 간의 자금력 격차는 갈수

록 줄어드는 상황이다. 선두권의 중국 기업들은 해외자금 조달에도 나서기 시작했다. 자금력에 과도하게 의지하는 것으로는 제품을 더 잘 팔 수 없다.

## 브랜드 전략의 요체는 고유 이미지 쌓기

판매 유통망은 기본적으로 외국 기업이 아무리 잘한다고 해도 열세일 수밖에 없다. 중국의 WTO 가입 이후 많은 외국 기업이 시장에 속속 들어오고 있고 이미 진출한 기업들은 중소도시로 뺏어나가고 있다. 그런데 본국의 상품이나 기술, 관리방식은 중국에 이식할 수 있지만 판매망은 상황이 다르다. 중국은 유통 경로가 복잡해 대도시 진출은 쉬울지 몰라도 중소 도시는 자력으로는 진출하기 어렵다. 자연스럽게 현지 대리상을 이용하는 경우가 많다.

앞서 지적한 것처럼 중국의 대리상은 판매가 가능한 지역이 소재지 시장으로 제한돼 있는 경우가 많고 자금력도 충분하지 않아 외국 기업의 시장 확대에 한계 요인으로 작용하는 경우도 있다.

이렇게 본다면, 중국 기업들에게 가장 취약한 반면 한국을 포함한 외국 기업들이 앞으로 상당 기간 유지할 수 있는 경쟁력의 요체는 바로 브랜드 파워다. 11·5 기획 기간 중에는 브랜드의 중요성이 더욱 커질 것이다. 브랜드라고 하면 흔히 고급 고가품에만 해당하는 것으로 착각하기 쉽지만 품질이나 가격 또는 기업의 크기에 관계없이 모든 제품에는 고유의 이미지가 있기 마련이다. 브랜드 승부 전략의 요체는 바로 고유의 이미지 쌓기에 달려 있다.

## 06

## 채산성을 확보하라

중국 상무부가 발표하는 주요 상품의 반기별 수급 동향 자료를 보면, 총 600개 표본조사 대상 품목의 70% 가량이 공급이 시장의 수요를 초과하고 있는 것으로 나타나고 있다. 나머지 약 30%는 수요와 공급이 균형을 이루고 있고 기업 입장에서 가장 바람직한 수요 초과 품목은 전무하다.

수년째 이 같은 상황이 계속되고 있다. 11·5 계획 기간 중에도 극적으로 개선될 가능성은 사실상 희박하다. 투자 확대를 통해 경제성장을 이루어온 구조적인 요인이다 중국 기업과 외국인 투자기업이 만든 제품이 시장에 쏟아져 나오면서 공급과잉 현상은 적어도 앞으로 10년간은 중국 시장의 주요 특성 중의 하나가 될 것이다.

공급과잉이 지속되는 한 기업들은 재고 부담을 줄이기 위해 가격경쟁의 유혹에 빠질 것이고 이는 필연적으로 채산성의 악화로 연결된다. 많이 팔아도 이윤은 줄어들 수 있고 제살 깎아먹기식의 경쟁에서 살아남지 못하는 기업들의 대량 도태 상황도 우려된다.

공급과잉구조는 수입품에 대한 중국 정부의 반덤핑 조사와 세이프가드를 언제라도 강화시킬 가능성도 있는 만큼 우리 기업들은 품목별로 시장수급 동향을 수시로 점검해 생산량을 적절히 조절해야만 한다. 똑같은 제품으로 단순 가격경쟁에 뛰어들기 보다는 차별화 전략으로 채산성을 확보해야 한다.

중국 시장에서 기업의 성패는 매출실적보다는 철저히 순익 실적에 달려있음을 인식해야 한다.

## 07

## 심리가격전략을 구사하라

앞서 지적한 것처럼 기업의 경쟁우위는 궁극적으로 두 가지 요소에 기초한다. 더 좋은(better) 물건을 내놓든지 더 싼(cheaper) 물건을 내놓는 것이다. 현실적으로 두 가지 모두가 어렵다면 적어도 어느 하나는 갖춰야 시장에서 이길 수 있다.

일반적으로 기업 입장에서는 가능한 높은 가격을 받고 싶어 하지만 소비자는 낮은 가격을 선호하기 마련이다. 가격의 양면성이다. 마케팅에서 흔히 다루는 가격책정 방법 중에는 비선형가격(non-linear pricing), 다발가격(pricing bundling)과 같은 것들이 있다.

소비자가 구입하는 양에 따라 가격이 달라지는 것이 비선형 가격책정이다. 3개를 사면 하나를 끼워준다든가 1개에 400원인데 4개는 1,000원인 경우다. 또, 가방 하나 가격이 10,000원, 노트 하나 가격이 1,000원이지만 가방과 노트를 같이 사면 10,500원에 파는 것이 다발가격 방식이다.

요즘 중국 시장에서는 심리가격전략이 보편적이다. 실제로는 값이 크게 싼 것도 아니면서 심리적으로 많이 싸다는 느낌이 들게 만드는 전략이다.

또, 소비자가 반드시 낮은 가격의 제품을 선호하고 높은 가격을 회피하는 것은 아니라는 가정에 따라 '기분 좋은' 가격을 내놓기도 한다. 소비자들의 심리 속을 파고드는 전략은 가격의 높낮이에 관계없이 시장에서 히트하는 경우가 적지 않다.

## 숫자 8과 9를 이용한다

중국인들은 전통적으로 숫자 8과 9를 선호한다. 8은 중국어 발음으로 '빠'가 되는데 '돈을 벌다'는 뜻의 '파차이'(發財)의 '파'와 발음이 비슷하기 때문이다. 9의 중국어 발음은 '지우'다. '오래 지속되다'는 '지우'(久)와 발음이 같아서 역시 좋아하는 숫자로 꼽힌다. 그래서 8과 9는 길조의 상징으로 통한다.

시장에 나가보면 원래 1,000위엔짜리 상품이 998위엔이나 988위엔의 가격표를 붙이고 있는 것을 자주 보게 된다. 중국인들이 하는 윗가게는 물론, 까르푸와 같은 외국계 소매유통업체에서도 흔하다.

998은 중국어로 '지우 지우 빠'(九九八)지만 심리적으로 '지우 지우 파'(久久發)의 느낌을 준다. 또, 988은 '지우 빠 빠'(九八八)지만 '지우 파 파'(久發發)를 연상하게 한다. 모두 오래도록 돈을 잘 번다는 뜻이 된다.

170위엔짜리 상품은 곧잘 168위엔에 팔린다. 168의 발음은 '이 루 우 빠'(一六八)지만 소비자들은 '이 루 파'(一路發. 계속 돈 벌다)를 연상하게 된다. 이 처럼 중국에서는 8과 9를 적절히 이용하면 훌륭한 '심리가격'(psychological price)이 될 수 있다.

지금은 없어졌지만 국내에 88이라는 담배가 있었다. 이런 상품을 중국에서 8.8위엔(약 1,320원)에 팔았다면 심리가격과 입소문 마케팅의 효과를 톡톡히 보았을 것이다.

## 비정수(非整數) 가격표를 붙인다

국내에 흔한 경우지만 중국에도 가격의 끝자리를 정수로 하지 않는 경우가 많다. 비정수(非整數) 가격이다. 실제로 중국은 화폐 단위가 낮다보니(1위안은 약 120원) 소수점 이하 가격이 많다. 10위안짜리 상품이 9.80위안이나 9.70위안으로 둔갑하기도 한다.

그러나, 한 가지 철칙이 있다. 끝자리 수는 대개 5보다 큰 숫자로 해야 한다. 9.60위안이라면 소비자들이 싸다는 느낌을 갖고 흔쾌히 사지만 9.40위안이라면 0.40위안을 깎으려는 생각부터 하기 때문이다.

일용품이나 식품에 이런 비정수 가격이 많이 붙는다. 실제 가격 이하 폭은 크지 않으면서도 매출을 올릴 수 있다는 점에서 심리가격의 또 다른 방식이다.

### 1, 2, 3元店

모든 상품을 똑 같은 가격으로 판매한다. 이 방법의 효과는 소비자들에게 심리적 만족도와 함께 선택의 여지를 넓혀주는 장점이 있다. 중국에서는 흔히 소상품(小商品)이라고 하는 작은 생활용품 판매에 널리 적용된다.

10위안점과 8위안점이 인기를 끌면서 1위안점과 2위안점도 생겨났다. 최근엔 '1, 2, 3위안점', '1, 5, 8위안점'도 나왔다. 진열대에 1위안, 5위안, 8위안짜리를 구분해 판매하는 방식이다.

중국처럼 상품적체가 심한 경우, 판매상으로서의 재고 물량을 떨어 내는데 효과적이다. 하지만, 불량품과 모조, 복제품이 많다보니 소비자 입장에서는 각별히 주의해야 한다.

## 08

## 위기관리 시스템을 구축하라

시장 판세의 급변과 경쟁 구도의 첨예화, 그리고 예상치 못한 천재 지변 등으로 인해 어떠한 형식으로든 위기 상황에 직면해있는 것이 현대 기업 환경의 특성이다.

베이징의 시장조사 전문기관인 영점조사(零點調查)가 실시한 기업 실태조사에 따르면, 중국에서는 기업 위기의 정도가 매우 심한 것으로 판단된다. 영점조사는 1~2개의 위기에 직면한 기업을 일반위기 노출기업, 3~4개 위기에 직면한 기업을 중증위기 노출기업, 5개 이상의 위기에 노출된 기업을 고도위기 노출기업으로 분류해본 결과, 상하이와 베이징 소재 기업들의 경우, 중증위기에 노출돼 있는 기업과 고도위기에 직면한 기업이 각각 40.4%와 14.4%에 달하며 나머지 45.2%는 일반 위기에 놓여있다.

위기의 유형은 인력자원위기, 업종 위기, 제품 및 서비스 위기로 나타나고 있으나 대부분의 중국 기업들과 외국인투자기업들은 위기관리 시스템을 운영하지 않고 있는 것으로 조사됐다.

기업의 위기 상황은 악성 종양과 같아서 일정 기간 잠복기를 가지는 특성이 있다. 당장의 시장 기회를 붙잡을 수는 있겠지만 적절한 대비를 하지 않는다면 장차 위기가 표면화됐을 때, 생존력을 가질 수 없다.

중국에 진출한 일부 다국적기업들은 업종별 특성과 해외시장 경험을 기초로 이미 자체 위기관리 시스템을 구축하고 있다. 도시바는 각종 재해 발생시의 위기관리 및 대응지침을 담은 글로벌 행동준칙(全

球國際行動準則)을 운영하고 있고 필립스는 작업 안전지침을 매 분기마다 수정해 현장에서 적용하고 있다. 미쉐린과 소니도 직원을 대상으로 위기통계교육을 실시하거나 응급 조치반을 상설 운영한다.

중국에 진출한 우리나라 기업들은 일부 대기업을 제외하면 위기 예방 및 관리 시스템이 부재하고 부분적으로 도입하는 경우에도 제도적 장치가 미비한 상황이다. 다국적기업들의 위기관리 시스템을 적극적으로 벤치마킹해야만 5년 후, 10년 후에도 중국 시장에서 생존할 수 있다.

## 09

## 사회적 책임을 다하라

## 외국기업만 돈을 벌게 할 수는 없다

몇 가지 징후로 볼 때, 중국은 앞으로 기업의 사회적 책임과 역할을 크게 강조하는 국가가 될 것이다.

첫째, 사회주의경제 시스템이 와해되면서 시장경제 요소가 급속히 확산되고 있다. 국가가 개인의 모든 것을 책임지던 과거의 시스템에서 기업의 역할은 생산 부문에 그쳤다. 생산물을 분배하는 것은 국가의 책임이었고, 이 과정에서 기업은 어떠한 요구도 받지 않았다. 그러나 민영경제가 급속히 생겨나고 수많은 외국기업들이 들어오는 상황에서 국가는 더 이상 분배의 책임자가 아니다. 이제 그 역할을 대신 떠안아 줄 새로운 주체가 필요하게 되었다. 중국은 기업이 사회적 책임을 다해야 한다는 관점에서 일정한 역할을 담당해 주도록 주문하고 있다.

둘째, 중국에 진출한 외국의 다국적기업들이 짧은 시간에 업종별로 시장을 석권하는 현상이 나타나면서 이제 더 이상 외국 기업이 일방적으로 이윤을 내도록 해서는 안 된다는 분위기가 급속히 나타나고 있다. 돈을 많이 번 기업은 사회를 위해 돈을 써야한다는 논리가 확산될 것이며 중국 기업보다는 외국 기업에 더 많은 사회적 역할을 기대할 것으로 보인다.

셋째, 급속한 경제성장에 따른 빈부격차로 부의 편중이 심화되면서 이를 해결하기 위해 부분적이거나 기업 차원에서 지원이 필요하게 됐다.

중국이 원하는 기업의 사회적 책임은 자선활동과 사회봉사 활동부터 노동조합을 구성하기에 이르기까지 매우 다양한 형태로 나타날 것이다. 특히 노동조합의 경우, 현행 규정에 따르면 종업원 25인 이상의 외국 기업에 대해서는 노조를 구성하도록 권고하고 있으나 대부분의 외국 기업들이 이를 회피하고 있다. 앞으로는 권고의 수위를 한층 높여갈 가능성이 크다.

기업의 사회적 책임은 법 규정이 아닌 도덕적 봉사활동이기 때문에 사회적 책임을 다하지 않는다고 해서 규제의 대상이 되지는 않는다. 그러나 사회적 책임을 다하는 기업은 그렇지 않는 기업보다 더 많은 혜택을 받게 될 것이다.

## 10

**개방형 전략적 제휴 시스템을 가동하라**

중국투자 진출에 나서는 기업들이 가장 먼저 부딪히는 것 가운데 하는 합자(또는 합작)로 진출할 것인가, 독자로 진출할 것인가의 문제이다. 합자는 중외합자기업을 설립하는 방식으로써 일반적으로 생각하는 조인트 벤처(joint venture)의 개념이다. 즉, 각 투자자가 공동으로 자본을 출자해 공동으로 경영하고 손익에 대해서는 공동 책임을 지는 유한책임회사의 형태다. 합작은 각 투자자가 공동으로 투자하되 출자 비율에 따라 권리와 의무가 자동적으로 배분되는 합자와는 달리 투자자들의 계약에 의해 배분되는 방식이다. 합작은 투자자들의 권리와 의무를 융통성 있게 조정할 수 있는 장점이 있으나 많은 우리 기업들에게는 다소 낯선 투자 방식이어서 대부분 합자 또는 독자로 진출하는 경우가 많다.

흔히, 합자보다는 독자를 선호하는 기업들이 많지만 투자기업의 현황과 업종, 경영 전략에 따라 각각 나름대로의 장단점이 있어 어느 하나가 절대적으로 유리하다고 할 수 없는 측면이 있다. 합자 공장을 세웠다가 중국 측 파트너와의 불화가 생겨 독자로 전환하는 기업들이 있는가 하면, 독자 진출한 후 중국 유통시장 개척을 위해 합자로 전환하기도 한다.

그러나, 앞으로 중국은 내수소비시장의 개방이 확대되면서 합자나 독자냐의 문제보다는 기업간 전략적 제휴가 조류로 등장하게 될 것이다. 기업들은 시장이 커지면서 신규 사업 추진의 필요성을 느끼게 되겠지만 무조건 확장형을 나갈 수는 없는 상황이다. 시장의 불확실성

이 커지면서 리스크가 더욱 확대될 수 있기 때문이다. 따라서 신규 사업에 투입되는 비용은 최소화하면서 우리 기업의 장점과 다른 기업의 장점을 혼합할 수 있는 윈윈 전략을 구사해야만 할 것이다.

이 같은 움직임은 동종 업계, 이종 업계를 가리지 않고 매우 활발하게 이루어질 전망이다. 특히, 사업 단위별로 수시로 제휴하는 개방형 제휴의 추진은 중국 비즈니스의 성패를 좌우하는 새로운 무기가 될 것이다. 어제의 적이 내일의 동지가 되어가고 있는 것이다.

## 11

## 장기전에 대비하라

## 홍콩기업의 경험

중국에 진출하는 대부분의 기업들이 최단기간 내에 영업 이윤을 내서 국내로 송금하는 데 관심이 많다. 1년 이내에 승부를 걸겠다는 기업도 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 하지만 중국은 법인을 설립하는 것은 비교적 수월하지만 안정된 영업 기반을 확보하기까지는 적지 않은 시간과 노력, 자금을 필요로 한다.

대부분의 중국 진출 기업들은 투자 후 1~2년 동안은 자생력을 키우는 것이 급선무다. 어떤 기업들은 기반을 닦기까지 수년씩 걸리기도 한다.

홍콩의 유명 시계업체인 더리(得利)그룹의 중국 경험담은 중국 내수시장 개척이 얼마나 어려운지를 단적으로 말해준다. 이 회사는 이미 1990년에 광둥성 둥관(東莞)에 공장을 세워 세계 유명업체에 주문자상표부착(OEM) 방식으로 시계를 납품해왔다. 그러던 중 1993년 중국 내수시장에 진출하기로 마음먹고 자기상표를 개발해 광저우(廣州) 지역에서 위탁판매에 나섰다. 현지 매장에 시계를 넘기면 판매실적에 따라 매월 대금을 받는 방식이었다. 위탁판매 초기부터 브랜드 인지도가 높아지면서 매출이 늘어나는 듯 했으나 시간이 갈수록 우려가 현실로 나타나기 시작했다.

위탁 판매상과 대리상들이 처음에는 100~200개 씩 시계를 가져가 대금결제를 성실히 해주는 듯 하다가 나중에 가선 엄청난 물량을 요

구하더니 잠적하거나 결제를 거절하는 경우가 속출했다. 신장(新疆) 사람이 14만 개를 가지고 사라진 경우도 있었다.

1995년부터는 도매를 병행했지만 대금 미결제는 계속됐고 법적 대응도 생각해보았지만 상황이 여의치 않았다. 이렇게 해서 발생한 미결제 금액이 650만 달러 상당에 달했고 그 동안의 기타 투자비용이 약 1,350만 달러나 들어가 지난 10여 년간 중국 내수시장 개척을 위해 2,000만 달러를 쏟아 부은 셈이다. 더리 그룹은 1997년부터 타임존(TimeZone)이란 이름의 전문점을 직영하면서 상황이 호전되기 시작했다. 이 회사의 사례가 모든 기업들에게 적용되는 것은 아니지만 중국 시장이 그만큼 시행착오와 장기전의 복합체임을 시사하는 것이라 하겠다.

## 단기 승부는 무리수 두기 마련

단기간에 승부를 걸다 보면 경영활동 과정에서 무리수를 두게 되고 때로는 매우 위험한 상황으로 이어질 수 있다. 경영활동에서 무리수는 흔히 세금을 제대로 납부하지 않는 형태로 나타나는 경우가 많다.

중국은 11·5 기간 중에 외국인 투자기업과 개인을 대상으로 납세 실적에 대한 관리감독을 강화할 방침이다. 단속 대상이 된다면 엄청난 금액의 벌금을 내야 하거나, 심할 경우 인신 구속까지도 된다. 이렇게 되면, 회사도 문을 닫아야 하고, 처벌기간이 끝난 후에도 중국에서 재기하기란 사실상 불가능해진다.

이윤이 발생했을 때, 한국으로 바로 송금하기 보다는 신중한 자세를 가질 필요가 있다. 과실송금이 법적으로는 가능하지만, 앞으로 운영자금이 부족할 때를 대비해 유보자금으로 확보해 두거나 현지 재투

자용으로 활용하는 것이 현명한 선택이다. 중국은 통상 투자자본의 2~3배의 여유자금이 확보돼야 안심할 수 있다는 것이 앞서 진출한 기업들의 경험이요 충고다. 짧은 시간에 승부를 걸겠다는 자세를 버리고, 일관성 있고 장기적인 안목과 전략으로 접근해 나가야 한다.

## 5년을 앞서가는 중국 비즈니스 전략

발행인 | 홍 기 화  
편집인 | 한 준 우  
발행처 | KOTRA  
인쇄처 | 학림사 752-0463

발행일 | 2006년 6월  
가 격 | 15,000원

주 소 | 서울시 서초구 영곡동 300-9  
서초우체국 사서함 101호

전 화 | 3460-7114(대표)  
홈페이지 | [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)

\* 낙장, 파본은 교환해 드립니다.

1138

kotra



KPR112472

21세기 세계시장 KOTRA와 함께  
Enhance Your Business Scope with KOTRA

kotra

Korea Trade-Investment  
Promotion Agency