

2020 국별 진출전략

대만



| | |
|--|-----------|
| I. 시장 평가 및 주요 이슈 | 3 |
| 1. 개요 | 3 |
| 가. 시장 전망 | 3 |
| 나. 주요 경제지표 | 3 |
| 2. 2020년 주요 이슈 및 전망 | 4 |
| 가. 총통·입법위원 선거 | 4 |
| 나. 글로벌 무역분쟁과 성장동력 확대 대응 | 5 |
| 다. 인구구조 변화와 노동력 확보 노력 | 6 |
| II. 비즈니스 환경 분석 | 8 |
| 1. 정치·경제·산업·정책 환경 | 8 |
| 가. 정치 환경 | 8 |
| 나. 경제 환경 | 8 |
| 다. 산업 환경 | 10 |
| 라. 정책·규제 환경 | 13 |
| 2. 시장 분석 | 17 |
| 가. 시장 특성 및 전략적 가치 | 17 |
| 나. 교역 | 18 |
| 다. 투자 | 23 |
| 3. 한국과의 경제 교류 및 주요 경험 의제 | 27 |
| III. 진출전략 | 29 |
| 1. SWOT 분석 및 전략도출 | 29 |
| 2. 주요 이슈·산업별 진출전략 | 30 |
| 3. 한-대만 경제협력을 통한 진출전략 | 36 |
| 4. 진출 시 유의사항 | 41 |
| 첨 부 | |
| 1. 수출유망품목(상품) | 42 |
| 2. 수출유망품목(서비스) | 44 |
| 3. 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정) | 45 |
| 4. 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더 | 46 |
| 부 록 | |
| 對대만 K패키지(양국 간 상생협력방안) | 47 |



I. 시장 평가 및 주요 이슈

1 개요

가. 시장 전망

내수경기 활성화 정도에 따라 2% 초·중반대 성장 전망

- 미·중 무역분쟁에 따른 세계 경제 하방 리스크가 지속되는 가운데 내수경기 부양 효과에 따라 경제성장 속도가 달라질 듯
 - 정부 통계기관(행정원 주계총처)은 2% 중반대를 전망한 반면 현지 경제연구기관, 금융기관은 2% 초반대로 예측*
 - * 중앙銀 2.34%(19.9.19 발표), 중화경제研 2.34%(19.10.18 발표), 캐세이금융지주 2.00%(19.9.9 발표)
- 대내적으로 연초에 있을 총통·입법위원 선거에서 정치 지형에 변화가 발생할 경우 정책 연속성에 대한 불확실성도 확대될 가능성
 - 내수 기반 경제성장에 영향을 미칠지 관심 집중

나. 주요 경제지표

| 주요 지표 | 단위 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년(e) | 2020년(e) |
|-------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|
| 인구 | 백만 명 | 23.34 | 23.40 | 23.46 | 23.52 | 23.56 | 23.58 | 23.59 | 23.61 |
| 명목 GDP | 십억 달러 | 511.6 | 530.5 | 525.6 | 531.3 | 574.9 | 590.0 | 582.2 | 598.1 |
| 1인당 명목GDP | 달러 | 21,916 | 22,668 | 22,400 | 22,592 | 24,408 | 25,026 | 24,677 | 25,332 |
| 실질성장률 | % | 2.20 | 4.02 | 0.81 | 1.51 | 3.08 | 2.63 | 2.46 | 2.58 |
| 실업률 | % | 4.18 | 3.96 | 3.78 | 3.92 | 3.76 | 3.76 | 3.66 | 3.66 |
| 소비자물가상승률 | % | 0.79 | 1.20 | -0.30 | 1.39 | 0.62 | 1.35 | 0.67 | 0.82 |
| 재정수지(GDP대비) | % | -3.24 | -2.73 | -1.78 | -2.20 | -1.98 | -1.92 | -1.91 | -1.89 |
| 총수출 | 백만 달러 | 311,428 | 320,092 | 285,344 | 280,321 | 317,249 | 335,909 | 331,742 | 343,623 |
| (對韓 수출) | " | 12,077 | 12,685 | 12,563 | 12,788 | 14,733 | 15,981 | 8,543* | - |
| 총수입 | " | 278,010 | 281,850 | 237,219 | 230,568 | 259,266 | 286,333 | 286,534 | 297,548 |
| (對韓 수입) | " | 15,768 | 14,790 | 13,026 | 14,650 | 16,894 | 19,530 | 8,300* | - |
| 무역수지 | 백만 달러 | 33,418 | 38,242 | 48,124 | 49,753 | 57,983 | 49,576 | 45,208 | 46,075 |
| 경상수지 | " | 51,274 | 60,963 | 74,883 | 72,779 | 82,839 | 68,262 | 68,501 | 68,051 |
| 환율(연평균) | 현지국/US\$ | 29.77 | 30.37 | 31.91 | 32.33 | 30.44 | 30.16 | 31.23 | 31.47 |
| 해외직접투자 | 억 달러 | 144.22 | 175.70 | 218.97 | 217.94 | 208.22 | 227.92 | 56.47* | - |
| 외국인직접투자 | 억 달러 | 52.83 | 61.05 | 50.41 | 112.85 | 77.79 | 116.71 | 35.61* | - |

주: '(e)'는 추정치. '*'는 2019년 상반기 실적

자료:台股계총처,台股자심의회(투자), IMF WEO(실업률, 재정·경상수지)

2 2020년 주요 이슈 및 전망

- 2020년 1월 11일 대선·총선 동시 실시, 2020년 5월 차기 정부 출범
- 수출시장 다변화, 민간투자 촉진으로 무역분쟁 영향 최소화 노력
- 노동력 확보 위한 새 법규 제정으로 인구감소에 대응

가. 총통·입법위원 선거

2020년 1월 11일, 대선·총선 동시 실시

- 대만은 2020년 1월 11일(토) 제15대 총통·부총통 선거와 제10대 입법위원(국회의원 격) 선거에서 민진당과 차이잉원 총통 재집권
- 차이잉원 총통이 연임하고 입법원(국회 격)의 여대야소(與大野小) 형국이 유지될지 촉각
- 차기 정부, 입법원은 각각 5월, 2월 출범

차이잉원 총통 지지율 우세

- 여론조사 기관의 정치적 성향과 무관하게 2020년 총통 대선 후보에 대한 지지율 조사*에서 차이잉원(蔡英文) 現 총통이 앞서 왔으며, 실제 선거에서 그대로 나타남
 - * 차이잉원 45.9%, 제10야당 후보 한귀위(韓國瑜) 34.7%〈천하잡지-중도 보수 성향, '19.9.10〉
 - 차이잉원 49%, 한귀위 42%〈TVBS-보수 성향, '19.9.12〉
 - 차이잉원 48.1%, 한귀위 35.2%〈SET-진보 성향, '19.9.13〉
- 차이잉원 정부는 현재의 정책기조를 유지, 확대할 것으로 예상
 - 만약 정권 교체 시 중국·기업 친화적 정책이 전개될 가능성

정당별 지지율은 박빙

- 여론조사 기관의 정치적 성향에 따라 정당별 지지율에 온도차를 보여 예측이 어려웠으나 결국 민진당이 승리
 - 민주진보당(여당) 30.2%, 중국국민당(제1야당) 29.6%〈대만민지기금회(TPOF)-여당 계열 기관, '19.8.24〉
 - 중국국민당 27.8%, 민주진보당 24.0%로 정반대〈국가정책연구기금회-제1야당 계열 기관, '19.9.6〉

나. 글로벌 무역분쟁과 성장동력 확보 대응

미·중 무역분쟁 영향

- 대만의 수출의존도는 57.0%(2018년 기준)로 한국보다 20%p 높은 수준이며 중국으로 부품·반제품을 수출*해 완성품을 생산한 후 미국으로 재수출하는 구조로 발달
 - * 대만의 대(對) 중국(홍콩 포함) 수출 비중은 전체 수출의 41.2%(2018년 기준)
 - 미·중 무역 분쟁에 따른 영향은 불가피*
 - * 전면전 시(미국이 연간 대(對) 중국 수입규모 5,500억 달러에 대해 전면적으로 추가 관세 부과), 대만은 GDP의 2.41%가 영향권(중앙은행, '19.6.13)
- 대만은 무역분쟁 리스크를 최소화하기 위해 생산거점 다변화 전략의 일환으로 신남향정책, 외국인 직접투자·민간투자 촉진 조치를 취하고 있음

신남향정책

- 아세안 10국을 중심으로 남아시아 6개국, 오세아니아 2개국*에 대한 인적교류, 경제협력 확대에 초점
 - * (아세안 10국)싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 브루나이, 라오스, 베트남, 태국, 미얀마, 캄보디아, 필리핀 (남아시아 6개국)인도, 스리랑카, 방글라데시, 네팔, 부탄, 파키스탄 (오세아니아 2개국)오스트레일리아, 뉴질랜드
- 5대 중점 프로젝트(농업, 보건의료, 산업인재양성, 산업혁신, 청년교류플랫폼), 3대 유망분야(전자상거래, 관광, 공공 인프라)에 주력
 - 농업, 보건의료, 산업혁신, 전자상거래, 공공 인프라 분야에서는 대상국과의 호혜협력관계 구축에 초점
 - 산업인재양성, 청년교류플랫폼, 관광 분야는 인적교류 확대를 강조
 - 결과적으로 인적교류 확대, 호혜협력관계 구축이 대만 산업의 해외시장 진출 기회를 확대하는데 유리할 것이라는 구상

투자유치 확대 조치

- ‘외국인투자조례’ 개정으로 외국인 직접투자 촉진 추진(입법원 심의 중)
 - 현행 ‘사전심의’ 제도를 ‘원칙적 사후신고제도’*로 행정절차 간소화
 - * 투자액 100만 달러 이상, 투자제한분야, 기타 특수정황에 따른 예외에 대해서만 사전심의를 지속 적용 방침
 - 투자심사 기준, 판단근거를 공개해 투명성 제고
- 리쇼어링 투자 촉진정책, 미래건설프로젝트로 민간투자 활성화에 총력

- (리쇼어링 투자 촉진정책) 중국 진출 업력 2년 이상, 미·중 무역분쟁 피해업종(추가관세 부과 품목 취급)에 대해 중국 사업 철수 여부와 무관하게 대만 내 투자를 확대 시 세제·보조금·입지 인센티브를 부여
- (미래건설프로젝트) 인프라 개선 정책으로 2020년 말까지 2년 동안 2,229억 대만달러(원화 8조 5,415억 원)를 집행. 사업별로 지역 격차 해소(인도·공공 건물 개보수 등)에 32%를 집중 투입

다. 인구구조 변화와 노동력 확보 노력

인구절벽과 생산가능인구 감소

- 대만 행정원 발전위원회에 따르면, 대만 인구는 2021년 2,361만 명으로 정점을 찍고 2022년부터 감소세에 접어들 것으로 예측
 - 2020년에는 사망자 수(18만1천 명)가 출생자 수(17만8천 명)를 추월하며 연간 자연증가율이 사상 처음 감소 전환 예상
- 2018년 3월 고령사회*에 진입한 데 이어 2026년에는 초고령사회* 진입 예상
 - * 65세 이상 인구비율 기준 (14% 이상)고령사회, (20% 이상)초고령사회
 - 15~64세 생산가능인구 비율은 2015년 정점 이후 감소세이며, 2027년부터는 생산가능인구 비율이 전체 인구의 2/3에 못 미치며 인구 보너스 효과*가 없어질 것으로 예상
 - * 인구배당효과(demographic dividend)의 다른 말로 전체 인구에서 생산가능인구 비율이 상승해 경제 성장에 기여하는 것을 의미

노동환경 개선, 노동력 확보 정책 추진

- ‘외국인 전문인력 유치·고용법’ 제정(2018.2.8. 시행)
 - 8개 분야* 외국인 고급인력에게 ‘취업카드’를 발급해 대만 내 구직·이직 활동에 편의성을 제고**
 - * 과학기술, 경제, 교육, 문화예술, 체육, 금융, 법률, 건축설계
 - * (기존)고용주가 정부의 취업허가를 先취득해야 체류 가능 → (현행) ‘취업카드’ 소지자는 정부허가를 취득하지 않고도 자유로운 구직·이직 가능
 - 연봉 300만 대만달러(원화 1억 1,529만 원) 초과분에 대해서는 3년간 개인종합소득세를 감면
 - 대만 정부는 AI·IoT 등 첨단기술 분야 고급인력 유치에 도움 기대
- ‘최저임금법’ 제정 추진
 - 최저임금 심의에 대한 법령 체계를 높여 노동자 권익을 향상하고 노동환경 개선에 기여 목적
 - 초안에 따르면, 최저임금 인상 시 소비자물가지수(CPI) 상승률을 필수 지표로 반영하는 것이 핵심 내용*
 - * CPI 하락 시 최저임금 동결 방침

○ ‘중고령자·고령자 취업촉진법’ 제정 추진

- 사용자가 65세 이상 고령자와 계약직 근로계약을 체결할 수 있도록 허용하고 구직자·노동자에 대한 연령 차별을 엄격히 규제*하는 것이 특징

* 위반 시 최고 150만 대만달러(원화 5,500만 원) 벌금 부과

○ ‘신경제이민법’ 제정 추진

- 외국인 전문직 인재를 비롯해 기술직 외국인 노동자에게도 영주권을 부여*하고 투자이민 요건도 완화**하는 것을 골자로 함

* 영주권 부여 조건: (전문직)3~5년 연속 거주, (기술직)대만 내 근무경력 6년 이상, 7년 이상 거주

** 투자 보증금 조건 폐지, 회사채·금융채 투자 허용(지금은 공채(公債)만 허용 중)

- 12만 명에 달하는 기술직 인력부족 문제를 상당 부분 해소 기대



Ⅱ. 비즈니스 환경 분석

1 정치·경제·산업·정책 환경

- 뚜렷한 양당 체제로 정치 환경에 따라 경제정책 기조도 변화
- 외부 여건의 불확실성 속에도 투자 촉진 힘입어 2%대 경제 성장 전망
- ICT(정보통신기술) 산업이 전체 GDP의 약 17%
- 신산업 육성, 인프라 투자 및 투자유치 확대 정책으로 경제성장 동력 확보에 총력

가. 정치 환경

정치 지형

- 민주진보당, 중국국민당을 중심으로 형성된 양당 체제
 - 입법위원 의석수(총 113석) 기준, 범여권(민주진보당, 시대역량) 73석, 범야권(중국국민당, 친민당) 38석, 무소속 2석
 - 지자체는 중국국민당을 중심으로 형성*
 - * 지자체장 총 22석 중 15석, 지방의회 총 912석 중 394석이 중국국민당 소속이고, 민주진보당은 지자체장 6석, 지방의회 238석 확보

2020년 대선·총선

- 2020년 1월 11일, 총통·부총통, 입법위원 선거를 동시에 실시
 - 민주진보당에서는 차이잉원(蔡英文) 총통이 연임에 도전
 - 중국국민당에서는 한귀위(韓國瑜) 현임 가오슝시(高雄市) 시장이 출마
- 선거 결과, 민진당과 차이잉원 총통 승리로 기존 정책 유지 예상
 - 민주진보당은 親노동자, 탈중국화 정책 기조
 - 중국국민당은 親기업, 親중국 성향

나. 경제 환경

경제성장률

- 대만 행정원 주계총처(통계청 격)는 2020년 2.58% 성장 전망(2019.8.16. 발표 자료 기준)

- 미·중 무역분쟁, 국제 유가·원자재가격 등 외부 불확실 요인에도 내수확대 정책, 신기술 발달에 따른 공공·민간 부문 투자가 경제성장을 견인 전망

경제성장 전망

(단위 : %)

| 연도 | 2019(e) | | | | 2020(e) | | | |
|-----|---------|------|------|------|---------|------|------|------|
| 연간 | 2.46 | | | | 2.58 | | | |
| 분기별 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
| | 1.83 | 2.40 | 2.67 | 2.90 | 2.85 | 2.70 | 2.52 | 2.27 |

주 : '(e)'는 추정치

자료 : 행정원 주계총처<한국의 '통계청' 격>(2019.8.16. 발표)

교역

- 2020년 수출입은 각각 3%대 증가 전망
 - 불확실 요인(미·중 무역분쟁) 속에도 세계 교역량 증가(2019년 대비 3.7% 증가. IMF 2019년 7월 발표 기준), 반도체 업계의 기술적 우위, 신기술(5G, AI, IoT 등) 발달은 호조 요인

상품 교역 전망

(단위 : 억 달러, %)

| | 수출 | | 수입 | |
|----------|-------|-------|-------|------|
| | 금액 | 증감률 | 금액 | 증감률 |
| 2019년(e) | 3,317 | -1.24 | 2,865 | 0.07 |
| 2020년(e) | 3,436 | 3.58 | 2,975 | 3.84 |
| Q1 | 801 | 4.89 | 705 | 4.65 |
| Q2 | 848 | 3.60 | 731 | 3.13 |
| Q3 | 889 | 3.19 | 769 | 4.33 |
| Q4 | 898 | 2.80 | 770 | 3.31 |

주 : '(e)'는 추정치

자료 : 행정원 주계총처

투자

- 2020년 3.56% 증가 전망
 - 민간 부문은 반도체, 해상 풍력발전, 5세대 이동통신 분야가 투자 확대를 견인
 - 공공 부문은 투자환경 개선 정책, 미래건설프로젝트 등 정부 사업 집중 추진에 힘입어 성장 예상

투자 전망

(단위 : 억 달러, %)

| | 2019년(e) | | | 2020년(e) | | |
|------|----------|--------|-------|----------|--------|-------|
| | 금액 | 비중 | 증감률 | 금액 | 비중 | 증감률 |
| 합계 | 1,293 | 100.00 | 5.96 | 1,349 | 100.00 | 3.56 |
| 민간 | 1,039 | 80.32 | 5.01 | 1,078 | 79.92 | 3.12 |
| 정부 | 180 | 13.93 | 10.69 | 188 | 13.91 | 2.92 |
| 공영사업 | 74 | 5.75 | 8.35 | 83 | 6.17 | 11.37 |

주 : '(e)'는 추정치. '금액'은 연도별 환율 전망치 기준(2019년 31.23대만달러, 2020년 31.47대만달러)

자료 : 행정원 주계총처

소비

- 2020년 민간 소비 성장률은 2019년 수준을 유지 예상
 - 최저임금 인상 등으로 가처분 소득이 증가한 반면 인구고령화·저출산 등 구조적 요인이 성장세를 일부 상쇄
- 세계적인 수요 부진으로 국제 원자재 가격이 하락하면서 도매물가지수도 하락세. 2020년에는 기저효과로 소폭 증가
 - 도매물가는 소비자물가 상승을 억제해 연간 1%에 못 미치는 상승률을 보일 전망

민간 소비 및 물가 전망

(단위 : 억 달러, %)

| | | 2019년(e) | 2020년(e) |
|-------|------------|----------|----------|
| 민간 소비 | 금액 | 3,114 | 3,190 |
| | 실질 성장률 | 2.03 | 2.05 |
| 물가 | 소비자 물가 상승률 | 0.67 | 0.82 |
| | 도매 물가 상승률 | -1.02 | 0.49 |

주 : '(e)'는 추정치. '금액'은 연도별 환율 전망치 기준(2019년 31.23대만달러, 2020년 31.47대만달러)

자료 : 행정원 주계총처

다. 산업 환경

산업 구조

- 2018년 GDP 기준, 서비스업이 64.4%, 공업 33.9%, 농업 1.7%
 - 서비스업·공업의 주요 하위 업종은 각각 도·소매업(서비스업 내 32.6% 비중), 전자부품 제조업(공업 내 25.9% 비중)
 - ICT(정보통신기술) 산업*은 전체 GDP의 16.9% 차지
 - * 전자부품 제조업, 컴퓨터·전자제품·광학제품 제조업, 통신업, IT서비스업을 포함

- 대만의 산업 구조는 1988년을 분기점으로 공업 비중이 감소하고 서비스업 비중이 증가
 - 대만 공업의 중국 이전 가속화*에 기인 분석
 - * 1987년 7월 대만 정부는 기업의 대외투자를 허용하기 시작했고 1988년 6월에는 중국이 대만기업에 대한 투자우대정책을 실시
- 지역별 주요 산업
 - (북부)신주과학단지를 중심으로 각종 첨단과학기술연구원, 이공계 명문대가 밀집해 대만판 실리콘밸리를 형성
 - * 주요 기업(업종) : TSMC(반도체), MITAC(컴퓨터), Foxconn(전자제품) 등
 - (중부)기계 제조업, 경공업을 위주로 강소·중견 기업 밀집
 - * 주요 기업(업종) : Giant(자전거), GPM(정밀기계), Hiwin(공작기계), PouChen(신발) 등
 - (남부)원료, 발주권을 보유한 중공업 분야 대기업을 중심으로 밸류 체인 내 다운스트림 업체와 하도급 업체가 피라미드식으로 형성
 - * 주요 기업(업종): CPC(석유화학), CSC(철강), CSBC(조선)
- 대표 기업
 - 2018년 매출액 기준, 제조업은 1~5위 모두 위탁생산 기업이자 미국 애플의 협력업체
 - * 대만 전자업계는 위탁생산 기반으로 발전. 애플제품의 매출 동향은 대만의 수출실적에도 큰 영향
 - 서비스업은 공기업 성격의 기업이 3개, 나머지 둘은 컴퓨터 브랜드 및 전자부품 유통업체

업종별 대만 5대 기업(매출액 기준)

(단위 : 백만 달러)

| 분류 | 순위 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|---------|------------------|-------------|------------|---------------------|------------|
| 제조업 | 업체명 | HonHai (Foxconn) | Pegatron | TSMC | Quanta | Compal |
| | 업종 (비고) | 전자제품 (위탁생산) | 전자제품 (위탁생산) | 반도체 (파운드리) | 컴퓨터 (위탁생산) | 컴퓨터 (위탁생산) |
| | 매출액 | 95,091 | 40,926 | 33,950 | 32,777 | 30,207 |
| 서비스업 | 업체명 | 대만전력공사 | CPC | ASUS | WT Microelectronics | 중화텔레콤 |
| | 업종 (비고) | 전력 (공영) | 석유화학 (공영) | 컴퓨터 | 전자부품 유통 | 통신 (정부출자) |
| | 매출액 | 19,481 | 9,731 | 9,061 | 7,084 | 6,145 |

주 : 2018년 달러·대만달러 연평균 환율(30.16대만달러)로 환산. CPC는 석유화학제품 제조 부문을 제외한 주요 서비스 부문 매출액 기준
 자료 : CRIF '2019 대만지역 대기업 TOP 500'

대표 산업별 동향

- 반도체
 - 대만 핵심 산업이자 한(韓)-대만 간 상호 경쟁·보완 업종(상호 1위 수출입 품목)

- 대만 반도체 산업의 연간 생산액은 2조6천억 대만달러를 상회하며 GDP의 14% 수준
- 분야별 생산액 비중(2018년 기준)은 파운드리(49.1%), 팹리스(24.5%), 후공정-패키징(13.1%), 메모리(7.7%), 후공정-테스트(5.7%) 순
- 2020년에는 전체 산업 생산액이 2조7천억 대만달러를 돌파 예상

대만 반도체 산업 생산액

| 구분 | 단위 | 2018년 | 2019년(e) | 2020년(e) |
|-----|--------|--------|----------|----------|
| 생산액 | 억 대만달러 | 26,199 | 26,214 | 27,537 |
| | 억 달러 | 866 | 839 | 875 |
| 증감률 | % | 6.40 | 0.06 | 5.05 |

주 : '(e)'는 추정치. '달러 기준 생산액'은 해당연도의 연평균 환율 기준. '증감률'은 대만달러 기준
자료 : 공업기술연구원(2019.8)

○ 기계

- 제4차 산업혁명의 중심이 되는 산업 중 하나로 공작기계 분야에서 세계적인 입지
- 연간 산업 생산액은 2018년에 1조 대만달러(332억 달러)를 돌파했으나, 미·중 무역분쟁에 따른 세계적인 수요 감소로 2020년까지 1조 대만달러 수준을 회복하기 어려울 전망

대만 기계 산업 생산액

| 구분 | 단위 | 2018년 | 2019년(e) | 2020년(e) |
|-----|--------|--------|----------|----------|
| 생산액 | 억 대만달러 | 10,017 | 9,351 | 9,890 |
| | 억 달러 | 332 | 299 | 314 |
| 증감률 | % | 8.55 | -6.65 | 5.77 |

주 : '(e)'는 추정치. '달러 기준 생산액'은 해당연도의 연평균 환율 기준. '증감률'은 대만달러 기준
자료 : 공업기술연구원(2019.8)

○ 소매

- 대만의 소매시장 규모(매출액)는 2018년 기준 2조8,260억 대만달러로 최근 5년간(2013~2018) 연평균 성장률은 1.6%
- 점포 기반 소매 비중이 84%를 차지(2018년 기준)하고 있으나 무점포 기반 비중이 확대 추세이고, 최근 5년간 무점포 기반 소매시장 규모는 연평균 성장률이 6%에 달함
- 무점포 기반 소매시장은 현지 인터넷 쇼핑(2018년 기준, 61.6% 비중), 모바일 쇼핑(33.5%), 직접 판매(23.5%), TV홈쇼핑(9.3%), 해외 인터넷 쇼핑(5.4%), 자판기(0.2%) 순으로 형성됐고, 이 가운데 모바일 쇼핑과 해외 인터넷 쇼핑 시장규모가 빠르게 성장 중(최근 5년간 연평균 성장률은 각각 49.7%, 12.8%)
- 점포 기반 소매시장에서 주요 유통채널별 비중은 백화점(2018년 기준, 11.5%), 슈퍼마켓(8.3%), 편의점(7.2%), 대형마트(4.5%) 순

대만 소매시장 내 주요 유통채널(2018년 매출액 기준)

| 순위 | 점포 기반 | | | 무점포 기반 | | |
|-----|---------------------|---------|--------|-------------|--------|--------|
| | 채널명 | 분류 | 점유율(%) | 채널명 | 분류 | 점유율(%) |
| 1 | PX Mart | 슈퍼마켓 | 4.4 | Momo Shop | 인터넷 쇼핑 | 7.5 |
| 2 | 7-Eleven | 편의점 | 4.4 | Yahoo! | 인터넷 쇼핑 | 5.0 |
| 3 | Costco | 창고형 할인점 | 3.5 | PChome 24h | 인터넷 쇼핑 | 4.1 |
| 4 | ShinKong Mitsukoshi | 백화점 | 3.1 | Shopee Mall | 인터넷 쇼핑 | 4.1 |
| 5 | Carrefour | 대형마트 | 2.6 | Viva | TV홈쇼핑 | 3.1 |
| 6 | Family Mart | 편의점 | 1.9 | Amway | 직접판매 | 3.1 |
| 매출액 | 786억 달러 | | | 181억 달러 | | |

주 : 2018년 연평균 달러·대만달러 환율(30.16대만달러)로 환산

자료 : 유로모니터 'Retailing in Taiwan(2019.1)'

○ 외식

- 대만은 세계적인 '미식 천국'으로 외식업이 발달
- 대만 외식 시장은 프랜차이즈 비중이 확대 추세(2013년 36.6% → 2018년 39.0%). 음식을 통해 '소확행(소소하지만 확실한 행복)'을 추구하고 끊임없이 새로운 갈구하는 성향이 강해 현지 외식업계는 브랜드 다각화로 소비자 요구에 부응 노력
- 직접 식당을 방문해 이용하는 것이 일반적(2018년 매출액 기준, 63.2%)이나 음식배달 앱 서비스가 활발해지면서 배달 비중도 점차 늘어나는 추세(2013년 2.9% → 2018년 3.6%)*

* 직접 방문 비중은 2013년 64.8% → 2018년 63.2%로 감소

대만 외식시장 규모(매출액 기준)

| 구분 | 단위 | 2018년 | 2019년(e) | 2020년(e) |
|-----|--------|-------|----------|----------|
| 생산액 | 억 대만달러 | 6,864 | 6,932 | 6,995 |
| | 억 달러 | 228 | 222 | 222 |
| 증감률 | % | 2.14 | 0.99 | 0.91 |

주 : '(e)'는 추정치. '달러 기준 생산액'은 해당연도의 연평균 환율 기준. '증감률'은 대만달러 기준

자료 : 유로모니터 'Consumer Foodservice in Taiwan(2019.4)'

라. 정책·규제 환경

'5+2산업혁신계획' : 신산업 육성 정책

- 대만은 '혁신, 취업, 분배'를 핵심 가치로 지속가능한 발전 모델을 구축하기 위해 '5+2산업혁신 계획'을 실시
 - 5+2산업은 각각 '사물인터넷, 신재생에너지(태양광, 풍력), 바이오메디컬, 스마트 기계, 방위(항공우주, 잠수함, 정보보안)'과 '신농업, 순환경제'를 지칭

- 이 중에서도 특히 사물인터넷, 신재생에너지, 스마트 기계 분야에 초점을 맞추고 있음(다음은 산업별 정책 방향)
- (사물인터넷) 사물인터넷 산업의 혁신력·연구개발력을 강화하고 창업 생태계를 최적화해 아시아의 실리콘밸리로 도약한다는 구상 아래 ‘아시아·실리콘밸리 추진방안’을 실시
 - 이 정책은 2023년까지 집중시행하며 R&D센터 유치를 포함한 스타트업 성공사례 100건을 달성하고 2025년에는 대만이 세계 사물인터넷 산업에서 5% 점유율을 차지하는 것을 목표로 함
 - 궁극적으로 사물인터넷 기반 스타트업을 육성해 하드웨어에 집중된 산업구조를 개편한다는 전략이므로 창업 생태계를 개선하기 위한 방안으로 ‘스타트업 투자환경개선 액션플랜’을 실시하여 스타트업의 초기자금 확보, 인력확보·법제적응, 해외 진출을 지원하고 협력기회, 엑시트(exit) 경로를 확대하는 조치들*을 취하고 있음
 - * 보다 세부적인 조치로는 엔젤투자자 조세혜택 지원, 해외 VC에 대한 투자비용 구제 완화, 스타트업 신용보증비용 확대, ‘외국인 전문인력 유치 및 고용법’ 실시, 혁신사업 법제적응지원 플랫폼 구축, 해외 액셀러레이터 유치, 스타트업 상장요건 완화, M&A 절차 간소화 등이 있음
- (신재생에너지) 2025년까지 신재생에너지의 발전 비중을 20%까지 확대하는 것을 목표로 ‘녹색에너지 과학기술산업 혁신추진방안’을 수립하고 풍력, 태양광 발전에 주력 중
 - 태양광은 2025년까지 발전설비용량을 20,000MW(지상 17,000, 옥상 3,000)까지 확대 계획이며, 이 경우 2025년 대만의 태양광 발전량은 연간 250억 킬로와트시(kWh)에 달할 전망이고, 목표 달성을 위해 대만 정부는 중앙정부·지자체·국영기업·교육기관·공장·농업시설에 옥상 발전기 설치를 지원하고 쓰레기매립지·염전·공공수역·함몰지에는 지상 발전기 설치를 추진
 - 풍력은 2025년까지 발전설비용량을 4,200MW(해상 3,000, 육상 1,200)까지 확대 계획으로, 이 경우 2025년 대만의 풍력 발전량은 연간 140억 킬로와트시(kWh)에 달할 전망이며, 목표 달성을 위해 대만은 시범 발전기·발전소 설치 지원, 발전소 설립 부지확보 및 부지정보공개, 발전소 설치 해역 내 조업권 조율, 해상 발전소 시공 얼라이언스 결성 등으로 풍력 발전 밸류체인을 완비해 나갈 계획
 - 이 외에도 신재생에너지 관련 기술개발 및 양산화를 위해 남부 지역 타이난시(台南市)에 스마트 그린에너지과학도시(沙崙綠能科學城)를 조성 중(2020년 3월 개발 완료 예정)
- (스마트 기계) 공작기계업 고도화에 초점을 맞춘 4차 산업혁명 정책의 일환으로 ‘스마트기계산업 추진방안’을 실시
 - 자체 연구개발 역량 강화, 글로벌 교류협력을 통한 기술력·경쟁력 향상에 목표 설정
 - 공작기계업이 밀집한 중부 지역 타이중시(台中市)를 중점 기지로 육성 계획
 - 세부 방안으로 경제부 산하 공업기술연구원에 스마트기계과학기술센터 설치, 스마트기계단지 조성(100개 사 입주 가능), 산관학연 얼라이언스 결성(중부 지역 소재 대학을 중심으로 28개 대학이 참여), 독일·일본 등 기계 강국과 정기산업포럼 개최, 동남아 시장에 대한 공작기계 토털 솔루션 마케팅 등을 추진 중

- (바이오메디컬) ‘아·태지역 생물의학 R&D허브’로 도약하는 것을 목표로 ‘생물의학산업 혁신추진 방안’을 수립
 - 산업 생태계 개선(자금·인재 유치 규제 완화, 지적재산권 관리 지원 강화, 관련 법규 개정 등), 지역별 산업 클러스터와 연계를 기반으로 역량 특화(북부 : 연구개발, 중·남부 : 고부가가치 약품·의료기기 생산), 해외 시장 진출 확대를 추진
- (방위) 항공우주, 잠수함, 정보보안 산업을 중심으로 하며 지역별로 주력 분야를 차별화*
 - * 항공우주 : 타이중(台中)·타이난(台南)·타오위엔(桃園), 잠수함 : 가오슝(高雄)·지룽(基隆)·이란(宜蘭), 정보보안 : 타이베이(台北)·신주(新竹)
 - 이와 관련해서 ‘국방산업발전조례’ 입법 절차를 진행 중이며, 정보보안에 대해서는 인재육성체계 구축, 글로벌 경쟁력 강화를 위주로 한 ‘정보보안 산업발전 액션플랜’을 마련
- (순환경제) 중공업이 밀집한 남부 지역 가오슝시(高雄市)를 시범도시로 앞세워 ‘순환경제 추진 방안’을 수립
 - 순환기술·재료 혁신연구개발단지 설치, 신순환시범단지 조성, 녹색소비모델(순환경제정보센터 등) 구축, 수거·재활용 체제 강화(순환이용센터, 지역 간 자원통합네트워크 등 구축) 등을 추진
- (신농업) 농업의 현대화를 촉진해 고부가가치화하고 지속가능한 산업발전을 도모한다는 목표 아래 ‘신농업 혁신추진방안’을 실시
 - 농산물 가격 및 농민 생계 안정화, 농산물 안전관리 강화, 농산물 물류·거래 체계 현대화 기반 국내외 판로 확대에 노력 중

‘미래건설프로젝트’ : 인프라 투자확대정책

- 장기적인 경제 발전을 위한 인프라 개선 정책
 - ▲식품안전관리 강화 ▲저출산 대응 ▲인재양성 ▲철도 건설 ▲수리 개선 ▲디지털 인프라 확충 ▲신재생에너지 확대 ▲지역 격차 해소 등 8대 과제로 분류
- 4개년 정책으로 2년씩 1, 2차로 나누어 집행
 - 1차(2017.9~2018.12)에 1,071억 대만달러(원화 4조1,040억 원)를 집행했고, 2차(2019.1~2020.12)에 2,229억 대만달러(원화 8조5,415억 원)를 집행
- 2차 집행기간 내 사업별 예산은 지역 격차 해소에 32%(720억 대만달러, 원화 2조7,597억 원)를 투입
 - ▲수리 개선 582억 대만달러(원화 2조2,308억 원) ▲철도 건설 416억 대만달러(1조5,945억 원) ▲디지털 인프라 확충 271억 대만달러(1조387억 원) ▲신재생에너지 확대 114억 대만달러(4,369억 원) ▲인재양성 98억 대만달러(3,756억 원) ▲저출산 대응 22억 대만달러(843억 원) ▲식품안전관리 강화 5억 대만달러(191억 원)

주요 사업별 목표(건설 관련 프로젝트 위주)

| 사업 | 목표 |
|------------|--|
| 지역 격차 해소 | <ul style="list-style-type: none"> - 주차장 추가 확보(주차 대수 기준 4만 개) - 인도 개보수(총 390km) - 지역사회 서비스센터 신설(총 20개 소) - 공공 건물 개보수(총 995채) - 장기요양 서비스 거점 마련(총 609개 소) - 공립 탁아시설 증설(총 200개 유아반) |
| 수리 개선 | <ul style="list-style-type: none"> - 비상급수 저수량 확보(200만 톤/일) - 침수취약지역 개선(총 200km²) - 하수도 개보수(총 250km) - 친수공간(親水空間) 개발(총 420헥타르) 등 |
| 철도 건설 | <ul style="list-style-type: none"> - 일반·고속 철도망 연결(프로젝트 건수 총 4건) - 동부 지역 일반철도망 개보수(총 6건) - 철도 입체화 및 통근시간 단축(총 7건) - 도시철도망 증설(총 17건) - 중남부 관광철도 개보수(총 6건) |
| 디지털 인프라 확충 | <ul style="list-style-type: none"> - 정부기관 정보통신장비 교체, 정보보안 강화 - 사물인터넷 통합정보시스템 및 스마트생활서비스 시스템 구축, AR/VR발전단지 조성 - 학교 내 초고속인터넷망, 클라우드·빅데이터 플랫폼 설치 등 |
| 신재생에너지 확대 | <ul style="list-style-type: none"> - 스마트 계량기 설치 확대(2024년까지 누적 300만 가구) - 태양광 발전 설치용량 확대(2025년까지 누적 20GW) - 풍력 발전 설치용량 확대(2025년까지 누적 6.7GW) |

자료 : 행정원

 투자유치 확대 정책

○ ‘외국인투자조례’ 개정 추진

- 투자액 100만 달러 이하는 사후신고제로 전환*해 행정절차를 간소화한 것이 특징으로, 종래 외국인투자 심사건수(연평균 3,500건 가량) 기준, 약 85%(약 3,000건)가 사후신고를 적용 가능하며 간이합병, 스타트업 투자 진출에 용이

* 투자액 100만 달러 이상, 투자 제한·금지 업종, 기타 특수정황에 따른 예외에 대해서만 사전심의를 지속 적용

- 이 외에 모든 구비서류를 제출한 것을 전제로 투자심사 기간을 1개월 이내로 단축하고 투자심사 기준, 판단근거를 공개해 투명성을 제고
- 2019년 2월 15일부터 입법원 심의에 들어간 상태

○ 신기술 규제 완화 노력

- 2018년 4월, 금융규제 테스트베드 시행*

* 시범 서비스 기간 최장 36개월, 서비스 분야별로 1인당 투자액에 상한(신용대출 50만 대만달러, 보험료 10만 대만달러, 기타 금융상품 25만 대만달러)을 두고 소액실험방식으로 진행

- 2019년 6월, 자율주행차·드론·무인수상정 등 무인운송수단 관련 규제 테스트베드 시행*

* 유예기간 기본 1년(필요시 1년 더 추가 연장 가능)

2 시장 분석

- 점진적 협력관계 구축 선호, 가격경쟁력(가성비) 중시
- 연간 교역액 6천만 달러 상회, 2020년 수출입 각각 3%대 증가 예상
- 한국은 대만의 5위 교역 파트너로 4위 수입대상국, 6위 수출대상국
- 2018년 외국인 직접투자액(116억 달러) 10년래 최고치, 한국 비중은 0.5% 미만
- 韓-대만 민간교류 활발, 상호 관광객 年 100만 명 초과

가. 시장 특성 및 전략적 가치

시장 특성

- 중장기적으로 점진적 협력관계 구축 선호
 - 시장성 검토 기간이 긴 편
 - 내수시장 규모가 작아 초기 거래단계에서는 소량 주문을 선호
 - 중장기적인 관계를 추구하며 점진적으로 협력을 확대해 나가는 방식
 - 거래조건을 다양하게 제시하며 수용 가능한 범위 내에서 융통성을 발휘할 필요
- 물가 수준, 임금 인상률 낮아 가격경쟁력을 중시
 - (물가 수준)세계 도시·국가 비교 통계 사이트인 넘베오(Numbeo)에 따르면 2019년 상반기 기준 대만의 생계비 지수*는 58.77로 세계 37위로 한국(75.16, 세계 17위)보다 저렴한 수준이고, 식료품·잡화, 식당 물가 지수도 각각 67.88, 26.95로 한국(식료품·잡화 87.23, 식당 43.27)보다 낮음
 - * 미국 뉴욕 물가를 100으로 놓고 물가 지수가 80이면 뉴욕보다 20% 싼 것을 의미
 - (임금 인상률)최근 10년간(2008~2018) 대만의 평균임금* 인상률은 연평균 1.7% 수준
 - * 통상임금(월급, 매달 지급하는 보조금) 외에 인센티브, 성과급, 연장근로수당 포함
 - (대만 내 한국제품 입지)日>유럽·美>韓≥대만>中 순으로 형성돼 한국제품에 가격 인하를 요구하는 경우가 많음*
 - * 실제로 '가격' 때문에 수출이 성사되지 못하는 사례도 자주 발생
 - 현지 시장의 가격구조를 반영한 맞춤형 가격전략 수립 필요

테스트마켓으로 전략적 가치

- 현지 소비자, 트렌드 세터는 아니지만 열정적인 트렌드 팔로워
 - 최신 이슈·유행에 대한 호기심과 체험 욕구 강한 편

- 반면, 관심이 오래 지속되진 않고 빠르게 옮겨가는 특성도 뚜렷해 강도 높은 테스트마케팅으로 활용 가치

○ 중화권 시장과의 접근성

- 중국과 정치적 관계는 소원한 편이나 민간교류는 점점 긴밀해지는 추세
- 동남아 화교경제권과의 접근성도 높아 대만을 통한 우회진출도 도모 가능*

* 보건의료 산업에서 부상하고 있는 헬스케어, 재생의학, 신약개발 분야에서 일본 기업들이 2019년 들어 대만에 속속 진출(일부는 대만에서 IPO 추진) 중이며, 중국·동남아 및 아·태 지역에 진출하기 위해 대만을 거점화하는 전략

나. 교역

대만의 수출입 동향

- (총괄) 2019년 상반기 교역액은 2,965억 달러로 전년 동기 대비 1.82% 감소
 - 2019년 들어 시작된 교역 감소세는 분기별로 완화되기 시작해 4분기에는 증가세로 전환하고, 연간 교역액은 전년 대비 0.64% 감소한 6,183억 달러 기록 예상
 - 2020년은 수출 3,436억 달러(전년대비 +3.58%), 수입 2,975억 달러(+3.84%) 예상

수출입 동향

(단위 : 억 달러, %)

| 연도 | 교역 | | 수출 | | 수입 | |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 금액 | 증감률 | 금액 | 증감률 | 금액 | 증감률 |
| 2017 | 5,765 | 12.85 | 3,172 | 13.17 | 2,593 | 12.45 |
| 2018 | 6,222 | 7.93 | 3,359 | 5.88 | 2,863 | 10.44 |
| 2019.1~6 | 2,965 | -1.82 | 1,582 | -3.40 | 1,383 | 0.06 |
| 2019(e) | 6,183 | -0.64 | 3,317 | -1.24 | 2,865 | 0.07 |
| 2020(e) | 6,412 | 3.70 | 3,436 | 3.58 | 2,975 | 3.84 |

주 : '(e)'는 추정치

자료 : 경제부 국제무역국, 행정원 주계총처

- (수출) 2019년 상반기 기준, 1,582억 달러로 전년 동기 대비 3.40% 감소
 - 국가별로 중국·홍콩 비중이 39%, 한국은 6위 수출대상국으로 10대 국가 중 수출액이 가장 큰 폭으로 증가
 - 품목별로는 반도체가 28%로 최대 비중이고, 컴퓨터, 컴퓨터 부품 수출이 급증

국가별·품목별 수출 동향(2019년 상반기 기준)

(단위 : 억 달러, %)

| 순위 | 국가별 | | | | 품목별(對세계) | | | |
|----|-------|-------|-------|--------|-----------------|-----|-------|--------|
| | 국가명 | 금액 | 비중 | 증감률 | 품명 | 금액 | 비중 | 증감률 |
| 1 | 중국 | 1,582 | 26.65 | -9.14 | 반도체(8542) | 447 | 28.25 | -1.36 |
| 2 | 미국 | 422 | 13.93 | 17.38 | 석유제품(2710) | 63 | 4.00 | 0.87 |
| 3 | 홍콩 | 220 | 12.02 | -8.10 | 컴퓨터 부품(8473) | 47 | 2.99 | 40.30 |
| 4 | 일본 | 190 | 7.24 | 1.64 | 컴퓨터(8471) | 41 | 2.57 | 71.75 |
| 5 | 싱가포르 | 114 | 5.40 | 3.38 | 비휘발성 기억장치(8523) | 34 | 2.14 | -0.48 |
| 6 | 한국 | 85 | 5.40 | 18.11 | 전화기(8517) | 33 | 2.10 | 23.16 |
| 7 | 베트남 | 85 | 3.36 | 1.50 | LCD(9013) | 32 | 2.05 | -13.39 |
| 8 | 말레이시아 | 53 | 2.93 | -11.36 | 통신기기 부품(8529) | 29 | 1.81 | -11.52 |
| 9 | 독일 | 46 | 2.14 | -2.86 | 인쇄회로(8534) | 24 | 1.51 | -9.10 |
| 10 | 필리핀 | 34 | 1.86 | -41.58 | LED(8541) | 23 | 1.45 | -28.65 |

주 : 품목은 HS코드 4단위 기준

자료 : 경제부 국제무역국

- (수입) 2019년 상반기 기준, 1,383억 달러로 전년 동기와 거의 비슷한 수준(0.06% 증가)
 - 국가별로 中, 日, 美 비중이 각각 10%대, 한국은 4위 수입대상국으로 6% 비중이며 전년 동기 대비 6.86% 감소
 - 품목별로 반도체 수입이 18%를 차지했고, 반도체업계의 첨단공정 투자 확대에 따라 반도체 제조장비 수입이 급증(전년 동기 대비 +46%)

국가별·품목별 수입 동향(2019년 상반기 기준)

(단위 : 억 달러, %)

| 순위 | 국가별 | | | | 품목별(對세계) | | | |
|----|---------|-----|-------|--------|----------------|-----|-------|--------|
| | 국가명 | 금액 | 비중 | 증감률 | 품명 | 금액 | 비중 | 증감률 |
| 1 | 중국 | 270 | 19.53 | 3.32 | 반도체(8542) | 245 | 17.73 | 3.82 |
| 2 | 일본 | 211 | 15.25 | -4.48 | 원유(2709) | 110 | 7.98 | 1.55 |
| 3 | 미국 | 183 | 13.23 | 14.27 | 반도체 제조장비(8486) | 81 | 5.88 | 46.34 |
| 4 | 한국 | 83 | 6.00 | -6.86 | 석유가스(2711) | 41 | 2.98 | -3.73 |
| 5 | 호주 | 51 | 3.66 | 12.83 | 석유제품(2710) | 39 | 2.83 | -13.94 |
| 6 | 말레이시아 | 51 | 3.65 | 20.69 | 석탄(2701) | 37 | 2.67 | -4.15 |
| 7 | 독일 | 46 | 3.30 | -8.04 | 승용차(8703) | 25 | 1.84 | -8.39 |
| 8 | 사우디아라비아 | 42 | 3.03 | -2.82 | 전화기(8517) | 24 | 1.70 | 4.71 |
| 9 | 싱가포르 | 37 | 2.64 | -11.24 | 터보제트(8411) | 20 | 1.41 | 3.02 |
| 10 | 네덜란드 | 30 | 2.18 | 82.49 | 컴퓨터 부품(8473) | 18 | 1.27 | 16.39 |

주 : 품목은 HS코드 4단위 기준

자료 : 경제부 국제무역국

대만의 수입규제

- (관세장벽) 2019년 9월 기준, 6개국 7개(소비재 2개, 산업재 5개) 품목에 대해 반덤핑 과세 중
 - 중국산 저가제품에 특히 예민하여 반덤핑 규제 중인 쉰 품목(7개)의 부과대상국에 중국을 포함
- (비관세장벽) 식품안전, 환경보호 정책 강화 추세
 - 2014년 불량 식용유 파동 이후 식품안전에 대한 감시·감독을 지속 강화 추세이며, 2018년 기준 통관이 거부된 한국산 식품은 총 23건으로 농산물·가공식품의 잔류농약·식품첨가물 함량규정 위반 사유가 대부분이므로 수출 시 유의 요망
 - 2050년에는 재활용 가능 물질의 완전한 순환과 제로(0) 폐기를 달성을 목표로 하고 있어 2019년 7월부터 일회용 플라스틱 빨대 사용을 제한하기 시작했고, 2030년부터 전면적인 사용 금지 중이며, 2018년 7월부터는 화장품·개인위생용품에 미세 플라스틱(생분해성 플라스틱 포함) 사용을 금지하고 있음

대(對)한국 수출입 동향

- (총괄) 2019년 상반기 기준, 한국은 대만의 5위 교역 파트너로 대(對)한국 교역액은 168억 달러로 전체 대비 5.68% 비중
 - 연간으로도 순위는 동일하나 교역액과 비중은 확대 추세이고, 2017년에는 연간 교역액이 300억 달러를 돌파

대(對)한국 교역 동향

(단위 : 억 달러, %)

| 연도 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 1~6월 |
|-----|-------|-------|-------|-------|------------|
| 교역액 | 256 | 274 | 316 | 355 | 168 |
| 비중 | 5.03 | 5.37 | 5.49 | 5.71 | 5.68 |
| 순위 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

주 : 비중, 순위는 교역총액 대비

자료 : 경제부 국제무역국

- (대(對)한국 수입) 2019년 상반기 기준, 한국은 대만의 4위 수입대상국으로 대(對)한국 수입액은 83억 달러(전년 동기 대비 -6.86%)로 전체 대비 6.00% 비중
 - 2018년은 195억 달러로 역대 최고치를 기록
 - 10대 수입품은 전반적으로 매년 큰 변동 없이 비슷한 구성이며, 반도체, 인쇄회로 등 전기기기 부품(HS코드 85류)은 압도적인 비중(45% 상회)으로 1위를 유지하고, 4위 기계류는 반도체 제조용 장비를 위주로 6%대 유지

대(對)한국 수입 동향(HS코드 2단위 기준)

(단위 : %)

| 순위 | 2017년 | | 2018년 | | 2019년 1~6월 | |
|-----|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|
| | 품명 | 비중 | 품명 | 비중 | 품명 | 비중 |
| 1 | 전기기기 및 부품(85) | 48.69 | 전기기기 및 부품(85) | 50.38 | 전기기기 및 부품(85) | 46.72 |
| 2 | 유기화합물(29) | 9.24 | 유기화합물(29) | 10.64 | 광물성 연료(27) | 10.55 |
| 3 | 광물성 연료(27) | 8.87 | 광물성 연료(27) | 8.89 | 유기화합물(29) | 9.69 |
| 4 | 기계(84) | 6.50 | 기계(84) | 5.64 | 기계(84) | 6.38 |
| 5 | 철강(72) | 3.21 | 철강(72) | 2.99 | 철강(72) | 3.08 |
| 6 | 플라스틱(39) | 2.72 | 플라스틱(39) | 2.57 | 플라스틱(39) | 2.81 |
| 7 | 정밀기기(90) | 2.31 | 정밀기기(90) | 2.25 | 동 제품(74) | 2.42 |
| 8 | 화학공업 생산품(38) | 1.84 | 무기화합물(28) | 1.82 | 정밀기기(90) | 2.03 |
| 9 | 유리(70) | 1.84 | 유리(70) | 1.78 | 유리(70) | 1.94 |
| 10 | 무기화합물(28) | 1.83 | 화학공업 생산품(38) | 1.74 | 화학공업 생산품(38) | 1.54 |
| 수입액 | 169억 달러 | | 195억 달러 | | 83억 달러 | |

주 : 비중은 대(對)한국 전체 수입액 대비

자료 : 경제부 국제무역국

- (대(對)한국 수출) 2019년 상반기 기준, 한국은 대만의 6위 수출대상국으로 대(對)한국 수출액은 85억 달러(전년 동기 대비 +18.11%)로 전체 대비 5.40% 비중
 - 2018년은 160억 달러로 역대 최고치 기록
 - 주요 수출품은 반도체, 인쇄회로 등 전기기기 부품(HS코드 85류)이 거의 절반이며, 대만은 시스템 반도체 수출인 반면 한국은 메모리 반도체 위주이므로 산업 간 상호 보완 구조

대(對)한국 수출 동향(HS코드 2단위 기준)

(단위 : %)

| 순위 | 2017년 | | 2018년 | | 2019년 1~6월 | |
|-----|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|
| | 품명 | 비중 | 품명 | 비중 | 품명 | 비중 |
| 1 | 전기기기 및 부품(85) | 56.69 | 전기기기 및 부품(85) | 49.36 | 전기기기 및 부품(85) | 45.94 |
| 2 | 기계(84) | 9.42 | 광물성 연료(27) | 17.39 | 광물성 연료(27) | 26.91 |
| 3 | 광물성 연료(27) | 6.71 | 기계(84) | 8.23 | 기계(84) | 6.86 |
| 4 | 정밀기기(90) | 4.47 | 유기화합물(29) | 4.65 | 유기화합물(29) | 3.25 |
| 5 | 철강(72) | 4.07 | 플라스틱(39) | 3.91 | 플라스틱(39) | 3.04 |
| 6 | 플라스틱(39) | 3.90 | 철강(72) | 3.03 | 철강(72) | 2.77 |
| 7 | 유기화합물(29) | 3.66 | 정밀기기(90) | 2.66 | 정밀기기(90) | 1.48 |
| 8 | 동 제품(74) | 1.41 | 동 제품(74) | 1.40 | 동 제품(74) | 1.25 |
| 9 | 화학공업 생산품(38) | 0.80 | 화학공업 생산품(38) | 0.82 | 화학공업 생산품(38) | 0.94 |
| 10 | 자동차(87) | 0.78 | 자동차(28) | 0.78 | 자동차(87) | 0.60 |
| 수출액 | 147억 달러 | | 160억 달러 | | 85억 달러 | |

주 : 비중은 대(對)한국 전체 수출액 대비

자료 : 경제부 국제무역국

대(對)한국 수입규제

- 철강 제품에 대해 3건의 반덤핑 과세 중
 - 규제 중인 품목은 스테인리스 냉연강판, 아연도금강판, 탄소강 후판
 - 이 중 스테인리스강 냉연제품은 2019년 8월 29일부터 제2차 반덤핑 관세를 부과 중

대(對)한국 수입규제 현황

| 품명 | HS코드 | 반덤핑 세율 | 규제기간 |
|------------|--|---|-----------------------|
| 스테인리스 냉연강판 | 7219.32/33/34/35, 7220.20 | 37.65% (일괄) | 2013.8.15.~2024.8.28. |
| 아연도금강판 | 7210.30/41/49/61/90, 7212.20/30/50, 7225.91/92/99, 7226.99 | 77.3% (일괄) | 2016.8.22.~2021.8.21. |
| 탄소강 후판 | 7208.51/52/90, 7211.14, 7225.40, 7226.91 | 4.02 / 19.91 / 80.5% (포스코 / 현대스틸 / 기타) | 2016.8.22.~2021.8.21. |

자료 : 재정부 관무서

- 대만 공업총회(제조업 단체)의 연도별 조사*에 따르면, 현지 업계는 한국산 수입품 중 HS코드 29류 유기화합물, 72류 철강을 위주로 수입동향을 예의주시
 - * '수입품의 위협현황 조사보고서(2019年進口威脅調查報告)'
 - HS코드 7210호(철·비합금강 평판압연제품)은 3년 연속으로 포함돼 유의 필요(아래 표는 2019년 조사에서 지목된 품목)

대만 제조업계가 경쟁품목으로 주시하고 있는 한국산 수입품(2019년)

| 분류 | HS코드(대만 기준) | 품명 |
|----------|---|--------------------------------------|
| 무기화합물 | 2804.61.10008 | 규소 |
| 유기화합물 | 2916.12.00906 | 에스테르 |
| | 2916.14.90004 | |
| 화학공업 생산품 | 3818.00.10157 | 실리콘 웨이퍼 |
| 플라스틱 | 3905.21.00005 | 초산비닐 중합체 |
| | 3907.91.00008 | 폴리에스테르 |
| | 3920.99.93902 | 플라스틱 필름 |
| 종이 | 4810.13.10513/20511 | 도포한 종이·판지 |
| | 4810.19.10517/90510 | |
| | 4810.92.10107/10205/20007 /30103/30201/90100/90208 | |
| | 4814.20.00004 | |
| 철강 | 7208.37.30203 | 철·비합금강 평판압연제품 (폭 600mm 이상, 도포 제외) |
| | 7208.38.30006 | |

| | | |
|--|---|-----------------------------------|
| | 7208.39.30103 | 철·비합금강 평판압연제품 (폭 600mm 이상, 도포) |
| | 7210.11.00009 | |
| | 7210.12.00008 | |
| | 7210.50.00001 | |
| | 7214.99.20104/20202 /20300/20408/20907 | 철·비합금강 봉 |
| | 7228.30.00907 | 기타 합금강 봉 |

자료 : 공업총회, 경제부 국제무역국

수출 성공/실패 사례

- (성공사례) 화장품 S사
 - KOTRA 주관 수출상담회를 통해 대만 바이어를 발굴했고, 대만 지방 도시에서 개최되는 전시회에도 참가해 바이어와 접촉기회 확보 노력
 - 샘플 오더 이후 수개월 만에 소량이지만 정식으로 오더를 수주했으나 예기치 않게 첫 오더에서 제품 품질에 문제가 발생, 거래 초반부터 신뢰관계 형성에 위기를 맞았으나 소량 오더에도 불구하고 바이어와의 원만한 합의를 통해 난관을 극복
- (성공사례) 유아용품 A사
 - KOTRA 수출지원 프로그램을 적극 활용해 바이어를 발굴하고 활발한 화상상담을 진행하며 1달 만에 첫 수출에 성공
 - 후속 오더 추진 등 바이어와 지속적으로 원활한 커뮤니케이션을 이어가기 위해 KOTRA 지사화 사업에 가입했고, 판로 확대에 속도를 내고 있음
 - 자체적으로는 브랜드 스토리텔링에 부합하는 감각적인 디자인과 아이디어 상품 개발에 지속적으로 노력
- (실패유형) 바이어 요청에 대한 피드백 지연, 사후관리 미흡 또는 소극적인 대응으로 신뢰관계 구축에 실패하거나 후속 오더로 이어지지 못하는 경우가 발생
 - 적극성을 보이되 중장기적 관점에서 파트너십을 다져가는 전략을 세울 필요
 - 수출에 대한 기술적 이해나 제품 양산 능력이 미흡한 상태에서 성급하게 수출을 시도하는 경우도 있는데, 이 경우 초반부터 바이어의 신뢰를 얻기 어려우므로 충분한 준비를 갖추고 접근할 필요

다. 투자

대만의 투자유치 동향

- 2018년 대만의 외국인 직접투자 규모는 116억 달러로 최근 10년래 최고치 기록

- 태국, 필리핀, 호주 등 신남향정책 대상국에 대한 투자 유치 규모(약 4억 달러)가 전년대비 43.3% 급증한 데 기인

대만의 외국인 직접투자 동향

(단위 : 백만 달러, %, 건)

| 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 상반기 |
|-----|-------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 금액 | 6,105 | 5,041 | 11,285 | 7,779 | 11,671 | 3,561 |
| 증감률 | 15.55 | -17.43 | 123.86 | -31.07 | 50.04 | 13.38 |
| 건수 | 3,713 | 3,959 | 3,572 | 3,555 | 3,762 | 1,780 |

자료 : 경제부 투자심의위원회

- 2019년 상반기는 35억 6,109만 달러로 전년 동기 대비 13% 증가
 - 국가별·업종별로 호주, 기계설비 제조업의 투자유치금액이 전년 동기 대비 급증. 각각 호주 ANZ은행의 운영자금 증액(5억 달러), 일본 히타치의 대만 Yungtay(승강기 제조사) 인수(7억 달러)가 주요 요인

국가별·업종별 투자유치 현황(2019년 상반기 기준)

(단위 : 백만 달러, %)

| 구분 | 순위 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|-----|--------|-----------|---------|---------|----------|
| 국가별 | 국가명 | 일본 | 카리브해 영국령* | 호주 | 홍콩 | 미국 |
| | 금액 | 921 | 707 | 540 | 339 | 184 |
| | 증감률 | -0.42 | 41.05 | 2294.62 | 203.24 | 42.64 |
| | 비중 | 26.21 | 20.11 | 15.36 | 9.65 | 5.22 |
| 업종별 | 업종명 | 금융·보험 | 기계설비 제조 | 도·소매 | 전자부품 제조 | 정보·통신·방송 |
| | 금액 | 1,132 | 736 | 380 | 282 | 245 |
| | 증감률 | -29.59 | 13051.26 | -6.29 | 96.87 | 107.42 |
| | 비중 | 32.21 | 20.96 | 10.81 | 8.03 | 6.98 |

주 : '카리브해 영국령'은 영국령 버진아일랜드·케이맨제도

자료 : 경제부 투자심의위원회

한국의 대(對)대만 투자

- 한국의 대(對)대만 투자는 2018년에 4천만 달러를 상회했고 2019년에는 상반기 기준 1,352만 달러로 전년 동기 대비 22% 감소
 - 대만의 외국인 직접투자 실적에서 한국의 비중은 4년째 0.5%에 못 미침
 - 건수는 2014년 이래 연 100건 초과

한국의 대(對)대만 투자 동향

(단위 : 천 달러, %)

| 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 상반기 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 금액 | 38,312 | 39,366 | 49,597 | 34,511 | 41,510 | 13,522 |
| 증감률 | 14.30 | 2.75 | 25.99 | -30.42 | 20.28 | -21.93 |
| 비중 | 0.63 | 0.78 | 0.44 | 0.44 | 0.36 | 0.38 |
| 건수 | 119 | 112 | 153 | 155 | 123 | 64 |

자료 : 경제부 투자심의위원회

○ 업종별로는 서비스업 위주로 진출

- 도·소매업, 정보·통신·방송업(게임·출판 등 포함)이 전체 대비 80% 내외를 차지
- 제조업은 판매법인 위주로 진출해 있어 대규모 투자는 드문 편
- 대만 방문 한국인 관광객이 증가하면서 오락·레저 서비스업, 숙박·요식업의 대(對)대만 투자가 증가

업종별 대(對)대만 투자 동향

(단위 : 천 달러, %)

| 연도/순위 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 2016 | 도·소매 (32,073 / 64.7) | 금융·보험 (3,892 / 7.8) | 전문·기술 서비스 (3,710 / 7.5) | 오락·레저 서비스 (3,041 / 6.1) | 정보·통신·방송 (2,101 / 4.2) |
| 2017 | 정보·통신·방송 (17,521 / 50.8) | 도·소매 (7,033 / 20.4) | 전자부품 제조 (2,864 / 8.3) | 전문·기술 서비스 (2,014 / 5.8) | 숙박·요식 (1,625 / 4.7) |
| 2018 | 도·소매 (16,727 / 40.3) | 정보·통신·방송 (16,354 / 39.4) | 금속제품 제조 (2,761 / 6.7) | 부동산 (1,520 / 3.7) | 컴퓨터·전자제품 제조 (960 / 2.3) |
| 2019.상 | 도·소매 (10,343 / 76.5) | 정보·통신·방송 (1,185 / 8.8) | 전자부품 제조 (424 / 3.1) | 기타 서비스 (328 / 2.4) | 숙박·요식 (292 / 2.2) |

주 : 괄호 안 수치는 '금액, 대(對)대만 투자금액 대비 비중'

자료 : 경제부 투자심의위원회

투자 성공/실패 사례

○ (성공사례) 가구 브랜드 I사

- 대만 시장이 저출산으로 영유아 인구 증가가 제한적인 상황 속에도 자녀 교육열은 한국 못지 않게 높은 점에 착안해 어린이 가구 시장에 진출
- 실제 구매자인 젊은 부모 세대에게 익숙한 한류 콘텐츠, 한류 스타를 기반으로 현지에서 브랜드 인지도를 확보했고, 세련된 디자인으로 현지에서 좋은 반응을 얻었음
- 대리점 계약 형태로 진출했다가 매출 신장에 따라 법인을 설립하며 사업을 확장
- 백화점을 중심으로 쇼룸을 증설해 소비자에게 체험 기회를 제공함과 동시에 매장 방문이 어려운 고객에 대한 접근성을 보완하기 위해 현지 주요 온라인 쇼핑몰에도 입점하는 등 적극적인 현지화 마케팅 중

○ (성공사례) 치킨 브랜드 B사

- 대만인들은 닭 튀김요리를 좋아하며* 한류 콘텐츠 영향으로 한국식 치킨에 대한 관심 증가
 - * 대만 행정원 농업위원회 통계(2011년)에 따르면 대만 내 치킨필렛(현지어로 지파이·雞排) 소비량은 매일 25만 개(연간 9,000만 개)에 달함
- B사는 대만 패밀리마트와 협력해 편의점 내 슝인슝 형태로 입점 판매
 - * 대만 유통시장은 최근 편의점을 중심으로 슝인슝·콜라보를 통한 업계 간 시너지 확대 전략이 활발하게 활용되는 추세
- 현지 유력 유통채널과의 협력을 통해 단독 진출 시 발생할 수 있는 리스크를 완화하는 동시에 고객 유치에 유리한 여건을 확보

○ (실패사례) 한국계 SPA 패션 브랜드, 일본 유명 음식점

- 시장 내 플레이어 증가로 경쟁이 심화하는 가운데 화제 전환이 빠르고 열기가 오래 가지 않는 현지 소비자 성향과 니즈를 충분히 반영하지 못해 브랜드 신선도가 저하
- 중·장기적인 현지화 전략이 미흡한 상태에서 유명 상권의 높은 점포 임대료 등은 운영비용 부담을 가중

3 한국과의 경제 교류 및 경험 의제

📍 민간교류 확대

- 2018년 1월, 워킹홀리데이(2010년 11월 체결, 2011년 1월 발효) 상호 쿼터를 年 600명에서 800명으로 확대해 청년층의 상호 교류·이해 증진에 기여
- 2018년 6월, 한(韓)-대만 자동출입국 심사대를 상호 이용하기 시작해 관광을 촉진
 - 2017년에 대만 방문 한국인 관광객이 100만 명을 돌파한 데 이어 2018년에는 방한 대만인 관광객이 100만 명을 돌파
 - 2019년 상반기 기준, 상호 관광객 수는 전년 동기 대비 각각 10% 안팎 증가

한-대만 상호 관광객 유지 현황

(단위 : 명, %)

| 연도 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 상반기 |
|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|
| 대만인 관광객 | 518,190 | 833,465 | 925,616 | 1,115,333 | 614,311 |
| 증감률 | -19.5 | 60.8 | 11.1 | 20.5 | 10.8 |
| 한국인 관광객 | 658,757 | 884,397 | 1,054,708 | 1,019,441 | 555,565 |
| 증감률 | 24.8 | 34.3 | 19.3 | -3.3 | 9.4 |

자료 : (대만인 관광객)한국관광공사, (한국인 관광객)교통부 관광국

- 한(韓)-대만 항공증편도 활발하게 논의 중
 - 저가항공 이용이 증가하면서 한(韓)-대만 간 취항 노선 증가 추세*
 - * 노선별 취항 시기 : 제주~가오슝('19.10), 인천~화롄('19.10), 청주~타오위안('18.9), 제주~타오위안('18.9), 인천~타이중('17.12), 인천~가오슝('17.12), 인천·대구~타오위안('16.5), 부산~타오위안('16.1), 김포~타이베이쑹산('12.4), 인천~타오위안('04.9)

📍 경제 교류·협력

- 2015년 12월, 성실무역업체 상호인정약정(AEO MRA)을 체결해 통관절차를 간소화
- 한(韓)-대만 거래소는 2016년 10월 ETF(상장지수펀드)를 상호 상장한 데 이어, 2018년 6월에는 '한(韓)-대만 IT프리미어 ETF'*를 동시 상장
 - * 한(韓)-대만 33개 IT 대표기업(한국 11개, 대만 22개)으로 구성, 시가총액이 20조 대만달러(한화 720조 원)에 달함
- 2018년 10월, 한국무역협회는 타이베이시수출입협회와 MOU를 체결
 - 민간교류채널로서 상호 기업 간 협력 기회 확대에 노력 방침
- 2019년 1월, 한국 '5G포럼'은 대만 '5G산업발전연맹'과 전략적 파트너십 양해각서를 체결*
 - * 두 단체 회원사는 각각 40개 사에 달하며 이동통신, 전자제품·부품 분야 선도기업들로 구성

- 상호 기술교류를 강화하면서 스마트 공장·교통, 사물인터넷 등 여러 분야에서 5G 시장진출 기회를 공동 모색 추진
- 2019년 8월, 한국소비자원은 대만 행정원 소비자보호처와 한(韓)-대만 소비자 보호에 대한 업무 협약을 체결
 - 한(韓)-대만 소비자가 상대 지역 상품·서비스를 이용하는 과정에서 발생하는 소비자불만에 대해 두 기관이 해결을 지원
- 2019년 9월, 한국토지주택공사가 대만 주택도시재생센터(HURC)와 주거복지 및 도시재생 분야 정보공유·협력에 대한 양해각서를 체결
- 한(韓)-대만 이중과세방지 위한 조세협약 협의 추진 중
 - 조세협약 체결 시 상호 투자·협력 확대에 도움 기대



Ⅲ. 진출전략

- 산업재산업 분야 유기협력관계 강화
- 트렌드 팔로워 특성을 적극 활용

1 SWOT 분석 및 전략도출

<대만 시장 SWOT 분석>

| | |
|---|---|
| <p>S</p> <p>강점 (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 탄력적 가격·납기 조정 능력 • 전기·전자 분야 높은 품질·성능 경쟁력 • 비즈니스 모델 다각화 능력 • 국제무역 경험 풍부 | <p>W</p> <p>약점 (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 자체 브랜드 경쟁력 취약 • 내수 시장규모의 한계 • 소비자 관심 급변 • 트렌드 팔로워 성향(주도력은 취약) |
| <p>O</p> <p>기회 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전자상거래(모바일 쇼핑, 해외 직구) 지속 성장 • 한류 영향력 대중화 추세 • ICT 기반 신기술·신산업 육성 박차 • 신남향정책과 동남아 시장 접근성 | <p>T</p> <p>위험 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 가격에 민감 • 보호무역주의 확산 따른 글로벌 불확실성 • 미·중 무역분쟁 기인 글로벌 경기 둔화 우려 • 중국산 기술 경쟁력 지속 제고 |

Ⅲ
진출전략

| 전략방향 | 세부전략 | 진출전략 |
|------------------|--|----------------------------------|
| SO 전략 (역량 확대) | <ul style="list-style-type: none"> • 현지 기업과 가치사슬 연계 강화(공급선 발굴 등) • 신기술·신산업 분야 비즈니스 기회 발굴 • 동남아 시장 공동진출 모색 | 산업재산업 분야 유기적인 협력 강화 |
| ST 전략 (강점 활용) | <ul style="list-style-type: none"> • 투자유치를 통한 협력 범위 확장 • 산업 내 상호보완적인 협력기회 모색 • 현지 유력기업과 기술개발응용·마케팅 제휴 확대 | 상호보완적 파트너로서 윈-윈 전략 마련 |
| WO 전략 (기회 포착) | <ul style="list-style-type: none"> • 해외직구 소비자에 대한 서비스 품질 제고와 마케팅 다각화 • 디지털에 민감한 청년층 소비를 중점 공략 • 인플루언서 적극 활용 | 디지털을 활용한 유통시장 공략 및 디지털 마케팅 강화 |
| WT 전략 (위험 대응) | <ul style="list-style-type: none"> • 가격경쟁력 강화 노력(거래조건 탄력 확대) • 가성비(가격 대비 품질·성능 경쟁력) 강조 • 브랜드·타깃 소비자층 다각화, 브랜드별 스토리텔링 강화 | 철저한 현지 시장조사와 맞춤형 전략 구상 |

2 주요 이슈·산업별 진출전략



2-1. K-뷰티

산업여건 및 전략적 가치

- 대만은 한국의 7위 화장품 수출대상국(2018년, MTI 4단위 2273 기준)
 - * 대(對)대만 화장품 수출액은 2014년 1억 달러를 돌파했고 2018년에는 1억5,851만 달러를 기록
 - * 15대 대(對)대만 수출품 가운데 유일한 소비재(화장품은 15위)
- 한국의 문화경쟁력이 높아지면서 뷰티 트렌드에 대한 영향력도 지속 강화 추세
 - * 각종 한류 콘텐츠, SNS를 통해 한국 스타일 화장법이 자연스럽게 현지 소비자들에게 영향

주요 이슈 및 트렌드

- 기초 화장품
 - 구매결정 시 흡수성을 가장 우선시하며, 천연·유기농 성분, 노화방지·주름개선 기능성 중시
성향도 증가 추세이고, 스킨, 로션 사용률 감소, 반면 마스크팩·에센스 사용률 증가<자료: iSurvey, '17.6>
 - '20~30대 소비자, 구매결정 시 소셜 미디어 정보 참고, 온라인 쇼핑몰에서 제품 구매' 선호
<자료: UUPON, '19.4>
- 마스크팩
 - 현지인의 과반수(52%) "평소에 마스크팩 사용"<야후 타이완 설문조사, '18.12.19~24 실시>*
 - * 시트 타입 선호도가 압도적(41.5%). 구매결정요소는 기능(54.6%), 가격(42.2%), 성분(27.5%), 브랜드(20.5%), 품평(18.6%) 순
 - 현지 화장품 유통업체 추산으로 연간 마스크팩 사용량은 3억 매
 - 가격보다 기능을 중시하고 대만 브랜드 제품이 가격 대비 품질경쟁력으로 시장점유율을 확대
추세이므로, 기능성 제고와 동시에 가성비가 높다고 인식할 수 있는 수준으로 가격 전략 수립
필요
- 색조 화장품
 - 연간 시장규모 7억 달러 상회하고, 세부 품목별 매출은 얼굴용이 과반 차지, 입술용, 눈 화장용
제품이 각각 20%, 10%대*
 - * 품목별 구매결정요인 : ▲입술용 보습력(72.5%), 색감(63.5%), 지속력(37.7%) ▲얼굴용 피부 표현력
(61.2%), 지속력(57.9%), 가격(41.6%), 보습감(38.7%) ▲눈 화장용 표현력(59.5%), 지속력(59.2%), 발색
력(41.2%)<FashionGuide 설문조사, '17.6.27~29 시행>
 - 소비자 층이 점점 어려워지는 추세 속 15~20세에서 높은 증가세
 - 한류 콘텐츠, SNS를 통해 한국 스타일 화장법이 자연스럽게 전파

○ 헤어케어 제품

- 바디케어 가운데 헤어에 대한 관심이 지속 상승 추세*
 - * ('14)31.5% → ('16)48.2% → ('18)64.7%(자료 : iSurvey('19.4))
- 퍼퓸 샴푸 붐으로 2013년 들어 한국 제품 수입 급증. 연간 수입규모 740만 달러 상회*
 - * 20~30대를 위주로 퍼퓸 샴푸 선호. 이 분야 한국 브랜드 제품은 판매액·판매량 1위('18.11~12 현지 드럭스토어 매출 기준, 자료 : iSurvey('19.4))
- 두피 문제 개선 제품을 가장 선호하고 보습력, 소비자 품평, 세정력, 향기, 영양 요인 순으로 구매결정에 참고

진출전략 및 유망품목

- 소셜미디어 발달에 따라 인플루언서를 통한 마케팅 확산 추세
 - 인플루언서 선정 시, 팔로워 층이 브랜드 이미지·컨셉트와 부합하는지 여부 등을 면밀히 검토 요망, 현지 온라인 유통채널에 입점한 후 방송 제휴를 추진하는 수순을 권장
- 대만 화장품 업계는 가격 대비 품질 경쟁력을 기반으로 성장 드라이브를 걸고 있으며, 한국 제품과 경쟁력 격차를 좁혀가기 위해 분발하는 추세
 - 단순 출혈 경쟁보다 상생발전 가능한 기회를 모색할 여지
 - * (사례) 현지 M브랜드 마스크팩은 한국 성형외과와 기술제휴로 제품 공동개발, 한국 연예인을 모델로 발탁해 적극 홍보

※ 참고 전시회

- K-Beauty Expo Taiwan: 2020년 8월 말, 타이베이 개최. <https://beautyshow.top-link.com.tw>
- Taiwan Beauty Show: 2020년 9월 중순, 타이베이 개최. <https://www.beautytw.com.tw>

2-2. 보건의료

시장여건 및 전략적 가치

- 바이오메디칼을 신성장 산업으로 지정하고 산업발전 여건 개선에 노력
- 인구 고령화, 수명 연장에 따라 보건의료 시장 확대 예상
 - * 대만은 2018년 3월 고령사회(65세 이상 인구비율 14% 이상) 진입, 2026년 초고령사회(20% 이상) 진입 예상
 - * 대만의 평균 수명은 80.7세(2018년 기준)로 10년 전(2007년, 78세) 대비 2세 연장. 2026년에는 82세로 연장 예상
- 2025년 대만 시니어 시장규모 3조6천억 대만달러(원화 137조 원)* 도달 전망
 - * 반도체 산업규모(2021년 3조 대만달러 전망)와 비슷한 수준

주요 이슈 및 트렌드

- 바이오메디컬 산업은 대만 정부가 선정한 핵심 육성산업 중 하나
 - 2018년 대만 바이오메디컬 산업 규모(매출액 기준)는 5,141억 대만달러(원화 19조8천억 원)로 전년 대비 5.5% 증가
 - 대만 정부는 관련 법규 제·개정*을 통한 산업 생태계 개선, 지역별 바이오 산업 클러스터 통합·연계 등을 통해 2025년까지 20개 신약, 80개 고부가가치 의료기기를 글로벌 시장에 출시하는 것을 목표로 함
 - * 일례로 '재생의료제제관리조례(再生醫療製劑管理條例)' 마련 중. 5년 간 임시허가로 재생의료제품의 조기 출시를 허용, 추후에 임상시험 자료를 보완 제출하면 최종 허가를 발급
- 인구 고령화에 따라 대만의 장기요양서비스 수요도 확대 전망
 - 2020년에 82만 명을 넘고, 2026년에 100만 명을 돌파 예상(고위추계(높은 수준으로 가정한 값) 기준, 위생복지부 '16.12 발표자료)
 - * 2026년 대만 전체 인구는 2,371만 명 예상(고위추계 기준, 국가발전위원회 '18.8 발표자료)
 - 이런 사회구조 변화에 따라 대만 정부는 2017년 6월부터 '장기요양서비스법(長期照顧服務法)'을 시행하며 장기요양서비스 체제를 개선하고 복지 여건을 강화

진출전략 및 유망품목

- AI·사물인터넷 등을 응용한 스마트 의료 제품(가정용 서비스 로봇, 웨어러블 기기 등), 헬스케어 자원 통합 시스템·플랫폼, 재생의학, 신약개발 분야가 유망
- 공동 연구개발·투자, 업무협약 등 다각도로 협력 전략 모색 가능
 - (일본기업 사례) 헬스케어·재생의학·신약개발 분야 대만 진출 활발하며, 진출유형은 ▲대만 헬스케어 업체와 서비스·운영 모델, 인력 개발에 대한 제휴 체결 ▲중국·동남아 진출 위해 대만에 법인 설치 ▲대만 세포치료 기업과 자동화 생산공장 설립하고 대만·일본에서 판매 ▲대만 제약사와 신약 공동 개발하고 본국에서 라이선스 아웃 ▲연구개발·기술력을 대만으로 이전하고 현지에서 기업공개 등

※ 참고 전시회

- Medical Taiwan: 2020년 6월(예정), 타이베이 개최. <https://www.medicaltaiwan.com.tw>
- Bio Asia Taiwan: 2020년 7월 23~26일, 타이베이 개최. <https://expo.bioasiataiwan.com>

2-3. 해상풍력발전

산업여건 및 전략적 가치

- “세계 20대 해상 풍력발전 적합 해역 가운데 16곳이 대만해협에 있고, 10대 해역 중 9곳은 대만 영해에 위치”
(글로벌 해상 풍력발전 컨설팅 기업 4C Offshore)
- 2025년까지 해상 풍력발전 등을 중심으로 한 신재생에너지 발전 비중을 20%까지 확대 방침
 - * 2025년까지 해상 풍력발전소 14개 개발 계획
- 초기 발전 단계로 아직은 대외 기술 의존도 높은 편

주요 이슈 및 트렌드

- 2025년까지 풍력·태양광을 중심으로 신재생에너지의 에너지 이용 비중을 20%까지 확대 방침
 - * 2018년 기준 신재생에너지 발전 비중은 5% 수준
- 특히 해상 풍력발전 육성에 집중
 - 2025년까지 해상 풍력발전 설비용량을 5,500MW까지 확대 목표
 - * 육상 풍력발전은 1,200MW 목표
 - 2017년에 해상 풍력발전기 2대를 시범 설치해 설비용량 8MW를 확보한 상태
 - 2020년부터 先선정, 後입찰 방식으로 해상 풍력발전 본격 확대 계획
 - * 선정(2020~2024), 입찰(2025) 단계에서 각각 10개, 4개 발전소를 개발 계획. 단계별 설비용량은 각각 3,836MW(선정), 1,664MW(입찰)

대만 해상풍력발전 추진 계획

| 단계 | 연도 | 발전소명 | 설비용량 | 개발업체 |
|------|------|-------|--------------|------------------------------|
| 선정 | 2020 | 海能 | 378 | Swancor(上緯), Macquarie |
| | | 允能 | 360 | WPD(達德) |
| | 2021 | 允能 | 348 | |
| | | 麗威 | 350 | |
| | | 大彰化東南 | 605 | Orsted(沃旭) |
| | | 大彰化西南 | 295 | |
| | 2023 | 彰芳 | 100 | CIP(哥本哈根基礎建設) |
| | | 彰芳 | 452 | |
| | 2024 | 西島 | 48 | CSC(中鋼) |
| | | 中能 | 300 | |
| 台電二期 | | 300 | Taipower(台電) | |
| 海龍二號 | | 300 | | |
| 입찰 | 2025 | 海龍二號 | 232 | NPI(北陸), Yushan Energy(玉山能源) |
| | | 海龍三號 | 512 | |
| | | 大彰化西南 | 337 | Orsted(沃旭) |
| | | 大彰化西北 | 583 | |

자료 : 경제부 에너지국, 대만경제연구원 정리

진출전략 및 유망품목

- 대만의 해상 풍력발전 육성 정책은 부품, 해저구조물, 해양 엔지니어링 등 국산화 역량 강화에 초점(아직은 밸류 체인의 완성도가 높지 않고 대외 의존도가 높다는 방증)
- 정부가 풍력발전소 개발업체 선정을 통해 산업 발전을 주도하는 2024년까지는 일부 부품의 현지 조달을 의무화하고 있으므로 대만기업과 상생하는 협력 모델 구상 필요
 - * 한국 C사의 경우 대만에서 해상 풍력타워를 수주한 데 이어 대만 유력 프레스 장비 제조사인 ChinFong Machine과 합작으로 해상 풍력타워 공장을 설립(2020년 본격 양산)
- 글로벌 해상풍력발전 개발업체와의 네트워크 강화로 대만시장 우회 진출 기회 도모

※ 참고 전시회

- Wind Energy Asia: 2020년 3월 3~5일, 가오슝 개최. <http://windenergy-asia.com>
- Energy Taiwan: 2020년 10월 중순, 타이베이 개최. <https://www.energytaiwan.com.tw>

3 한-대만 경제협력을 통한 진출전략



3-1. 스타트업

산업여건 및 전략적 가치

- 물리적 인프라가 잘 구비돼 있고 높은 하드웨어 경쟁력 보유 중이며, H/W·S/W 통합 여건 양호
- 대만 소비자, 새로운 제품·서비스에 대한 관심·수용성 높아 아시아권에서 테스트마켓으로 활용가치
- 높은 인력수준, 동남아 시장 접근성은 신기술 스타트업의 대만 시장 진출 기회요인

주요 이슈 및 트렌드

- ‘스타트업 투자환경개선 액션플랜’을 수립(2018년 2월 발표)하고, 스타트업의 초기자금 확보, 협력 기회 및 엑시트 경로 확대, 법적적응·해외진출 지원하는 조치를 추진
 - 이 정책은 2년 평균 1개 이상의 유니콘(기업 가치 10억 달러 이상) 기업을 육성·배출하고 대만을 기반으로 한 스타트업의 투자유치금액이 연 1억6천만 달러씩 증가하는 것을 목표로 함
- 국내외 혁신 스타트업을 육성·유치하기 위한 환경조성에 박차
 - 스타트업 육성·지원 단지* 마련
 - * 타이완테크아레나(‘18.6 운영 시작), 핀테크혁신단지(‘18.9), 스타트업테라스(‘18.9)
 - 핀테크·무인운송수단(자율주행차, 드론 등) 관련 규제 테스트베드 제도를 도입*
 - * 금융규제 테스트베드(‘18.4 시행), 무인운송수단 규제 테스트베드(‘19.6 시행)
- 글로벌기업가정신연구(GEM)가 발표한 2018년 보고서에 따르면, 전문가 그룹이 분석한 대만의 전반적인 창업제반여건은 12개 평가지표 모두 54개국 평균치를 상회
 - 이 가운데 ‘물리적 인프라’ 평점이 가장 높았고 54개국 중 1위를 차지
 - ‘시장 역동성’ 지표를 제외하고 대부분은 한국보다 평점이 높거나 비슷

한-대만 창업제반여건



주 : 평점이 높을수록 여건이 좋음

자료 : 글로벌기업가정신연구 2018년 보고서 ; KOTRA 타이베이무역관 재구성

진출전략 및 유망품목

- 대만에서는 인터넷, 헬스케어·바이오테크놀로지 분야 스타트업에 대한 투자가 압도적
 - 이 외에도 전자·광전자·반도체, 클라우드·빅데이터·인공지능, 사물인터넷, 핀테크 등 신기술 분야에 대한 투자자 관심도 높은 편
- 현지 스타트업 관련 행사, 각종 창업지원채널(코워킹스페이스, 창업 인큐베이터, 크라우드펀딩, 액셀러레이터 등)을 적극 활용
 - 매년 6월 개최되는 컴퓨텍스 이노벡스(InnoVEX)는 스타트업 특화 전시회로 제품 발표회·매칭 상담을 통한 투자유치 플랫폼 역할('19년 24개국에서 467개 사 참가) KOTRA 타이베이 무역관은 한국기업 참가('19년 10개 사*)를 지원 중
 - * 이 중 1개 사는 경연대회 결승전에서 특별상을 수상하는 쾌거를 거둠
 - 매년 11월경에 열리는 스타트업 페스티벌 'Meet Taipei'도 있음*
 - * 전시·포럼·매칭상담·경연대회 등 다양한 프로그램 진행
- 경쟁력 있는 스타트업을 인수·합병해 혁신가치를 높이거나 현지 기업의 공급선으로 협력

※ 참고 전시회

- InnoVEX: 2020년 6월 3~5일, 타이베이 개최. <https://www.innovex.com.tw>
- Meet Taipei: 2020년 11월 중순, 타이베이 개최. <https://meettaipei.tw>

3-2. 스마트시티

산업여건 및 전략적 가치

- 세계적으로 인정받는 스마트시티 다수 보유
- ICT 분야의 높은 가치사슬 완성도
- 2020년 5G 상용화 예정

주요 이슈 및 트렌드

- 산업 혁신을 촉진하기 위한 스마트 환경조성 전략의 일환으로 2017년부터 8개년 정책*을 추진 중
 - * 정책명: DIGI+(Digital Nation & Innovative Economic Development Program)
 - 이를 위해 ▲광역 네트워크 구축 완비 ▲혁신 기술 관련 규제 샌드박스 제도 마련 ▲스마트 기술 인재 양성 ▲각종 법규 완화에 노력
- 대만은 세계적으로 여러 도시가 스마트화 수준을 인정받고 있음
 - 타이베이시, 타이난시는 각각 2015년, 2017년 세계도시정보화위원회(WCCD)에 가입했고, 스마트시티 국제표준인 ISO 37120 평가에서 최고 등급인 플래티넘 인증을 획득

- 정보화 평가기관 ICF가 매년 400여개 도시를 대상으로 선정하는 '7대 정보화 도시' 가운데 대만 지자체가 매년 포함*

* (2015년)신베이시 (2016년)신주현, 신베이시 (2017년)자이시, 타오위안시 (2018년)자이시, 타이난시, 타오위안시 (2019년)타오위안시

- IT시장분석업체 IDC가 실시하는 '아·태 지역 19개 최우수 스마트시티 프로젝트 어워드'에서는 2018년 수상 프로젝트 총 19건 가운데 타이베이시, 신베이시 프로젝트가 각각 2건씩(총 4건) 선정

진출전략 및 유망품목

- 교통 분야에서 스마트시티가 상대적으로 발달해 있고, 안전·방재 분야의 수요가 가장 높게 나타남
- 전반적으로 수요 대비 실제 응용비율이 낮은 편이므로 개발 여지는 충분

대만인의 스마트시티 기술 사용·수요 비율

(단위 : %)

| 대분류 | 소분류 | 사용 비율 | 수요 비율 |
|---------|-------------------|-------|-------|
| 교통 | 공유 자전거 | 24 | 34 |
| | 일반인 관광 가이드 서비스 | 19 | 47 |
| | 시내 교통상황 조회 | 27 | 57 |
| | 실시간 주차 정보 조회 | 8 | 54 |
| | 버스 위치 정보 조회 | 40 | 59 |
| 의료·헬스케어 | 셀프 건강 관리 | 14 | 53 |
| | 원격 의료·헬스케어 | 3 | 54 |
| | 장기 홈케어 | 3 | 54 |
| 안전·방재 | 도로 안전 모니터링 시스템 | - | 89 |
| | 학교 안전 모니터링 시스템 | - | 84 |
| | 재해재난 경보 시스템 | - | 94 |
| | 환경오염 실시간 관측 | - | 93 |
| 건축 | 스마트 커뮤니티 우대정책 마련 | - | 66 |
| | 스마트 건축정보 공개 시범 추진 | - | 66 |
| 행정 | 정부 정보공개 조회 서비스 | 4 | 56 |
| | 시민 참여 정책 결정 | 5 | 48 |

주 : 일반인을 대상으로 실시한 조사이므로 안전·방재, 건축 분야 사용 비율은 조사하지 않음
 자료 : '2019년 대만 전역 스마트시티 조사(Wealth Magazine, '19.7)'

- 대만은 하드웨어 경쟁력은 높은 반면 소프트웨어·시스템 설계에는 약한 편, 소프트웨어를 중심으로 진출 전략 수립, 현지 하드웨어 제조 기업과 협력 시 상호보완작용 기대
- 지자체별 스마트시티 관련 공공건설 프로젝트 직·간접 참여하고, 시장 진출 시 지역별 특성과 수요에 초점을 맞출 필요 있음

* 예를 들어, 대도시는 주차난 해소를 위한 스마트 기술, 소도시는 배차간격이 길어 대중교통을 놓치기 쉬운 점에 착안한 스마트화가 필요

※ 참고 전시회

- Smart City Summit & Expo: 2020년 3월 24~27일, 타이베이 개최 <http://smartcity.org.tw>

3-3. 신남향

산업여건 및 전략적 가치

- 미·중 무역분쟁에 따라 대만기업은 생산거점·수출시장 다변화를 위해 동남아로 관심 이동
- 동남아 화인(華人·Ethnic Chinese : 해외에서 완전히 정착한 중국계 주민) 경제권과 접근성 높아 동남아 진출 파트너로 협력 가능

주요 이슈 및 트렌드

- 아세안 10국, 남아시아 6개국, 오세아니아 2개국*과의 인적교류·경제협력 확대를 추진 중
 - * (아세안) 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 브루나이, 라오스, 베트남, 태국, 미얀마, 캄보디아, 필리핀, (남아시아) 인도, 스리랑카, 방글라데시, 네팔, 부탄, 파키스탄, (오세아니아) 오스트레일리아, 뉴질랜드
(이 가운데 인도네시아, 태국, 말레이시아, 필리핀, 베트남, 인도는 핵심 국가)
- 중점 분야별로 산업인재양성·청년교류플랫폼·관광은 인적교류를 확대하고, 농업·의료보건·산업 혁신·전자상거래·공공인프라는 대상국과의 호혜협력관계 구축하는데 초점(분야별 주요 계획)
 - (농업)농업발전 노하우·모텔 수출, '식량생산기지' 구축 지원
 - (의료보건)방역기술이전센터·건강서비스센터 설립
 - (산업혁신)IoT 솔루션 수출 확대, 신재생에너지 기술 교류 확대
 - (전자상거래)해외 물류창고 설립 확대
 - (공공인프라)발전소·석유화학공장·전자요금징수시스템·지하철·환경설비 플랜트 수출 확대

진출전략 및 유망품목

- 한국의 기술력이 발달한 의료보건, 전자상거래, 공공인프라 분야에서 협력 가능성
 - 미·중 무역분쟁으로 대만 산업(방직, 석유화학, 식품, 철강 등)의 동남아 이전 움직임
 - 현지 대만기업과 협력 통한 공동 밸류 체인 구축 기회로 활용
- 기술제휴, 상호투자 등 협력모델 다각화로 동남아 내수 시장 공동 진출기회 모색
 - 韓기술력, 마케팅·서비스 모델 개발능력 결합을 통한 시너지 효과 창출 기대
 - * 헬스케어 분야 日Sanga홀딩스는 동남아·중국 시장 진출을 위해 대만에 법인을 설치 2021년에는 대만에서 기업공개 예정

4 진출 시 유의사항

| 현지 기업문화 | 거래 관행 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ (현황) 실제 담당자 접촉 없이는 일이 제대로 진행되기 어려움 <ul style="list-style-type: none"> - 담당자 부재 시 다른 직원이 업무를 대행해주는 경우가 드물 ▪ (대응전략) 정확한 담당자/결정권자 파악 선행 및 관계 경영 <ul style="list-style-type: none"> ☞ 규모 있는 기업은 품목별/지역별로 세분화된 담당자를 우선 파악하고 규모 작은 중소기업의 경우 구매 결정권한을 가지고 있는 대표와 직접 접촉해 평소 유대관계 증진에 노력 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ (현황) 중견기업/대기업/유통채널은 장기간 협력해 온 중간유통업체를 통해 제품을 공급받는 것이 일반적 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 TV홈쇼핑, B2C쇼핑몰의 경우 중간유통업체의 시장성 판단, 취급 의향이 입점 여부에 큰 영향 ▪ (대응전략) 납품 실적/이력을 검토해 경쟁력 있는 중간 유통업체를 발굴 <ul style="list-style-type: none"> ☞ 중간유통업체와 최종 구매자 간 관계를 존중하면서 현지에서 자사 브랜드/제품 입지를 우선 확보 |
| 지재권 보호 | 총판 계약 체결 |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ (현황) 패스트팔로워로 기술/아이디어를 모방/응용하는 속도가 빠름 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 한 스타트업의 경우 전면적인 지재권을 확보하지 않은 상태*에서 크라우드 펀딩을 실시했고 유사품이 출시돼 피해 * 실용신안 등록 O, 디자인 등록 X ▪ (대응전략) 대만 진출 고려 시, 현지 특허 출원, 상표 등록 등 지재권 보호에 선제적 대응 <ul style="list-style-type: none"> ☞ 대만 특허/상표법은 우리나라와 마찬가지로 선출원/속지주의 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ (현황) 제품에 시장성이 있다고 판단 시 적극적으로 총판 계약을 요구 <ul style="list-style-type: none"> - 총판 권한/범위 등에 대한 신중한 검토 없이 계약 체결 시, 추후에 실적 부진 등 문제 발생에 따른 신규 판로 모색 시 걸림돌로 작용 ▪ (대응전략) 브랜드별 또는 품목별로 총판권을 세분해 점진적으로 협력관계 확대 <ul style="list-style-type: none"> ☞ 복수 브랜드 또는 다양한 품목군을 보유 시 총판권을 세분하고 바이어에게 총판권 취득 이후 마케팅 계획을 요청해 타당성을 검토 |

첨부 1 수출유망품목(상품)

| 품목명 1 | HS Code | 3304.10/20/30/91/99 | 수입관세율(%) | 0 |
|----------|-----------------|---|-------------------|-------|
| 색조 화장품 | 수입액('18/US\$백만) | 628 | 대한수입액('18/US\$백만) | 21 |
| | 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> - 年수입액 9억 달러 상회 - 주요 한류 기반 소비재 | | |
| | 시장동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 품목별 시장규모는 얼굴용, 입술용, 눈 화장용, 손톱용 순으로 형성 - 소비자층이 점점 어려워지는 추세(15~20세에서 높은 증가율) | | |
| | 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본, 프랑스, 미국과 경쟁(일본 비중이 1/3 이상) - 화장 스타일은 일본식보다 맑고 깨끗한 느낌의 한국식 선호 | | |
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 현지 화장품 전문 리뷰 사이트, 인플루언서 적극 활용(제품 구매 시 지인 추천, 네티즌 평평을 주로 참고) - 한국 인기 연예인을 모델로 기용하면 마케팅에 유리(한류 콘텐츠를 통해 한국 스타일 화장법 관심 확산) | | |
| 품목명 2 | HS Code | 8516.10/50/60/71/72 | 수입관세율(%) | 2~10 |
| 주방용 소형가전 | 수입액('18/US\$백만) | 177 | 대한수입액('18/US\$백만) | 1 |
| | 선정사유 | 1~2인 가구 증가 추세로 수요 확대 | | |
| | 시장동향 | 온라인 유통채널을 통한 판매 비중이 확대 추세 | | |
| | 경쟁동향 | 일본 브랜드 제품이 우세 | | |
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 스테인리스 소재, 세련된 디자인, 다양한 쓰임새 등 소비자가 주목하는 요소 적극 강조 - 소형가전은 인테리어 소품으로 활용 가치→ 디자인 소품 및 생활용품 전문점 등으로 마케팅 채널 다변화 | | |
| 품목명 3 | HS Code | 1902.30.90002 외 다수 | 수입관세율(%) | 10~30 |
| 간편식 | 수입액('18/US\$백만) | 257 | 대한수입액('18/US\$백만) | 40 |
| | 선정사유 | 대만인 요리 습관 변화(현지 시장조사업체 설문조사에서 반가공 식품 또는 포장 식품을 사용해 조리하는 비율이 2016년 36%→ 2018년 56%) | | |
| | 시장동향 | 편의점을 기반으로 냉장 간편식이 높은 비중 | | |
| | 경쟁동향 | 미국, 일본, 대만 제품과 경쟁(품목별로 카레·수프는 일본이 1위. 곡물 조제품은 韓·日이 서로 비등. 기타 조제식품은 美·日·韓 순. 기타 파스타는 한국이 1위) | | |
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 간편식 관련 조제식품, 냉장·냉동·물류 관련 설비 시장진출 기회 도모 - 수입품은 조리시간을 단축할 수 있는 소스류, 상온 간편식이 유망 | | |
| 품목명 4 | HS Code | 3402.20.00004 3402.90.00009 | 수입관세율(%) | 4 |
| 청소용 세제 | 수입액('18/US\$백만) | 156 | 대한수입액('18/US\$백만) | 11 |
| | 선정사유 | 2017년 들어 대(對)한국 수입 급증, 2018년 1천만 달러 첫 돌파 | | |
| | 시장동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 청소도 판매가 가장 많고 욕실용, 주방용, 바닥용, 배수구용, 다용도, 변기용, 창문용 순 - 브랜드 로열티는 낮은 반면 제품 다변화 수요는 높은 편 | | |
| | 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 미국, 일본, 독일, 대만 제품과 경쟁 - 상위 10대 브랜드 중 6개는 현지 브랜드 | | |

| | | | | |
|--------------|-----------------|---|-------------------|--------|
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 편리성, 효력·성분, 품질을 강조 - 품목 특성상 사용 전·후 대비 효과 뚜렷한 제품 선호 → TV홍소핑이 발달한 한국에서 효과 입증된 제품이 마케팅에 유리 | | |
| 품목명 5 | HS Code | 6306.22.00003 외 다수 | 수입관세율(%) | 5~12.5 |
| 캠핑용품 | 수입액('18/US\$백만) | 20 | 대한수입액('18/US\$백만) | 0.66 |
| | 선정사유 | - 2012년부터 캠핑 열풍(年수입액 2012년 500만 달러대→ 2018년 약 2,000만 달러로 급증) | | |
| | 시장동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 품목별 수입규모는 텐트, 휴대용 손전등, 침낭, 카라반 트레일러, 기타 캠핑용품 순 - 여가생활 중시 트렌드 따라 주말에 텐트 등 캠핑용품을 설치하고 피크닉 즐기는 소비자 증가 | | |
| | 경쟁동향 | 중국, 독일, 미국, 베트남과 경쟁(한국은 3위 수입대상국, 중국 비중이 80%) | | |
| | 진출방안 | 봄·가을, 35~49세 중장년층 소비자를 타겟으로 마케팅, 브랜드·품질 우선 고려 성향 반영 | | |

첨부 2 수출유망품목(서비스)

| 품목명 1 | | |
|--------|------|---|
| 사이버 보안 | 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> - 세계적으로 정보보안 강화 추세 - 2020년부터는 전자 신분증을 도입·발급 계획으로 개인정보 보호의 중요성 확대 - 대만기업 75%, 2018년에 최소 1번 이상 보안 위협 경험, 16%는 50번 이상 <iThome, '19.4> |
| | 시장동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 대만기업의 정보보안 투자액은 전년 대비 10% 증가. 업종별 증가율은 의료업이 가장 높고 금액은 금융업, 의료업, 정부·학교 순<iThome, '19.4> |
| | 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 현지 기업*, 외국기업 시장점유율이 각각 4:6 수준 * 트렌드마이크로(TrendMicro)가 대표적 - 수주 확보 경쟁심화로 출혈경쟁도 가속화 추세 |
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 중간 유통채널*과 전략적 제휴 등 시장 접근법 다각화 도모 * 딜러, 시스템통합 기업, 통신사, 보안솔루션서비스업체 등 - 전시회·포럼 등 관련 행사* 통해 현지 시장 이해력 제고 * Cybersec Taiwan : https://cyber.ithome.com.tw Secutech : https://secutech.tw.messefrankfurt.com |
| 품목명 2 | | |
| 모바일 게임 | 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> - 대만인 70%는 모바일 게임 유저(44%는 헤비유저) <Kantar Taiwan, '19.5> - 2018년 대만 게임 매출 세계 15위(전년 대비 30% 증가) <Newzoo, '18.7> |
| | 시장동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 안드로이드 기준, 인기 다운로드 랭킹: Tower of Saviors, Garena AOV, Pokemon GO, AFK Arena, Garena Speed Drifters<gamer.com.tw> |
| | 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 한국, 중국이 서로 경쟁(양국이 매출의 60% 이상을 차지) |
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 유저를 세분화한 마케팅 전략 수립(여성 유저 수 약 200만 명, 46~55세 헤비유저 비중 40%) - 게임 관련 전시회·행사를 적극 활용 * Taipei Game Show: http://tgs.tca.org.tw |
| 품목명 3 | | |
| 요식업 | 선정사유 | <ul style="list-style-type: none"> - 식도락을 즐기고 외국 음식에 높은 관심 - 한류 콘텐츠, 방한 관광객 증가로 한식에 대한 관심과 친근감 확대 - 시장 수요 다변화 |
| | 시장동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 다각화로 타깃 소비자 층 세분화 추세 - 신설 음식점 허니문 기간 단축 - 프랜차이즈 비중 확대 추세('13년 36.6%→ '18년 39%) - 음식배달 앱 사용 활성화 |
| | 경쟁동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 외국 음식 중 일본식이 압도적 선호도 - 한국 음식점도 많이 증가한 상황(경쟁 심화 추세) |
| | 진출방안 | <ul style="list-style-type: none"> - 판로 다각화(편의점과의 콜라보레이션 등)로 소비자와 접점 확대 - 테이크아웃, 배달 수요 적극 대응 - 브랜드 교체 속도가 빨라진 만큼 시장 수요에 발 빠르게 대응 |

첨부 3 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정)

내수시장 진출지원

- 컴퓨텍스 이노벡스 타이베이 전시회(COMPUTEX TAIPEI 2020)
 - 일자/장소 : 6.2~6/타이베이
 - 내용 : B2B, ICT 사물인터넷 관련 스타트업 특화관 전시회 참가 지원
- 대만 대형유통망 입점 상담회
 - 시기 : 상반기/타이베이
 - 내용 : 한국 식품·생활용품 대만 대형유통망 입점 추진
- 무역사절단(지방자치단체, 유관기관 협력)
 - 시기 : 연중
 - 내용 : 수출상담회(방한바이어 초청 1:1 상담회)

정보조사

- 일일뉴스브리핑 서비스, 이슈 정책 심층조사, 자료발간
 - 내용 : 마케팅 연계 정보조사, 주요 이슈별 동향 파악, 시사점 도출

취업

- 2020 대만 취업 상담회
 - 시기 : 상반기/타이베이
 - 내용 : 대만 취업을 희망하는 한국 청년 구직 활동 지원

외부협력

- 제 25회 KOTRA-TAITRA 정기업무협의회
 - 시기 : 3분기/타이베이
 - 내용 : 무역진흥기구간 상호 연계, 한-대만 기업 교류 협력 강화

첨부 4 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더

주요 정치 일정

| 주요 행사 | 일시(잠정) | 비고 |
|----------------|-----------|---------------|
| 제15대 총통·부총통 선거 | 2020.1.11 | 차이잉원 총통 연임 도전 |
| 제10대 입법위원 선거 | 2020.1.11 | 의석수: 113명 |
| 제10대 입법위원 취임 | 2020.2.1 | |
| 제15대 총통·부총통 취임 | 2020.5.20 | |

주요 경제·통상 일정

| 주요 행사 | 일시(잠정) | 비고 |
|--|----------|--|
| ‘노동사건법(Labor Incident Act)’ 시행 | 2020.1.1 | 각급 법원에 노동법정 개설, 노동조정위원회 발족, 노사분쟁 전문 법관 배속, 노동자 권익향상 취지 |
| ‘외국인투자조례 (Statute for Investment by Foreign Nationals)’ 개정 | 2020 | 2019.2.15부터 입법원 심의 중 사전 심의제→ 사후 신고제로 규제 완화 |
| 5G 상용화 | 2020 | |
| 전자 신분증 도입·발급 | 2020.10 | 디지털 인증서 기능 제공 |
| 2020년 중앙정부 총예산 발표 | 2020.2 | |
| 2021년 중앙정부 총예산(안) 발표 | 2020.8 | |

유망 전시회 캘린더

| 주요 행사 | 일시(잠정) | 비고 |
|----------------------------|--------------|---|
| 자동차 부품전(Taipei AMPA) | 2020.4.15~18 | 자동차 전장전(AutoTronics), 오토바이 산업전(Motorcycle) 등 자동차 관련 전시회 동시 개최 |
| 컴퓨터스 타이베이(COMPUTEX Taipei) | 2020.6.2~6 | 스타트업 특화관인 이노벡스(InnoVEX)에 KOTRA 주관 한국관 운영 |
| 푸드 타이베이(FOOD Taipei) | 2020.6.17~20 | aT 주관 한국관 운영 |
| 세미콘 타이완(SEMICON Taiwan) | 2020.9 | |

I. 한-대만 상생협력 필요성과 미래비전

가. 대만의 협력 잠재력과 주요국 협력 현황

협력 잠재력

- 한국과 지리적 인접성, 중국·동남아 접근성
 - 항공편 이용 시, 편도로 한국과 2시간 30분, 태국·베트남과 3시간 30분, 홍콩·상하이와 1시간 30~45분
 - 중국·홍콩·싱가포르·말레이시아에서 중국어로 소통 가능
 - ICT(정보통신기술) 산업 발달, 높은 GVC(글로벌밸류체인) 참여도
 - ICT 산업(전자부품 제조업, 컴퓨터·전자제품·광학제품 제조업, 통신업, IT서비스업)은 전체 GDP의 16.9%를 차지(2018년)
 - GVC 참여도*는 67.6%로 G20 국가를 앞서는 수준이며 한국보다도 5.5%p 높음
- * OECD-WTO TIVA 2011년 자료 기준

주요국의 대(對)대만 경제협력 현황

- (미국) 1994년 9월 'TIFA(무역투자기본협정)'를 체결. 2018년 기준, 미국은 대만의 2위 교역 파트너(수출 3위, 수입 3위). 대미(對美) 투자유치 비중은 2.3%
- (일본) 2011년 9월 '대만-일본 투자협약' 체결, 매년 상호 ▲경제무역회의 ▲산업협력교류회의 ▲수출입규제회의 ▲환경회의 ▲의약교류회의 ▲철강대화회의 ▲제3국시장협력위원회를 개최. 2018년 기준, 일본은 대만의 3위 교역 파트너(수출 4위, 수입 2위). 대일(對日) 투자유치 비중은 13.1%

나. 한-대만 상생협력 필요성

민간 경제교류 활발

- FTA 같은 정부 차원의 경제협력 기제는 없으나* 민간에서 산업 간 교역이 활발
- * 대만은 대한민국의 최초 수교국(1948년 8월)이었으나 1992년 8월 한-중 수교에 따라 대만과는 단교 상태

- 한-대만 교역은 단교한 해(1992년)에 30억 달러 수준이었으나 2000년에 100억 달러를 넘었고, 2006년 200억 달러, 2011년 300억 달러를 돌파
- 2018년에는 375억 달러로 역대 최고치를 기록했으며, 2018년 기준, 대만은 한국의 6위 교역 파트너이자 6위 수출 대상지역으로 대(對)대만 교역(2018년)의 61%는 자본재, 35%는 원자재로 산업 간 교역으로 협력
- 한(韓) 전국경제인연합회와 대만 국제경제합작협회(CIECA) 공동 주최로 ‘한-대만 경제협력위원회’를 매년 개최하며 민간 차원의 교류 지속
 - 한-대만 간 투자기회 및 산업별 협력방안을 모색하는 회의로 2019년(제44차)에는 문화·관광, 스마트 산업, 바이오메디컬, 스마트시티를 주제로 포괄적 논의

한류 전파의 발상지로 상호 관광 활발하고 소비재 교역도 증가세

- 대만은 과거 한류가 중국·동남아 등지로 뻗어나갈 수 있었던 발상지
 - 상호 관광객이 연간 100만 명을 초과하고 있으며, 대만 내 한류 양상은 초기의 팬덤 위주에서 전방위적(한국어 학습, 한국 음식·식품 등)으로 대중화 확산 추세
- 한류 기반 소비재 수출 증가에 따라 최근 10년 간(2008~2018) 소비재 교역액은 연평균 7.7% 성장, 같은 기간 교역총액의 연평균 성장률(5.4%)을 상회했고, 2018년 소비재 교역액은 14억 7천만 달러로 역대 최고치

II. 주체별 상생협력 과제와 실행방안

가. [G2G]

제3국 경제협력 기회 마련

- (정책 수요) 미·중 무역분쟁에 따른 글로벌 밸류 체인 변화 추세* 속 韓, 대만은 각각 신남방정책, 신남향정책**으로 아세안·인도에 초점
 - * 대만 산업(전자부품·석유화학·방직·식품·철강 등)의 동남아 이전 움직임
 - ** 농업, 의료보건, IoT, 신재생에너지, 전자상거래, 공공인프라 분야에 집중
- 일본, 중국 등도 아세아·인도 시장 개척에 적극 나서고 있으므로 한·대만이 현지 공급망 구축, 소비 시장 개척에 협력 시 상호 시너지 효과 기대
- (협력 방안) KOTRA와 대만 무역진흥기관인 TAITRA가 협력해 아세안·인도 시장 내 한·대만 기업 제휴 기회 주선
 - 두 기관이 아세아·인도 지역에서 개최하는 전시회·상담회 행사에 한·대만 기업을 상호 초청, 또는 현지 진출 한·대만 기업을 대상으로 공동 포럼, 산업 교류회 개최
 - * BJETRO는 TAITRA와 협력해 온라인 플랫폼에 일본-대만 기업의 제휴(OEM·부품구매·마케팅) 인콰이 어리를 게시하고 주기적으로 성공사례 세미나, 매칭 상담회 등을 개최

나. [B2B]

전자상거래·소비재 분야 협력

- (시장 수요) 전체 소매 시장 내 온라인 쇼핑 비중 지속 확대 추세(2015년 9.2% → 2023년 13.2% 전망)
 - 쇼핑 빈도 기준, 온라인 쇼핑 빈도가 전체 쇼핑 가운데 거의 절반(10회 중 4.6회)
 - 2022년 온라인 쇼핑 인구 1,720만 명 도달 예상(10명 중 7명이 온라인 쇼핑 이용)
 - 일인당 연간 온라인 쇼핑금액은 연평균 10% 안팎으로 증가하고 있어 2022년 약 193만 원(원화 기준) 도달 전망(2018년은 원화로 약 131만 원 수준)
 - 한국의 대(對)대만 소비재 수출 품목은 식품, 화장품류*가 각각 2억7,692만, 1억5,232만 달러로 소비재 수출(2018년 기준, 7억7,109만 달러)의 55.7%를 차지(자료 : 한(韓) 관세청)
 - * (식품)농·축·수산물, 조제식료품, 음료, 주류, 담배 포함. (화장품류)화장품, 헤어제품 포함
- (협력 분야) 한·대만 유통·전자상거래 업체 간 협력
 - (협력 사례) ① 농협 하나로 유통, 현지 온라인 쇼핑업체 PChome과 MOU 체결(협력 초기에는 한국 식품을 PChome 플랫폼을 통해 유통, 추후에 양방향 교역 방식으로 협력 확대 방침) ②

이마트, Shopee Taiwan 플랫폼에 대만 공식 온라인 스토어 개설(현지 소비자가 온라인 주문 시 한국에서 직접 배송하는 방식으로 현지 온라인 쇼핑 시장에 진출)

ICT 협력

- (정책 수요) ICT 산업 육성 관련 각종 정책 시행
 - 스마트 경제 발전을 촉진하기 위해 인프라 강화, 규제 강화에 초점을 맞춘 8개년(2017~2023) 정책(DIGI+: Digital Nation & Innovative Economic Development Program) 실시
 - 사물인터넷 기반 혁신·연구개발 역량을 강화하는 내용의 ‘아시아·실리콘밸리 프로젝트’를 2023년까지 집중 시행*
 - * 글로벌 R&D센터 유치를 포함한 스타트업 성공사례 100건 달성하고, 2025년에는 대만이 세계 사물인터넷 산업에서 5% 점유율 차지 목표
 - 이 외에도 AI액션플랜*(2018~2021), 무인운송수단 규제 테스트베드, 반도체 제조공정 및 칩 시스템 R&D 프로젝트** 실시
 - * 이공계 명문대에 ‘AI혁신연구센터’ 마련, ‘대만인공지능칩 얼라이언스(산·학·연 네트워크)’ 결성 등
 - ** 센서, 차세대 메모리, 인지 컴퓨팅, AI 칩, IoT 시스템·보안, 자율주행차·AR/VR 관련 기술 개발
 - 2020년에는 5G 서비스를 상용화 계획
- (협력 분야) 세계적으로 신기술 개발 경쟁이 심화 추세. 반도체, 5G, 정보보안, 자율주행차, AI 등 한국이 앞서거나 상호 보완성이 높은 분야에서 협력 강화 시 시너지 효과 창출 기대
 - (협력 사례) ① SK, 대만 전자제품 생산전문기업인 ‘폭스콘’ 중국 공장에 스마트 팩토리 도입 협력 ② 한(韓) 5G포럼, ‘대만5G산업발전연맹’과 MOU 체결하고 상호 기술교류 강화 및 시장 진출 기회 공동 모색 추진

신재생에너지 분야 협력

- (정책 수요) 2025년까지 신재생에너지 발전 비중을 20%까지 확대할 계획*이며, 대만은 세계적으로 해상풍력발전에 적합한 해역을 보유하고 있는 만큼 해상풍력발전 육성에 집중
 - * 에너지원별 발전 비중 현황과 목표(%,'18년 실적 → '25년 목표): (신재생)5 → 20, (원자력)10 → 1, (석탄 화력)45 → 27, (LNG 화력)34 → 50, (기타)6 → 2
 - 2025년까지 해상풍력발전 설치 용량 5,500MW를 달성 계획으로, 2018년 기준 설치용량은 8MW 수준
- (협력 분야) 시장 잠재성 큰 데 반해 아직은 전반적인 기술 성숙도가 미흡해 협력 수요 높고, 특히, 해상풍력발전 관련 부품, 하부구조물, 해양 엔지니어링 분야가 유망하여 외국 해상풍력발전단지 개발업체를 통해 우회 진출 또는 대만기업과 협력
 - (협력 사례) ① C사, 현지 유력 기계설비 제조사인 ChinFong Machine과 합작으로 해상풍력 타워공장 설립 ② S사, 대만에서 해상풍력발전단지를 개발하고 있는 덴마크 기업 외르스테드(Orsted)를 통해 대(對)대만 하부구조물 공급 계약을 체결

라. [국민]

상생을 위한 인적교류 확대

- 한-대만 인적교류 현황
 - 한-대만 간 상호 관광객 수는 연간 100만 명을 상회하고 있으며, 최근 10년 간(2008~2018) 상호 관광객 수의 연평균 성장률(CAGR)은 각각 10%를 초과(총 관광객 수 CAGR 대비 높은 수준)
 - 2011년 한-대만 워킹홀리데이 프로그램 시행 이후 연간 쿼터가 당초 대비 2배 증가*해 청년층의 상호 문화 체험·이해 기회 확대
- * (2011~2015년)400명 → (2016~2017년)600명 → (2018년~)800명

최근 10년 간 상호 간 관광객 유치 현황

(단위 : 천 명)

| 연도 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 韓→대만 | 252 | 168 | 217 | 243 | 259 | 351 | 528 | 659 | 884 | 1,055 | 1,019 |
| | 2008~2018 연평균 성장률: (총 관광객 수 기준)11.2%, (한국인 관광객 수)15.0% | | | | | | | | | | |
| 대만→韓 | 320 | 381 | 406 | 428 | 548 | 545 | 644 | 518 | 833 | 926 | 1,115 |
| | 2008~2018 연평균 성장률: (총 관광객 수 기준)8.3%, (대만인 관광객 수)13.3% | | | | | | | | | | |

자료 : 대만 교통부 관광국, 한국관광공사

- 인적교류 사례
 - 주 타이베이 대표부는 한국어말하기대회, 문화교류향연*, 국제학술대회를 주기적으로 개최해 현지 일반인, 전문가들과 교류 기회를 다각화
 - * 2019년 문화교류향연은 대만 지자체, 야구단을 비롯해 현지 진출 한국 기업들이 다수 참가
 - 한국관광공사 타이베이지사는 2014년 8월 타이베이 변화기에 상설 한국 홍보관 ‘코리아 플라자’를 개관하고, 주기적으로 K-Pop 댄스, 한식, 한국어, 한류 콘텐츠, 태권도 등을 주제로 한 세종학당을 개설
 - 국립국제교육원은 한국대학 유학생 유치 관리자 협의회, 현지 대학신문사와 함께 한국교육·유학박람회를 매년 개최(2019년 국내 24개 대학 참여)
- 인적교류 확대 방안
 - 현지 진출 한국 기업의 현지인 대학생 인턴십 프로그램 확대
 - 한국관광공사 코리아 플라자를 통한 한국 문화 전파·교육 프로그램 다각화
 - 상호 워킹홀리데이 참가자 경험 공유 플랫폼 구축

 CSR 활성화

- 대만 진출 국내 주요 기업의 CSR 활동 현황
 - (삼성전자) 공익 마라톤 대회 개최 실시(참가비 수익 전액을 취약계층 아동복지시설에 기부하고 ‘희망교실’을 설치해 디지털 학습 기회 제공 및 방과후 돌봄을 지원), 현지 명산(合歡山) 등산로 보수 등
 - (LG전자) 2008년부터 벽촌 지역 아동을 대상으로 한 현지 대학생 재능봉사 여름캠프 운영
 - (아모레퍼미윅) 한정판 사회공헌 특가세트를 판매해 수익 전액을 현지 암 환자 지원 사회복지 시설에 기부하고, 암 환자들을 위한 뷰티 노하우 전수 캠페인을 실시
- CSR 활성화 방안
 - 현지 진출 기업의 CSR 활동 지원(대기업 CSR에 중소기업 및 현지 한인 기업가도 참여할 수 있도록 지원)
 - 현지 진출 기업, 현지 한인 기업가가 함께 참여하는 사회공헌 형태(수익금 기부 등)의 한국 문화 페스티벌 추진

Ⅲ. 향후 對대만 K패키지 실행체계(안)

🌐 민간 경제교류 채널을 통한 협력 확대

- KOTRA-TAITRA(대만 무역진흥기관), 전국경제인연합회-대만 국제경제합작협회, 한국무역협회-타이베이시수출입협회 간 협력 플랫폼을 활용해 산업 간 교류·협력 모델 다각화
- 대(對)대만 민간채널 간 정보 교류를 통한 협력 사업 모색 노력



 작성자

| 연번 | 작성자 | 직책 | 소속 | Tel | Email |
|----|-----|-----|---------|------------------|---------------------|
| 1 | 오승희 | 과장 | 타이베이무역관 | +886-2-2725-2324 | shoh@kotra.or.kr |
| 2 | 유기자 | 연구원 | 타이베이무역관 | +886-2-2725-2324 | liuqizi@kotra.or.kr |

KOTRA자료 20-055

2020 국별 진출전략 **대만**

발행인 권평오
발행처 KOTRA
발행일 2020년 1월
주소 서울시 서초구 헌릉로 13
(06792)
전화 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 www.kotra.or.kr
문의처 경제협력총괄팀
(02-3460-7689)
I S B N 979-11-6490-201-9(95320)

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

