
수출 ‘엘도라도’ BRICs를 잡아라

2004. 3. 15

KOTRA
해외조사팀

目 次

=====

I . BRICs는 ?/1

II . BRICs 經濟 · 輸入/2

1. 경제/2
2. 수입/3

III . BRICs에서 한국의 위치 및 수출 전망/5

1. 對BRICs 수출현황/5
2. BRICs에서 한국상품의 위치 · 문제점/7
3. BRICs에 대한 우리 수출 전망/12

IV . 수출확대방안 및 유망분야/15

1. 종합진출방안/15
2. 국별 수출확대방안 및 유망분야/18

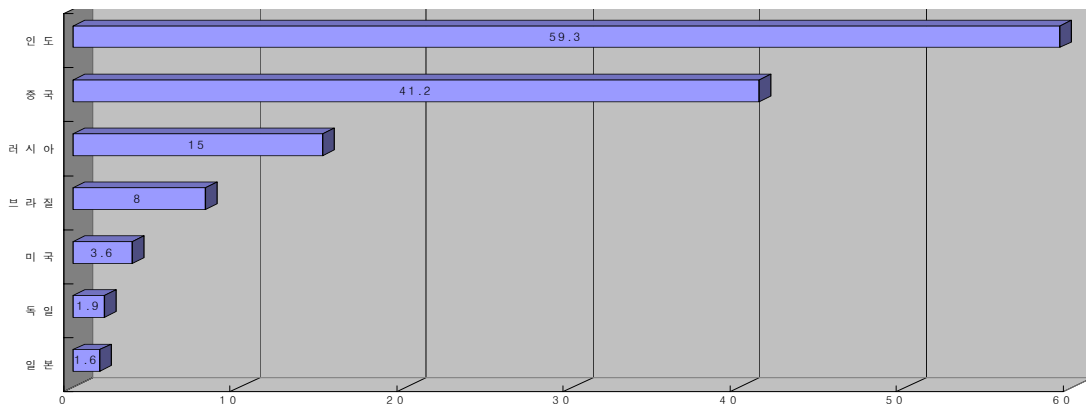
I. BRICs는?

□ BRICs는 27억의 노동력과 방대한 자원을 배경으로 고속성장을 하고 있는 브라질(B), 러시아(R), 인도(I), 중국(C) 등 4개국을 일컫는 용어

- 미국의 투자은행 골드만삭스의 D.Willson이 '03.10 발표한 투자전략보고서인 'Dreaming with BRICs : The Path to 2050'에서 이 용어 처음 사용
- 이들 국가들은 세계 면적의 30%가 넘고 세계 인구의 43%에 달함
- 경제면에서도 이들 국가들은 2004년 6~8%의 성장을 할 것으로 보이며, 향후 50년간 경제규모가 중국 41.2배, 인도 59.3배, 러시아 15.0배, 브라질 8.0배 증가하여 2050년 중국은 세계 최대의 경제대국이, 인도는 3위, 브라질 5위, 러시아 6위의 경제대국으로 부상할 전망

. 동 기간중 미국은 3.6배, 일본은 1.6배, 독일은 1.9배 증가하는데 그침

<그림 1> 2050년의 GDP (2000년 대비 배수)



자료원 : 골드만삭스

□ BRICs 4국은 과거 오랜 기간의 사회주의 정책(중국,러시아)이나 수입대체 위주 정책(인도, 브라질)에서 탈피, 자유시장경제와 교역을 추구하고 있어 수입시장규모도 매우 빠른 속도로 증가

- 세계무역에서 G6(미, 일, 독, 프, 영, 이) 의존도가 퇴조하고 대신 BRICs 의존도가 급속 확대 전망
- 우리나라는 지리적으로나 산업구조상 다른 나라들 이상으로 BRICs의 영향을 받을 전망이며 BRICs 시장개척과 확대노력은 불가피한 선택

II. BRICs 經濟・輸入

1. 경제

- '03년 세계경제의 전반적인 불황하에서도 고속 성장
 - 브라질만이 IMF 관리 체제하에서의 초긴축 재정정책으로 부진
- '04년에도 개혁·개방 정책 지속과 세계경제 회복에 힘입어 브라질을 제외하고는 6~8%의 성장 예상

<표 1> BRICs의 GDP 성장률 (단위 : %)

	2001	2002	2003	2004
중국	7.5	8.0	9.1	8.4
인도	5.5	4.3	6.4	6.9
러시아	5.0	4.3	7.3	6.5
브라질	1.3	1.9	-0.2	3.5

자료원 : EIU, IFS, 각국정부 전망치 등

주 : '03년은 추정치, '04년은 전망치

- 장기적으로 2050년의 G6는 BRICs 4개국과 미국, 일본으로 구성(골드만삭스)
 - 현 G6에서 독, 영, 프, 이 4국이 탈락하고 BRICs 4국이 새로운 G6 부상
 - . 중국의 경제규모는 2007년에 독일, 2016년 일본, 2041년에 미국을 능가 세계 최대가 됨
 - . 인도의 경제규모는 2032년 일본을 능가 세계 3위
 - . 러시아의 경제규모는 2018년에 이탈리아, 2024년에 프랑스, 2027년에 영국, 2028년에 독일을 능가 세계 5위
 - . 브라질의 경제규모는 2025년에는 이탈리아, 2031년에는 프랑스, 2036년에는 영국과 독일을 능가 세계 6위

<표 2>

BRICs · G6의 '00~50년간 GDP 변화

(단위 : 10억달러)

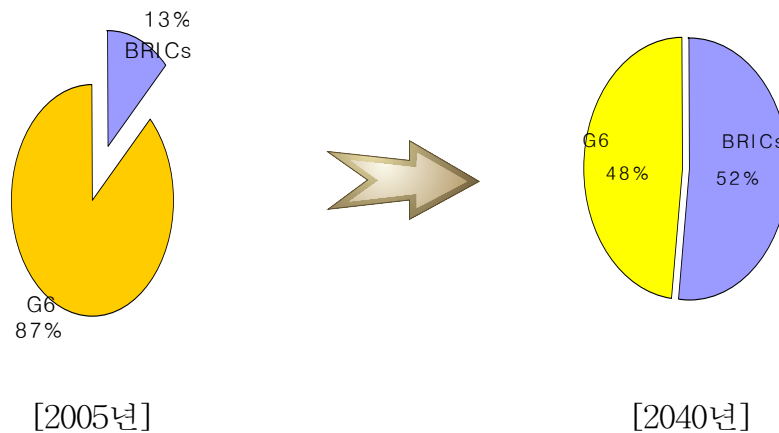
연도	BRICs				G6						BRICs對G6	
	중	인	러	브	미	일	독	영	프	이	BRICs	G6
2000	1,078	469	391	762	9825	4176	1875	1437	1311	1078	2700	19702
2005	1724	604	534	468	11697	4427	2011	1688	1489	1236	3330	22548
2010	2998	929	847	668	13271	4601	2212	1876	1622	1337	5441	24919
2015	4754	1411	1232	952	14786	4868	2386	2089	1767	1447	8349	27332
2020	7070	2104	1741	1333	16415	5221	2524	2285	1930	1553	12248	29928
2025	10213	3174	2264	1695	18340	5567	2604	2456	2095	1625	17345	32687
2030	14312	4935	2980	2189	20833	5810	2697	2649	2267	1671	24415	35927
2035	19605	7854	3734	2871	23828	5882	2903	2901	2445	1708	34064	39668
2040	26439	12367	4467	3740	27229	6039	3147	3201	2668	1788	47013	44072
2045	34799	18847	5156	4794	30956	6297	3381	3496	2898	1912	63596	48940
2050	44453	27803	5870	6074	35165	6673	3603	3782	3148	2061	84201	54433

자료원 : 골드만 삭스

주 : '03년 미 달러화 기준

<그림 2>

G6와 BRICs의 상대적 GDP



2. 輸入

□ 중국에 이어 인도, 러시아, 브라질도 개방을 본격화하고 있어 거대수입국으로 부상하는 중

- 고성장, 시장개방으로 미·일 등 선진국 보다 훨씬 빠르게 수입규모 확대
· 최근 2년 중국의 수입은 70.0% 증가하였으나 미국은 10.3% 증가
- 이들 국가의 수입은 경제발전을 위한 원자재·부품·소재 중심으로 이루어져 국제원자재 가격의 폭등을 유발할 정도

<표 3> '01-'03 기간중 BRICs · 美日 수입 추이

(단위 : 억불, %)

		2001		2002		2003	
		금액	증감율	금액	증감율	금액	증감율
BRICs	중국	2,436	8.2	2,953	21.2	4,131	39.9
	인도	501	-0.1	569	13.6	339	28.4
	러시아	364	221.	408	12.1	449	21.7
	브라질	556	-0.4	472	-15.1	483	2.3
선진국	미국	11,410	-6.2	11,614	1.8	12,594	8.4
	일본	3,505	-7.5	3,378	-3.6	3,821	13.1

자료원 : WTA

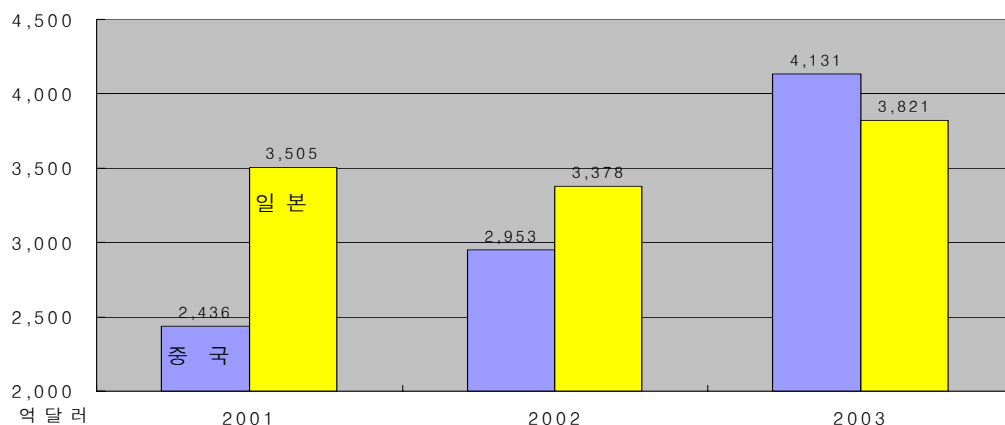
주 : 1. 2003년의 경우 중국, 브라질은 연간, 러시아는 1-11월간,
인도는 1-6월간

2. 인도의 경우 루피화 통계를 평균 환율 적용 달러 환산

□ 특히 중국은 고속 수입증가로 '03년 일본, 영국, 프랑스를 제치고 단숨에 세계 3위 수입국 부상

- '03년 주요 선진국 수입액 및 증가율 : 미국(12,594억불, 8.4%), 일본(3,821억불, 13.1%), 영국(3,927억불, 12.6%)

<그림 3> '01-'03년 중국과 일본의 수입시장규모 추이



□ 세계경제에로의 편입 지속으로 외국기업 진입장벽도 점차 완화

- 경제의 개방과 자유시장경제의 확립으로 관세, 비관세장벽 지속 완화
- 다만, 반덤핑 관세나 상계관세 등은 확산

Ⅲ. BRICs에서 한국의 위치 및 수출 전망

1. 對BRICs 수출현황

□ 지난 4년간 BRICs 시장이 우리 수출을 견인

- 동 기간 對BRICs 수출금액은 141.2%, 수출비중은 78% 증가
 - . '99-'03년간 총수출 증가액 501억불 중 48%에 해당하는 239억불이 대BRICs 수출 증가
 - . '03년에는 총수출 증가액 239억불 중 56%에 해당하는 133억불이 대BRICs 수출 증가
- 반면 기존 주력시장인 미, 일에 대한 수출증가는 미미, 이에 따라 美日 의존도는 급락
 - . 미국시장 의존도 : 20.5%('99) → 17.7%('03)
 - . 일본시장 의존도 : 11.0%('99) → 8.9%('03)

□ 이처럼 수출이 급속 증가한 것은 BRICs의 고속 성장, 시장개방 확대 및 소득수준 향상에 따른 소비 증가, 그리고 IT 제품을 위시한 우리 제품의 경쟁력 강화에 기인

- 다만, 브라질은 최악의 경기불황으로 우리 수출도 큰 폭 감소

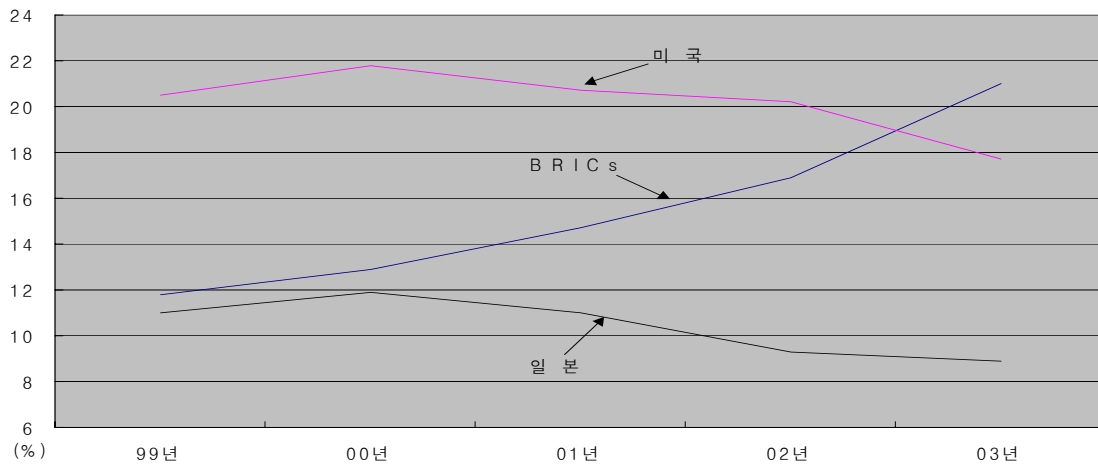
<표 4> '01-'03년간 한국의 BRICs 및 美日 수출

(단위 : 억불)

연도	중국	인도	러시아	브라질	BRICs 계	BRICS 비중(%)	미국 비중(%)	일본 비중(%)
1999	136.9	13.6	6.4	12.1	169.0	11.8	20.5	11.0
2000	184.5	13.3	7.9	17.2	222.9	12.9	21.8	11.9
2001	181.9	14.1	9.4	16.1	221.5	14.7	20.7	11.0
2002	237.5	13.8	10.7	12.5	274.5	16.9	20.2	9.3
2003	351.1	28.5	16.6	11.4	407.6	21.0	17.7	8.9
2003 국별비중(%)	18.1	1.5	0.9	0.6	21.0			

자료원 : KOTIS

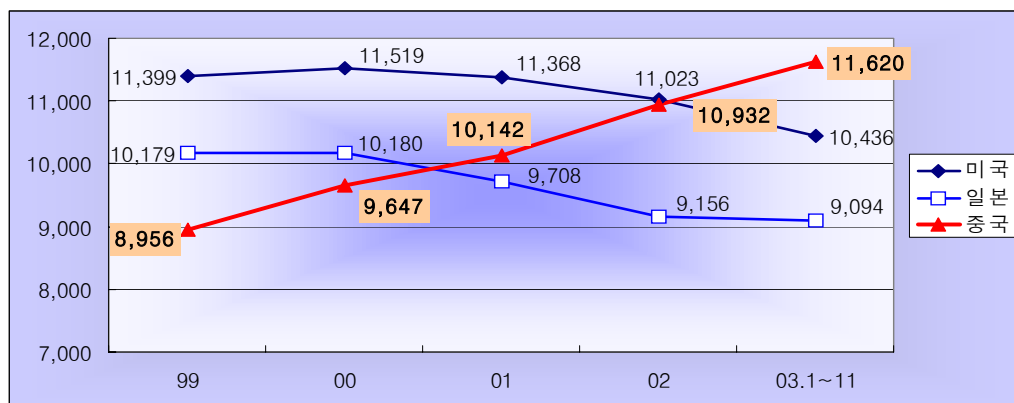
<그림 4> 주요 수출시장별 비중변화 추이



□ 특히 중국은 '03년 미국을 제치고 최대 수출대상국 부상

- '92년 한·중 수교 당시 제6위 수출대상국이었던 중국은 '01년 일본을 앞서 2위로 부상한 뒤 '03년에는 미국을 제치고 최대 수출대상국으로 부상
- 대중 수출기업 수도 '99년 8,956개에서 9,647개('00), 10,142개('01), 10,932개('02), 11,620개('03. 1~11)로 급증. 03년 수출기업수 측면에서 미국을 추월하였으며 수출품목수도 '01년부터 미국을 앞서고 있음
- 대미·대일 수출기업수와 수출품목수는 해마다 감소

<그림 5> 연도별 대중·미·일 수출기업수



자료원 : KOTIS(관세청 통계기준)

□ 對인도 수출도 '03년 106.1%가 증가, 주력 수출 대상국으로 부상
('02년 : 24위 수출상대국 → '03년 13위 수출상대국)

2. BRICs에서 한국상품의 위치 · 문제점

가. 중국

□ '03년 들어 한국제품 시장점유율 10%대 진입

- 대중 수출증가세 속에서도 '98년 이래 감소세를 보였던 우리 상품의 중국시장 점유율은 '01년을 고비로 회복, '03년 10%대(10.5%) 재진입
 - 시장점유율 순위도 상승('01년 4위 → '03년 3위)
 - 주요 경쟁국인 일본(1위), 대만(2위), 미국(4위)은 '03년 모두 중국 시장 점유율 하락

<표 5> 중국 수입시장 점유율 비교

	2000	2001	2002	2003
한국	10.3% →	9.6% →	9.7% →	10.5%(51.0%)
일본	18.5% →	17.6% →	18.1% →	18.0%(38.7%)
대만	11.3% →	1.2% →	12.9% →	12.0%(29.6%)
미국	9.9% →	10.8% →	9.2% →	8.2%(24.4%)

자료원) WTA

주) 괄호내 수치는 증감율

□ 부품 · 소재 시장에서는 확고한 위상 구축, 전통상품 · 소비재는 부진

- '03년 자동차부품(459.5%), 광학기기부품(596.9%), 집적회로 반도체(132.8%), 무선통신기기부품(104.9%), 컴퓨터부품(110.9%), 모니터, 열연강판, 냉연강판, 아연도강판 등 부품 · 소재의 수출 급증
- 전자, 자동차 등 산업발달에 필요한 각종 부품 · 소재 수요가 증대되고 있으나 중국기업의 생산은 범용제품 중심으로 이루어지며 고급 · 고기술 제품은 수입에 의존

- . 최근 일본에서 한국으로 부품·소재 수입선을 전환하는 추세로 대중 부품·소재 수출은 상당기간 고성장이 지속될 전망
- 섬유, 가죽 등 전통적인 수출품목은 감소세
- 외국인투자기업의 현지 생산, 관세 장벽 등에 따라 휴대폰 등 일부 분야를 제외하고는 완제품 소비재 수출은 부품·소재에 비해 부진
- 소수 품목에 집중된 수출구조, 브랜드 인지도 취약, 대한 수입규제 확대 등은 대중 수출확대에 제약 요인
- 상위 5대 전략품목의 수출비중이 40%에 육박, 여건 호전시 폭발적인 수출증가를 기대할 수 있는 반면, 중국의 정책 및 환경 변화로 여건이 악화되는 경우 큰 타격을 받는 취약한 구조
- 부품·소재 중심의 수출상품구조로 인해 수출금액은 많으나 브랜드 인지도가 낮아 소비재 시장 개척에 어려움
- . 다만, 휴대폰 등 일부 하이테크 제품은 매우 높은 인지도

나. 인도

- 수출 배증으로 '03년 인도시장 점유율 순위 10위권 진입
- 최근 수출급증으로 인도시장에서 우리제품의 시장점유율은 2000년 1.6% → 2002년 2.2% → 2003년(1-6) 3.0% 등으로 급상승
- 시장점유율 순위도 2000년 14위 → 2001년 12위 → 2002년 11위 → 2003년(1-6) 9위로 지속상승
- 인도시장 수출 증가율면에서도 한국이 1위

- 반면 수출상품 구조상 한국과 경합도가 가장 높은 일본은 '00년 4.1% → '02년 3.7% → '03년(1-6) 3.0% 등으로 시장점유율이 계속 뒤편을 걸음질

<표 6> 인도 수입시장 점유율 비교

	2000		2001		2002		2003(1-6)
한국	1.6%	→	2.2%	→	2.2%	→	3.0%(73.8%)
일본	4.1%	→	3.5%	→	3.7%	→	3.0%(-12.9%)
중국	2.9%	→	3.6%	→	4.6%	→	4.9%(35.0%)
미국	5.7%	→	6.1%	→	6.6%	→	6.9%(30.2%)

자료원) WTA

주) 괄호내 수치는 증감율, 루피화 기준

- 대부분의 소비재가 25%이상의 고관세 규제를 받고 있어 소비재 진출은 부진
- 우리기업의 대인도 수출 급증에 따른 견제수단으로서 인도정부가 점차 수입규제를 강화하고 있는 점이 당면 우려 사항

<표 7> 인도의 연도별 한국제품 수입규제

(단위: 건, 기준: 조사개시일)

	'00	'01	'02	'03(1-6)
반덤핑	-	4	5	4
세이프가드	1	-	1	1
총계	1	4	6	5

자료원 : 뉴델리 무역관

- 특히 화학제품, 철강제품, 직물류 등 인도내 생산이 늘어나고 있는 품목에 대해서는 수입 규제 가능성이 상존하고 있음

다. 러시아

□ 최근 러 시장에서 한국제품 위상 수직 상승

- 러시아 시장에서 우리제품의 시장점유율은 2000년 1.2%에서 2003년(1-11) 2.5%로 3년만에 2배 이상 상승
 - 시장점유율 순위도 2000년 22위에서 2003년(1-11) 13위로 급상승
 - 러시아시장 수출 증가율면에서도 '03(1-11) 39.1%에 달해 주요국 중 가장 높은 편(상위 15국중 일본에 이어 2위)

<표 8> 러시아 수입시장 점유율 비교

	2000		2001		2002		2003(1-11)
한국	1.2%	→	2.1%	→	2.2%	→	2.5%(39.1%)
일본	1.9%	→	2.2%	→	2.4%	→	3.5%(77.7%)
중국	3.1%	→	4.4%	→	5.7%	→	6.5%(36.4%)
독일	12.9%	→	15.0%	→	15.1%	→	14.3%(15.8%)
미국	8.5%	→	7.8%	→	6.3%	→	5.1%(-1.2%)

자료원) WTA

주) 괄호내 수치는 증감율

□ 'Made in Korea'의 프리미엄 이미지 확산

- '03년 LG, 삼성이 러시아 국민 브랜드에 선정(러 국민브랜드 위원회)
 - 에어컨, DVD 플레이어 등 5개 품목
 - 日製에 버금가는 프리미엄급 품질 인식
- 중소기업도 후광 효과 향유 가능

□ 진출기업이 대기업에 편중되어 있는 점이 가장 큰 문제점

- 일부 전자, 자동차 관련 대기업을 제외하고는 적극적으로 대러시아 비즈니스를 하고 있는 기업이 매우 적은 편
 - 러시아 시장에 대한 인지도 부족이 큰 원인. 러시아 시장환경이 급속 개선되고 있으나 국내기업은 수년전의 혼란스러운 러시아를 생각

<표 9>

변화되고 있는 러시아

구분	1997년	2003년
GDP	10년 동안 감소	5년 연속 성장
GDP대비 대외채무	120%	29%
자금유출	연간 100-200억불 순유출	유입과 유출 균형
공무원	나이지리아 수준의 부패	개선추세
독점기업 구조조정	실행력 부족	더디나 구조조정 진행, 대세 간주
소득격차	매우 크고 노년층은 절대빈곤	아직 상당하나 개선 중
대중매체	부패, 재벌과 결탁	왜곡, 크레믈린이 영향
중산층	상류층과 빈곤층만 존재	급격히 증가하고 있음

자료 : Russia Journal, 2004. 1.

○ 단순 상품 판매형 진출도 문제점

- 자원 및 기술협력, 현지 생산기반 구축 등 협력관계의 다원화가 필요함에도 우리의 진출은 가전제품, 자동차, 합성수지 등 대기업형 제품 중심의 단순 상품 판매에 지나치게 집중

라. 브라질

□ 중, 인, 러 시장과는 달리 한국제품 점유율 지속 하락

- 중국, 인도, 러시아 시장에서 한국제품의 위상이 상승하고 있는 것과는 대조적으로 브라질 시장에서는 시장점유율이 하락하는 것은 물론 수출의 절대금액조차 감소세
 - 중국, 인도, 러시아로의 수출이 2000년대 들어와 두배 전후 증가한 반면 대브라질 수출은 30% 이상 감소
- 브라질 시장에서 우리제품의 시장점유율은 2000년 2.6%, 2001년 2.8%, 2002년 2.3%, 2003년 2.2% 등으로 하락 추세이며 시장점유율 순위도 2000년 8위에서 2001년 7위, 2002년 10위, 2003년 11위 등으로 하락

<표 10> 브라질 수입시장 점유율 비교

	2000		2001		2002		2003
한국	2.6%	→	2.8%	→	2.3%	→	2.2%(1.2%)
일본	5.3%	→	5.5%	→	5.0%	→	5.2%(7.4%)
중국	2.2%	→	2.4%	→	3.3%	→	4.5%(38.2%)
독일	7.9%	→	8.7%	→	9.3%	→	8.7%(-4.4%)
미국	23.1%	→	23.2%	→	21.8%	→	19.8%(-7.0%)

자료원) WTA

주) 괄호내 수치는 증감율

□ 경제적 배타주의가 가장 큰 진출 장애요인

○ 완화되고는 있으나 아직 강력한 자국산업 보호정책 및 경제적 배타주의 성향 지속

- 이에 따라 직접투자가 수출 확대의 전제 조건

. 브라질 수입시장을 주도하고 있는 미, 독, 일은 장기적인 계획하에 합작투자 형태로 진출, 성공하고 있음

- 對브라질 수출부진의 주 이유는 부진한 직접 투자

. 03.3 현재 32건, 2.7억불에 불과

. 자동차는 투자 부재로 사실상 수출 길 막혀

<표 11> 對브라질 주요투자기업 현황

기업	현지법인명	투자액(천불)
삼성전자	Samsung Electronica Da Amazonia	37,000
삼성SDI	Samsung SDI Brazil Ltda.	98,500
LG전자	LG Electronics Da Amazonia Ltda.	46,950
LG전자	LG Taubate Factory	33,960
포항제철	KOBRASCO	26,929

자료 : 해외직접투자 현지법인 현황

□ 지리적 원격성도 애로 요인

○ EU, 미국 등 주요 경쟁국에 비해 원거리에 위치해 있어 물류비용이 과다하며 및 제품의 적기 공급, 클레임 해결 등에서도 불리

3. BRICs에 대한 우리 수출 전망

가. 기회요인과 위협요인

- 브릭스 경제는 2004년도에도 높은 성장 전망, 중장기적(~'10)으로도 높은 성장세 유지
- 금년에는 물론 중장기적으로도 높은 경제 성장세가 전망되며, 이에따라 수입도 고속 성장 예상

<표 12> BRICs와 선진국의 경제성장률 비교

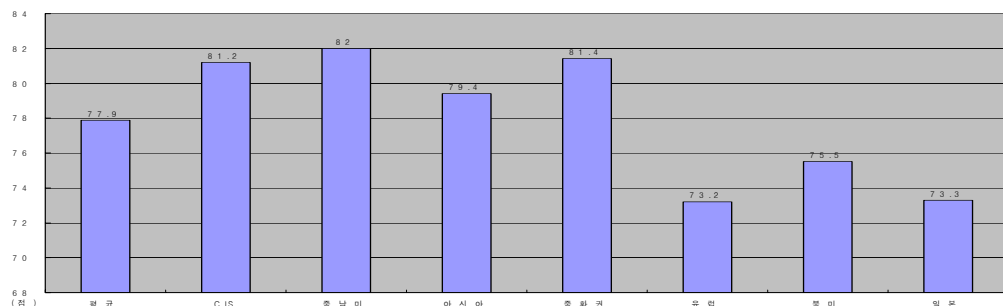
	국가	2003	2004	2005-10
BRICs	중국	9.1	8.4	7.2
	인도	6.4	6.9	6.1
	러시아	7.3	6.5	4.8
	브라질	0.4	2.3	4.2
선진국	미국	2.6	3.4	-
	일본	2.0	1.6	-
	EU	0.5	1.9	-

자료원 : '03년은 IMF, '04년은 EIU, '05-10은 골드만삭스

주 : '05-'10년은 연평균 경제성장률

- 우리나라는 고속 성장하는 중국, 인도, 러시아를 옆에 두고 있어 지리적으로 브릭스 진출에 가장 유리한 국가이며 산업구조상으로도 높은 보완관계에 있어 브릭스 경제가 고성장을 지속하면 부품·소재·중간재·자본재 등을 중심으로 빠른 속도로 수출을 늘릴 수 있음
- 한국의 국가 이미지도 BRICs에서 급속한 개선 추세로 수출확대에 긍정적 요인
- 지역별 한국의 국가이미지를 보면 중화권(81.4점), CIS(81.2점), 아시아(79.4점), 중남미(82.0점)으로 BRICs에서 모두 높음

<그림 6> 지역별 한국이미지 평점비교



자료원 : '03.6, KOTRA 실시 “한국의 국가이미지” 조사

주 : 최고 100점, 최저 개발국 50점 기준

- 한국에 대한 인지도 변화 측면에서도 중화권, 아시아, CIS 지역에서 ‘한국을 잘 안다’는 층이 최근 급증

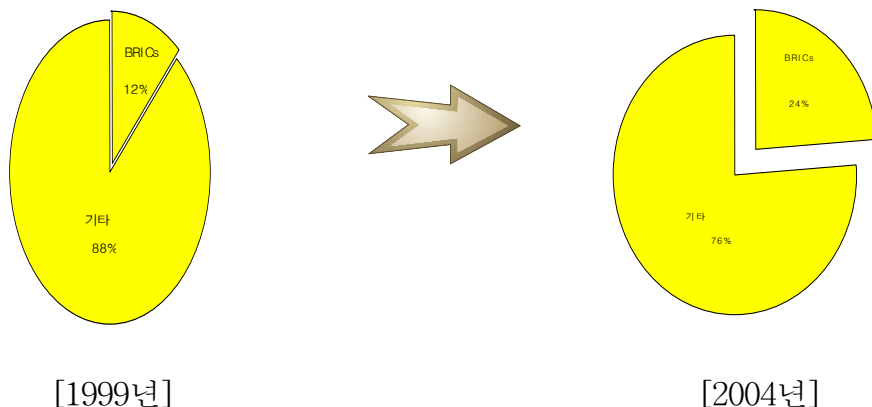
- . 중화권 : 25%('02.7) → 36%('03.6)
- . 아시아권 : 23%('02.7) → 33%('03.6)
- . CIS : 19%('02.7) → 28%('03.6)

- 브릭스 경제가 한국 수출주도품목인 IT 위주로 성장하고 있는 점도 유리한 요인
- 중국, 인도에 대한 무역흑자가 급증하여 수입규제 가능성이 상존하고, 중국의 산업정책방향이 한국의 주력산업과 동일한 산업을 육성하는 쪽으로 진행되고 있는 점은 우리 수출을 위협하는 요인

나. 수출전망

- 위협요인 보다는 기회요인이 많아 금년은 물론 중장기적으로도 수출 금액과 비중이 확대될 전망
- '04년 BRICs에 대한 수출은 '03년 대비 28% 정도 증가한 520억불에 달할 전망이며 전체 수출에서 점하는 비중은 24% 전후에 도달 예상
- '05-'06년 BRICs에 대한 수출은 매년 20% 정도 증가하여 750억불에 달할 전망. 전체 수출에서 점하는 비중은 30%에 근접할 듯

<그림 7> 우리수출에서 차지하는 BRICs 비중



IV. 수출확대방안 및 유망분야

1. 종합진출방안

가

적극적인 국가 및 상품 이미지 제고 활동

- ◇ BRICs 시장에서의 경쟁국은 공히 나름의 뚜렷한 이미지 보유
 - 미국(고기술), 일본(무결점/고품질), 독일(정밀/정확), 중국(저가)
 - ◇ 한국의 이미지가 높아지고는 있으나 상기 경쟁국과 같은 뚜렷한 이미지는 아직 확립되지 못하고 있는 것이 현실
 - ◇ 가격경쟁력 회복이 쉽지 않은 반면 한국 제품의 품질·디자인 등 비가격 경쟁력이 높아지고 있음을 감안할 때 국가 및 상품이미지 제고가 최선의 대안
- 예) 국가 이미지와 수출이 연계된 『Brand Korea Project』 추진
- . BRICs 주요 국가에서 무역/투자/문화를 망라한 “KOREA 슈퍼 엑스포” 개최
 - . 한국의 기술과 디자인을 홍보하기 위한 “한국 첨단상품전” 개최
 - . BRICs 주요 도시에서 연예인 공연, 스포츠행사를 통해 브랜드이미지를 제고하는 Star·Sports 마케팅 전개
 - . BRICs 국가 주요 언론사 초청 프로그램 추진

나

수출품목의 다양화 및 차세대 전략품목 발굴

- ◇ 수출 상위 품목에 대한 지나친 편중화 현상을 개선하기 위한 수출품목의 다양화
 - 대부분 주력 수출품목들이 경기민감 품목으로, 경기변동에 따라 수출에 큰 변화
 - 경기 비민감 품목을 중심으로 수출품목 구조의 안정화가 필요
- ◇ 일본, 중국 등 경쟁국과의 과도한 수출경합 구조에서 탈피하기 위한 전략 틈새품목 적극 발굴 육성
- ◇ “Post-반도체 · 휴대폰 시대”를 겨냥한 차세대 전략품목 발굴

다

무역마찰 가능성에 예방적 차원에서 적극 대응

- ◇ 대규모 무역 흑자국인 중국, 인도 등에 무역투자사절단을 파견하여 수입 규제 사전예방 및 무역환경 개선
 - 예) 구매사절단, 투자조사단 등
- ◇ 주요 분야별 협력체 구성 · 활성화
 - 예) 경제 · 환경 · 자원 협력위원회
- ◇ 양국 정부의 고위인사 상호방문 기회 확대

◇ BRICs 각국과 FTA 체결 추진

- 일본, 중국 등 경쟁국에 우선하여 FTA 체결

◇ 한국기업의 對BRICs 투자확대 지원

- BRICs 투자정보 및 현지투자시 애로사항 제공 확대 등
 - 對BRICs 투자확대는 부품수출 증대, 우리기업의 제3국 수출기반 마련, 기술이전료 등 긍정적 효과가 부정적 효과를 상쇄

◇ 무역정보 신속 수집 전파

- 각국 정부의 수출입정책(Exim Policy) 등 무역정책 변화추세
- 플랜트 발주 등 대규모 프로젝트 정보 등

예) BRICs 진출 종합 정보사이트 구축

- BRICs 4국에 대한 정보는 KOTRA, KIEP 등에 산재되어 있고 내용도 각 기관의 성격에 따라 상이 → BRICs 4국에 대한 모든 정보를 한 곳에 체계적으로 정리한 포털사이트를 구축 관련기업에 서비스

2. 국별 수출확대방안 및 유망분야

가. 중국

1) 확대방안

[동부 연해]

☐ 브랜드 중심의 시장개척

- 브랜드가 중시되는 지역으로 브랜드가 없이 OEM 위주의 사업을 했던 기업이라 하더라도 중국 내수시장에서는 자체 브랜드를 개발하여 브랜드 중심의 사업 추진 필요
- 내수의 경우 경쟁이 치열, 이러한 중국시장 개척을 위해서는 브랜드 인지도 확산을 위한 충분한 자금력, 경쟁우위를 확보할 기술력, 시장개척을 위한 마케팅 능력 등이 전제되어야 함
- 따라서 특정지역을 중심으로 브랜드 인지도를 구축한 다음 다른 지역으로 시장을 확대하는 이른바 ‘점→선→면’의 전략 추진 필요

[동북 3성]

☐ 중화학공업 재건 계획에 적극 참여

- 04년부터 추진하게 될 동북 3성 개발은 중화학 공업 위주의 노후기업에 대한 설비교체와 기술도입을 중심으로 이루어질 전망이므로 이 분야에 적극 참여

☐ 기존기업의 인수·합병(M&A) 방식으로 진출 추진

- 중국 정부의 동북 개발이 설비교체와 기술도입을 중심으로 추진되고 신규 프로젝트를 추진할 가능성은 적기 때문에 어느 정도 시장 지배력을 갖고 있는 국유기업의 인수·합병을 통한 진출 추진 필요

[서부지역]

- 대기업의 경우 동부지역에서 축적된 경험과 브랜드 인지도를 바탕으로, 중소기업의 경우 수출지향형 투자 위주의 안정된 사업기반을 바탕으로 서부시장 선점에 나설 필요가 있음

[기타]

- 산업·기술 및 문화 교류 활성화로 협력기반 강화
 - 한중 환경 협력 위원회, 한중 자원개발 협력위원회 등 위원회 활동 활성화를 통한 협력기반 확대
 - 비경제 분야 교류 활성화를 통한 우호적 이미지 구축
- 중국의 역점 사업인 서부대개발 사업에 전략적 참여로 한-중 협력의 지 표명 및 SOC·플랜트 등 시장 진출

2) 유망분야

<표 13> 대중국 수출유망품목·분야

동부 연해	디지털가전, 휴대폰, 의류, 건축 내장재 등의 고부가 분야	- 동부 연해지역의 소득수준이 크게 상승하고 있으며 광주, 상해, 북경 등의 소득수준은 중진국 수준
	철강, 석유화학 등 기초 원부자재	- 경제발전, '08 올림픽, '10 EXPO 등 대규모 행사에 필요한 기초 원부자재 수요 급증 - 범용제품은 공급과잉 상태이나 고급제품은 수입에 의존
	IT	- 하드웨어는 중국기업이 경쟁력을 갖고 있기 때문에 소프트웨어 중심으로 진출
	에너지	- 심각한 전력난과 관련한 전력설비 수요 급증 등
동북 3성	설비교체 분야	- 동북 3성은 기계, 자동차 등 중공업 중심이나 설비 노화 등으로 경영효율 저하
서부 지역	의류, 플라스틱, 자동차부품, 건축자재	- 의류, 플라스틱, 자동차부품, 건축자재 등의 고부가 분야
	철강, 시멘트, 기초화학 등 원자재	- 서부 대개발 등 대규모 프로젝트에 따른 아연도강판, 컬러강판, 고강도 시멘트, 합성수지 등 산업분야의 고기술 제품

나. 인도

1) 확대방안

☐ 대인도 수출증대를 견인하는 직접투자 확대

- 인도에 진출한 한국 투자기업의 매출액 신장세는 대인도 수출증가로 직결
 - 현대자동차, LG전자, 삼성전자 등 대표적 우리 대기업의 인도투자 진출 성공으로 자동차부품, 전자부품 등 핵심부품의 대인도 수출이 급증
- 수입규제 대응방안으로서도 대인도 현지투자 필요
 - 인도 현지 생산품목인 경우 자국산업의 육성 및 보호를 위해 완성품 수입을 강력히 규제하고 있으며, 현지 생산업체가 없는 경우에 한해 시장을 개방
 - 수입규제를 피할 수 있는 최선의 방안은 현지에 직접 투자하여 관련 부품을 수입하는 것임

☐ 양국간 민.관 경제협력 분위기 조성

- 한·인도 투자촉진위원회 설립·운영, 한·인도 경제 Summit 개최 등 양국간 민관 고위급 경제인 상호교류, 협력채널 구축
- 민간차원의 양국 경제단체(전경련, 상공회의소)간 경협위 활성화 및 경제협력 세미나.포럼의 정례적 개최
- 양국 정부의 고위인사 상호방문 기회 확대 등

□ 인프라 개발 프로젝트, 플랜트 건설 등 대인도 수주지원 활성화

○ 인도의 정부기관, 국영회사 및 민간기업에서 수행하는 프로젝트 국
제입찰 또는 국내입찰과 관련된 정보의 신속한 입수.분석

□ 무역.투자 증진을 위한 지원시스템의 효율성 제고

2) 유망분야

<표 14> 대인도 수출유망품목·분야

신산업	IT	연간 S/W 수출액 60억불(세계 제2위) 규모의 IT 강 국으로 관련 장비 수요 막대
	부품소재	자동차 부품 및 전자부품 - 한국산 자동차/전자제품 판매 급증
	BT	정부의 육성 정책, 기술인력 풍부
	기타서비스	IT 파생서비스, 금융서비스
전통산업	자본재	섬유기계 : 섬유산업진흥책으로 수요 확대 공작기계 : 자체 공급부족으로 수입수요 급증 포장기계 : 수출산업 발달로 포장기계 수요확대 농기계류 : 농업대국으로 정미기 및 선별기 등
	금형/사출성형기	한국제품의 수요 증가
	경공업 소재	봉제산업 발달로 수출용 봉제 원단 수요 급증
	플랜트 설비	정부 및 공공부문 발주 입찰 프로젝트 다수 발생
	인프라 건설장비	물류, 전력 등 인프라 투자확대에 따른 관련장비 수 요 증가

다. 러시아

1) 확대방안

☐ 지방시장 공략 강화

- 러시아는 방대한 영토의 신흥시장으로 지역별로 별도 상권이 형성되어 있어, 신규 수요 창출 및 지속적 시장 확대 차원에서 지방 시장에 대한 적극적인 마케팅 전개가 필수
- 또한 푸틴 대통령의 강력한 지방 경제 자립정책에 따라 지방정부들도 외국으로부터의 투자유치에 매우 적극적이므로 지방 상권에 대한 투자 진출을 통한 공략 필요

☐ 기계, 플랜트 진출 노력 강화

- 1998년 루블화 평가절하를 계기로 자체 제조업 생산이 급속도로 늘고 있어, 기계, 플랜트에 대한 수요 막대

☐ IT관련 품목 수출 확대

- 국토가 광범위한데 비해 인프라가 열악
- 이를 극복하기 위해 러시아는 최첨단 통신 인프라 구축을 적극 추진하고 있어 첨단 IT제품 진출 유망

☐ 자원수입과 프로젝트 수주를 연계

- ‘가스 장기구매계약’ 등과 우리기업의 프로젝트 수주를 연계

☐ 통상 외교 활성화

- 이미 다양하게 결성된 각종 공동위원회(경제공동위, 무역공동위, 산업협력위, 과학기술공동위 등)의 활성화를 통하여 프로젝트 수주를 도모

2) 유망분야

<표 15> 대러시아 수출유망품목 · 분야

기계·플랜트	노후 설비 개체 분야	- 자본 부족으로 기계·설비의 노후화가 심하고 부품 교체가 제대로 이루어지지 못함
	섬유기계, 포장기계, 인쇄기계, 식품가공기계	- 수요가 늘고 있으며, 한국산 기계류는 성능면에서 EU산에 버금가는 반면 가격은 50% 내외 저렴
	중소형 플랜트	- 사출성형기, 비닐 플라스틱 백 생산기계, 1회용 주사기
	엘리베이터	- 빌딩, 아파트의 리노베이션 및 신규건축 수요 활발
IT	평면 TV, 모니터, 프린터, CD-ROM, HDD, DVR 등	- TFT LCD 모니터의 경우 매년 10-20% 성장세를 기록중이며 한국제품이 가장 선호됨
	휴대폰 등 무선통신장비 및 서비스	- 최근 수년간 이동통신 시장 연 100%대 성장세 - 핸드폰 보급률 25% 미만으로 성장세 지속
식품류	간장, 즉석 스프, 마요네즈, 요구르트, 아이스크림 등	- 한국산 초코파이, 라면, 계맛살 등이 큰 인기
자동차 및 부품	자동차	- 소득향상으로 품질 수준이 낮은 러시아 국산 차량이 점차 외면되고 있음 - 중고차 관세인상으로 유럽산 중고차 가격경쟁력 상실 - 중장기적으로는 SKD, CKD 생산기반 구축 필요
	오일필터, 배터리, 타이어, LPG 장치 등	- '02년 이후 외국차량의 러시아 현지 생산 본격화 - 러시아산 부품의 질이 낮아 FORD, GM 등에 공급 가능
기타	건설중장비	- 건설경기 호조
	의료용 전자기기	- 생활수준 향상으로 의료용품 신규 및 교체수요
	화장품, 문구류, 위생용품, 유아·아동복	- 화장품의 경우 러시아 여성의 2% 만이 자국산을 사용하고 있을 정도로 외국 제품의 선호도가 높음

라. 브라질

1) 확대방안

□ 역내 생산·판매 거점 확보

- 강력한 자국산업 보호정책 및 인근국과의 자유무역협정 확대·강화로 인하여 갈수록 심화되는 역외국산에 대한 차별을 극복하는 한편 단일화되는 시장을 적극 공략하는 차원에서 브라질에 생산 및 판매거점 확보 필요
- 특히 고율관세가 부과되는 자동차 분야에 대한 투자진출 확대 필요
 - 브라질 정부는 완성차 수입에 매우 부정적으로 외국기업이 진출해 고용을 창출하고 현지 기술수준을 높여야 한다는 입장

□ 장기적으로 FTA 체결 추진

- 브라질은 풍부한 부존자원 등 경제규모와 성장잠재력이 큰 국가임에도 우리나라의 브라질 진출은 미미
 - 높은 관세, 불투명한 통관제도, 원거리 등으로 많은 기업들이 진출에 부담을 느끼고 있기 때문
 - 상기 문제 해결을 위해서는 양측간 FTA 체결이 가장 유효
- 그러나 현실적으로 브라질은 미국, EU, 중국, 일본 등 거대경제권들과의 FTA 체결에 더욱 관심을 기울이고 있어 단기간내 FTA 체결은 쉽지 않을 전망. 장기적 일정으로 충분한 검토를 거쳐 추진함이 바람직

□ IT, 플랜트 등 정부 프로젝트 적극 활용

- 브라질 정부는 IT 인프라 확충 및 개선 사업에 많은 예산을 할당해 놓고 철광석, 석유, 목재 등 자원개발사업에서도 현대화 프로젝트를 지속적으로 추진

- 이에 따라 우리기업들은 IT 산업에서는 전화교환설비, 도난방지시스템, 전자정부 등에, 자원개발사업에 있어서는 석유, 철광석, 알루미늄 제련 등의 분야에서 정부 프로젝트 입찰에 적극 참여할 필요성이 있음

2) 유망분야

<표 16> 對브라질 수출유망품목 · 분야

IT 산업	광케이블 및 ADSL	- 정부차원에서 IT 인프라 구축 적극 추진 - 인터넷 사용인구도 급속 증가
	컴퓨터 부품	- 세계적인 컴퓨터 회사들이 대부분 현지 조립생산 - 그러나 현지 부품생산은 미미
	SI	- 전자상거래 등 확대
	휴대폰	- 아직 낮은 보급률(20%) - 최근 이용자 급속 증가세
자동차	부품, 타이어	- 현재 최악의 가동율을 보이고 있는 자동차 산업이 조만간 회복 전망 - VW, 포드, 피아트 등도 투자를 늘릴 계획으로 부품 및 타이어 수요 증대 예상
자본재	섬유 및 금속가공 기계 일반 기계류 계측기기 금형, 용접봉	- 최악의 불황에서 탈피, 수년내에 제조업생산 급속 확대 예상
보안산업	감시카메라, 지문인식 시스템 등	- 현지의 치안불안으로 인해 감시 카메라, 지문인식 시스템, 디지털 열쇠 등 수요 확대
기타	교육기자재	- 과학실험용 기기, 어학 및 통신교육 등 직업교육 관련 실습 기자재 수요 증가세
	보건 위생	- 의료기기, 의료용품, 의약품
	환경	- 공기정화기, 정수기 등