

베이징올림픽의 중국 소비경제 효과

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 올림픽 경제의 양면성 / 3

- 1. 소비시장 전망을 위한 고려
- 2. 정(+)의 효과와 부(-)의 효과
- 3. 낙관론과 비관론

II. 포스트올림픽 경제 및 시장 전망 / 7

III. 정책변화 예측과 전략적 시사점 / 11

- 1. 정책변화 예측
- 2. 전략적 시사점

요 약

베이징 하계올림픽을 앞두고 올림픽 이후 중국 경제 및 소비시장의 변화에 관심이 모이고 있다. 포스트올림픽의 중국을 내다보기 위해서는 최근 거시경제의 방향성을 꼼꼼하게 살펴야 하며 소비시장에는 어떤 새로운 트렌드가 나타나며 그 과정에서 시장의 결정요인은 무엇인지가 중요하다. 또한 기업 입장에서는 이 같은 흐름의 변화를 어떻게 받아들이고 어떤 전략적, 기술적 자세를 취해야 할 것인지를 따져보아야 한다.

베이징올림픽이 중국에 미치는 효과에는 정(+)의 효과도 있고 부(-)의 효과도 있으나 중국의 객관적 환경과 특수성을 감안할 때 올림픽 이후 경기급랭의 가능성은 크지 않아 보인다. 한편, 올림픽 이후의 경제와 시장의 변화를 조망하는 시각에는 현실적으로 낙관론과 비관론이 공존하고 있으나 중요한 것은 한쪽으로 쏠리지 않는 객관적이고 정확한 상황 인식이 필요하며 다가올 미래와 불확실성을 예측하고 대비하는 자세를 갖추어야 한다는 것이다.

베이징올림픽은 그 자체로 중국경제에 결정적인 영향을 만들기 보다는 중국의 성장과 변화를 상징하는 하나의 이정표로 작용할 전망이다. 소비시장 측면을 보면 올림픽을 계기로 중국에서는 친환경산업이 보다 부상하고 이른바 녹색경제와 녹색비즈니스를 포함한 서비스업종이 크게 탄력을 받을 것으로 보인다.

하지만 현재 중국 내 전반적인 공급과잉과 기업 간 치열한 경쟁 국면, 불확실한 대내외 시장환경을 고려한다면 올림픽 특수를 기대하기 보다는 경제와 시장의 흐름을 면밀하게 관찰하는 중요하다. 중국 정부의 정책변화를 치밀하게 예측하고 준법경영을 하는 한편, 단순히 유망한 분야 보다는 새로운 경영모델의 적용이 가능한 분야를 선택하는 것이 필요하다.

I. 올림픽 경제의 양면성

1. 소비시장 전망을 위한 고려

- 제29회 베이징 하계올림픽을 앞두고 올림픽 이후 중국 경제 및 소비시장의 변화에 관심이 모이고 있음
- 중국은 우리나라 최대 수출시장이자 투자대상국으로써 최근 글로벌 경기 침체 움직임에 따라 중국시장에 거는 기업들의 기대가 갈수록 커지고 있음
- 하지만 중국 경제의 국제화 진전 추세에 따라 중국경제만 독야청청할 수만은 없는 상황임
- 실제로 최근 중국은 대내외적으로 경제가 매우 어려운 상황에 처해 있어 기업들의 경기전망이 결코 밝은 상황이 아님
- 대내적으로는 약 2년 전부터 본격화된 성장방식 전환 및 경제산업구조 개편 작업의 추진으로 기업들의 비용이 급속히 상승하고 있음
- 양적인 성장에서 벗어나 질적인 성장으로 전환하는 단계에서 기술수준이 낮은 단순 임가공형 제조업에 대해서는 더 이상 혜택을 부여하지 않고 있음
- 또한 30년 간의 개혁개방의 부작용 치유 차원에서 “모든 인민이 잘 살게 하자”는 이른바 ‘조화사회(和諧社會)’의 건설을 표방하면서 신노동계약법 전면 실시, 최저임금 인상 등을 추진해 과거 중국 사업 환경의 대표적인 상징이었던 노동의 유연성이 경직성 방향으로 움직이고 있음
- 대외적으로는 중국의 제2위 수출대상국인 미국 소비시장의 위축으로 대미 수출이 둔화되면서 중국 경제를 떠받쳐 온 전체 수출에 타격을 주고 있음

- . 또한 시기적으로 위안화 환율 평가절상 폭 확대 추세가 동반되면서 한국계 기업을 포함한 중국 내 기업들의 가격 경쟁력이 급속히 하락하고 있는 상황임
- . 우리나라의 대중국 투자가 주로 가공무역형 투자이며 이에 따라 대중국 수출품목도 원부자재와 중간재가 주류를 이루고 있어 중국의 해외수출이 위축되면 그 부정적 영향이 한국의 대중국 수출에 고스란히 전가되는 측면이 있음
- 이에 따라 최근 기업들은 중국 내수 소비시장에 대한 관심이 제고되고 있으며 특히 올림픽은 개최국 경제에 큰 영향을 미친다는 그 동안의 경험으로 인해 베이징올림픽 이후 중국 경제, 특히 소비시장에 거는 기대가 커지고 있음
- 하지만 베이징올림픽 이후의 중국 소비시장의 변화를 조망하기 위해서는 뜬구름 잡듯이 시장 확대를 예측하거나 막연하게 특수품목을 선정하는 것은 무의미한 일임
- 베이징올림픽 이후의 변화를 내다보기 위해서는 아래와 같은 3가지 측면의 고려가 필요함
- 대회 개최를 전후해 전개되고 있는 최근 중국 거시경제의 방향성을 꼼꼼하게 살펴야 함(올림픽 개최가 국가경제에 어떤 영향을 미칠 것인지 큰 그림을 보는 것)
- 소비시장에는 어떤 새로운 트렌드가 나타나며 그 과정에서 시장의 결정요인은 무엇인지가 중요함
- 마지막으로 기업 입장에서는 이 같은 흐름의 변화를 어떻게 받아들이고 어떤 전략적, 전술적 자세를 취해야 할 것인지를 따져보아야 함

2. 정(+)의 효과와 부(-)의 효과

- 올림픽은 개최국의 경제, 사회에 미치는 영향이 지대하기 때문에 기업들은 '올림픽 효과'에 깊은 관심을 보임
- 올림픽 효과에는 정(+)의 효과와 부(-)의 효과가 있으며 이는 대회를 성공적으로 개최하면 국가경제사회 발전에 긍정적인 효과를 내지만 그렇지 못할 경우 오히려 부정적인 영향에 직면하게 됨을 의미함
- '정'의 효과는 대량의 기술과 자금, 인력, 상품이 개최지로 집중되는 응집효과, 개최도시의 경제적 효과가 인근 도시와 권역, 나아가 전국적으로 확산되는 복사효과, 올림픽 개최 후 단기적으로 소비경제가 활성화되는 순간확대효과 등으로 나누어볼 수 있음
- 하지만 올림픽 개최 후 투자수요가 대폭 하강한다든지 체육관 등 올림픽 시설이 지속적으로 활용되지 못하는 경우에는 '부'의 효과에 빠지는 사례도 있음
- 역사적 경험에 따르면 올림픽이 가까워질수록 개최 도시 내지는 개최국에 미치게 될 순기능 보다는 역기능에 보다 관심이 집중됨
- 이는 올림픽 개최 후 경제성장률이 감소하거나 심지어 전체 경제가 위축되는 이른바 '포스트 올림픽 신드롬'이 나타나는 경우가 적지 않기 때문임
- '포스트 올림픽 신드롬'의 가능성 예측은 모든 올림픽 개최국에 일괄적으로 적용하기 보다는 개별국가의 특성과 현황을 꼼꼼히 따져서 판단하는 것이 필요함

3. 낙관론과 비관론

- 올림픽 이후의 중국 경제와 시장의 변화를 조망하는 시각에는 현실적으로 낙관론과 비관론이 공존하고 있음

- 낙관론자들은 베이징 경제가 중국 전체에서 차지하는 비중이 3%대에 불과해 호불호를 떠나 올림픽의 효과 또는 충격 자체가 미미하다는 주장임.
- 이에 반해 소득수준 향상에 따른 내수소비시장의 급성장 전망과 중서부지역의 막대한 개발수요도 낙관론의 근거로 꼽히고 있음
- 비관론자들은 수년간 잠재성장률을 상회한 과열(overheated) 성장과 우려 수준을 넘나드는 물가 수치(CPI, PPI)를 거론하고 있음
 - 이들은 증시와 부동산 등 자산시장의 거품이 빠지고 있고 이제 중국도 글로벌 경기침체에서 자유롭지 못할 것이라고 하며 또한 올 들어서만 6만 7천여 개의 기업이 도산했다며 이를 올림픽 밸리효과(valley effect)와 경착륙의 전조라고 함
 - 낙관론자들은 세계의 자본과 기술이 여전히 중국으로 향하고 있고 중국의 자발적인 산업구조조정 노력을 볼 때 기업 펀디멘털과 지속발전 가능성이 양호하다는 입장임
- 낙관론과 비관론의 논쟁은 해묵은 논란거리 하나를 떠올리고 있음
 - “중국의 급성장이 우리에게 기회냐 위기냐”에 관한 것임
 - . 기회론은 중국 경제가 발전하면 우리의 시장이 커질 것이라는 기대감에 주목하는 ‘13억 시장론’임
 - . 위기론은 중국기업이 강해지면 세계시장에서 우리를 제칠 것이라는 우려감에 무게를 두는 ‘샌드위치론’임
 - 낙관론과 비관론, 기회론과 위기론은 동시에 놓고 보면 양 측면 모두를 관찰해 균형 잡힌 시각을 얻을 것 같지만 실제로는 양자택일의 유혹에 빠지기 십상이며 어느 한쪽 시각에 빠져 중국을 제대로 볼 수 없으며 적절한 대응전략 수립은 더욱 기대하기 어렵게 됨

- 올림픽 이후의 중국 경제와 사업 환경에 관심이 증폭되고 있지만 전망이 낙관적이나 비관적이나는 중요 사안이 아니며 이 같은 상황 전개를 기회 또는 위기의 구분으로 보는 시각도 바람직하지 않음
- 그 보다는 한쪽으로 쏠리지 않는 객관적이고 정확한 상황 인식이 필요하며 다가올 미래와 불확실성을 예측하고 대비하는 자세를 갖추야 할 것임

II. 포스트올림픽 경제 및 시장 전망

- 올림픽 개최 후 중국경제의 향방을 전망할 때 흔히 베이징의 인구와 국내총생산이 중국 전체에서 차지하는 비중이 각각 1%대와 3%대로 미미하다는 사실을 꼽지만 이는 좀 더 자세히 살펴볼 필요성이 있음
- 지난 2002년부터 올 6월까지 중국은 올림픽 경기장 건설에 173억 위안을 투자했고 관련 사회기반시설(SOC) 투자비는 1,800억 위안에 달하며 환경보호에 713억 위안을 투입해 이 세 가지 부문에 총 2,686억 위안을 투자했고 연평균 투자액이 413억 위안에 달함
- 이는 같은 기간 중국 전체 고정자산투자액(총액 50조 5,555억 위안, 연평균 8억 4,259억 위안)의 0.49%에 불과함
- 베이징에 새로 세워진 12개 경기장의 건설면적은 72만 평방미터로 전체 부동산 건설면적(51억 6,895만 평방미터)의 0.0139%에 불과해 올림픽 이후 투자 감소로 인한 경기 추락 가능성이 크지 않은 것으로 보임
- 관광부문의 경우는 소비경제 및 소비시장 동향과 관련해 매우 중요한 부분인데 중국은 올림픽 기간에 베이징 등 경기가 열리는 도시를 찾는 관광객이 외국인 80만 명, 내국인 200만 명(연인원 기준) 등 280만 명에 달할 것으로 내다보고 있음

- 적지 않은 인원이지만 이는 지난해 5월 1일 노동절 7일 연휴기간 이동한 관광객 규모(7,376만 명)의 3.8% 수준이며 2007년 연간 관광객 규모에 비교하면 0.168%에 불과함
- 다시 말해 올림픽 기간 중에 몰린 관광 특수가 올림픽 이후 급속히 위축되는 부작용이 발생할 가능성이 크지 않으며 오히려 관광 수요는 지속적으로 유지될 가능성이 커 보임
- 고정자산투자의 경우 2003년부터 지난해까지 연평균 25.8%의 성장세를 보였으며 지난해 말 기준으로 건설 중인 프로젝트가 30조 위안 규모에 달함
- 이 프로젝트들은 앞으로 최소 3년간의 공기(工期)가 필요해 중국의 고정자산투자 증가율은 적어도 2010년까지는 연평균 20~25%선의 성장세를 지속할 것으로 보임
- 소비시장에서의 소비수요의 경우 지난해 하반기부터 본격화된 물가 상승세가 문제시되지만 올림픽 준비와 물가상승은 직접적인 상관관계가 약한 것으로 보임
- 오히려 최근의 물가상승은 중국 내 식품가격 상승, 국제유가 상승의 영향 때문이며 올림픽 개최 후 수년간 중국의 소비증가율은 10%를 이어갈 것으로 보임
- 증시와 부동산은 최근 부진세를 면치 못하고 있지만 시장 자체가 성장 동력을 잃었다기 보다는 포스트올림픽을 대비해 중국 정부가 의도적인 거품 빼기에 들어간 것으로 보임
- 이렇게 본다면 올림픽 개최 후 중국 경제가 급랭할 가능성은 미미한 것으로 관측됨
- 나아가 올림픽이 중국경제의 발전단계와 상태를 일시에 변화시키는 것도 아니며 이 보다는 하나의 이정표로 작용할 전망이며 베이징올림픽은 그 자

체로 큰 소비경제 효과를 내기 보다는 하나의 과정이자 상징으로 작용할 것으로 보임

- 물론 올림픽을 계기로 환경에 대한 관심이 높아지면서 이른바 ‘친환경산업’이 떠오를 것임
- 세탁기, 정수기, 에어컨 등 그린 가전제품이 인기를 끌고 의류, 인테리어는 물론 기계, 관광 등에 걸쳐서 그린 선풍이 이어질 것으로 전망됨
- 또한 올림픽을 계기로 기업 간 경쟁이 더욱 치열해지면서 브랜드 중심의 시장질서가 새롭게 형성될 전망이며 고급고가품에 대한 수요도 탄력을 받을 것임
- 다른 한편으로 중국은 산업구조조정 차원에서 내수 소비시장의 발전을 촉진하고 있으며 특히 서비스업종을 집중 육성하고 있음에 주목해야 함
- 서비스업은 제조업에 비해 정책적 제약요인이 많지 않고 향후 시장 성장가능성도 무한한 신흥 유망산업이어서 우리 기업들은 제조업 일변도의 진출전략에서 탈피, 중국을 내수 소비시장으로 간주하는 전략적 전환이 필요함
- 올림픽 개최 및 최근 식품위생 안전사고 다발 추세를 감안한다면 앞으로 녹색경제와 녹색 비즈니스가 크게 활성화될 것임
- 유기농 식품 개발 및 생산, 약선 음식점 등을 포함하는 중국의 녹색식품 규모는 지난해 한화로 20조원을 돌파한 것으로 추정되며 매년 두 자리 수의 성장세를 이어가고 있음
- 일본계 기업의 경우 중국 현지투자를 통해 이 분야에 이미 3~4년 전부터 진출하고 있음
- 하지만 현재 중국의 전반적인 공급과잉 상황과 기업 간 치열한 경쟁 국면을 고려한다면 올림픽 특수를 기대하기 보다는 경제와 시장의 흐름을 관찰하는

것이 보다 중요함

- 개별적인 올림픽 요인 보다는 인플레이션과 환율, 경기주기 등 거시경제 요인이 포스트 올림픽 시대의 중국 소비시장에 보다 결정적 영향을 미칠 것이라는 점임
- 지난해 하반기 6%대를 넘어선 소비자물가(CPI) 상승률은 올 들어 8%대까지 오른 후 5월 7.7% 이후 진정기미를 보이고 있다.
- 그러나 생산자물가(PPI)가 치솟아 하반기 물가 전망을 어둡게 하고 있으며 이는 중국 소비자들의 소득이 아무리 늘어나고 있다고 해도 최근의 물가 상승률은 소비심리에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 있다는 의미임
- 환율 역시 소비시장에 기대효과를 내지 못하고 있음
- 올 들어 위안화가 미달러 대비 월 평균 1%씩 평가 절상되면서 소비시장에 변화의 바람이 감지되고 있으나 화폐가치의 상승이 구매력을 확대시킬 것이라는 일반적인 기대와는 달리 복잡한 양상을 보이고 있음
- 해외구매대행 시장이 급성장하고 있고 국내 온라인 쇼핑몰은 인기몰이를 하고 있지만 일반 소비시장에서는 아직 뚜렷한 활성화 기미가 보이지 않고 있음
- 위안화의 대외 구매력 증대에 힘입어 해외여행 수요는 확대되고 있다지만 외국인 관광객 대상 내수 여행업계는 찬 서리를 맞고 있음
- 전반적으로 조망할 때 올림픽 개최가 중국 소비시장에 당장 혁신적인 변화를 가져올 가능성은 크지 않고 올림픽 기간 중 반짝 인기를 누리는 상품은 있을지언정 소비시장에 새로운 코드를 던져줄 상품은 매우 제한적일 것으로 예상돼 우리 기업들로서는 올림픽을 '이벤트 마케팅'의 대상이 아닌 '트렌드 마케팅'의 대상으로 간주하는 노력이 필요함

III. 정책변화 예측과 전략적 시사점

1. 정책변화 예측

- 중국이 처한 상황을 인식하려면 정기적으로 나오는 경제지표에만 의존할 것이 아니라 중국의 특수성과 복잡성에 착안하는 것이 보다 유효하며 대개 다음과 같은 측면들을 고려할 수 있음
 - 투자와 소비 간 모순 문제
 - . 투자수요는 2003년 이후 매월 고정자산투자 증가율이 24%에 달할 정도로 빠르게 늘고 있지만 소비수요가 부진해 구조적인 왜곡 현상이 심화되고 있음
 - . 소비증가율이 명목상으로는 20%대를 유지하지만 가격요인을 제외하면 10% 초반에 그치고 있기 때문임
 - 총공급과 총수요 측면의 불균형 문제
 - . 중국은 치솟는 물가 때문에 인플레이션이 초 핫이슈로 부상했지만 다른 한편으로는 화폐가치가 상승하고 실업률이 증가하는 디플레이션 현상도 겪고 있음
 - 국제수지 불균형 문제
 - . 장기간에 걸친 과도한 무역수지 흑자와 자본유입으로 인한 국제수지 불균형 문제도 간단한 상황이 아님
- 이 같은 상황에서 확장정책을 쓴다면 실업률은 줄일 수 있겠지만 인플레이션 압력이 커지게 되며 긴축 일변도로 갈 경우 인플레이션 해소에는 도움이 되더라도 실업 문제를 감당하기 어렵게 됨

- 최근 중국 정부가 이른바 '양방'(兩防 경기과열과 물가상승을 동시에 억제)에서 '일보일공'(一保一控 성장을 유지하되 물가도 억제)으로 거시경제 정책기조의 조정을 선언한 것도 바로 이런 맥락에서 살펴야 함
- 결국 중국은 한쪽을 누르면 다른 한쪽이 튀어 오르는 풍선처럼 하나의 문제를 해결하면 또 다른 문제가 불거져 나오는 풍선효과(balloon effect)를 겪고 있다고 보는 것이 타당할 것임
- 최근 여러 연구기관의 보고서들은 베이징올림픽이 중국경제에 있어 하나의 분수령이 될 것이란 점을 기정사실화하며 산적한 현안들이 조만간 터져 나올 것이라는 시나리오를 담고 있음
- 중국이 안고 있는 현안들은 처리하기 매우 어려운 문제임에는 틀림없다. 하지만 보고서들은 중국이 앞으로 어떤 정책 대응을 할 것인지에 대한 예측과 전망이 미흡함
- 중국 정부는 다양한 정책대안을 제시할 수 있으며 또 실제로 그렇게 할 것이라는 점에는 상대적으로 무게를 두지 않은 듯함
- 중국의 정책 대응은 '성장이나 긴축이나'처럼 어느 한쪽으로 쏠리기 보다는 '파인튜닝'(fine tuning 미세조정) 내지는 '폴리시 믹스'(policy mix 정책조합)로 나갈 것으로 보임
- 다시 말해 급격한 경기 변동을 억제하며 성장과 안정이라는 복수의 정책 목표를 동시에 이루기 위해 재정정책과 통화정책을 상황에 따라 수시로 적용하려 할 것임
- 재정정책에서는 수출 증치세, 개인소득세, 이자소득세, 증치세 등에 걸친 조정 가능성이 예상됨
- 중국은 과도한 수출억제 및 수출상품구조 조정을 위해 6차례에 걸쳐 수출 증치세 환급율 인하와 관세율 인상을 단행했으나 위안화의 급속한 평가절

상과 원자재 가격 폭등과 함께 맞물리면서 억제작용이 지나쳐 섬유방직업종을 중심으로 도산 위기에 내몰리는 기업이 늘고 있음

- 수출 증치세 환급율은 최근 품목별로 11%에서 13%로 인상했지만 하반기 이후 추가 인상 가능성이 있으며 앞으로도 시기에 따라 올렸다 내렸다 할 것으로 전망됨
- 내수소비 경기를 촉진하기 위해서는 개인소득세 기산점(현행 月 2000위안) 인상 및 징수방식 조정을 검토할 것으로 보이며 물가상승으로 실질금리가 마이너스인 점을 감안하면 개인 저축예금의 이자 소득세를 면제해주는 방안도 예상할 수 있음
- 이 밖에 경기진작을 위해 꼭 필요하다고 생각될 경우 중국 내 모든 물품의 판매, 가공, 수리, 정비, 노무 등의 경제행위에 부과하는 세금인 증치세(부가가치세)의 개혁에 나설 가능성도 조심스럽게 관측됨
- 통화정책은 지급준비율, 위안화 환율, 중소기업 대출지원 확대 등의 조치가 있을 수 있음
- 현재로서는 금리수단은 자칫 핫머니의 추가 유입과 기업금융 부담을 키울 수 있어 최후의 수단으로 남겨두려 할 것임
- 중국인민은행은 과잉 유동성 해소를 위해 예금 지급준비율을 2007년 이래 15차례 올렸고 2008년 들어서만도 5차례 인상해 현재 법정 예금 지급준비율이 사상 최고 수준인 17.5%에 달한다. 하지만 금리에 손을 대지 않고 인플레이션을 억제하고자 한다면 지준율은 변동 가능성을 배제할 수 없음
- 최근 경제 상황은 중소기업의 자금난을 가중시키고 있어 중소기업 대출을 늘려주고 정책성 전문은행을 설립하며 회계 상 비용처리 범위를 확대해주는 조치도 예상할 수 있음
- 위안화 환율은 올 들어 월평균 평가 절상률이 1%를 넘어서면서 수출기업

들의 가격경쟁력이 급속히 상실되는 등 어려움이 가중돼 절상 속도를 줄이면서 당분간 숨고르기에 들어갈 것으로 관측됨

2. 전략적 시사점

- 중국 정부는 올림픽의 성공적 개최를 담보하기 위해 각종 규제성 조치를 내놓았고 추가 조치도 예상됨
 - 이 같은 조치들은 단기적으로 기업 경영 및 소비시장 동향에 부정적 영향을 미칠 것으로 보이나 한시적인 것으로 행사기간이 종료되면 완화될 것으로 보임
- 최근의 어려운 경제 상황을 고려하면 앞으로 새로운 규제성 조치를 내놓기 보다는 이미 발표한 조치에 대해 집행을 확실히 해나갈 것으로 예상됨
 - 이렇게 보면 올림픽 이후 경제 및 소비시장의 급추락 가능성은 크지 않아 보이며 이미 시행 중이거나 발표한 정책의 강약 조절과 다양한 조합에 무게를 둘 것으로 보임
- 하지만 우리 기업들로서는 동시 다발적 리스크 표출이라는 차원에서 최근의 변화에 대응하는 노력이 필요함
 - 올림픽 이후 경제가 급추락하지는 않더라도 과잉과 과열의 문제는 여전히 심각하며 고공 행진하는 물가와 임금, 원자재 값도 꺾일 기미를 보이지 않고 있음
 - 환경규제도 지속적으로 기업들을 옥죄 것이고 이러한 문제점들은 기업의 비용을 지속적으로 상승시켜 이윤의 슬림화가 심화될 것임
- 차이나 리스크의 파고를 넘으려면 우선 정책예측 능력을 키우고 준법경영을 하는 것이 중요함

- 법제도는 큰 틀의 변화는 많지 않겠지만 미세조정 내지는 적용의 수위조절 가능성이 높아 법적, 제도적 변화에 눈과 귀를 열어두는 자세가 필요함
- 또한 유망한 분야 보다는 경험 있는 분야, 새로운 경영모델의 적용이 가능한 분야를 선택하는 것이 안전하며 중국 정부가 이른바 '조화로운 사회(和諧社會)'의 건설을 표방하며 기업의 사회적 책임을 강조하고 있음을 고려하면 기업의 대정부 관계(GR)도 중요한 과제임
- 통섭(統攝.Consilience)과 인서셔닝(Insertioning) 전략은 중국사업의 완성도를 결정적으로 높여줄 것임
- 통섭은 서로 다른 성질의 것을 통합해 전혀 새로운 것을 만들어 내는 것이며 인서셔닝은 시장과 산업의 공백 부분에 중국엔 아직 없지만 외국에선 성공이 입증된 새로운 요소를 끼워 넣어(insert) 시장에서 자리 잡는 것(positioning)임
- 과거 한국에서 성공한 많은 기업들이 일본 또는 기타 선진국을 쉴 새 없이 드나들며 새로운 시스템과 요소들을 국내로 들여온 것도 통섭과 인서셔닝의 시도였다고 볼 수 있음.■



작성자

중국팀 박한진 차장



Global Business Report 08-025

베이징올림픽의 중국 소비경제 효과

발 행 인 | 홍기화
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2008년 6월 30일
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2008 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.