

기획조사 06-045

'06 중국투자기업 그랜드서베이

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency



[한·중 수교 14주년] 특별 설문조사

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 조사 목적 : 한·중 수교 14주년('06. 8. 24일)을 맞아 대중 진출기업의 현주소, 투자 트렌드를 분석, 대업체 제공함으로써 향후 바람직한 투자 방향 제시
- 조사기관 : KOTRA, 삼성경제연구소, 한국경제신문사(공동)
- 조사 시기 : 2006. 7. 10 ~ 8. 10 (4주간)
- 조사 방법 : KOTRA 중국지역 8개 무역관이 직접 인터뷰, 우편, 전화 등으로 실시(설문조사원 60명 참여)
- 모집단 : 3,325개사('05/06 해외진출 한국기업 디렉토리 등록업체)
- 응답업체 : 553개사 (설문회수율 : 16.6%)
* 정확한 분석을 위한 표본 확대를 위해 이메일 및 면대면 조사 병행
- 설문 분석 : KOTRA (SPSS 통계 패키지)
- 보고서 작성 : 삼성경제연구소(정상은 수석연구원)

[요약]

중국 진출 한국기업 553개에 대한 설문조사 결과 한국기업은 중국에 대한 낙관적인 전망 하에 현지화, 경영합리화 등을 적극 추진하고 있는 것으로 나타났다. 반면 중국 사업의 점증하는 리스크에 대한 우려는 더욱 커지고 있으며 리스크에 대한 철저한 분석과 대비가 필요한 것으로 파악되었다.

‘일반 경영현황’을 보면 한국기업의 경영현황은 비교적 양호하며 미래 사업전망에 대해서도 낙관적인 시각을 가지고 있었다. 흑자 기업이 43.5%로 적자기업(26.7%)을 상회하고 있는 가운데 흑자 기업들은 높은 기술력(29.6%)을 가장 큰 성공요인으로 지적했다. 또한 중국 현지시장 공략에 주력한 결과 매출액 중 중국의 비율이 47.6%로 한국(30.4%)을 압도했다. 이는 한국기업의 중국 사업이 기존의 ‘가공무역형’에서 ‘내수형’으로 전환되고 있음을 의미하는 결과인 것으로 보인다. 중국 진출 한국기업 중 향후 중국투자를 확대하겠다는 기업이 69.7%에 달한 반면 철수나 투자 축소를 고려하는 기업은 3.6%에 불과한 것에서도 알 수 있다. 그러나 이러한 성과에도 불구하고 우리 기업들은 공급과잉에 따른 과당경쟁, 복잡한 유통시스템, 정보수집 애로 등으로 내수시장 공략에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 한편 중국 사업은 관리, 전략 등의 측면에서 아직까지 본사 주도로 진행되고 있으나 중국 사업을 위해 본사가 중국으로 이전하는 등(16.9%) 중국 진출이 본사 경영에도 많은 영향을 끼치고 있었다.

‘원부자재 조달선’은 중국(52.7%)이 한국(37.8%)을 상회하고 있는데 이는 현지화의 진전이라는 긍정적인 측면도 있으나 향후 대중국 원부자재 수출에 악영향이 우려되는 대목이기도 하다.

‘생산 및 기술관리’에 있어서 한국기업들은 한국에서 신규 설비를 가져가거나(25.1%) 중국설비를 사용(24.6%)하고 있으며 중국직원의 생산성은 한국보다 높거나(19.2%) 비슷(29.8%)한 것으로 파악되었다. 한편 우리기업들이 중국 현지 연구개발 투자를 적극 추진한 결과 현지 연구개발 조직 보유기업은 2005년 38.3%에서 2006년 45.4%로 증가했다.

‘투자 애로사항’에 대한 조사결과 중국의 인사관리, 행정체계, 상관행 등에 있어서 만족도가 비교적 낮은 것으로 나타났다. 고용관리 측면의 가장 큰 애로사항이 숙련공 확보난(29.9%), 전문직·기술직 구인난(25.6%) 등인 것에서 고급인력에 대한 구인난이 심각한 것을 알 수 있다. 또한 임금관리 측면에서 높은 임금상승률(26.8%)과 과다한 사회보장비(24.7%)가 주요 애로요인으로 꼽힌 것은 중국의 인건비 상승추세가 심각함을 의미한다. 그러나 구인난이 심각한 것과 별개로 중국 노동자에 대한 만족도는 일반 노동자(21.1%), 숙련공(9%), 기술자·관리자(9.3%) 모두 낮게 나타났다. 인력에 대한 만족도가 인건비 추이와 반비례하고 있는 것이다. 한편, 중국 행정 당국에 대해서는 전반적으로 불만도가 높은 상황이었다. 지방정부의 공정성 및 합리성(46.9%), 제도·세제·우대정책의 공평성(44.8%)에 대한 불만도가 높으며 행정기관별로도 세무국(44.9%), 세관(46.5%), 노무·위생관리국(42.1%), 사법 및 중재기관(42.2%) 등 대부분 기관에 대해서 불만도가 높게 나타났다.

한편, 향후 유망산업에 대한 조사에서는 제조업(23.3%)보다 서비스업(73.3%)이 유망한 것으로 나타났으며 한국정부에 대해서는 투자정보제공(19.9%), 금융지원(16.3%), 애로사항의 중국 측 전달(15.8%) 등을 바라고 있었다.

금번 조사결과, 한국기업은 환경 악화에도 불구하고 긍정적인 중국 전망 하에 적극적, 장기적 전략을 구사하여 내수시장 공략, 경영현지화 등에서 주목할 만한 성과를 달성한 것으로 나타났다. 특히 우리 기업들이 기술력 강화, 현지 고급인력 확보, 서비스시장 공략 등에 주력하고 있는 것은 향후 중국 사업에 긍정적인 영향을 끼칠 것으로 전망이다.

한편 이와 별도로 우리 기업들은 인건비 상승, 정부정책 변화, 노무관리 어려움 가중 등 중국사업 리스크가 점증하고 있음을 인식하고 이에 적극 대비하고 있었다. 향후 리스크 대비를 위해서는 중국 정부 정책변화에 부합하는 경영행태를 추구하는 동시에 정보 습득시스템에 대한 전반적인 재검토가 필요한 것으로 파악된다. 한편 중국의 전반적인 사업 환경 악화에도 우리 기업의 중국진출은 더욱 확대해야 하며 중국에서의 사업은 시장에 맞는 전략 하에 글로벌 규칙에 맞는 준법·투명경영에 만전을 기하는 ‘Think Local, Act Global’型 현지화 전략을 추구해야 할 것으로 보인다.

[목 차]

I. 기초 자료	1
II. 일반 경영현황	3
III. 원부자재 조달선 구성	16
IV. 생산 및 기술관리	17
V. 노사관계 및 인사관리	21
VI. 투자 애로사항	23
VII. 기타	35
VIII. 시사점	37

I. 기초 자료

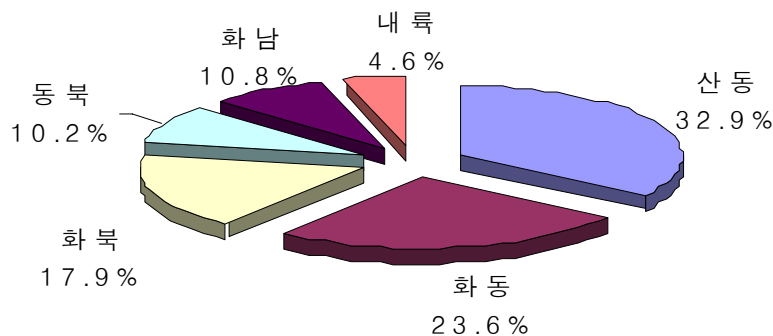
553개 중국 진출 한국기업을 대상으로 설문조사

- 금번 Grand Survey는 2004년과 2005년에 이은 3차 설문조사이며 553개 기업을 대상으로 진행
 - 표본기업은 KOTRA 발간 '2005-2006 해외진출 한국기업 디렉토리' 중국편의 등재기업 3,259개이며, 설문조사 방법은 e-mail과 방문 조사를 병행
 - 응답 기업 수는 총 553개로 설문 응답률은 16.6%
 - 지역별 투자기업 분포도를 감안하여 2006년 7월 10일~8월 10일간 KOTRA의 8개 무역관을 통해서 설문조사를 진행
- 중국 진출 한국기업의 경영 현황을 파악하고 중국 사업에 대한 의견을 취합하여 바람직한 진출 방향 모색

경공업, 서비스업 위주의 독자기업이 주요 설문 대상 기업

- 소재지별 분포는 한국기업의 중국투자지역 분포와 대체로 일치
 - 山東(32.9%), 華東(23.6%), 華北(17.9%), 東北(10.2%), 華南(10.8%)의 순

< 圖-1 소재지별 분포 >



주: 547개 사 응답

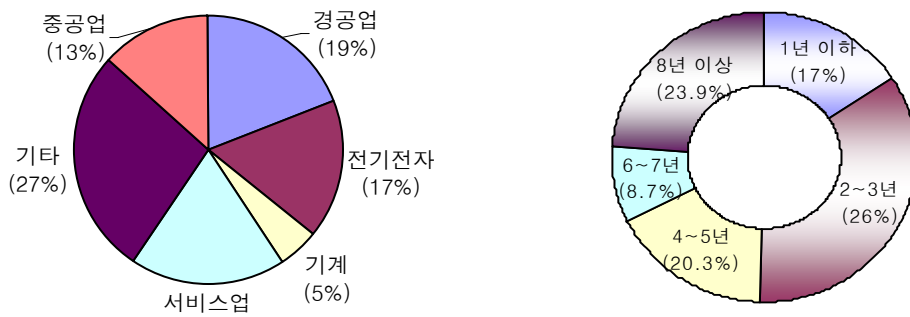
‘06 중국투자기업 그랜드서베이

□ 553개 응답 업체들은 29개 세부 업종별로 고른 분포를 보이고 있음

- 경공업(19.1%), 서비스업(18.6%), 기계(4.9%), 전기·전자(16.6%), 중공업 (13.3%) 등의 순

- 그 중 82.8%가 중국에 진출한지 2년 이상 경과된 업체

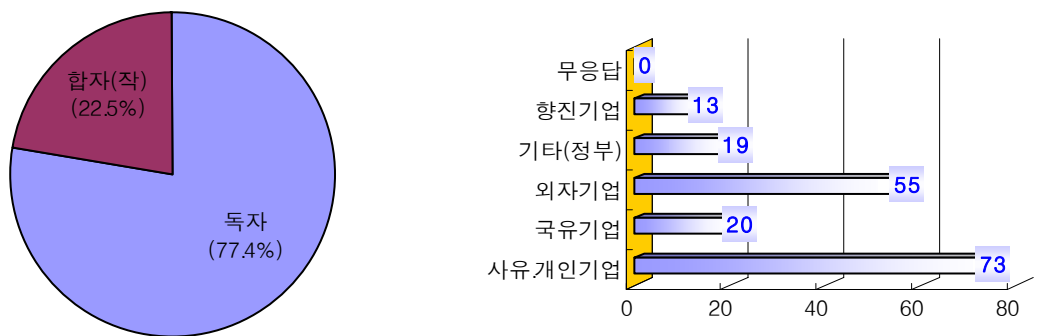
< 圖-2 업종별 분포 및 중국진출 연수 >



□ 77.4%가 독자 형태로 진출했으며 합자기업은 사영기업과 주로 합작

- 사영기업의 비율이 40.6%로 국유기업(11.1%)과 외자기업(30.6%)을 압도

< 圖-3 투자 형태 >



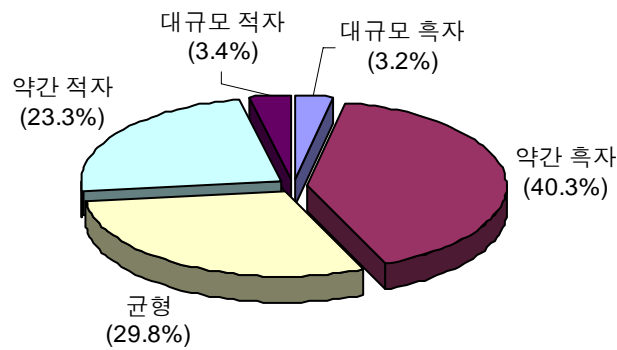
II. 일반 경영 현황

경영 현황이 비교적 양호한 가운데 미래에 대해서도 낙관적

□ 기업들의 경영 상황은 대체로 양호한 편

- '대규모 흑자 또는 약간 흑자'의 비율이 43.5%로 '대규모적자 또는 약간 적자(26.7%)를 크게 상회

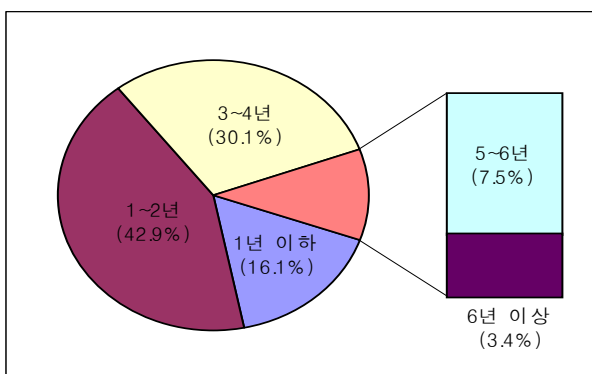
< 圖-4 업종별 분포 및 중국진출 연수 >



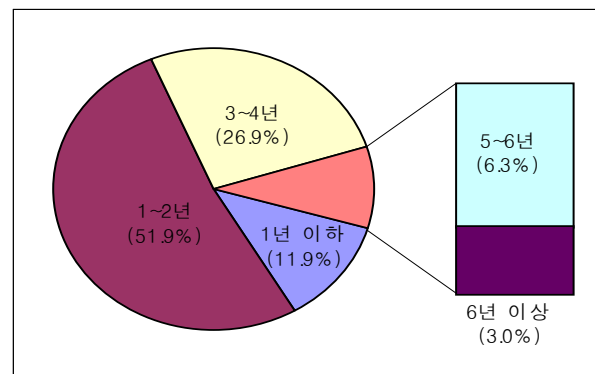
주: 506개사 응답

- 흑자 기업의 59.0%가 흑자 진입 소요 기간이 2년 이내라고 응답
- 적자 기업의 63.8%가 향후 적자 탈출 소요 기간을 2년 이내로 전망

< 圖-5 흑자 진입 소요 기간 >



< 圖-6 적자 탈출 소요 기간 >

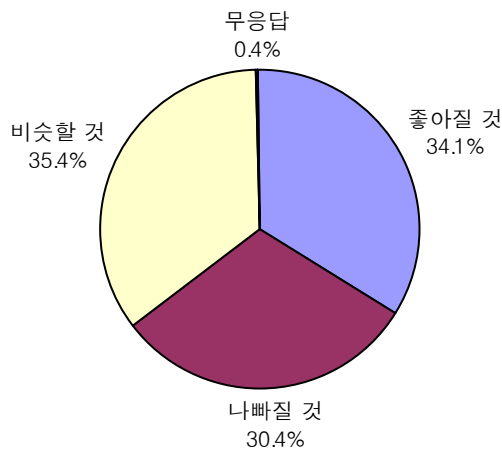


‘06 중국투자기업 그랜드서베이

□ 향후 중국의 사업 환경에 대해서는 낙관적인 시각을 보유했다

- 69.5%가 향후 1~2년간 중국 비즈니스 환경에 대해 ‘현재와 비슷’하거나 ‘좋아질 것’이라고 보는 반면 ‘나빠질 것’이라는 비율은 30.4%에 그침

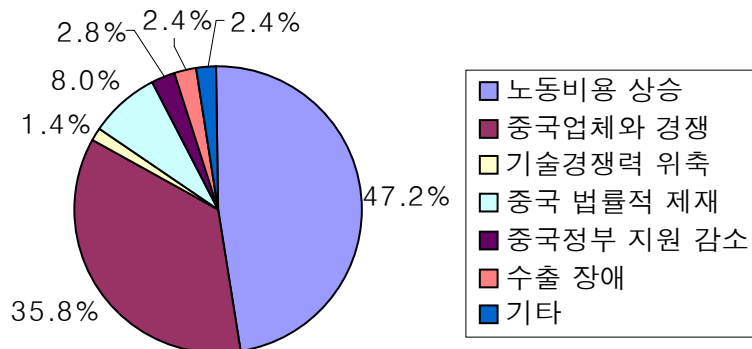
< 圖-7 향후 1-2년간 사업 환경 전망 >



주: 536개사 응답

- 환경 악화를 예상한 163개 기업은 노동비용 상승, 중국 업체와의 경쟁, 중국의 법률적 제재 등을 우려하고 있음
- 중국의 법률적 제재 우려가 2005년 4.8%에서 8%로 상승한 것은 최근 급변하고 있는 중국의 법률 환경에 대한 우려를 반영

< 圖-8 향후 1-2년간 사업 환경 악화 요인 >

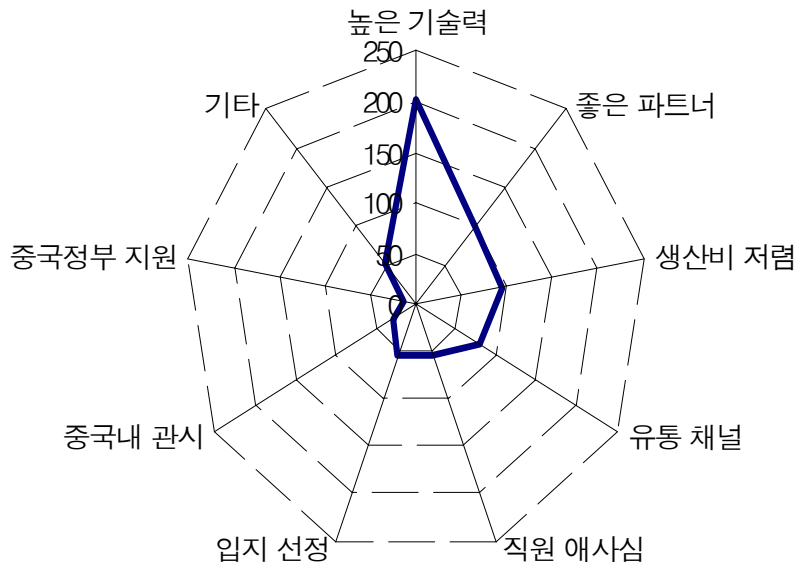


기술력이 성패에 가장 큰 영향을 끼치는 요인

□ 흑자 기업들의 가장 큰 성공 요인은 29.6%가 응답한 높은 기술력

- 높은 기술력은 2005년(24.6%)에 이어 금년에도 가장 큰 성공요인으로 선정되어 중국 사업에 있어서의 기술력의 중요성을 반영
- 좋은 파트너(14.6%), 저렴한 생산비(14.2%), 유통채널 확보(11.8%), 입지 선정 유효(8.1%), 직원들의 애사심(7.7%) 등의 순
 - 저렴한 생산비와 직원들의 애사심은 2005년에 비해 중요도가 각각 2%, 2.4% 하락하여 중국 사업의 인력관련 우위가 줄어들고 있음을 시사
 - 중국 내 인맥관계 활용이나 중국정부의 지원이 성공 요인이라는 응답은 각각 4.3%와 1.9%로 소수에 불과
- 중국에서 성공한 기업은 인맥이 아닌 앞선 기술력을 바탕으로 경영합리화를 추구한 기업이었음을 의미

< 圖-9 주요 흑자 요인 >



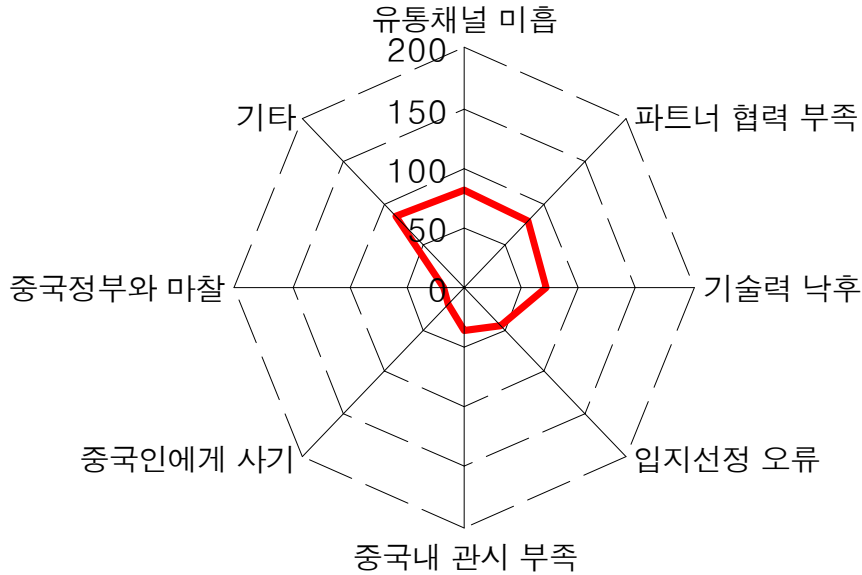
주: 678개 복수 응답

□ 적자 발생의 주요 요인은 유통 채널 미흡(17.1%), 파트너의 협력 부족(16.2%), 기술력 낙후(15%), 입지선정 오류(9.3%) 등

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 기술력, 유통 채널, 파트너, 입지 등 성공 요인과 비슷한 요인들로 구성

< 圖-10 주요 적자 요인 >



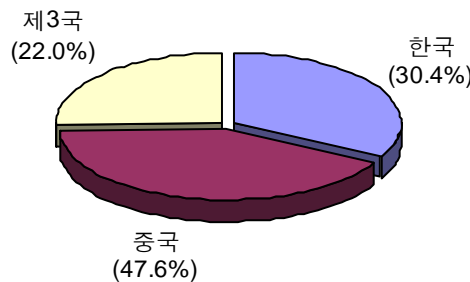
주: 474개 복수 응답

중국 현지시장 공략에 주력하는 양상

□ 한국기업의 중국 시장 개척이 어느 정도 성과를 보이고 있는 가운데 향후에도 중국 및 제 3국 시장 개척에 주력할 계획

- 매출액의 지역별 구성은 중국이 47.6%로 가장 높게 나타나 현지 시장 개척에 성과를 보이고 있음을 알 수 있음
- 매출액 중 중국이 차지하는 비중은 2005년에는 41.7%

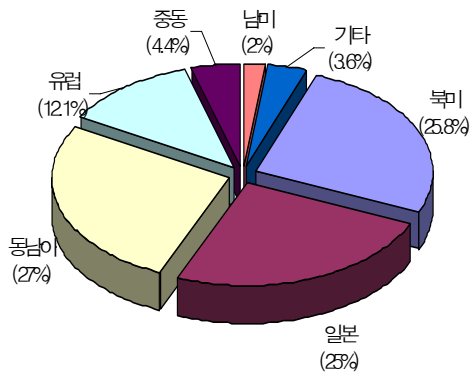
< 圖-11 매출액의 지역별 구성 >



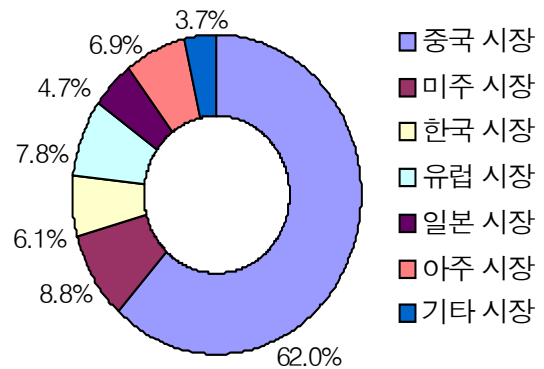
주: 540개 사 응답

- 제 3국 수출 중인 기업들의 지역별 시장은 동남아(27.0%), 북미(25.8%), 일본(25%), 유럽(12.1%)의 순
- 향후 확충하고자 하는 중점 시장은 중국(62%)이 압도적으로 많았으며 미주(8.8%), 유럽(7.8%), 한국(6.1%) 등의 순

< 圖-12 제 3국 구성 비율 >

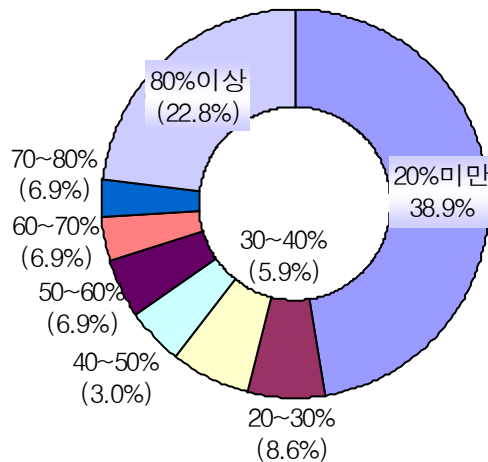


< 圖-13 향후 중점 시장 >



- 현지 판매 가운데 중국 내 한국기업에 대한 판매 비율은 20% 미만 (38.9%)이거나 80% 이상(22.8%)인 경우가 높게 나타남
- 이는 애초부터 현지시장 개척에 주력하는 기업이 많다는 것과 그 반대로 관계사나 협력업체 납품을 목적으로 동반 진출한 기업도 다수라는 의미

< 圖-14 현지 판매 가운데 한국기업이 차지하는 비중 >

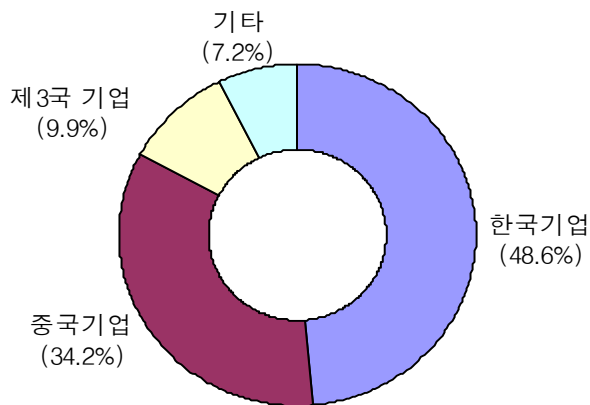


주: 303개사 응답

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 현지에서 생산재(중간재)를 판매하는 경우 납품하는 대상은 한국계 기업이 과반수에 가까운 48.6%로 제일 많았고 중국기업, 제 3국 기업 순
- 이는 중간재 기업의 경우 협력사와 동반 진출한 경우가 많은데다가 현지 중국기업에 대한 판로를 뚫는데 많은 어려움이 존재함을 의미

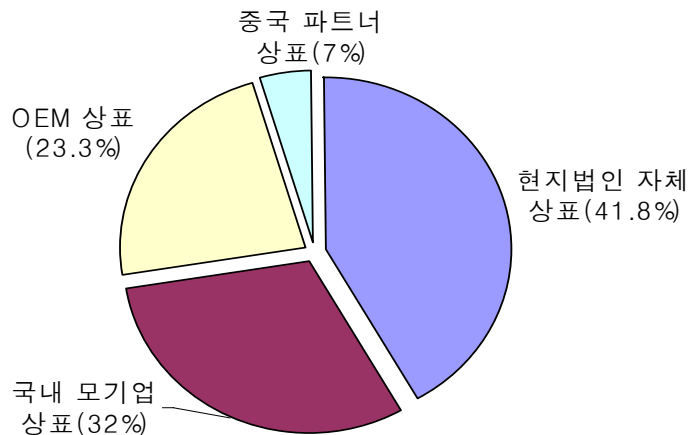
< 圖-15 중간재 판매 업체의 납품 대상 기업 >



주: 303개사 응답

- 판매 시 사용 상표는 현지법인 상표(41.8%)와 국내 모기업 상표(30.5%) 등 자체 상표 비율이 72.8%로 높게 나타난 반면 OEM 상표 부착과 중국 파트너측 상표 사용은 각각 23.3%와 4.5%

< 圖-16 상표 사용 유형 >



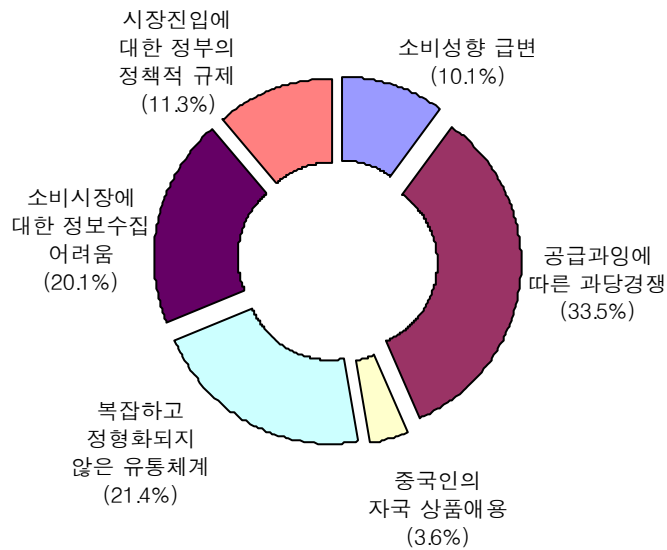
주 : 443개 사 응답

내수시장 공략에 많은 어려움을 겪고 있음

□ 중국 소비시장 공략의 가장 큰 애로요인은 공급 과잉에 따른 과당 경쟁

- 복잡한 유통시스템, 소비시장에 대한 정보 수집의 어려움 등도 지적됨

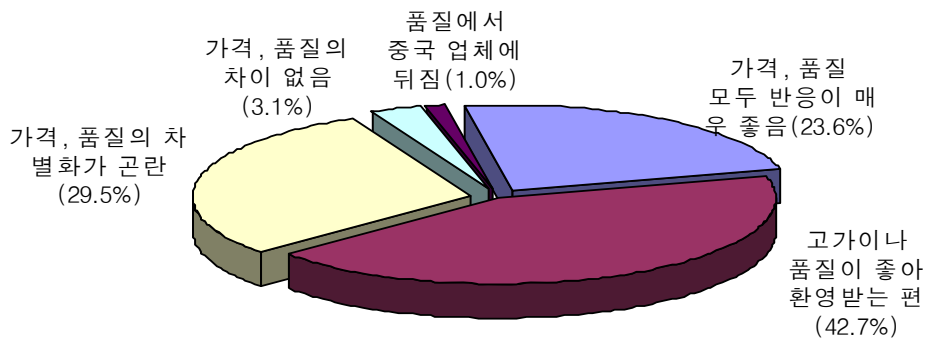
< 圖-17 중국 소비시장 공략의 애로요인 >



주 : 477개사 응답

- 서비스 부문에 있어서 중국 내 경쟁사에 비해 가격과 품질 경쟁력을 보유하고 있으나 격차 유지가 쉽지 않은 상황
- ‘중국 경쟁사와의 차별화가 점점 힘들어진다(29.5%)’거나 ‘차이가 없다 (3.1%)’, ‘뒤쳐졌다(1.0%)’는 응답도 무시할 수 없는 수준

< 圖-18 중국 소비시장 공략의 애로사항 >



주 : 288개사 응답

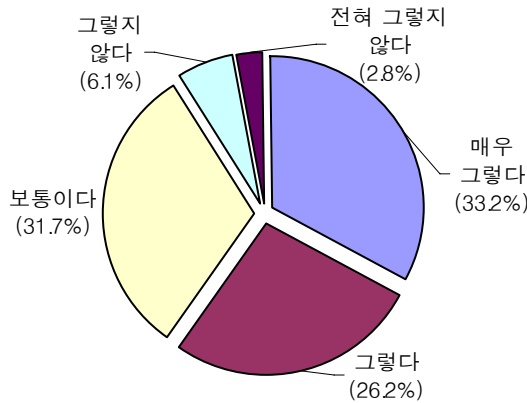
‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 한편, 한류는 제품 판매에 실제 큰 도움이 되지 않는 것으로 나타남
 - 한류가 판매에 별 도움이 되지 않는다는 응답이 57.7%로 가장 큰 반면 큰 도움을 받는다는 응답은 15.2%에 불과했으며 도움을 받지만 그 강도가 떨어지고 있다는 응답은 25.2%

□ **혼탁한 시장경쟁, 고객의 높은 요구 수준, 기술 및 트렌드의 빠른 변화 등이 중국시장 공략의 걸림돌**

- 시장에 경쟁자가 많고 경쟁 상황이 혼탁하다는 응답이 59.4%를 기록

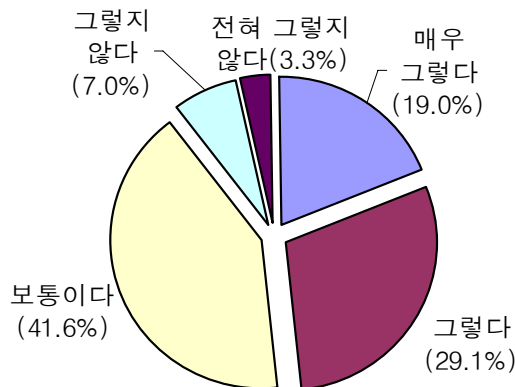
< 圖-19 ‘시장 경쟁자가 많고 경쟁 상황이 혼탁한가?’에 대한 응답 >



주 : 461개사 응답

- 고객의 요구가 복잡하다는 응답(48.1%)이 ‘아니다(10.3%)’는 응답을 압도

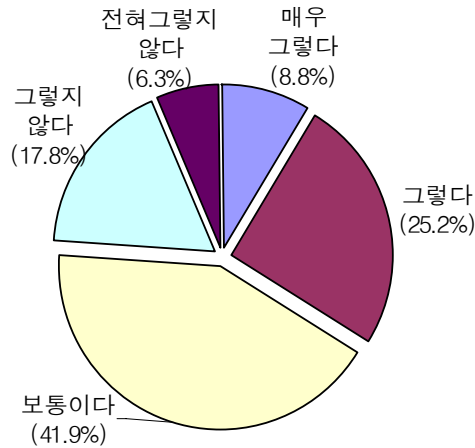
< 圖-20 ‘現고객 및 잠재고객의 요구가 복잡한가?’에 대한 응답 >



주 : 457개사 응답

- '기술 및 트렌드가 빠르게 변화하여 대응하기 쉽지 않은가?'라는 질문에 34%가 '그렇다'고 응답했으며 '그렇지 않다'는 응답은 24.1%

< 圖-21 '기술 및 트렌드가 빠르게 변화하여 대응이 쉽지 않은가?'에 대한 응답 >



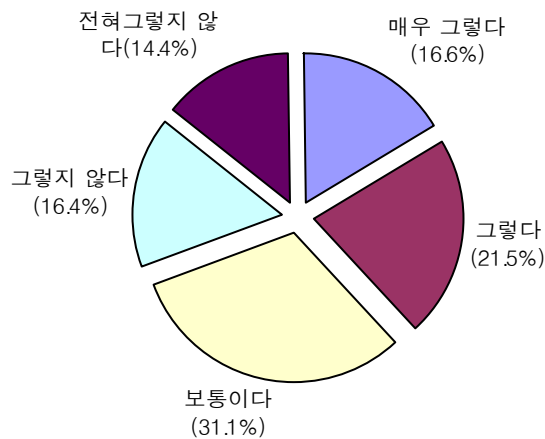
주 : 444개사 응답

중국 사업은 본사의 글로벌 사업 전략 하에 본사 주도로 진행

중국지사에게 대한 관리, 투자 결정 등은 한국 본사에서 주도

- 중국 지사에 대한 전반적인 관리가 본사 주도로 이루어진다는 응답이 38.1%로 가장 높게 나타남

< 圖-22 '중국 지사에 대한 관리는 본사 주도로 이루어지는가?'에 대한 응답 >

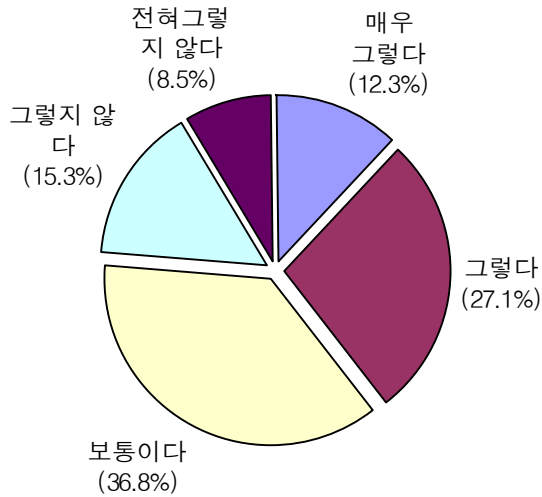


주: 409개사 응답

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 본사와 지사간의 물류 이동은 대체로 양호한 것으로 응답

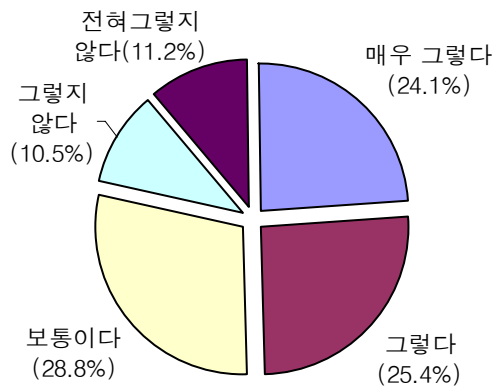
< 圖-23 ‘본사와 지사간의 물류 이동이 활발한가?’에 대한 응답 >



주 : 399개 사 응답

- 중국 투자는 본사의 글로벌 투자라는 큰 그림 하에 진행된다는 응답이 49.5%로 거의 절반을 차지

< 圖-24 ‘중국투자는 본사의 글로벌 투자 그림 아래 진행되는가?’에 대한 응답 >



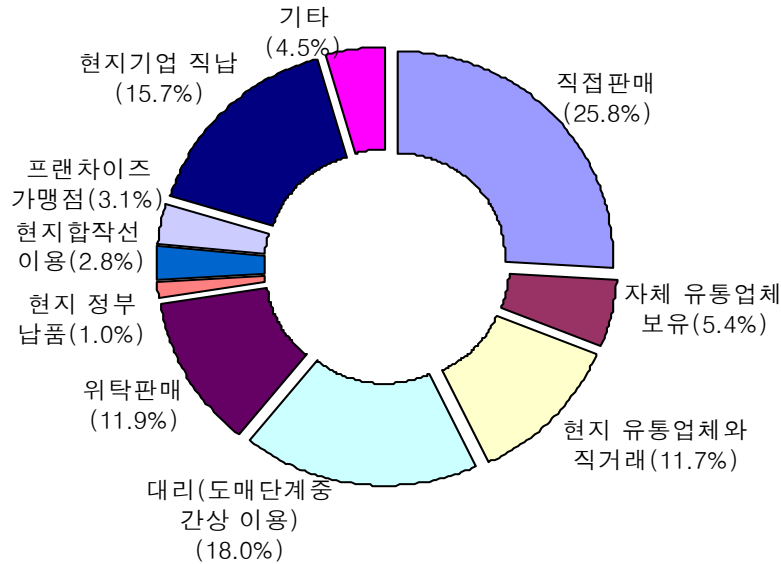
주 : 410개사 응답

직접 판매와 현금판매가 주요 유통방식

□ 한국기업의 주요 유통 경로는 소매와 직판인 것으로 나타남

- 내수판매 시의 유통 경로는 직판(25.8%), 대리(도매단계의 중간상 이용) (18.0%), 현지기업 직납(15.7%), 현지 유통업체와 직거래 (11.7%) 등
- 정부 납품, 현지 합작선 이용, 프랜차이즈 가맹 등의 경로는 소수

< 圖-25 내수판매 시의 유통경로 >

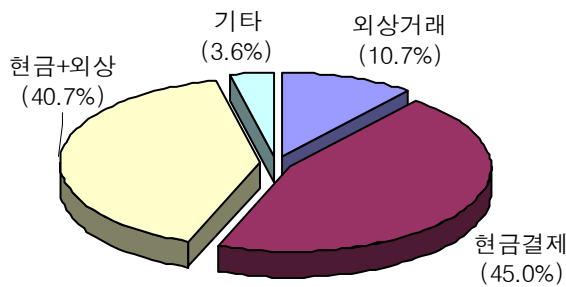


주 : 563개 복수 응답

□ 현금 중심의 판매대금 결제 방식이 정착되고 있음

- 판매대금 결제 방식은 현금결제가 45%로 가장 높았고 ‘현금+외상’의 방식을 사용한다는 응답이 40.7%
- 외상거래 비중이 2005년 18%에서 10.7%로 하락한 것은 중국이 금융개혁 등에도 불구하고 아직은 신용시스템 정착이 요원하다는 것을 의미

< 圖-26 판매대금 결제 방식 >

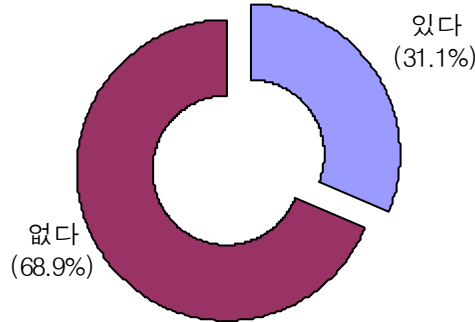


주 : 563개사 응답

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 한편, 제품의 현지 판매를 위해 중국 내 전문 유통업체와 전략적 제휴를 하는 업체는 31.1%에 불과

< 圖-27 중국 내 전문 유통업체와의 전략적 제휴 >



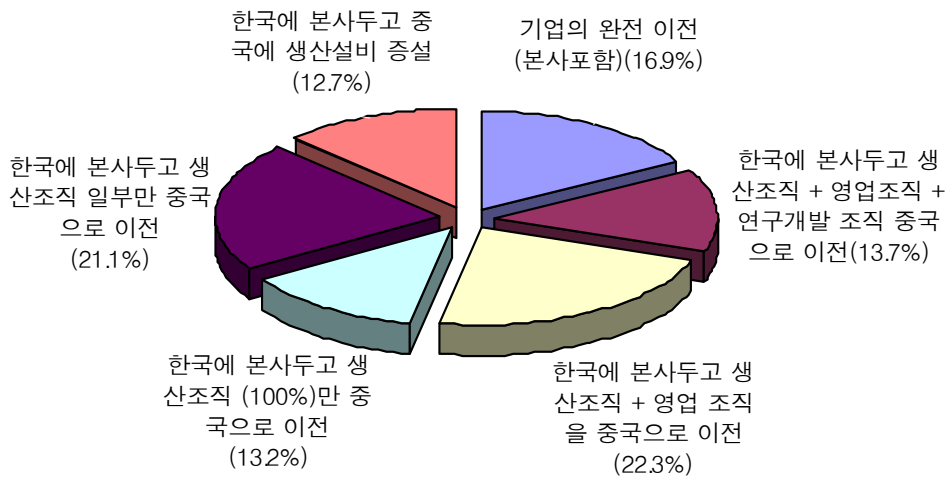
주 : 364개사 응답

중국 진출이 본사 경영에도 많은 영향을 끼치고 있는 상황

□ 본사를 중국으로 완전히 이전한 기업이 16.9%에 달함

- 한국에 본사를 두고 생산조직과 영업 조직을 중국으로 이전한 경우가 가장 많았으며 연구개발 조직이나 기업의 완전 이전을 택한 경우도 많음

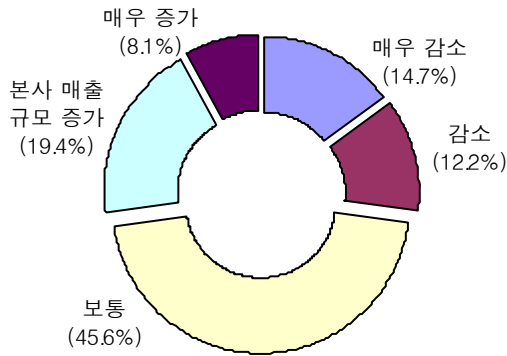
< 圖-28 내수판매 시의 유통경로 >



주 : 408개사 응답

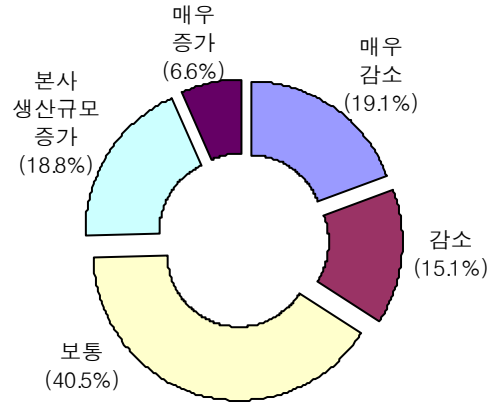
- 중국 현지공장 가동 후 본사 매출액은 큰 변동이 없으나 생산규모는 감소했다는 의견이 다소 많은 것으로 나타남

< 圖-29 매출액 변화 >



주 : 360개 사 응답

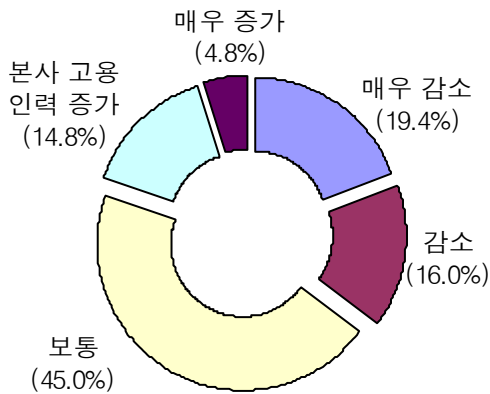
< 圖-30 생산규모 변화 >



주 : 351개 사 응답

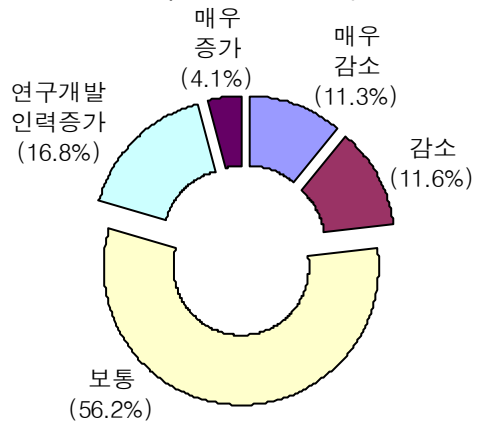
- 중국 현지공장 가동 후 본사 고용 인력은 다소 줄어들었으나 연구개발 인력의 경우는 큰 변동이 없음

< 圖-31 본사 고용인력 규모 변화 >



주 : 351개 사 응답

< 圖-32 연구개발인력 규모 변화 >



주 : 345개 사 응답

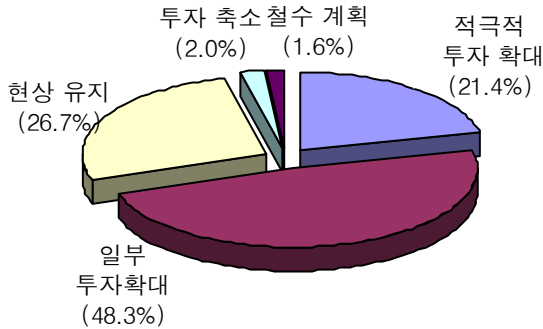
마케팅, 신제품 개발 등을 중심으로 중국투자 확대 계획

- 향후 중국 투자를 확대하겠다는 응답이 69.7%에 달했으며 철수하겠다는 계획은 1.6%에 불과

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

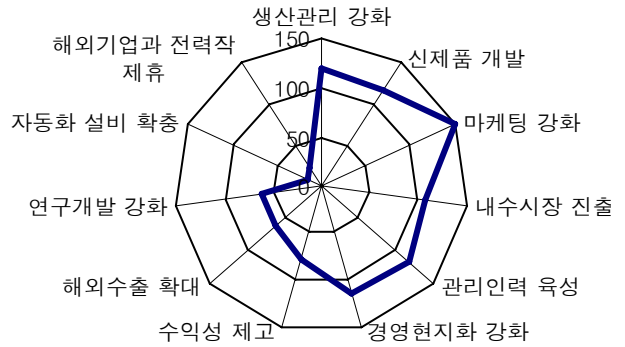
- 기업들이 향후 중국 경영전략에서 가장 중요하게 생각하는 요소는 마케팅 강화(15.9%), 생산관리 강화(12.6%), 관리인력 육성(12.5%), 신제품 개발(12.3%), 경영 현지화 강화(12.1%), 내수시장 진출(11.5%) 등의 순

< 圖-33 향후 중국투자 계획 >



주 : 499개 사 응답

< 圖-34 향후 중국사업 중점 전략 >



주 : 965개 복수 응답

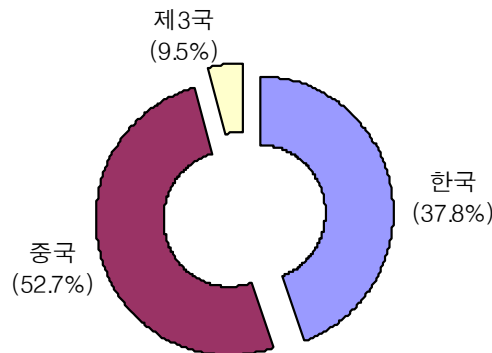
Ⅲ. 원부자재 조달선 구성

원부자재 조달선은 한국보다 중국

□ 현재 원부자재 조달선은 중국(52.7%), 한국(37.8%), 제3국(9.5%)의 순

- 이는 대중국 투자기업들이 중국진출 초기의 ‘한국산 수입’에서 벗어나 현지화가 상당히 진전되었음을 의미
- 한국의 비중은 2005년 44.8%에서 2006년 37.8%로 하락

< 圖-35 원부자재 조달선 >

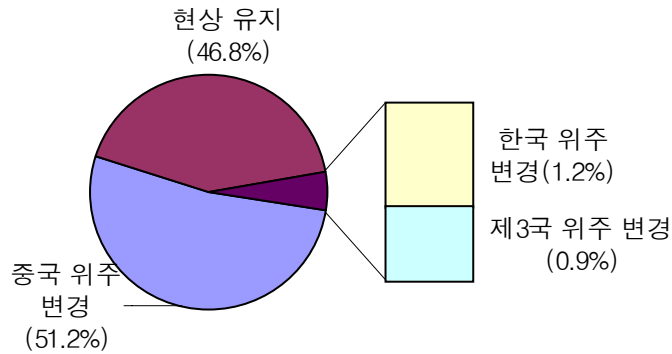


주: 431개 사 응답

□ 향후 원부자재 조달선 계획은 중국 위주로 변경이 51.2%로 과반수 이상

- 반면, 한국 위주로 변경하겠다는 응답은 1.2%에 그쳐 향후 대중국 원부자재 수출에 악영향이 우려됨

< 圖-36 원부자재 조달선 계획 >



주: 431개 사 응답

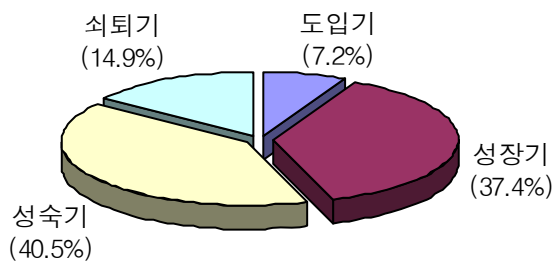
IV. 생산 및 기술관리

현지 생산은 한국 내 수명 주기상 성숙기와 성장기

□ 현지 생산은 한국 내 수명 주기상 성숙기와 성장기인 경우가 대다수

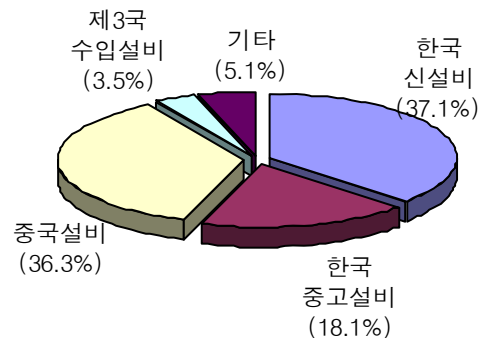
- 한국에서 중고 설비를 들여가는 비율(12.3%)보다 신설비를 가져가거나 (25.1%)나 중국 설비를 쓰는 경우(24.6%)가 더 많음

< 圖-37 현지 생산제품의 수명주기 >



주: 417개 사 응답

< 圖-38 생산설비 내용 >



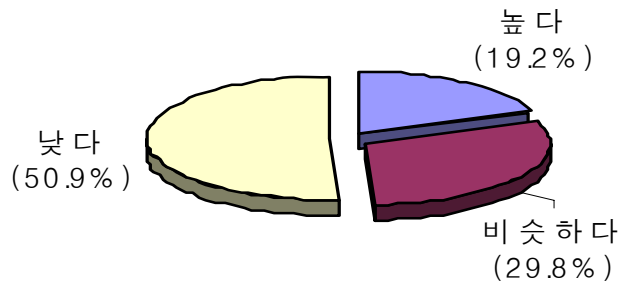
‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 한국에서 중고 설비를 들어가는 비율이 2005년 25.6%에서 18.1%로 하락한 것은 향후 한국 내 유휴 설비의 효과적인 대중국 이전 방안 모색이 중요한 과제를 시사

□ 중국직원의 생산성은 한국보다 높거나 비슷하다는 응답이 절반에 육박

- 본사 또는 동종 한국 업체와 비교한 중국 직원의 임금대비 생산성은 뛰어나다는 응답 19.2%, 비슷하다는 응답 29.8%

< 圖-39 동종 한국업체 대비 중국직원 생산성 >



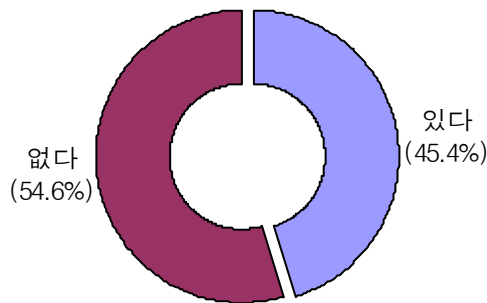
주 : 426개 사 응답

현지 연구개발 투자에 대해 적극적

□ 중국 내 제품 및 기술 연구개발 조직이 있는 기업이 증가하고 있음

- 연구개발 조직 보유기업 비중은 2005년 38.3%에서 2006년 45.4%로 증가

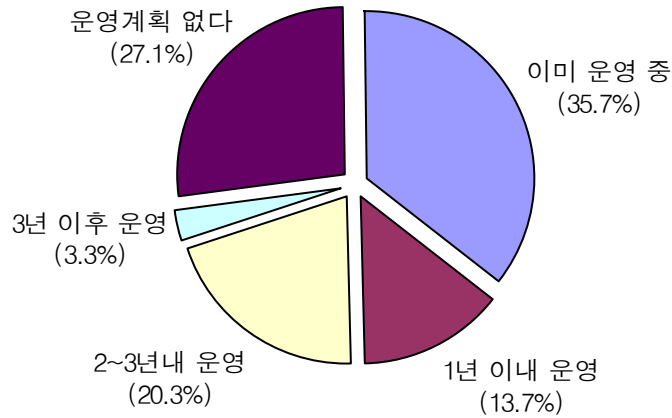
< 圖-40 연구개발 조직 보유기업 비중 >



주: 454개 사 응답

- 중국 내 제품/기술/서비스 개발관련 조직 운영 계획에 관해서는 이미 운영 중 이거나 계획 중인 비중이 69.7%

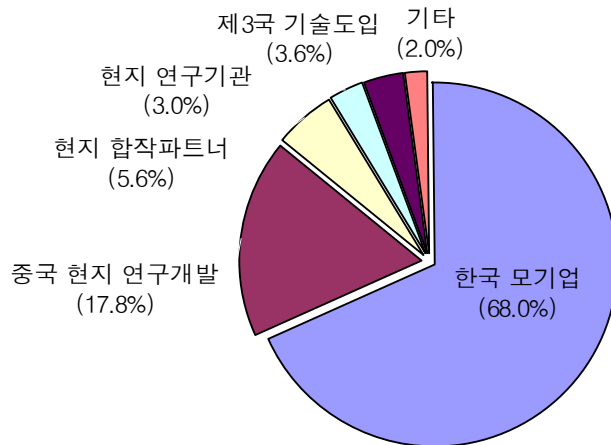
< 圖-41 개발 관련 조직 계획 >



□ 중국 진출 기업들의 기술도입 원천은 주로 한국의 모기업

- 현지협력 및 제3국 등 기타 경로를 통한 기술도입은 14.2%에 불과

< 圖-42 중국 진출 기업의 기술도입 원천 >



주 : 393개 사 응답

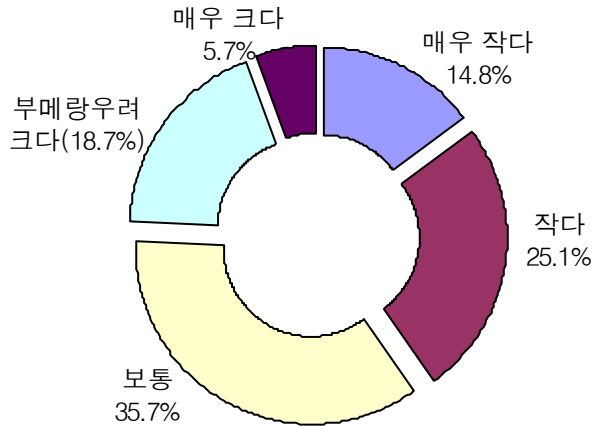
중국 업계의 기술 추격으로 경쟁력 우위 유지가 어려운 상황

□ 중국 이전 기술로 인한 부메랑 효과 우려는 아직은 크지 않은 상황

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- “중국으로 이전한 기술이 중국 동종업계의 경쟁력을 향상시켜 국제시장에서 한국기업이 타격을 입을 가능성”에 대해서는 ‘크다(24.4%)’보다 ‘작다(39.9%)’ 높게 나타남

< 圖-43 기술 이전에 따른 부메랑 효과 우려 >

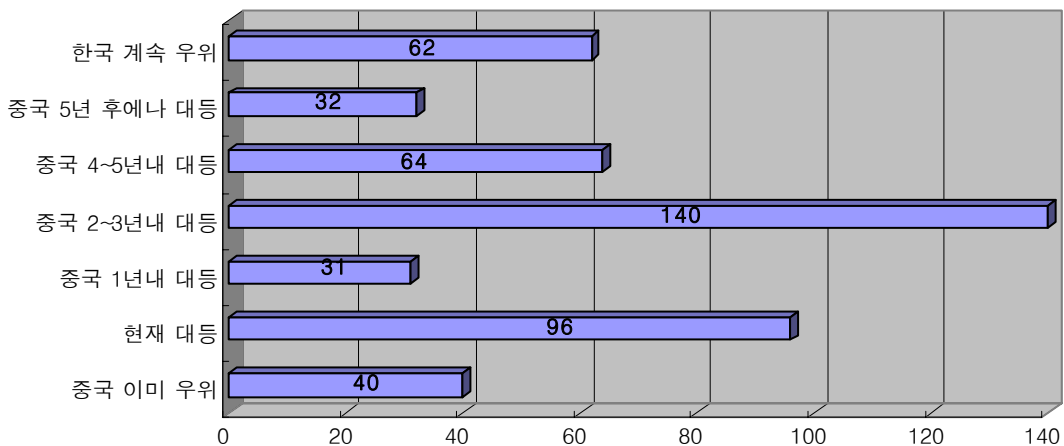


주 : 459개 사 응답

- 그러나, 동종 중국 업체와 비교한 자사의 전반적인 경쟁력이 앞으로도 계속 유지될 것이라는 비율은 13.3%에 그침

- 중국이 이미 앞서 있거나 현재 또는 ‘3년 내 대등’해질 것이라는 응답은 66%에 달함

< 圖-44 동종 중국업체와의 경쟁력 비교 >



주 : 주: 465개 사 응답

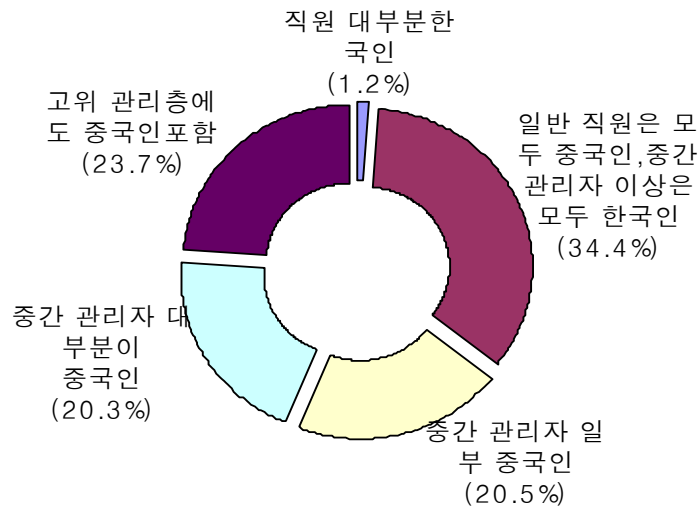
V. 노사관계 및 인사관리

인력 구성 면에서 중간간부급 중국인 비중이 비교적 높음

□ 인력 구성 면에서 중간간부급 중국인 비중이 비교적 높음

- 일반 직원은 모두 중국인, 중간 관리자 이상은 모두 한국인인 기업이 여전히 많으나 중국인이 중간 관리자 이상에 포진

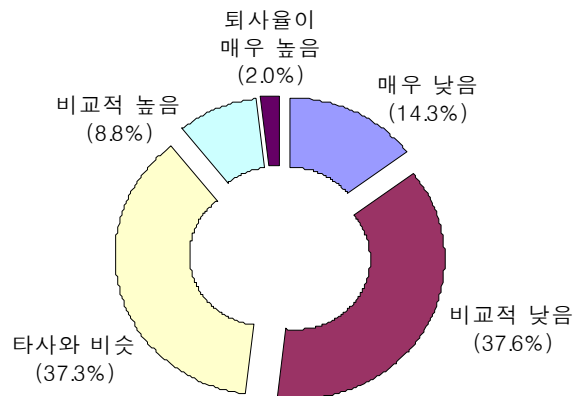
< 圖-45 인력 구성 현황 >



주: 503개 사 응답

□ 퇴사율도 아직 우려할 만한 수준은 아님

< 圖-46 퇴사율 >



주 : 510개사 응답

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

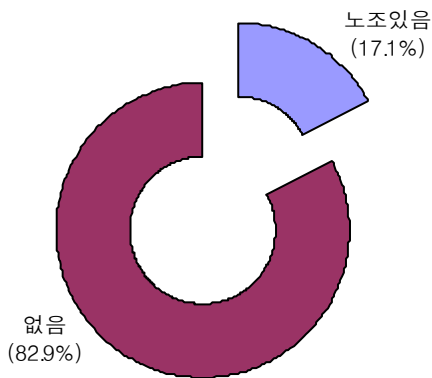
- 동종 업종 내 타사 대비 퇴사율은 매우 낮거나 비교적 낮다고 응답한 비율이 47.9%였으며 높다는 응답은 10.8%에 그침

노사관계는 비교적 안정적인 상황

□ 노동조합 구성 및 노사분규 발생 비율이 10%대에 그침

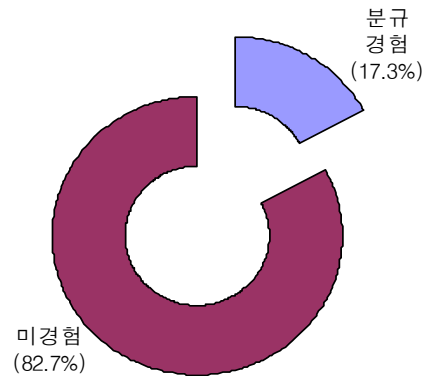
- 노동조합이 구성된 기업은 17.1%, 노사분규를 경험한 기업도 17.3%로 많지 않은 상황

< 圖-47 노조 구성 여부 >



주: 514개 사 응답

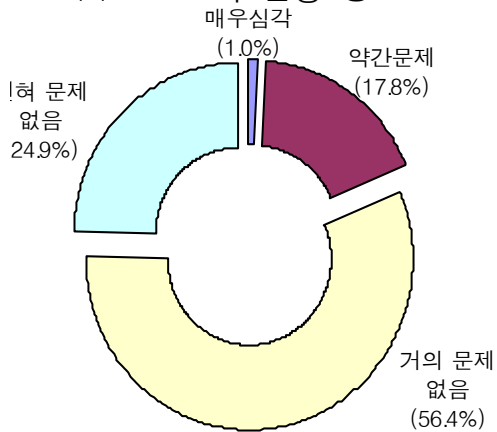
< 圖-48 노사 분규 발생 여부 >



주: 497개 사 응답

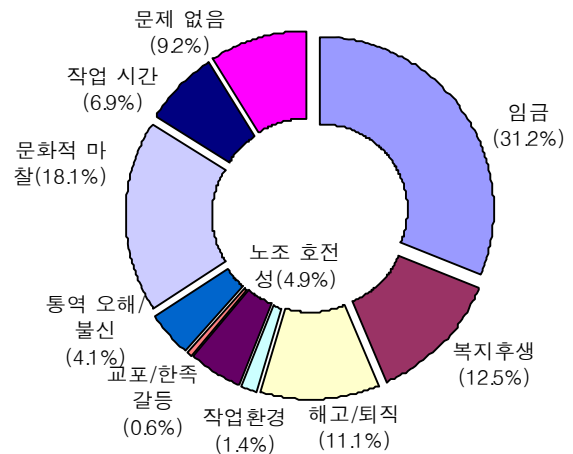
- 노사 분규 발생 여부와 무관하게 81.3%가 노사 갈등문제가 없다고 응답
- 노사갈등의 주원인은 임금, 문화적 마찰, 복지 후생 등

< 圖-49 노사 갈등 정도 >



주: 507개 사 응답

< 圖-50 노사 갈등 주원인 >



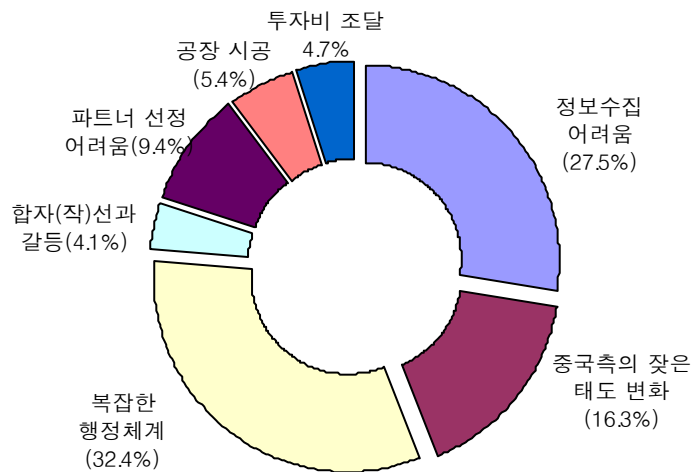
VI. 투자 애로사항

초기 투자에서는 행정체계, 부품 조달에서는 품질이 문제

□ 복잡한 행정체계가 초기 투자의 가장 큰 애로사항

- 공장 가동 이전 단계에 느끼는 주요 애로사항은 복잡한 행정체계, 정보 수집의 어려움, 중국 측의 잦은 태도 변화 등

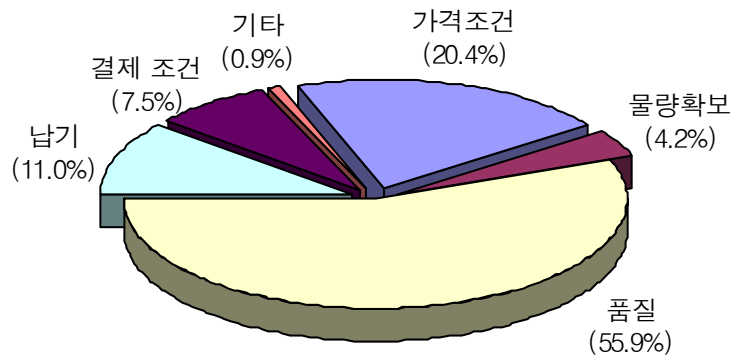
< 圖-51 공장가동 이전 단계의 애로사항 >



주 : 830개 복수 의견

□ 원자재 또는 부품을 중국 현지 조달할 때 느끼는 최대의 애로 사항은 품질(55.9%)과 가격(20.4%), 납기(11.0%) 등

< 圖-52 원자재 및 부품 현지 조달시의 애로사항 >



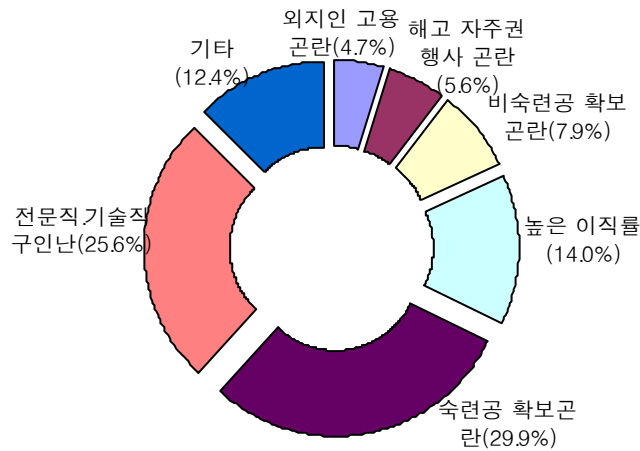
주 : 426개 사 응답

고급 인력 구인난, 높은 임금상승률 등이 인사부문의 애로사항

□ 고급 인력에 대한 구인난이 고용관리의 최대 애로사항

- 고용 관리 측면의 최대 애로 사항은 ‘숙련공 확보난’(29.9%), ‘전문직·기술직 구인난’(25.6%), ‘높은 이직률’(14.0%)의 순

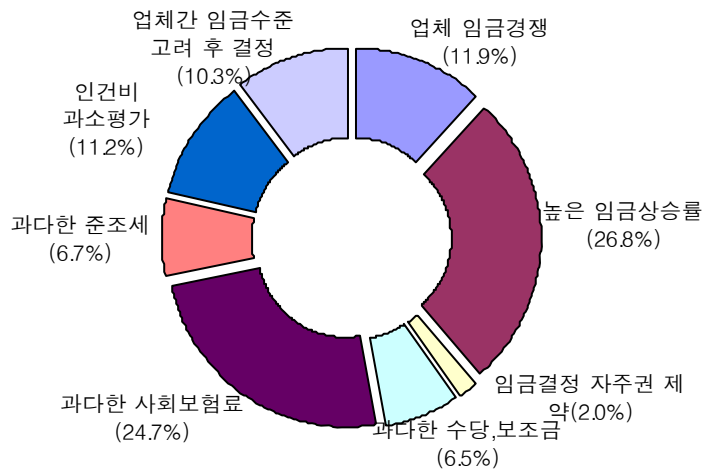
< 圖-53 고용 관리상의 애로사항 >



주 : 906개 복수 의견

□ ‘높은 임금상승률’, ‘과다한 사회보험료’ ‘업체 임금경쟁’ 등이 임금 관리의 3대 애로 사항으로 지적됨

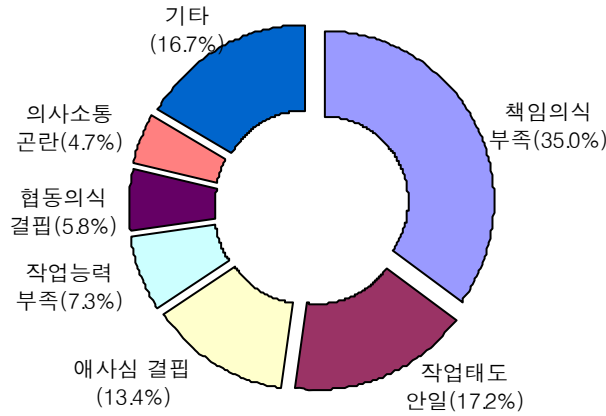
< 圖-54 임금 관리의 애로사항 >



주 : 914개 복수 의견

□ ‘책임의식 부족’, ‘작업태도 안일’, ‘애사심 결핍’ 등은 인사관리 애로사항

< 圖-55 인사관리상의 애로사항 >

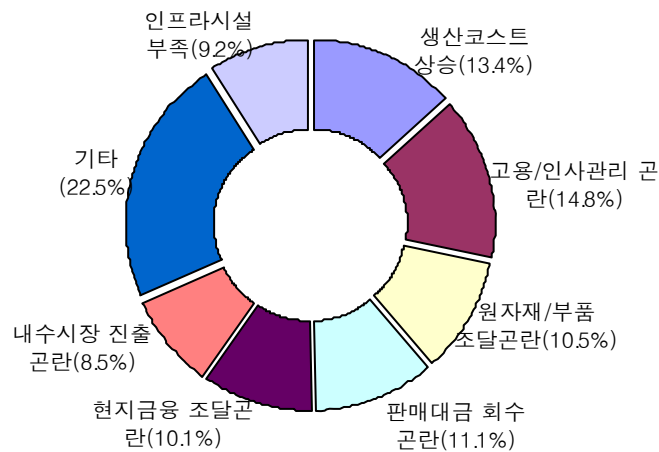


주 : 972개 복수 의견

□ 고용 및 인사관리가 경영의 가장 큰 애로사항

- 경영 각 부문의 애로 사항 중 ‘고용 및 인사관리’가 가장 큰 문제였으며 ‘생산비용’, ‘판매대금 회수’, ‘원재료 조달’, ‘현지금융 조달’ 등의 순

< 圖-56 경영 부문별 종합 애로사항 >

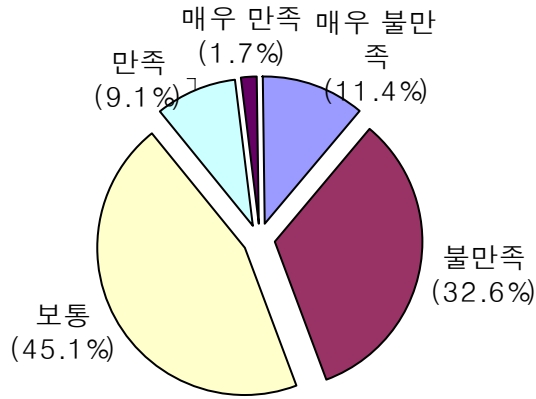


주 : 928개 복수 의견

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 지방 법률과 중앙 법률의 합치여부에 대해 불만족이라는 의견이 44%로 만족(10.8%)을 크게 상회

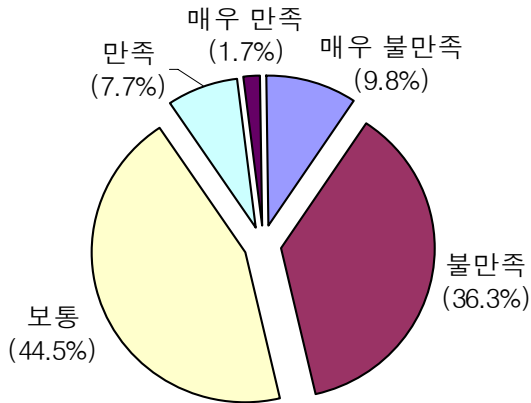
< 圖-57 지방과 중앙 법률의 합치여부 >



주 : 481개사 응답

- 제도, 세제, 우대정책의 안정성 항목에서도 불만족이라는 의견이 48.1%로 만족한다는 응답 9.4%를 압도

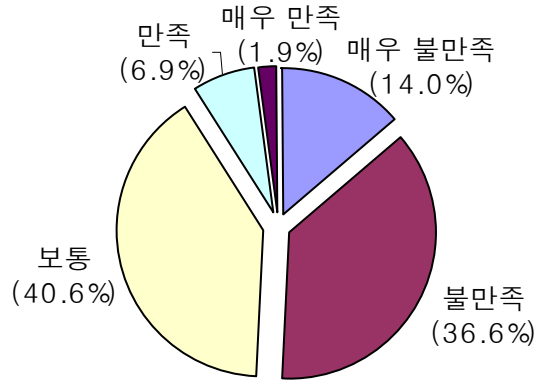
< 圖-58 제도, 세제, 우대정책의 안정성 >



주 : 479개사 응답

- 제도, 세제, 우대정책의 투명성도 불만족이라는 의견이 50.6%로 과반수를 넘어선 반면 만족은 8.8%에 불과

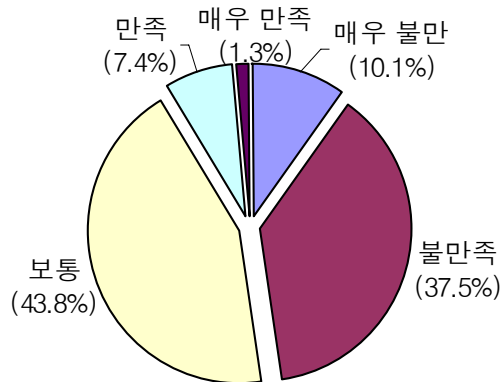
< 圖-59 제도, 세제, 우대정책의 투명성 >



주 : 478개사 응답

- 제도, 세제, 우대 제도의 형평성(내국민대우)은 불만족 의견이 47.6%로 만족도(8.7%)를 크게 상회
- 중국기업들의 불만처럼 한국기업이 중국에서 내국민대우를 뛰어넘는 超국민대우를 받고 있는지 의심스러운 부분

< 圖-60 제도, 세제, 우대정책의 형평성 >



주 : 475개사 응답

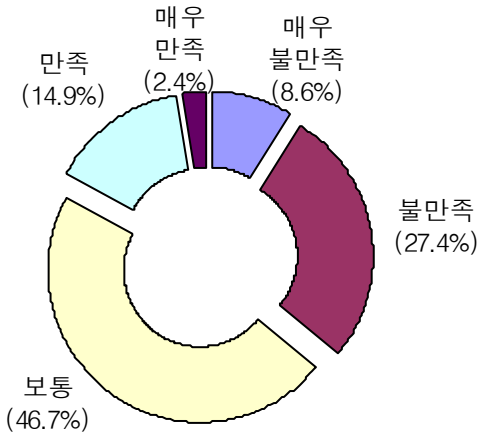
- 이 밖에 준조세 및 벌금, 환경보호 제도, 소비자 보호제도 등에 있어서도 만족도가 저조한 상황
- 준조세 및 벌금의 징수 유무에 관한 만족도는 7.6%, 환경보호 제도는 8.7%, 소비자 보호제도는 8.6%로 한 자리 수에 그침

□ 우대제도에 있어서는 세제보다 인허가에 대한 불만이 큰 상황

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

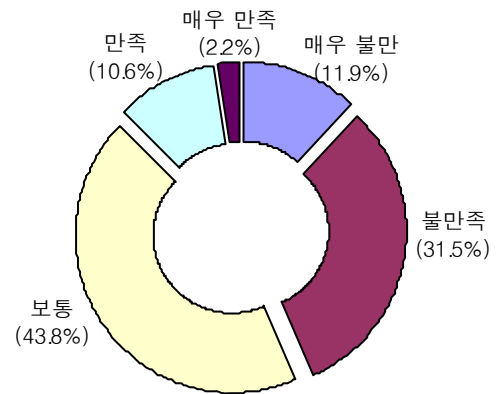
- 세제에 대해 만족하는 응답은 36%, 보통이라는 응답은 절반가량인 46.7%였으며 만족한다는 응답도 17.3%로 상대적으로 높은 편
- 반면 인허가에 있어서는 불만족 의견이 43.4%로 만족(13%)을 크게 상회

< 圖-61 세제 만족도 >



주 : 463개사 응답

< 圖-62 인허가제도 만족도 >



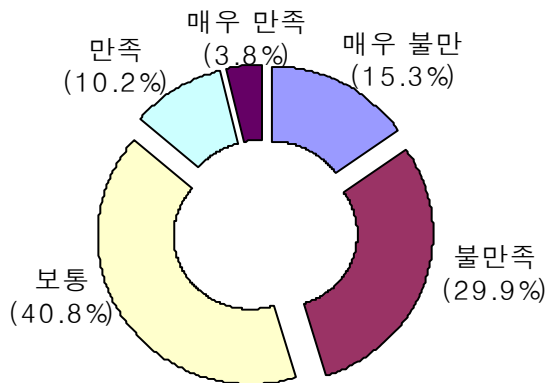
주 : 461개사 응답

불합리한 상관습 및 관행에 대한 불만족이 팽배

□ 중국의 법률 및 제도에 대해 전반적으로 불만이 팽배한 상태

- 부당한 리베이트의 요구에 대한 불만이 46.2%에 달함

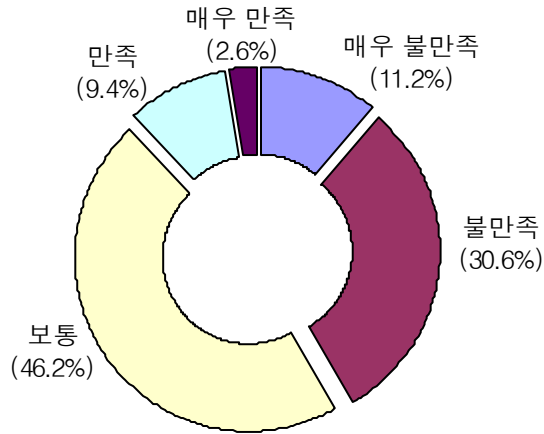
< 圖-63 부당한 리베이트 요구 >



주 : 451개사 응답

- 부당한 클레임의 존재 유무에 대해서는 불만이라는 의견이 41.8%로 만족 (12%)을 상회하여 부당한 클레임이 광범위하게 전개되고 있음을 반영

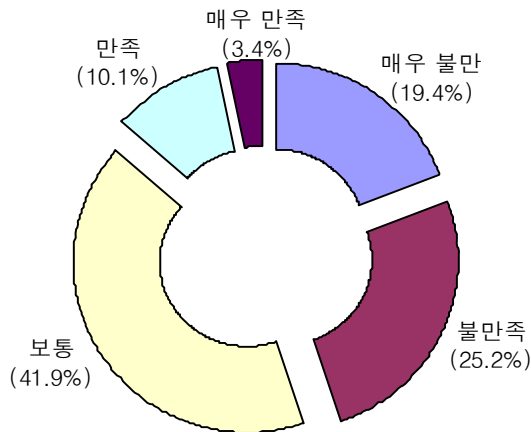
< 圖-64 부당한 클레임 >



주 : 457개사 응답

- 상표도용 문제에 대한 불만족이라는 의견이 44.6%, 그중 매우 불만족이라는 응답도 19.4%로 높게 나타나 상표 도용문제의 심각성을 알 수 있음

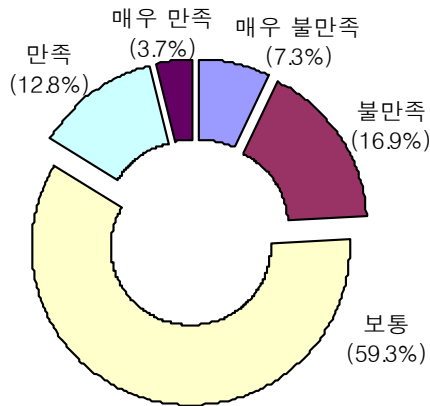
< 圖-65 상표도용 문제 >



주 : 444개사 응답

- 기술 이전의 강요문제에서는 불만족 의견이 24.2%에 불과하여 기술 이전에 대한 강요 문제가 아직은 그다지 심각하지는 않은 것으로 보임

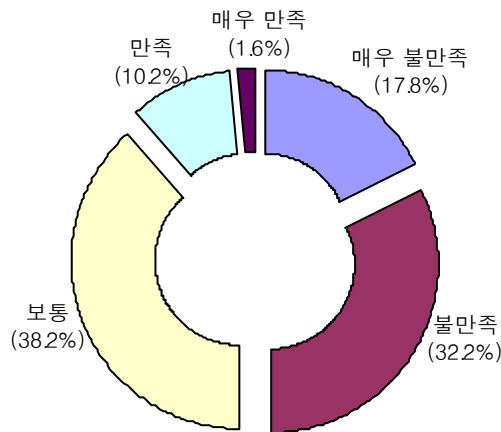
< 圖-66 기술이전 강요 >



주 : 437개사 응답

- 이 밖에 납기의 정확한 준수에 대한 불만은 50%로 절반을 차지

< 圖-67 납기 준수 >



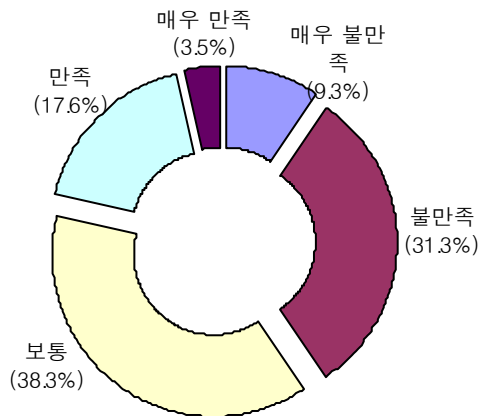
주 : 437개사 응답

인력확보 및 유지에 대한 불만족도 높은 수준

□ 일반 노동자 확보에 대해 양적인 측면보다 질적인 측면의 불만족이 높음

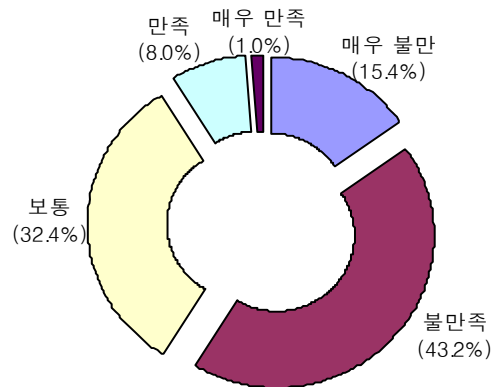
- 일반 노동자의 양적인 확보의 용이성에 대해서는 불만족이 40.6%이나 만족한다는 의견도 21.1%로 상대적으로 높은 수준
- 질적인 측면에서는 불만족스럽다는 의견이 58.6%에 달하여 대다수 기업들이 일반 노동자들의 질에 불만을 가지고 있음을 알 수 있음

< 圖-68 일반노동자 양적 확보 용이성 >



주 : 483개 사 응답

< 圖-69 질적 측면의 만족도 >

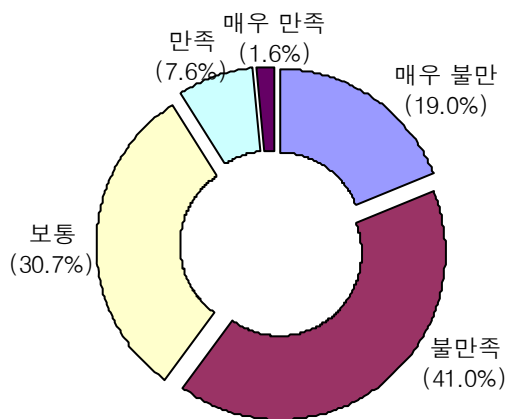


주 : 488개 사 응답

□ 숙련 노동자 확보에 대해서는 양적, 질적 모두 불만족이 높은 상황

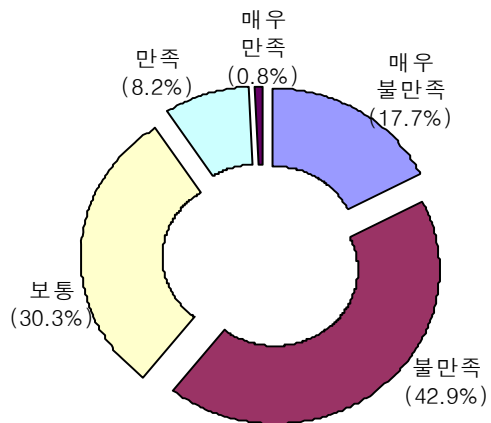
- 숙련 노동자의 양적인 확보 용이성에 대해서는 불만족이라는 응답이 60%로 숙련 노동자의 확보가 쉽지 않은 것으로 나타남
- 질적인 측면에서의 불만족스럽다는 의견도 50.6%에 달함

< 圖-70 숙련노동자 양적 확보 용이성 >



주 : 485개사 응답

< 圖-71 질적 측면의 만족도 >

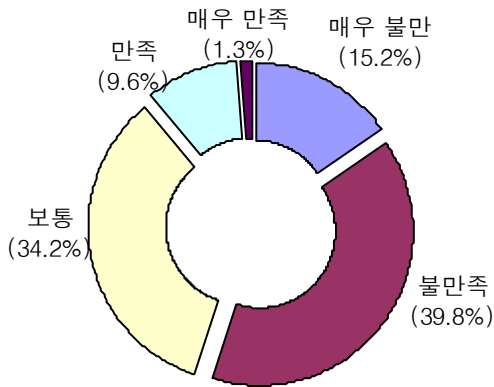


주 : 485개사 응답

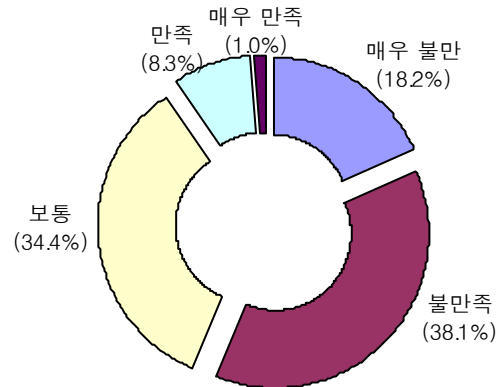
□ 기술자, 관리자의 양적 확보, 질적 문제 모두 불만족스러운 상황

- 기술자, 관리자의 양적인 확보 용이성에 대한 불만은 55%, 질적 수준 불만 56.3%로 두 항목 모두 과반수가 불만을 표시

< 圖-72 기술자, 관리자 양적 확보 용이성 > < 圖-73 질적 측면의 만족도 >



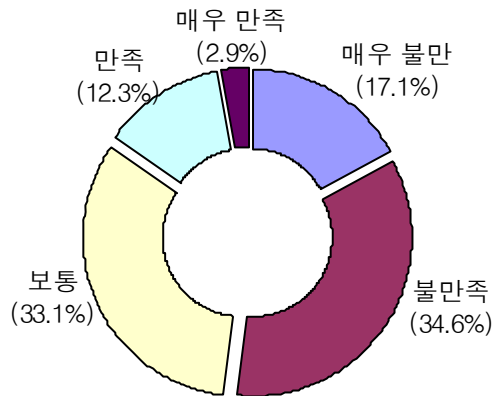
주: 480개 사가 응답



주: 483개 사 응답

- 종업원의 이직에 대한 불만이 47.7%로 이직이 빈번한 상황

< 圖-74 종업원 이직 >



주: 488개사 응답

□ 이 밖에 사회보장비용, 노사관계 화합성에 대해서도 만족도 낮음

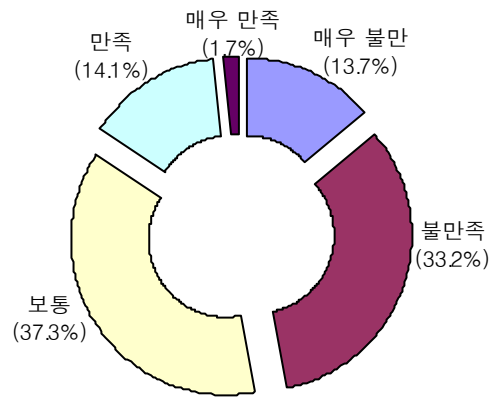
- 사회보장비용에 대한 불만은 54.9%인 반면 만족은 8.7%에 불과하여 기업에 대한 과도한 사회보장비 요구가 문제가 되고 있는 것으로 나타남
- 노사관계의 화합성 측면에서는 불만족 의견이 29.2%로 만족 16%를 상회하고 있음

행정 당국의 대응에 대한 전반적인 불만도가 높은 상황

□ 행정 당국의 공정성과 합리성에 있어서 불만도가 높게 나타남

- 지방정부의 공정성, 신속성, 합리성에 대한 불만도가 46.9%에 달함

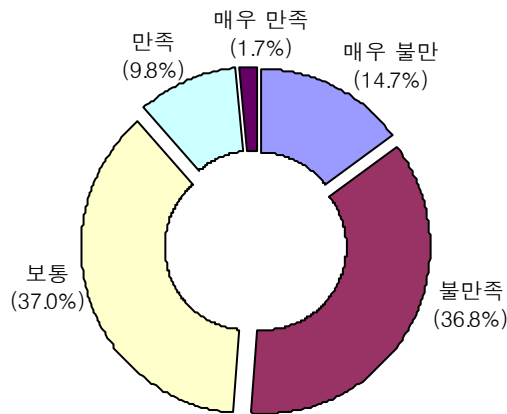
< 圖-75 지방정부의 공정성, 신속성, 합리성 불만도 >



주 : 467개사 응답

- 담당자간의 의견 통일에 대한 불만족도 51.5%로 높게 나타남

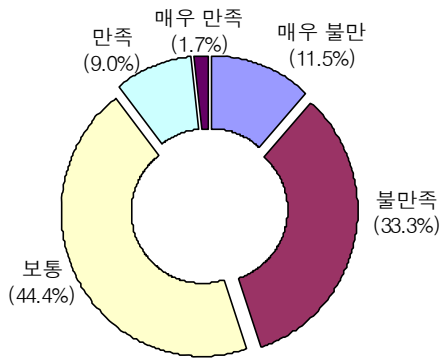
< 圖-76 담당자간의 의견통일 불만도 >



주 : 470개사 응답

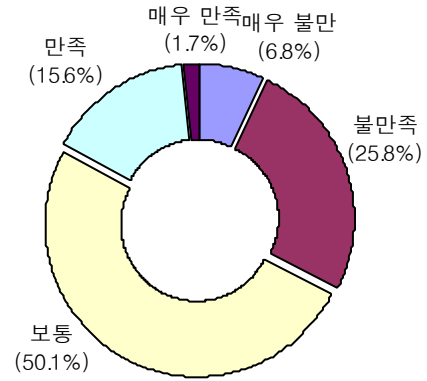
- 제도, 세제 운용의 공평성에 대한 불만족이 44.8%로 높으며 우대정책 준수 여부에 대해서도 불만족이 32.6%로 만족(17.3%)보다 높아 우대정책이 제대로 집행되는지 우려

< 圖-77 제도, 세제 운용의 공정성 >



주 : 468개 사 응답

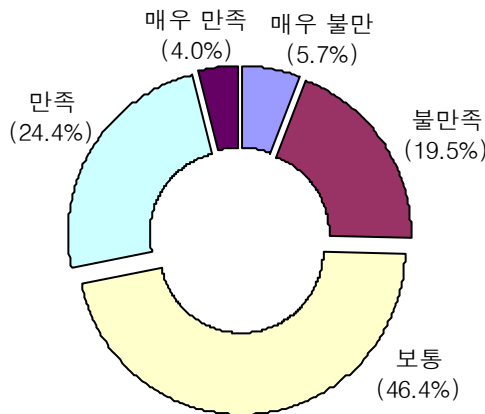
< 圖-78 우대정책 준수 여부 >



주: 469개사 응답

- 한국계 기업에 대한 호감도는 만족(28.4%)과 불만족(25.2%)이 비슷하여 한국기업으로서의 이점 여부를 판단하기 어려움

< 圖-79 한국기업에 대한 호감도 >



주 : 472개사 응답

- 지적재산권 보호 의지에 대해서는 불만족 의견이 41.5%로 만족(11.9%)을 크게 상회하여 중국의 지재권 보호가 여전히 취약함을 알 수 있음
- 이 밖에 세무국, 세관, 노무 및 위생관리국, 사법 및 중재기관 등 중국의 행정당국에 대한 불만도가 전반적으로 높게 나타남
- 세무국의 효율성과 합리성에 대한 불만족 의견이 44.9%로 만족(12.3%)을 크게 상회

- 세관 행정에 대해서도 불만족스럽다는 의견이 46.5%로 거의 과반수를 차지하여 세관 행정의 효율성과 합리성에 불만을 표시
- 노무, 위생관리국(42.1%), 외환관리국(42.2%)에 대한 불만도도 높은 수준
- 한편 사법 및 중재 기관의 법 집행성의 성실성에 대한 불만족도 42.2%에 달하여 법 집행의 공정성에 대한 의문을 토로

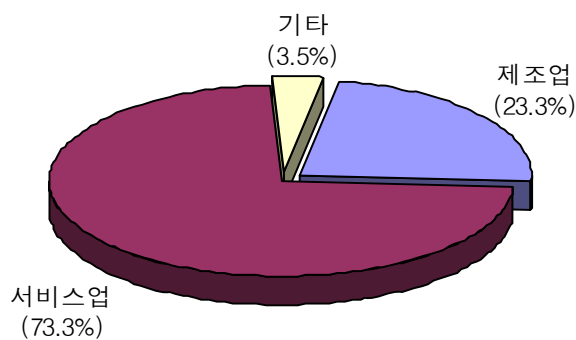
VII. 기타

향후 서비스업과 첨단제조업이 유망할 것으로 전망

□ 향후 제조업보다 서비스업이 유망산업이 될 것으로 전망

- 제조업(23.3%)보다 서비스업(73.3%)의 유망산업 전망 비중이 3배 가까이 높게 나타남
- 이는 최근 중국 내 일부 제조업 투자과열 및 중국 정부의 내수 중심 경제정책 전환과도 연관

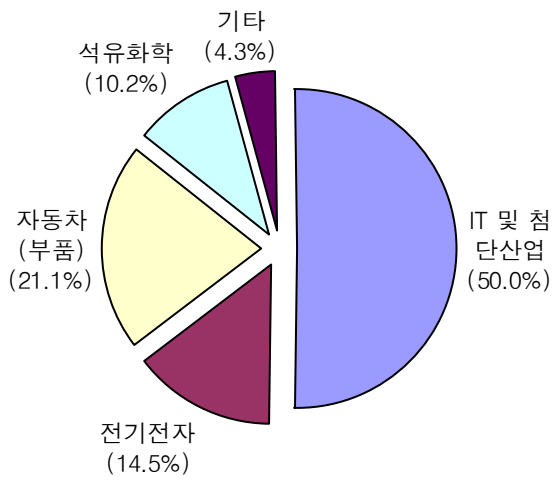
< 圖-80 향후 유망산업 전망 >



주 : 516개 사 응답

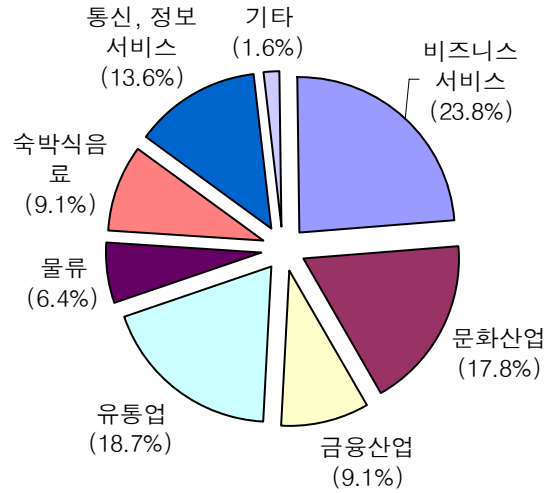
- 제조업은 IT, 자동차 및 관련 부품, 전기전자, 석유화학 등의 순이며 서비스업은 비즈니스서비스(회계, 컨설팅, 광고 등), 유통업, 문화산업(방송, 영화, 공연 등), 금융업 순으로 각각 유망한 것으로 응답

< 圖-81 향후 유망 제조업 >



주 : 304개 사 응답

< 圖-82 향후 유망 서비스업 >



주 : 542개 사 응답

한국정부에 대해서는 투자정보 제공 등을 요망

□ 투자기업들이 한국 정부의 지원을 희망하는 주요 사항으로는 ‘투자정보 제공’, ‘금융 지원’, ‘기진출 기업 애로사항 중국 측에 전달’ 등

지원요망 사항	비율(%)
- 투자정보 제공	19.9
- 금융 지원	16.3
- 기진출 기업 애로사항, 중국 측에 전달	15.8
- 상설 투자자문센터 운영	11.4
- 중국 바이어 정보 제공	8.6
- 해외투자 교육과정 운영	8.0
- 중국 내 한국기업 전용공단 조성	6.6
- 대중 물류부문 개선	5.8
- 합작대상 알선	3.9
- 투자시찰단 활성화	3.8

주 : 3개 복수 응답(총 1,295개 의견)

VIII. 시사점

환경 악화에도 중국 사업에 적극적인 한국기업

- 한국기업은 일천한 중국 진출 역사에도 불구하고 주목할 만한 성과를 거두고 있음
 - 조사대상 기업의 43.5%가 '대규모 흑자 또는 소폭 흑자'를 기록하여 적자기업의 비중 26.7%를 크게 상회
 - 이는 2005년 조사의 흑자 비중 36.1%보다 높은 수치
 - 적자기업의 63.8%도 향후 2년 이내에 적자를 탈출할 것으로 전망
 - 흑자기업 중 59%가 흑자진입 소요 기간이 2년 이하라고 응답한 것에서 빠른 시일 내에 중국사업 성과를 달성했음을 알 수 있음
 - 이는 중국 진출을 위한 사전 준비가 과거와 달리 효과적으로 진행되고 있음을 의미
- 내수시장 공략, 경영현지화 등에서도 주목할 만한 성과를 달성
 - 매출액의 지역별 구성이 47.6%로 2005년의 41.7% 대비 증가하여 성공적으로 현지 시장 개척을 하고 있음을 알 수 있음
 - 판매 방식에 있어서도 현금결제가 45%, 현금+외상이 40.7%인 반면 외상거래 비중이 10.7%에 불과하여 질적으로도 양호
 - 원부자재 조달의 현지화 비중 증가, 현지 연구개발 기능 강화, 중국인의 중간 관리자 이상 비중 증가 등은 경영현지화의 진전을 의미
- 이러한 성과는 한국기업들이 중국에 대한 낙관적인 전망 하에 적극적으로 장기적인 중국사업 전략을 견지했기 때문
 - 69.5%가 향후 1~2년간 중국 비즈니스 환경에 대해 현재와 비슷하거나 좋아질 것이라고 낙관적으로 전망

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

- 장기적인 관점 하에 기술력 강화, 현지 고급인력 확보, 서비스시장 공략 등에 주력하고 있는 양상

한국기업은 중국사업 리스크에 점증에 대해 명확히 인지

인건비 상승, 정부정책 변화 등으로 사업환경이 과거보다 악화되고 있음을 인지하고 있음

- 전반적으로는 중국사업 환경을 낙관하고 있으나 부분별로는 인건비 상승, 중국업체와의 경쟁, 기술경쟁력 위축, 정부의 법률적 제재 등을 리스크 요인으로 지적

- 중국의 법률적 제재 우려가 2005년 4.8%에서 8%로 상승한 것은 중국정부의 외국인투자정책 변화를 반영

- 특히 노무, 인사 부문에 대한 리스크에 대해 심각하게 인지

- 인건비 상승, 고급인력 구인난, 노사화합 어려움 등에 대해 심각한 문제 의식을 가지고 있는 상황

내수시장 공략에 주력하여 성과를 거두고 있으나 그 어려움을 인지

- 중국 소비시장 공략의 애로요인이 과당 경쟁, 복잡한 유통, 정보수집 어려움 등임을 파악하고 기술력 강화, 직판체제 구축 등으로 대응하고 있는 상황

점증하는 중국사업 리스크에 대한 대비가 필요한 시점

- 중국정부 정책에 대한 불만을 토로하기에 앞서 정책변화에 부합하는 경영행태를 추구하여 이익을 극대화해야 함

- 중국 정보 습득 시스템에 대해 정부의 지원을 포함한 전반적인 재검토가 필요

중국의 외국인투자 환경 변화는 대세

- 경제 고성장, 경상수지 흑자 지속 등으로 외국인투자에 대한 필요성이 과거에 비해 하락
 - 우대조치 축소 등은 외국인투자기업에 대한 차별이 아니라 국제기준에 적합한 내국민대우 원칙을 적용하는 것으로 대세
 - 외국인투자 유치에 있어서 고려하는 것은 투자규모가 아니라 자국 산업 발전에 도움이 되는 기술·노하우 보유 및 이전 계획 유무
- 외국인투자정책 기조의 변화는 중국정부가 추진하는 정책과제에 부합하는 방향으로 전개
 - 세제 혜택 축소, 기술이전 요구, 외국인투자기업의 시장 지배 견제 등은 '공정 경쟁'을 강조하는 중국정부의 의도에 부합
 - 노동자 임금수준 향상, 기업의 복지부담 강화 등 노사관계 감독 강화는 빈부격차 축소라는 중국의 시급한 정책과제 방향과 일치

환경악화에도 한국기업의 대중국 투자는 향후에도 지속되어야 함

- 중국은 이미 선택의 대상이 아니며 글로벌기업으로 부상하기 위해서는 반드시 진출해야 하는 핵심지역
 - 최근 글로벌기업의 성공, 실패를 결정하는 주요 요인 중 하나는 중국시장에서의 성공여부
 - 금번 조사에서 중국 진출 후 본사를 중국으로 완전히 이전한 기업도 16.9%에 달하는 것으로 나타남
 - 특히, 지리적·경제적으로 가장 근접한 한국기업은 중국과의 교역 및 투자를 더욱 확대하여 경제성장 동력으로 삼아야 함

□ 제조업 위주 진출에서 성장 잠재력이 큰 서비스분야로의 전환 모색

- 서비스시장 개방이 본격화되고 있는데다가 중국정부가 향후 경제정책 중점을 '서비스산업 육성을 통한 내수진작'에 두고 있음
- 한국기업들도 향후 중국사업의 유망 산업으로 제조업(23.3%)이 아닌 서비스업(73.3%)을 지목

- 중국과 문화적인 유사성이 큰 만큼 경쟁력을 보유한 한국의 서비스업은 중국시장에서도 성공할 가능성이 큼

□ 업종별로 진출 지역 다변화를 시도할 필요

- 흑자 기업들의 주요 성공 요인 중 입지선정이 2005년 5.4%에서 2006년 8.1%로 상승한 것에서 입지의 중요성이 커지고 있음을 알 수 있음

- 법인세 인하 등 기존의 우대 조치가 서부지역, 동북3성 등 낙후지역에서는 여전히 유효한 경우가 많음
- 업종 선별 투자도 이들 지역에서는 유효하지 않은 경우가 많아 노동집약적 산업, 단순 임가공업 등에 유리

‘Think Local, Act Global’型 현지화 전략 추구

□ 결국은 경영합리화 등 기본에 충실하는 기업이 중국에서 성공

- 흑자 기업의 성공요인은 높은 기술력(24.6%), 좋은 파트너(14.6%), 저렴한 생산비(14.2%) 등이며 ‘關係’ 활용(4.3%), 중국정부 지원(1.9%) 등은 소수에 그침

- 이는 중국에서 성공하기 위해서는 인맥이나 지원이 아닌 앞선 기술력을 바탕으로 경영합리화를 추구한 기업이었음을 의미

□ 준법·투명경영에 만전을 기하여 뜻하지 않은 비용을 지불하지 않도록 각별히 주의

- 중국의 법체계가 개선됨에 따라 위법행위는 물론 과거에는 묵인되었던 편법행위도 경우에 따라서 재앙이 될 수 있음
- 지방정부의 특혜나 묵인은 더 이상 중국 사업의 안전판 구실을 할 수 없음에 특히 유의

- 한국기업의 경우 서구기업이나 일본기업에 비해 준법경영이나 투명경영에 있어 취약점 존재
- 서구기업이나 일본기업은 이미 수년 전부터 세무 등 법·제도 변화에 대비하여 외부컨설팅을 받는 등 철저히 준비해왔으나 한국기업, 특히 중소기업의 경우 매우 취약

- 특히 노사문제에 있어서는 현지법을 준수하는 한편 전문가를 육성하여 사전에 철저히 대비
- 중국진출 한국기업 중에서 17.3%가 이미 노사분규를 경험했으며 향후 더욱 증가할 것으로 전망

□ 'Think Local, Act Global'型 현지화 전략을 추구

- 외국인투자기업은 그 동안 경영행태 면에서 중국정부나 국민들의 기대에 제대로 부응하지 못함
- 중국정부 및 국민이 외국인투자기업에 원하는 것은 선진기술뿐만 아니라 선진적인 수준의 경영과 행태

- 글로벌 관점에서의 최적화를 추구하는 과정에서 지나치게 경제적인 이익만을 추구하는 모습을 노출('Think Global, Act Local'型)
- 일부 기업들은 중국의 허술한 법제도나 정부의 비호에 편승하여 후진적인 경영행태를 보이기도 함

- ‘Think Local, Act Global’의 원칙을 견지하여 존경받는 기업상을 구현
 - 중국 현지 문화나 규범을 존중하고 사업모델이나 전략을 중국의 현실에 맞추는 ‘Think Local’ 실현
 - 중국 정부가 외국인투자기업에게 기대하는 역할도 수행할 필요
 - 실제 경영에 있어서는 글로벌 규칙에 맞는 투명·준법경영을 구현하고 적극적으로 선진 경영기법을 도입하는 ‘Act Global’ 실천

2006년 KOTRA 발간자료 목록

□ 기획조사

번 호	제 목	발간일자
06-001	2005년 해외지역이슈 돌아보기	2006.1
06-002	최근 원화 강세에 따른 우리 수출에의 영향 및 대응책	2006.1
06-003	베트남의 WTO 가입시 우리 수출 및 투자에의 영향	2006.1
06-004	한-인도 CEPA 체결과 대인도 수출유망품목	2006.1
06-005	북일 경제관계 현황과 전망	2006.2
06-006	BRICs 이후 유망시장, 남아공 시장여건 분석	2006.2
06-007	북한의 개방 전망과 개성공단 -김정일 위원장의 방중으로 살펴본 개성공단의 현재와 미래-	2006.2
06-008	對인도 투자, 이것만은 알아두자	2006.2
06-009	중국의 비즈니스 환경 변화와 시사점	2006.2
06-010	북한의 외자유치 현황과 전망	2006.3
06-011	한국, 3년 후 중국 수입시장 1위 부상 전망	2006.3
06-012	수출할 때 따라야하는 일본의 인증마크	2006.3
06-013	한-칠레 FTA 발효 2년 후 칠레시장에서의 우리제품 점유율 변화	2006.3
06-014	중남미 좌파정권 경제정책 동향 및 시사점	2006.4
06-015	미국의 대중 통상정책 변화와 전망	2006.4
06-016	2006. 2/4분기 수출전망 및 대한수입규제 현황	2006.4
06-017	주요 분야별 대미 FTA체결국의 대응현황	2006.4
06-018	중, 금년 외국인 개인소득세 관리 크게 강화	2006.4
06-019	섬유교역자유화 1년을 평가한다: 서남아시아 섬유산업 동향 및 영향	2006.4
06-020	일본 소비트렌드의 변화와 시사점	2006.4
06-021	일본 농산물 포지티브제 도입과 시사점	2006.4
06-022	북미 자동차부품 시장의 변화와 기회	2006.4
06-023	한-아세안 FTA 체결 후 對아세안 수출유망품목	2006.5
06-024	장강삼각주 IT산업 성장과 우리기업에 대한 시사점	2006.5
06-025	한중일 산업협력, 그 첩경	2006.5
06-026	중국 진출기업 세무 리스크 동향 및 시사점	2006.5
06-027	탄소시장과 우리의 참여 가능성	2006.5

06-028	해외진출 한국기업 원고 대응동향 및 경쟁국 대응사례	2006.5
06-029	2006년 주요국 환경규제 현황 및 대응사례	2006.5
06-030	한-아제르바이잔 및 한-UAE 교역투자동향 및 경제협력확대방안	2006.6
06-031	한-EU FTA 체결 영향 및 현지 업계 반응조사 - 현지 경쟁동향 및 바이어 반응을 중심으로	2006.6
06-032	해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(1) : 북미편	2006.6
06-033	아프리카 新성장 엔진, 앙골라를 주목하라	2006.6
06-034	알기 쉽게 정리한 베트남 투자절차	2006.6
06-035	해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(2) : 구주편	2006.6
06-036	환율파동에 따른 한일수출경쟁력 비교	2006.6
06-037	2006년 상반기 대한 수입규제 동향 및 하반기 전망	2006.6
06-038	2006년 하반기 수출전망	2006.6
06-039	중국 내수시장 공략, 변화의 트렌드를 읽어라	2006.7
06-040	한-EU FTA 추진관련, EU 비관세장벽 현황 및 피해사례 조사	2006.7
06-041	미국과 FTA 추진 3개국 동향 및 한미 FTA에의 시사점	2006.7
06-042	아랍 경제통합, 추진현황과 대응책	2006.7
06-043	WTO/DDA 협상 잠정중단이 FTA협상에 미치는 영향	2006.8
06-044	중국의 신노동계약법 주요쟁점과 우리기업에게 미치는 영향	2006.8

□ 무공자료

번 호	제 목	발간일자
06-001	2006년 세계시장 진출전략 설명회	2006.1
06-002	2006년 지역별 진출확대 전략	2006.1
06-003	2005 다시보기, 2006 미리보기	2006.1
06-004	APEC 투자환경설명회 2005 종합보고서	2006.1
06-005	극동 러시아, 이것만은 꼭 알아두자	2006.2
06-006	주요국 한류와 문화산업시장 동향 - 한류, 유행에서 산업으로 -	2006.2
06-007	주요국의 자원현황 및 개발동향 I 러시아 . 캐나다 편	2006.3
06-008	주요국의 자원현황 및 개발동향 II 말레이시아 . 미얀마 . 베트남 . 필리핀 . 호주 편	2006.3
06-009	IK Annual Report 2005 - 외국인투자유치의 성취, 그리고 새로운 도전	2006.3
06-010	2005년도 북한의 대외무역동향	2006.6
06-011	유럽 유통시장 진출 가이드	2006.6

06-012	러시아 SEZ 진출 가이드	2006.6
06-013	2006 서울국제식품전 결과보고서	2006.6
06-014	5년을 앞서가는 중국 비즈니스 전략	2006.6
06-015	현장에서 읽는 중국 환경시장 : 중부 6개성을 가다	2006.6
06-016	2006년 외국인 투자기업 생활환경 애로조사 보고서	2006.7
06-017	2006년 외국인 투자기업 경영환경 애로조사 보고서	2006.7
06-018	한국 싱가포르 대만 투자환경 비교조사	2006.7
06-019	2006 해외투자백서	2006.7
06-020	Q&A로 본 중국투자 A to Z	2006.7
06-021	전문가에게 듣는 중국투자 포커스	2006.7

□ 산업리포트

번호	제목	발간일자
06-001	주요국의 환경산업 동향 및 진출 방안	2006.4
06-002	주요국의 전자산업 동향 및 진출방안	2006.6
06-003	주요국의 자동차부품시장 현황 및 진출방안	2006.6
06-004	Global Medical Map (의약품편)	2006.6
06-005	Global Medical Map (의료기기편)	2006.6
06-006	주요국 IT 유망분야 및 진출방안	2006.6
06-007	주요국의 신발산업 동향 및 진출방안	2006.6
06-008	주요국의 산업용 섬유산업 동향 및 진출 방안	2006.6
06-009	주요국의 기계산업동향 및 진출방안	2006.6

□ 설명회자료

번호	제목	발간일자
06-001	2006 CHINDIA 시장진출전략 심포지엄	2006.6
06-002	중국투자의 현주소와 성공전략 세미나	2006. 8

‘06 중국투자기업 그랜드서베이

발행인 : 흥기화

발행처 : KOTRA

인쇄처 : 세광문화사 02)2267-3077

발행일 : 2006년 8월

주소 : 서울시 서초구 염곡동 300-9
(우 137-749)

전화 : 02)3460-7114(대표)

홈페이지 : www.kotra.or.kr

Copyright © 2005 by kotra. All rights reserved.

이 책의 저작권은 kotra에 있습니다.

저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.