

현안리포트 05-12

중국의 중남미시장 진출 확대와
우리의 대응전략

2005. 4. 28

KOTRA 해외조사팀

- 목 차 -

[요약]i
1. 중남미 시장에서의 중국 상품 위치1
2. 중남미 각국의 중국으로부터의 주요 수입품목5
3. 중국의 對중남미 진출전략6
4. 중국의 對 중남미 투자 현황17
5. 중국 극복 전략27

요 약

- 중국은 이미 대부분 중남미 국가에서 적어도 상품 수출에 관한 한 미국 다음으로 높은 위치에 도달했으며 시장점유율은 계속 높아지는 것으로 나타났음.
- 1990년대만 하더라도 저가, 저질 제품으로 분류되는 중국 제품은 중남미 시장에서 커다란 성과를 내지 못했으나 21세기에 들어 선 현재 모든 중남미 국가 수입시장에서 중국 제품이 차지하는 비중은 매우 커진 상태임.
- 때마침 중남미는 개방과 자유화, 민영화 등으로 대표되는 1990년대 경기붐을 뒤로 하고 1998년 이후 다시 침체시기로 접어든 후 아르헨티나 2002년 외환위기, 브라질 경제위기, 베네수엘라 국내 정정 불안, 콜롬비아 마약계열라 및 테러사태 등은 중남미 일반 서민의 소비를 위축시키고 저가 제품을 선호하게 만드는 또 하나의 원인으로 작용해 중국산 제품의 입지를 더욱 굳게 해 주는 토양이 되었음.
- 시장점유율 순서만 볼 때 아직은 중남미 시장에서 미국 및 브라질 등 주요 미주대륙 역내국 상품의 비중이 가장 크지만 중국 제품의 시장점유율은 앞으로도 계속 확대될 것으로 보임.
- 2004년 기준 중남미 각국별 중국(한국) 제품의 시장점유율을 보면

멕시코 7.3%(2.7%), 코스타리카 3.5%(1.6%), 파나마 2.0%(2.8%), 베네수엘라 2.9%(1.3%), 콜롬비아 6.4%(2.7%), 에콰도르 5.7%(2.4%), 페루 7.6%(2.9%), 칠레 8.3%(3.1%), 아르헨티나 6.3%(1.4%), 우루과이 5.6%(1.4%), 파라과이 16.5%(1.0%), 브라질 5.9%(2.8%) 임.

- 수출품도 과거 섬유 등 경공업품 위주에서 탈피, 광학제품, 통신장비 등 전상품 분야로 확대되었음.
- 특히 우리의 대중남미 주력 수출품인 자동차, 휴대폰 수출도 지속 확대, 조만간 우리의 경쟁상품으로 등장할 것으로 예상됨.
- 중국의 중남미시장 진출 확대의 특징은 중남미를 단순한 상품 수출시장으로서뿐 아니라 급속히 성장하는 국내 제조업을 받쳐 줄 원료 공급기지로 중남미를 고려하기 시작했다는 점임.
- 브라질에서는 철, 보크사이트, 대두, 원목, 아연, 망간, 볼리비아에서는 주석, 베네수엘라에서는 원유, 칠레에서는 銅을 수입하고 있으며 이와 관련한 대규모 투자계획도 갖고 있는 것으로 알려지고 있음.
- 자금이 부족한 중남미에게 중국은 더 이상 싸구려 물건을 홍수처럼 보내는 나라가 아니고 돈을 만들어 주는 富의 원천이 되었음.
- 중남미는 2002년까지의 침체기를 벗어나 2005년에도 전체 경제성장률 4% 내외에 이를 것으로 예상되는데 이러한 경제성장세 회복에는 국제

원자재가격이 상승한 효과가 크며 원자재 가격 상승의 뒷면에는 무엇보다도 중국의 제조업을 위한 원자재 수요가 있기 때문으로 유엔중남미카리브경제위원회(CEPAL)는 지적함.

- 중국은 중남미에 대한 투자를 확대하고 중남미 원자재를 구입해 주는 대가로 “싸구려 低質商品 공급국”이라는 汚名을 떨치고 “완전한 시장경제체제를 지닌 선진국”이라는 이미지를 심는 것을 목표로 하고 있는데 이것은 최근의 브라질 및 아르헨티나와의 관계개선에서도 나타남.
- 한편 중남미의 중계무역 중심지 콜론자유무역지대에서도 중국 상품의 시장점유율은 날로 커져 2004년 기준 홍콩을 포함한 중국 제품의 점유율은 40%를 넘지만 한국 제품의 점유율은 5% 미만임.
- 따라서 이러한 급속한 중국 제품의 시장진출에 하루 빨리 대응할 수 있는 경쟁력을 갖추고 인적·물적 교류를 한 층 더 활성화하는 것이 무엇보다도 시급한 실정임.
- 중남미 시장은 소득격차가 심해 소비구조가 최고급품 시장과 저가 제품으로 크게 양분되고 중고가 제품 시장은 그 비중이 크지 못하다는 점을 감안, 우리나라도 앞으로 “첨단 제품 및 아이디어 신제품 진출 확대, 고부가가치 제품 위주로 중국산과 차별화, 품질 위주 시장 공략, FTA 등 가격경쟁력 회복 방안 적극 모색, 현지투자 확대, 인적 및 물적 교류 지속 증대, 국가 이미지 및 브랜드 제고” 등을 통해 중남미시장 진출을 강화해야 함.

1. 중남미 시장에서의 중국 상품 위치

- 중국은 이미 대부분 중남미 국가에서 적어도 상품 수출에 관한 한 미국 다음으로 높은 위치에 도달한 상태이며 시간이 지날수록 시장점유율은 계속 높아지고 있음.
- 1990년대만 하더라도 저가, 저질 제품으로 분류되는 중국 제품은 중남미 시장에서 별로 그 성가를 내지 못했으나 21세기에 들어 선 현재 모든 중남미 국가 수입시장에서 중국 제품이 차지하는 비중은 매우 커진 상태임.
- 사회주의 체제에서 생산비용, 적정임금 개념 없이 생산한 중국 제품은 강력한 가격경쟁력을 무기로 1998년 이후 대다수 중남미국가 경기불황이라고 하는 환경적 요인을 타고 시장점유율을 높여 가는 실정임.
- 때마침 중남미는 개방과 자유화, 민영화 등으로 대표되는 1990년대 경기 붐을 뒤로 하고 1998년 이후 다시 침체시기로 접어든 후 아르헨티나 2002년 국가디폴트선언, 브라질 경제위기, 베네수엘라 국내 정정 불안, 콜롬비아 마약계열라 및 테러사태 등은 중남미 일반 서민의 소비를 위축시키고 저가 제품을 선호하게 만드는 원인으로 작용해 중국산 제품의 입지를 더욱 굳게 해 주는 데에 기여했음.
- 특히 중국을 대상으로 선진국을 비롯한 세계 주요국 제조업체가 투자를 확대함으로써 생산비를 절감한 것도 중국 제품의 對중남미 수출이 계속 증가하게끔 하는 또 하나의 요인임.

- 시장점유율만 볼 때 아직은 중남미 시장에서 미국 및 브라질 등 주요 미 주대륙 역내국 상품의 비중이 가장 크지만 중국 제품은 미국 다음의 높은 수입시장 점유율을 보이고 앞으로는 상당 기간 동안 확대될 것으로 보임.
- 1990년대만 하더라도 시장 진출이 그다지 활발하지 못하던 중국이 이제 명실공히 중남미시장의 가장 중요한 상품 공급국이 된 것에는 그 상품의 강한 가격경쟁력뿐 아니라 19세기 이후 중남미에 이주해 온 화교의 중국과의 강력한 연대의식도 작용한 것으로 보임.

● 참고 1 : 2004년 중남미 주요국 수입시장에서의 중국상품 점유율

(단

위 : %)

구 분	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
멕시코	1.3(1.5)	1.4(2)	1.7(2.1)	2.4(2.1)	3.7(2.3)	5.5(2.4)	7.3(2.7)
파테말라	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	1.5(7.0)	2.1(6.6)	n.a.
코스타리카	n.a.	n.a.	1.3(1.9)	1.5(2.1)	1.7(1.9)	2.2(1.3)	3.5(1.6)
파나마	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	1.3(2.1)	1.5(2.0)	2.0(2.8)
베네수엘라	n.a.	0.5(2.1)	1.3(2.3)	2.0(2.1)	1.8(2.0)	2.0(1.0)	2.9(1.3)
콜롬비아	1.5(2.1)	2.1(1.7)	3.1(1.9)	3.7(2.1)	4.2(2.5)	5.0(2.4)	6.4(2.7)
에콰도르	n.a.	n.a.	n.a.	2.8(2.6)	4.7(2.3)	4.6(3.1)	5.7(2.4)
페루	2.6(3.8)	3.3(3.3)	3.9(3.0)	4.9(3.5)	6.2(3.1)	7.6(3.3)	7.6(2.9)
칠레	4.4(3.1)	4.7(2.8)	5.7(3.2)	6.3(3.3)	7.2(2.8)	7.3(3.0)	8.3(3.1)
아르헨티나	3.7(2.0)	3.9(2.2)	4.6(2.1)	5.2(1.9)	3.7(0.8)	5.2(1.5)	6.3(1.4)
우루과이	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	3.8(1.7)	3.9(1.7)	5.6(1.1)
파라과이	n.a.	n.a.	n.a.	11.0(1.2)	11.9(1.0)	12.8(1.0)	16.5(1.0)

브 라 질	1.8(1.7)	1.8(2.1)	2.2(2.6)	2.4(2.8)	3.3(2.3)	4.5(2.2)	5.9(2.8)
-------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

(자료원 : World Trade Atlas)

* 참고 : 괄호 안은 한국 상품의 시장점유율임.

● 참고 2-1 : 2004년 중남미 주요국 수입시장에서의 중국상품 점유율

(단위 : %)

멕시코	과테말라	코스타리카	파나마	베네수엘라	콜롬비아	에콰도르
미국(60.4)	미국(38.8)	미국(43.8)	미국(28.8)	미국(32)	미국(28.8)	미국(21.0)
중국(6.5)	멕시코(7.0)	일본(6.2)	콜론(12.4)	콜롬비아 (11.1)	베네수엘라 (6.5)	콜롬비아 (14.3)
일본(4.8)	한국(6.4)	멕시코(5.2)	쿠라사오 (7.1)	브라질(8)	중국(6.4)	베네수엘라 (6.8)
독일(3.9)	엘살바도르 (4.8)	브라질(4.4)	일본(5.3)	멕시코(4.8)	멕시코(6.2)	브라질(6.1)
한국(2.7)	파나마(4.3)	베네수엘라 (4.1)	코스타리카 (5.0)	일본(3.6)	브라질(5.8)	중국(5.7)
캐나다(2.4)	코스타리카 (3.4)	콜롬비아 (3.6)	멕시코(4.0)	독일(3.3)	독일(4.0)	칠레(5.2)
이태리(1.8)	일본(3.1)	중국(3.5)	콜롬비아 (3.7)	캐나다(3)	일본(3.9)	파나마(4.7)
브라질(1.6)	바베이도스 (2.6)	독일(2.3)	브라질(3.3)	중국(2.9)	한국(2.7)	일본(3.9)
대만(1.5)	중국(2.4)	과테말라 (2.0)	베네수엘라 (3.2)	이태리(2.9)	에콰도르 (2.5)	아르헨티나 (3.3)
말레이시아 (1.5)	스위스(2.2)	한국(1.6)	한국(2.8)	영국(2.6)	캐나다(2.3)	페루(3.1)
스페인(1.4)	독일(2.0)	스페인(1.4)	과테말라 (2.1)	스페인(2.5)	콜롬비아 (2.2)	멕시코(2.9)
프랑스(1.2)	브라질(1.8)	칠레(1.4)	중국(2.0)	아르헨티나 (2.1)	칠레(2.1)	독일(2.6)
싱가폴(1.1)	홍콩(1.8)	네덜란드 (1.4)	엘살바도르 (1.4)	파나마(2)	아르헨티나 (1.9)	한국(2.4)

칠레(0.7)	온두라스 (1.5)	파나마(1.2)	스페인(1.4)	칠레(1.6)	이태리(1.9)	네덜란드 (1.7)
영국(0.7)	스페인(1.4)	이스라엘 (1.2)	독일(1.3)	프랑스(1.5)	프랑스(1.8)	스페인(1.6)
태국(0.7)	대만(1.3)	엘살바도르 (1.1)	아르헨티나 (1.0)	볼리비아 (1.4)	페루(1.6)	캐나다(1.4)
스위스(0.5)	콜롬비아 (1.3)	이태리(1.1)	칠레(0.9)	한국(1.3)	스페인(1.6)	이태리(1.3)

(자료원 : World Trade Atlas)

● 참고 2-2 : 2004년 중남미 주요국 수입시장에서의 중국상품 점유율

(단위 : %)

패 루 칠 레	아르헨티나	우 루 과 이	파 라 과 이	브 라 질	
미국(19.6)	아르헨티나 (20.5)	브라질(33.9)	아르헨티나 (22.1)	브라질(31.0)	미국(19.4)
콜롬비아 (7.7)	미국(14.7)	미국(15.2)	브라질(21.7)	아르헨티나 (23.4)	아르헨티나 (9.9)
중국(7.6)	브라질(13.0)	중국(6.3)	CIS(11.0)	중국(16.5)	독일(8.5)
브라질(6.9)	중국(8.7)	독일(4.9)	미국(7.1)	미국(4.0)	중국(5.3)
베네수엘라 (6.9)	독일(3.5)	멕시코(3.4)	중국(5.6)	일본(3.3)	일본(4.3)
에콰도르 (6.6)	일본(3.2)	이태리(2.8)	나이지리아 (4.9)	스위스(2.4)	프랑스(4.0)
아르헨티나 (5.5)	페루(2.7)	이태리(2.7)	이란(3.7)	우루과이 (2.3)	알제리(3.7)
칠레(4.7)	멕시코(2.7)	프랑스(2.6)	독일(2.7)	독일(1.7)	나이지리아 (3.5)
일본(3.6)	프랑스(2.7)	스페인(2.3)	이태리(2.1)	칠레(1.3)	이태리(3.3)

한국(2.9)	한국(2.4)	미상(1.9)	칠레(1.9)	프랑스(1.3)	한국(2.5)
멕시코(2.8)	스페인(2.2)	칠레(1.8)	스페인(1.8)	대만(1.3)	칠레(2.3)
독일(2.7)	앙골라(2.0)	파라과이 (1.7)	프랑스(1.7)	영국(1.1)	영국(2.2)
스페인(2.1)	이태리(2.0)	영국(1.4)	일본(1.4)	스웨덴(1.0)	사우디아 라비아(1.9)
캐나다(1.9)	캐나다(1.9)	한국(1.4)	한국(1.1)	한국(1.0)	스위스(1.8)
이태리(1.7)	나이지리아 (1.1)	스웨덴(1.2)	멕시코(1.0)	홍콩(1.0)	스페인(1.8)
대만(1.5)	스웨덴(1.1)	스위스(1.1)	영국(0.9)	이태리(0.7)	캐나다(1.4)
프랑스(1.3)	베네수엘라 (1.1)	우루과이 (1.0)	대만(0.8)	파라과이 (0.7)	대만(1.4)

(자료원 : World Trade Atlas)

2. 중남미 각국의 중국으로부터의 주요 수입품목

- 중남미에서 가장 시장규모가 큰 국가 중의 하나인 멕시코의 경우 중국에서 수입하는 제품은 전동기계류, 기계류, 플라스틱제품, 완구, 철강제품, 광학제품, 가구, 식물 등을 비롯해 모든 분야 제품을 망라함.
- 구체적으로는 가전제품, 가전제품부속품, 무정전전원장치, PCB, 전선 및 케이블, 전화기, 통신장비, 비디오 및 오디오 장비, 컴퓨터 및 컴퓨터 부품, 사무자동화기기, 안경테, 필터류, 에어컨, 주방용품, 플라스틱 가

정용품, 튜브, 호스, 건축자재, 공구, 각종소비재, 가정용품, 의류, 구두, 스포츠화, 피혁제품, 시계류 등 실로 없는 제품이 없다고 할 정도이며 차부품, 오토바이, 자전거도 중요한 비중을 차지함.

- 이러한 경향은 멕시코뿐 아니라 모든 브라질, 아르헨티나, 칠레 등 중남미 국가 모두에서 공통적으로 나타나고 있음.
- 일부 국가에서는 지금까지 미국, 일본, 유럽, 한국 등의 텃밭이라고 여겨지던 자동차, 휴대폰 등도 이미 중국산 제품이 들어오고 있어 앞으로 머지 않아 강력한 경쟁상품으로 등장할 것임을 예고해 줌.
- 참고로 우리나라의 對중남미 주요 수출품목은 선박, 자동차, TV, 합성수지, 휴대폰, 직물, 컴퓨터부품, 자동차부품, 모니터, 타이어, 냉장고, 건설중장비, 세탁기, 에어컨, 폴리에스터직물, 철강제품, 밸프, 전선 등으로 날이 갈수록 중국제품과의 경쟁이 심해지는 상황임.

3. 중국의 對중남미 진출전략

중남미는 각 국가의 입지적 조건, 부존자원, 시장 크기 등에 따라 외국인투자의 목적과 형태가 각각 다르게 나타나며 중국도 역시 중남미 각국별로 다른 진출전략을 보임.

- 對멕시코 주요 진출전략

- 투자진출 확대 계획
 - 중국은 섬유, 전자, 자동차 부문 투자에 관심을 가짐.
 - 중국은 멕시코 내수시장 공략은 물론 멕시코가 체결한 43개국과의 FTA망을 통한 수출 확대 가능성을 높게 평가하고 있음

- 자원개발 투자 참여 계획
 - 중국은 철강 등 자원개발 분야 투자 추진
 - 일례로, 2004년 멕시코 경제부장관 방중시, 중국기업과 멕시코 남부 및 서부 지역의 광물자원 개발을 위한 멕-중 양국 기업간 전략적인 협력 관계 모색을 위한 자리가 마련되기도 했음
 - 중국기업은 멕시코 정부에 자원개발 참가방법에 대한 정보를 요청하는 등 참가 준비에 착수한 상황임

- 경제협력협정 또는 FTA 체결
 - 중국은 투자보장협정 체결에 이어 주요 산업중심 경제보완협정 체결을 바탕으로 궁극적으로 멕시코와 FTA 체결을 희망하고 있음
 - 멕-중 양국은 화학, 섬유, 의류, 신발, 전기전자 산업 부문에서 양국간 협력이 가능할 것으로 보고 조사에 착수할 예정임
 - 중국은 현재 멕시코에서 1,300개 이상 제품에 반덤핑관세를 적용받는 상황이므로, 고관세 부과 문제 해소를 위해 협정 체결을 희망하고 있음
 - 멕시코는 양국 FTA 논의는 시기상조임을 강조하는 입장임.

- 중-멕 경제공동위원회 구성 추진

- 양국은 경제협력 방안 모색을 위한 중-멕시코 경제공동위원회 형성에 합의했으며, 무역 및 투자관계 개선 방안을 협의할 예정임
- 양국 교역현황, 투자동향, 각 산업별 경쟁동향 분석을 통해 양자간 협력 방안을 모색해 나갈 예정임

□ 對중미 진출전략

- 코스타리카 등 중미는 전통적으로 대만 수교지역으로서 중국과는 외교관계가 없음.
- 따라서 중국은 중미와의 외교, 경제협력 관계에 있어 중미와 대만 외교관계 분쇄 및 중국수교 유도가 최대 관심사임.

□ 對파나마 진출전략

- 파나마는 중남미 국가 중 중국의 다섯 번째 교역 대상국임
 - 콜론자유무역지대의 전체 수입 중 40% 정도 중국이 차지
 - 미국 다음으로 파나마운하를 가장 많이 이용하고 있음
- 현재 파나마-중국간 외교관계도 수립되지 않은 상황
 - 파나마가 외교관계를 맺고 있는 대만과의 FTA 협상 기간 중 중국 외교부 측에서는 파나마-대만 FTA 체결을 반대하는 의사를 밝힌 바 있음.
 - 대만 또한 파나마측의 주요 인사가 중국을 방문하는 것에 대해

반대하는 입장을 밝힌 바 있음

- 중국은 대만과는 반대로 파나마가 중국과의 외교관계가 없다는 점이 정치, 경제, 교역, 관광 분야에 대한 양국간의 관계에 영향을 줄 수 있다는 의견을 지님
- 파나마 또한 양국간의 교역이 늘어남에 따라 중국과의 외교관계 수립 필요성에 대해 인지하고 있음

● 중국 교역진흥국에 따르면 대파나마 투자를 희망하는 기업은 많지만 외교적 관계 부재, 비자 협정 부재 등으로 어려움이 많은 실정임

● 중국은 파나마운하 확장 프로젝트 참가 적극 희망

- 프로젝트 조사 목적으로 관련 중국 공기업 및 사기업 관계자들이 중국을 방문한 바 있는 등 일본, 브라질, EU 등과 함께 확장 프로젝트에 관심 표명
- 파나마와의 외교적 관계 수립 여부에 따라 프로젝트 예산 지원이 좌우될 것이라는 조건을 내세운 바 있음

● 사절단 수시 파견

- 중국은 파나마와 정식 외교관계가 없으므로 중국은 올 2월 대파나마 교역.투자 증대를 위해 건축, 선박, 무역, 통신 관계자 사절단을 파견, 파나마 대외무역부와 회의를 개최하는 등 수시로 경제 사절단을 파견해 관계 긴밀화 노력
- 하워드특별경제구역 물류 분야 진출 및 중국산 제품의 재수출 기지로 파나마 활용하려는 목적이 가장 컸음

□ 對콜롬비아 진출전략

- 중국은 對콜롬비아 수출이 활성화하면서 투자를 증대하는 추세임.
- 특히 제화의 경우 현지 수입의 70% 이상을 상회함에 따라 단순한 OEM 수출에서 벗어나 고유상품 수출을 시도하고 있음. 현재 자국 유명 브랜드 제화의 홍보 및 판매를 위해 지점을 설립하여 운영 중에 있음.
- 그 외에도 오토바이 및 정밀기계 제조공장을 운영 중이며, 여러 업종의 소형 도매업 설립도 빈번히 이루어지는 것으로 조사되었음.
- 일부 중남미 국가가 미국 수출에 대한 관세혜택을 받는 점을 감안하여 많은 기업이 콜롬비아 현지 제조공장을 설립하여 미국으로 우회수출하는 방안을 모색하는 것으로 보임.

□ 對베네수엘라 진출전략

- 진출목표
 - 중국과 베네수엘라는 1974년 6월 외교관계를 수립한 이래 고위급 인사 상호방문을 실시하는 등 상호 친밀한 관계를 유지하여 왔는데 중국은 자국산업에 필요한 에너지 개발 차원에서 對베네수엘라 진출을 추진함.

- 1999년 반미, 사회주의적 성향의 차베스 대통령 집권 후 양국은 이념적 동질성 바탕으로 정상 상호방문을 통해 에너지 분야뿐 아니라 농업, 세관, 주택건설, 군사, 대외교역 분야의 협력 및 공공차관 제공 등 각종 유대 관계를 더욱 강화시켰음.
- 특히 최근 베네수엘라는 미국에 편향된 자국산 원유 판매시장 다변화 차원에서 對중국 접근을 추진

● 주요경위

- 1974.6월 : 중국-베네수엘라간 외교관계 수립
- 1996 : 이붕 총리, 베네수엘라 방문 및 석유공동탐사협정 체결
- 1998 : 중국석유공사(CNPC), 베네수엘라 Anzoátegui주 Caracoles 유전 및 Zulia주 Intercampo Norte 유전 개발 시작
- 2000.9월 : 양국간 경제기술협력협정(Economic and Technical Cooperation Agreement) 체결
- 2001 : CNPC, 베네수엘라 동남부 오리노코강 유역의 제2광구에서 오리멸전 생산을 위한 joint venture 계약 체결

- 2004.4월 : 베네수엘라, 對중국 경제,기술 및 무역분야 협력 강화를 위한 대통령직속위원회 설치
- 2004.12월 : 차베스 대통령, 중국 방문 및 에너지 분야를 포함한 10개의 추가 경제협력협정 체결
- 2005.1월 : 청징홍 중국 국가부주석, 베네수엘라 방문 및 석유, 광물자원개발을 위한 상호기술협력 및 차관 제공 등 17개 세부협약 체결
- 2005년 : 베네수엘라 Rangel 부통령, 중국 방문 예정

● 진출전략

- 정상 방문을 통한 에너지 분야 협력
 - . 중국은 1996년 이붕 총리의 베네수엘라 방문시 ‘석유공동탐사 협정’을 체결, 1998년부터 베네수엘라 유전 개발에 참여
 - . 2001년부터는 합작투자 계약을 통해 오리멸전을 생산하고 있음.
- 특히 차베스 정부 집권 후 경제협력 분야 확대
 - . 베네수엘라에서는 최근 “동양으로부터 배우자”는 풍조가 나타나고 있음.
 - . 한국이나 일본은 차베스 대통령 집권 이래 계속된 정치경제 불안으로 기업이 철수하는 등 對베네수엘라 진출에 소극적

자세를 보인 반면 중국은 Chavez 정부에 대한 지지입장을 확고히 천명하고 각종 협정을 통해 오히려 진출을 강화함.

- . 중국, 베네수엘라 양국은 2000년 9월 포괄범위의 경제기술협력협정(Economic and Technical Cooperation Agreement)을 체결, 경제협력의 법적 기반을 마련하였으며 이를 모협정으로 하여 특정사업 분야별로 기관간 MOU를 체결하면서 자원 탐사, 개발, 운송, 판매 및 인프라 건설 등에 이르기까지 상호 긴밀하게 협력
 - . 특히 2004년 12월 차베스 대통령의 중국 방문을 통해 양국 정상은 에너지협력협정 등 광범위한 10개의 경제협력협정을 추가 체결함에 따라 중국의 대베네수엘라 에너지개발 투자는 더욱 확대될 예상
 - . 2005년 1월 청징홍 중국 국가부주석이 베네수엘라를 방문, 석유 및 광물자원개발 상호기술협력, 차관제공 등 17개 세부협력약정을 체결
- 베네수엘라의 자국 원유 판매시장 다변화 정책
- . 베네수엘라는 현재 미국을 중심으로 편중된 석유 판매시장을 중국 등 아시아로 확대하기 위한 수출시장 다변화 정책을 추진하고 있음.
 - . 베네수엘라 Maracaibo 생산 석유의 중국수출을 위해 콜롬비아를 통과하는 신규 송유관 매설 또는 파나마운하 근처의 기 구축된 유희송유관 재활용 방안을 검토하고 관련국 참여의사를 타진 중

□ 對페루 진출전략

- 중국의 대페루 투자진출 금액은 2004년 기준 1억2천만불 수준이었으며 대부분 광업분야 투자임.
- 페루는 자원 부유국으로 은(세계2위), 아연(세계6위), 동(세계10)의 경우에는 엄청난 매장량으로 세계 각국으로부터 자원개발을 위한 투자를 유치하고 있음.
- 중국은 광업분야로의 투자진출뿐 아니라 많은 양의 광물을 수입도 하고 있는데 특히 동, 아연과 납의 경우에는 페루의 주수출 대상국이 중국임.
- 페루의 중국에 대한 의존도가 높아지면서 페루 정부정책에 대한 중국의 영향력도 강해지고 있는데 2004년에 있었던 중국 석유류 셰이프가드 철회를 좋은 예로 꼽을 수가 있음.
- 페루는 한동안 석유류 셰이프가드를 중국에만 임시적으로 적용하다가 페루의 자원을 많이 수입하는 중국측이 무역보복을 할 것이라고 위협하자 품목 수를 다소 완화시키고 이를 전세계 국가로부터의 석유류 수입에 확대 적용한 바 있음.

□ 對칠레 진출전략

- 칠레의 구리 수출대상국 중 최대 수요처는 중국으로, 칠레 총 구리 수출액의 17%가 중국으로 향하고 있음.
- 중국의 대칠레 수입액 중 78%(2004년 기준)가 구리관련 품목으로, 중국의 칠레와의 교역 최대전략은 고속 경제성장 및 제조업 확대를 뒷받침할 원자재 및 에너지원 확보에 있음.
- 칠레가 농수산물 부국이라는 점을 고려할 때 칠레는 중국의 식량자원 확보 차원에서도 중요한 위치를 차지하고 있음.

□ 對브라질 진출전략

- 중국은 브라질을 세계 최대 원자재 공급국가이자 신흥 수출시장으로 보고 브라질정부와 전략적 동반자 관계를 강화하고 있음.
- 이러한 사실은 지난해 11월 후진타오 중국 국가주석의 브라질 방문시 재확인되었으며, 브라질정부는 중국에 대해 시장경제국가 지위를 부여한바 있음.
- 중국은 브라질의 대두, 철광석 등 원자재를 안정적으로 공급받기 위해 CVRD 철강회사와 철광석 장기공급계약 체결, 대두농장 매입, 내륙횡단 철도공사 참여 등을 적극 추진 중에 있음.
- 또한 브라질 등 남미시장 공략을 위해 브라질에 대한 수출을

확대하는 동시에 브라질에 전기전자를 중심으로 생산기반을 구축하고 있음.

- 우리나라는 중국에 대해 이미 섬유류, 완구 등의 경우 경쟁력을 크게 상실한 상태이며 중국과 전기전자를 중심으로 힘겨운 경쟁을 벌이고 있음.

□ 對아르헨티나 진출전략

- 시장경제국 지위 획득을 통한 대 아르헨 공산품 시장 장악
 - 2004년 11월 후진타오 주석의 아르헨 방문시 중국 육류시장 개방을 반대급부로 아르헨으로부터 시장경제국 지위 획득
 - 2억불 규모의 쇠고기 시장 및 과일 시장 개방을 선물로 주는 대신 중국산 제품의 아르헨 시장 점유율 대폭 확대 도모
 - 메르코수르 시장 겨냥, 전자제품 현지 생산기반 확보 노력 경주
- 에너지 자원 및 식량의 장기안정적 조달
 - 과거에는 에너지 및 자원 개발 기업이 전무했었으나 2004년 11월 중 총리 방문과 더불어 많은 기업이 추붓주 및 산타크루스주 등 자원 관련 지역 방문
 - 주아르헨티나 중국 대사가 지난해 11월 중국 무역 고문과 함께 남부 추붓주 방문, 아르헨 석유 기업가들과 면담 및 관심 표명
 - 이같은 행보가 예전 중국이 베네수엘라 석유 광구 확보시 행했던 것과 거의 같다는 것이 업계의 분석임.(2위 입찰가와 거의 2배

이상 차이로 광구 매입)

- 일부 중국 기업들은 우라늄 광산 및 동광산에 많은 관심을 보인다는 것이 아르헨티나 광업청 간부의 얘기임.
- 중국의 엄청난 인구를 장기 안정적으로 먹여 살리기 위해 지금까지 수입에 의존해오던 대두를 아르헨에서 직접 재배하여 가져가기 위해 대규모로 경작지를 매입하고 있다는 첩보도 있음.
- 중국의 기초산업 강화를 위한 철강 원자재 확보에도 큰 관심

■ 2004년 11월 주정부, 에너지청 및 광물청 방문 중국 기업들(Confidential)

- ▷ China National Overseas Engineering Corporation
- ▷ China Tiesiju Civil Engineering Group
- ▷ Authentic Investment Consulting Co.,Ltd(CHINA)
- ▷ China Human Sanhong Heavy Machinery Manufacturing Co.,Ltd
- ▷ SHANGHAI PENGXIN GROUP.,LTD(부동산, 건설, 농업등)
- ▷ ENDAL TRADING COMPANY

● 인프라 건설프로젝트 참가

- 철도, 석유화학, 통신 분야 인프라 프로젝트 등을 비롯해 에너지산업과 석유화학산업, 철도 및 통신부문에 관심.
- 구체적으로 철도산업의 경우 수십명의 중국 기술진이 부에노스아이레스시 인근 지역에 자리 잡고 현지 인프라 검토는 물론 지방 구간들을 2004년 11월 시찰.
- 일본과 함께 아시아 최고로 인식돼 있는 중국의 철도기술 도입을

위해 지난 6월에 있었던 키르츠네르 대통령의 방중 이후로 꾸준히 협상이 진행돼 왔으며, 수도권 철도망, 주력 구간 고속화 및 지방 구간 보수 등이 투자대상이 되어 있음. 또한 이를 위해 동원될 인력의 상당부분을 중국으로부터 투입도 검토

- 펀드회사 UGS Group의 앙헬 아리아스(Angel Arias)사장에 의하면 중국의 투자대상이 될 석유화학산업 관련 기업 주가 상승폭이 유난히 컸음을 들어 석유화학 분야에 대한 중국효과 인정

4. 중국의 對 중남미 투자현황

중국의 중남미 투자는 멕시코와 자원이 풍부한 남미지역을 중심으로 이루어지고 있으며 주요국별로 투자한 현황은 다음과 같음.

□ 멕시코

● 연도별 투자액

(단위: 백만불)

구분	2000년	%	2001년	%	2002년	%	2003년	%	2004년	%
전체	16,781.2	100	27,634.7	100	15,129.1	100	11,372.7	100	15,846.4	100
미국	12,075.2	71.96	21,286.9	77.03	9,552.9	63.14	6,297.1	55.37	7,609.1	48.02
한국	29.9	0.18	44.3	0.16	30.6	0.20	34.9	0.31	13.7	0.09
중국	10.8	0.06	2.4	0.01	-2.2	-0.01	5.7	0.05	11.3	0.07

(자료원: 멕시코 경제부)

● 산업분야별 투자 현황('04년 9월 말 기준)

- 2004년 9월 말 기준 307개사의 중국 투자기업이 등록되어 있으며, 상업 61.6%, 제조업 24.1% 분포를 보임.
- 1999년부터 2004년 9월 말까지 누적 투자액은 2,830만불로 나타남.
- 가장 투자 규모가 큰 것은 의류, 플라스틱제품 등 생산 분야임.

□ 베네수엘라

● 연도별 투자액

(단위 : U\$)

구분	1999	2000	2001	2002	2003
금액	549.22	0	102,198.70	132,099.01	11,352.69

(자료 : SIEX/외국인투자관리청)

(주) 외국인투자는 SIEX의 의무적 등록사항이 아니기 때문에 상기 수치는 정확한 중국의 대베네수엘라 투자를 반영하고 있지는 않음.

● 주요 투자프로젝트

- 중국석유공사(CNPC)는 1997년 358백만불을 투자, 1998년부터 베네수엘라의 Anzoátegui 주 Caracoles 유전 및 Zulia주 Intercampo Norte 유전에서 1일 23,600배럴의 원유를 생산하고 있으며(100% 단독투자) 중국의 對 중남미 투자 중 최대 규모로 알려지고 있음
- CNPC는 2001년 Bitor사(국영석유공사/PDVSA - 자회사)와 동부 오리노코강 유역의 제2 광구에서 2005년부터 30년 동안 연간

650만톤의 오리멸전 생산을 위한 joint venture 계약(중국 70%, 베네수엘라 30%) 체결했음.

- 중국의 Shandong Gold Group은 U\$13백만을 단독투자, 2001년부터 동남부 볼리바르주 Sosa Mendez 금광을 개발하고 있으며 광산의 매장량은 91.2만톤으로 약 11,000 kg의 금 생산이 가능한 것으로 추정됨.

- 전망

- 2004년 12월 차베스 대통령의 중국 방문 및 2005년 1월 청쯩홍 중국 부주석의 베네수엘라 방문을 통해 양국은 원유 개발 등 각종 분야의 프로젝트 추진을 위한 의향서를 체결했음.
- 앞으로 중국이 베네수엘라에서 추진할 예정인 주요 개발 프로젝트는 다음과 같음.
 - . 원유 개발 : 오리노코 벨트 지역의 초중질유 탐사 및 개발 / Anzoátegui 지역의 원유생산 확대
 - . 가스 개발 : Anzoátegui 주 Caracoles 가스전 및 Zulia주 Intercampo Norte 가스전 개발
 - . 농업 협력 : Monagas주 Guara섬 옥수수, 쌀 및 양계 농장 개발(예상 금액 U\$1천만) / 농업용 기계 및 장비 구입을 위한 U\$4천만 크레딧 제공
 - . 세관 : 밀수 방지를 위한 기계 구입

- . 주택 건설 : 2005-2006년 빈민지역 20만 가구 건설 프로젝트 협력
- . 군사 : 군사기술 분야 협력
- . 교역 : 베네수엘라 비전통 수출품의 대중국 수출을 촉진하기 위한 Bancoex(수출입은행) 및 CCPIT(중국대외교역위원회) 협력
- . 공공차관 제공 : 중국의 對베네수엘라 차관 지원(약 4200만불)
- . 무상 재정지원 : 중국의 對베네수엘라 무상 재정지원(약 120만불)

□ 페루

- 중국의 대페루 투자는 광업에 집중되어 있으며 규모로 볼 때 1990년대 있었던 Shougang Corporation사의 투자가 가장 큰 것으로 알려짐.
- 철광산에 투자하였으며 페루에서는 최대 철 생산량을 자랑함.

對페루 외국인직접투자(FDI) 현황

(단위 : 백만불)

	1 9 9 7	1 9 9 8	1 9 9 9	2 0 0 0	2 0 0 1	2 0 0 2	2 0 0 3	2 0 0 4
중 국	122.16	122.16	122.16	122.16	122.16	122.16	122.16	122.16
대 한 민 국	7.45	9.49	19.9	20.69	20.69	28.22	39.29	39.44

(자료원 : 페루 재정경제부)

- 최근 쟁칭훙 중국 국가 부주석의 페루 방문과 맞물려 몇몇 건설분야에 대한 투자계획도 발표되었는데 대표적인 예로 Cusco의 Chinchero 공항

건설사업과 Chimbote항 현대화 등을 꼽을 수 있음.

분야별 외국인직접투자(FDI) 현황

(단위 : 백만불)

	무역업	금융업	산업	업광	업석유업	서비스업	운송업	총계
중국	0.02	0	0	122.13	0	0.01	0	122.16
대한민국	5.75	9	0.5	4.14	0.1	0	19.95	39.44

(자료원 : 페루 재정경제부)

□ 칠레

● 연도별 투자현황

- 1974년부터 집계된 칠레의 외국인투자통계에 따르면 중국의 대 칠레 총투자액(도착기준)은 약 8천만불로 2000년 이후에는 특별한 투자기록이 없음.

※연도별 중국의 대 칠레 투자 통계

(단위 : 천불)

연도 구분	총 투자액	중국의 투자액	중국의 투자비중
1974-1989	5,111,261	25,312	0.50%
1990	1,314,756	0	0.00%
1991	982,099	565	0.06%
1992	998,987	0	0.00%
1993	1,735,368	15,290	0.88%
1994	2,525,016	6,549	0.26%
1995	3,037,671	25,767	0.85%

1996	4,836,177	1,242	0.03%
1997	5,217,762	5,685	0.11%
1998	6,034,442	1,835	0.03%
1999	9,198,378	1,802	0.02%
2000	3,022,459	0	0.00%
2001	4,781,803	0	0.00%
2002	3,376,480	0	0.00%
2003	1,276,370	0	0.00%
TOTAL	53,449,029	84,047	0.16%

(자료원 :외국인투자위원회)

● 분야별 투자현황

- 중국의 투자는 서비스업(52.8%), 임업(45.7%)에 집중되어 있음.

※중국의 분야별 대칠레 투자

(단위: 천불)

투자분야	총 투자액		중국의 투자액	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
농업	262,527	0.5	580	0.7
건축	1,284,927	2.4	0	0.0
전기,가스, 수자원	9,298,695	17.4	0	0.0
제조업	7,084,529	13.3	372	0.4
관업	18,670,400	34.9	0	0.0
어업	296,745	0.6	295	0.4
서비스업	11,337,256	21.2	44,398	52.8
임업	243,684	0.5	38,402	45.7
교통통신	4,970,266	9.3	0	0.0
Total	53,449,029	100.0	84,047	100.0

(자료원 : 외국인투자위원회)

● 주요 투자기업

(단위: 천불)

투자자(기업)	투자대상기업	투자승인액	투자실현액	업종
China Agribusiness Development Trust & Investment Corporation	Inversiones Cadtic Limitada	39,000	37,838	투자기업
Citifor, Inc.	Citifor (Chile) Holdings Limitada	25,000	13,688	임산업
Sun Kung Enterprise Co. Limited (Hong-Kong)	Golden Spring Forestal (Chile) Compa??a Limitada	30,000	13,607	임산업
Winning Streak Investment Limited (Hong.Kong)	Inversiones Misaki S.A.	5,000	5,000	투자기업
Zhizhong Wang	Forestal Minfortune S.A.	700	372	임가공업
China National Machinery & Equipment Import & Export Corporation	Maquinaria China Limitada	696	578	서비스
Transworld Produce Ltd. (Hong-Kong)	Sociedad Agr?cola Iglesia Colorada Limitada	570	520	농업
Nishi Properties Limited (Hong-Kong)	Nishi Chile Limitada	300	295	어업

● 투자프로젝트

- 중국의 대칠레 투자는 구리를 중심으로 한 광물개발에 집중될 것으로 전망되는 가운데, 지난 2004년 11월 APEC정상회담을 계기로 중국구리공사(Minmetal)는 칠레구리공사(Codelco)와 공동광산개발,

구리자원의 안정적 공급을 내용으로 하는 MOU를 체결한 바 있음.

- 금년 시작된 양국간 FTA 협상이 타결될 경우 광산분야 투자 프로젝트가 구체화할 것으로 전망됨

□ 브라질

● Huawei

- 1999년 브라질시장 진출
- 2004년 매출액 : 1억불
- 진출분야 : 통신장비(초고속인터넷단말기, 랜스위치 등), 휴대폰(생산 추진 중)

● Gree

- 2001년 브라질시장 진출이래 매출 매년 배가
- 생산제품 : 에어컨

● ZTE

- 저가형 휴대폰 생산
- 2004년 브라질 최대 CDMA 사업자인 VIVO에 CDMA 휴대폰 125만대 판매(약 1억불)
- 통신장비 공급에는 어려움 겪고 있음.

● SVA

- 저가형(약 125불) DVD기기 생산
- 저가형 PC 출시 준비 중

□ 아르헨티나

- 1999년말까지 중국의 대 아르헨티나 투자 규모는 1천2백만불에 불과한 수준이었으나 2004년부터 투자규모가 크게 늘고 있으며(정확한 수치는 집계되지 않음), 주요 투자분야는 어업, 버스조립, 오토바이용 액세서리 공급 및 광산업이었음.
- 2004년 12월 10일, 리오 네그로(Rio Negro) 주정부는 Hisparsa사 광산 단지를 중국 기업인 A Grade Trading Argentina사에 6백40만불에 매각하였으며, Sierra Grande 광산의 채광권 양도.
 - A Grade사는 향후 약 2천1백만불 투자 계획임.
 - 매매계약 외에도 A Grade사는 중국의 Ling Cheng Steel사로부터 금융 및 기술적인 지원을 받는다는 계약도 함께 포함.
- 2004년 말 Radio Victoria사는 중국의 TCL사와 TV 및 DVD Player생산 계약 체결.
 - 2010년까지 중국업체 측의 투자금액은 미화 5천만불로 전망.
 - 현지에서 Plasma TV, LCD TV와 DVD Player 생산 계획이며, 중국측이 12개월간 약 2천만불 투자기로 함.
- 중국의 통신관련제품생산 업체 중 선두기업인 Huawei사가 2001년

아르헨티나 지점 개설. 폐소화 평가절하이후 시장이 붕괴된 현지 경제상황으로 인하여 2002년말까지 적자를 기록하며 고전하다 2003년 Infracom사에 통신 제품 공급으로 활로 모색.

- 아르헨 Huawei사는 당초 7명으로 출발, 현재 58명의 직원을 거느리고 있으며, 앞으로 70명으로 늘릴 계획임.
- 2004년 들어 아르헨티나 통신 시장 회복으로 화웨이사도 커다란 성장세 구가.

. Telecom사와 15만 ADSL 회선 공급 협상 체결

. Telecom, Telefonica, Telmex사에게 신세대 전신망 기술 공급.

. Telecom과 Telefonica사의 수신자 부담 특별 전화선 개발에 참여.

. 아르헨티나 정부 추진 무선 통신 서비스 미제공 지역 대상 현지 무선통신장비 생산 프로젝트 참가 추진

- Huawei사의 중국 경쟁 업체는 ZTE사로, 동사도 2001년 아르헨티나에 설립되어 Huawei사와 비슷한 상황에 처해 있었지만 2002년 경제위기로 철수했다가 2004년 아르헨티나 통신시장이 회복세를 보이자 2004년 하반기에 재설립.

- 현재 직원 수가 20명이며 앞으로 계속 직원 수를 늘릴 계획.

- 통신장비 생산라인과 신제품 개발 연구소 구축 목표.

- 2004년 11월 아르헨티나 후후이(Jujuy)주 에두아르도 알프레도 알프레도 펠너(Eduardo Alfredo Fellner) 주지사는 중국 측이 아르헨티나 담배산업에 2천만불 규모 투자기로 하는 협정을

체결했다고 밝힘. 이로서 중국이 아르헨 북부 후후이주에 수출용 담배 생산 및 담배 섬유질 처리 플랜트를 설립할 예정임.

5. 중국 극복 전략

- 위와 같이 최근 중국이 중남미 시장에서 그 시장진출을 급속히 확대함에 따라 많은 분야에서 한국 상품의 위치가 위협을 받는 것도 사실이며 앞으로도 양적인 면에서 중국 제품의 위치를 빼앗고 시장점유율을 회복하는 것은 매우 어려운 것으로 보임.
- 중국의 전략은 막강한 자금력을 바탕으로 외국기술을 사들여 이를 국내에서 생산한 후 저렴한 가격으로 세계시장을 석권하는 것임을 볼 때 중국기업의 과감한 투자는 중남미시장에도 끊임 없는 가격인하를 부채질하는 것이 현실임.
- 따라서 우리 제품의 경우 이러한 불가사리वाद 같은 중국 제품의 시장진출에 하루 빨리 대응할 수 있는 경쟁력을 갖추고 인적,물적 교류를 한 층 더 활성화하는 것이 무엇보다도 시급한 실정이라 할 수 있음.
- 중남미 시장은 소비구조가 최고급품 시장과 저가 제품으로 크게 양분되고 중고가 제품 시장은 그 비중이 크지 못하다는 점을 감안, 우리나라도 앞으로 다음과 같이 중남미시장 진출 방향을 잡아야 할 것으로 보임.
 - 첨단 제품 및 아이디어 신제품 진출 확대

- 일반 소비재 완제품은 가격면에서 중국산과 경쟁할 수 없는 상황이므로, 첨단제품 및 아이디어 제품 등 기술력으로 승부할 수 있는 제품 위주로 시장을 공략하는 것이 바람직
 - 한국의 대 중남미 주요 수출품목의 대부분에서 중국산 저가보급형 제품과 경쟁이 격화되고 있고 중국산 제품의 품질도 계속 향상된 추세이므로 품질차별화, 기술서비스 보강 등의 전략이 필요
- 부가가치 높은 고급제품 위주로 중국산과 차별화
 - 중국산을 비롯한 아시아산은 저가, 저품질 제품으로 인식되어 한국산도 중국산과 유사한 취급을 받는 경우가 있음.
 - 중국산과 차별화한 고부가가치 제품 시장 공략에 주력 필요
 - 다수 중남미 시장에서 중국 제품과 한국 제품에 대한 구분
 - 따라서 대규모 한국 관련 행사 진행시 한국이미지 개선을 위한 홍보 프로그램 마련 필요
 - 예) 한국산 타이어의 경우 고수익성 위주의 고성능(UHP, SUV) 타이어 판매에 중점을 두면서 저가 제품과 차별화
- 품질 위주 시장 공략
 - 가격 면에서의 저가 공세에 따른 중국산 제품과의 경쟁이 심화될수록 우리나라 업체의 피해는 커질 수밖에 없는 현실임.
 - 저가시장은 중국산으로 도배되어 있다 해도 과언이 아니기 때문에 가격보다는 중, 고가 시장을 겨냥한 홍보와 품질 및 A/S 측면을 강화한 마케팅 정책이 필요함.
 - 최근 중국산 제품의 품질도 일정 수준에 도달하고 있기 때문에

지속적 마케팅 투자를 통한 중국산 브랜드 대비 차별화로 한국산과 중국산은 근본적으로 다르다는 인식을 지속적으로 소비자에게 심어 주어야 함.

- 단순 상품판매를 벗어나 베네수엘라의 가스 및 기타 광물자원 개발에 적극 참여하는 등 경제협력 범위를 확대시켜야 할 것임.

● FTA 등 가격경쟁력 회복 방안도 필요

- 중남미 수입업자의 한국제품에 대한 공통된 의견은 중국제품보다 품질 면에서는 좋지만 가격이 높아서 수입하기 부담스럽다는 것임.
- 중남미는 가격에 민감한 시장으로 중국제품보다 가격경쟁력 우위를 점할 수 있는 조치가 필요함.
- 한국산 제품의 우수성은 중남미시장에서 검증된 만큼 가격경쟁력을 위해서는 우리나라와의 특혜무역협정 또는 한 발 더 나아가서는 자유무역협정 체결을 통한 가격경쟁력 확보가 현재로서는 가장 좋은 방안이라고 볼 수 있음.

● 현지투자 확대

- 중국과의 경쟁에 대응하고 메르코수르 확대 및 미주자유무역지대 창설에 대비해 현지투자 확대 필요.
- 특히 아직까지 현지투자가 전무한 자동차, 자동차부품, 기계류, 석유화학, 자원 분야 현지투자 검토 필요.

● 국가 이미지 및 브랜드 제고

- 한국은 중국이 아닌 일본과 동격이라는 인식 확대 노력

- 육류 및 과일류 등 수입금지 품목 규제해제, 수입시장 개방을 통해 한국에 대한 현지 관심 제고 및 수입개방 반대급부로 시장접근도 개선
- 한국 문화의 우수성과 아울러 IT, BT 등 첨단산업 발전상 등을 홍보 및 체험할 수 있는 공간 마련

작성자

■ 해외조사팀	박강욱	선임연구원
■ 멕시코시티무역관	김윤희	과장
■ 과테말라무역관	김철희	관장
■ 산호세무역관	김기중	관장
■ 파나마무역관	손영인	과장
■ 카라카스무역관	김영식	관장
■ 보고타무역관	이주희	과장
■ 리마무역관	서정혁	과장
■ 산티아고무역관	정덕래	과장
■ 상파울루무역관	황기상	차장
■ 부에노스아이에스 무역관	권선홍	관장

중국의 중남미시장 진출 현황 및 우리의 전략

발행인 : 홍 기화
발행처 : KOTRA
인쇄처 : 학림사 02)752-0463

발행일 : 2005년 4월

주 소 : 서울시 서초구 염곡동
300-9
(우 137-749)
전 화 : 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.