

2007년 2월

석사학위 논문

중국시장의 유통 장벽과
한국기업의 진출방안

조선대학교 대학원

무역학과

왕 천 한

중국시장의 유통 장벽과
한국기업의 진출방안

Distribution Barriers in China's Consumer Market and
the Effective Expansion Plans of Firms

2007년 2월 23일

조선대학교 대학원

무역학과

왕 천 한

중국시장의 유통 장벽과 한국기업의 진출방안

지도교수 서 갑 성

이 논문을 경영학 석사학위신청 논문으로 제출함

2006년 월 일

조선대학교 대학원

무 역 학 과

왕 천 한

왕천한의 석사학위 논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수
위원 조선대학교 교수
위원 조선대학교 교수

2006년 11월 일

조선대학교 대학원

목 차

Abstract

第 I 章 序論	1
第 1 節 연구배경 및 목적.....	1
第 2 節 연구계획 및 내용.....	2
第 II 章 중국 소비시장의 매력과 구조적 특성	3
第 1 節 중국 소비시장의 매력.....	3
第 2 節 중국 소비시방의 구조적 특성	4
1. 내부 制限開放性.....	4
2. 소득수준·문화·민족적 다양성.....	5
第 III 章 중국의 외국인 투자환경 및 정책	7
第 1 節 중국의 외국인 투자여건.....	7
1. 중국의 경제동향.....	7
2. 정치적 여건.....	9
3. 외국인 투자에 대한 전망.....	10
第 2 節 중국의 외국인 투자정책.....	14
1. 중국의 대외개방정책 전개	14
2. 중국의 외국인 직접투자 유치정책.....	21
3. 중국의 외국인 직접투자 유치제도.....	27
第 3 節 외국기업의 중국시장 진입장벽.....	34
1. 중국의 저개발성에 기인한 문제점.....	34
2. 중국의 사회주의적 경제체제에 기인한 문제점.....	36
3. 진입장벽의 개념과 범위	40
4. 제도·정책상의 공식화된 진입장벽.....	43

5. 내수시장 선점을 위한 외자기업의 전략적 진입 저지.....	51
6 외자 소매기업 경영·판매상의 장벽.....	51
第 IV 章 中國市場 進出方案	56
第 1 節 主要 國家의 中國進出 現況과 方案.....	56
1. 美國의 對中進出.....	56
2. 日本의 對中進出.....	57
3. 臺灣의 對中進出.....	59
第 2 節 韓國企業의 中國進出 現況과 特徵.....	60
1. 對中進出의 現況.....	60
2. 對中投資의 特徵.....	63
第 3 節 政府次元의 支援方案.....	66
1. 情報支援體制의 強化.....	66
2. 教育訓練體系의 強化.....	67
3. 金融, 稅制上의 支援強化.....	67
4. 國家 및 브랜드 이미지 提高.....	68
第 4 節 民間次元의 進出方向과 戰略.....	69
1. SOC分野 進出.....	69
2. 流通市場 進出.....	71
3. 內陸地域에 對한 進出擴大.....	72
4. 投資戰略의 轉換.....	74
5. 마케팅 戰略	75
第 V 章 結論	84
參考文獻.....	86

〈표 차례〉

<표 2-1>중국의 인구, 1인당 GNP, 소비재 소매총액의 연도별 변화추이...	4
<표 2-2>중국의 省간 소득격차 (1인당 GNP기준) 확대추이	6
<표 2-3>중국의 도농간 소득격차 (1985~1995).....	6
<표 3-1>외국인 투자의 산업지도 주요 항목	13
<표 3-2>중국의 대외무역 추이.....	16
<표 3-3>중국의 지역 국가별 수출입 동향.....	18
<표 3-4>중국의 외자도입 및 직접투자 추이.....	19
<표 3-5>중국의 외자도입 형태 분류	22
<표 3-6>직접투자 형태 분류.....	22
<표 3-7>중국 7대 경제구별 중점육성 산업분야	29
<표 3-8>중국 내수시장 진입을 위한 제반 장벽.....	37
<표 3-9>중국 내 고정자산 투자 프로젝트(외국기업 포함)의 생산규모별 허가기준	43
<표 3-10>중국 소비재 공산품 내수시장에 대한 진입장벽.....	46
<표 4-1>주요국의 대 중국 투자액.....	56
<표 4-2>중국에 진출한 일본기업의 모기업과 현지기업간의 관계.....	57
<표 4-3>대만기업의 대중 투자동기.....	59
<표 4-4>대 중국 직접투자 추이.....	62
<표 4-5>대 중국 투자동기.....	64
<표 4-6>업종별 투자현황.....	65
<표 4-7>중국 내 주요 상품의 인지도	68
<표 4-8>내륙지역 성별 투자진출 방향	73
<표 4-9>90년대 후반 분야별 중국시장 선도 상품	80
<표 4-10>광고에 대한 신뢰도.....	82

Abstract

Distribution Barriers in China's Consumer Market and the Effective Expansion Plans of Firms

Wang Tian-han

Advisor: Prof. Seo Kab-sung Ph.D.

Department of International Trade

Graduate School of Chosun University

Despite the attractions of 1.21 billion population, rising purchasing power, and the increasing marketization of the economy, the Chinese consumer goods market suffers from various undesirable structural features. Diverse, bureaucratic, and fragmentary nature of the market constitutes a natural barrier to the entry into the China's domestic market.

Chinese government's policy that restricts the free entry of foreign firms into industries such as passenger cars, petrochemical, telecommunications, and distribution is an additional institutional barrier to the entry into the Chinese domestic market. However, a more formidable barrier from the point of view of foreign firms is distribution barriers characterized by inter-regional trade barriers, dissimilar distribution systems, and the concomitant immense costs of sales promotion and management.

Foreign firms may attempt to overcome those barriers by lobbying, implementing market segmentation strategy, networking through holding companies, and joint venturing, but with only limited success.

Only new, possible alternative to these means is the formation of strategic alliance(SA) among foreign firms that share the common goals of penetration China's submarkets. The incentives for SA include: mutual learning of experience and knowledge of local market, reduction of market penetration costs, joint strategic deterrence efforts against the entry of a third new entrant, joint action against the discriminatory policy measures taken by the Chinese government.

However, China's intransparent, bureaucratic business environment, combined with the lack of the rule of law, is considered to be the main obstacle to forming the stable and trustworthy alliance relationship between partners.

第 I 章 序論

第 1 節 연구배경 및 목적

중국은 12억의 방대한 인구를 가진 아시아의 가장 큰 시장이다. 그럼에도 불구하고 외국인의 內需市場 진출에는 다소 폐쇄적인 면이 없지 않다. 중국 정부는 자국의 기업을 보호하기 위해 중국 현지 진출 기업에 대해 輸出義務比率을 두고서 중국 국내 판매에 제한을 가하고 있다.

그러나 이러한 장애조건에도 불구하고, 日本이나 臺灣 기업들은 성공적인 내수 시장 공략을 수행하고 있다. 한국이 비록 경쟁국에 비해 다수 늦게 중국 내수에 눈을 돌린 것은 사실이지만 적극적으로 내수시장에 진출을 서둘러야 할 것으로 보인다. 이를 위해서는, 우선 인식을 완전히 바꾸어야 한다. 중국을 상대적으로 낮은 生産原價를 바탕으로 한 싸구려 물건이나 만드는 국가로 보는 인식의 전환이 요구된다. 중국은 거대한 인구나 經濟發展에 따른 國民所得의 증가로 그 規模나 質에서 무시할 수 없는 消費市場으로 성장하게 되었다.

중국을 더 이상 生産者, 供給者로서가 아닌 거대한 消費集團으로서의 바라보는 인식의 전환이 요구된다. 그러나 중국시장에 진출에 있어서 같은 漢字 儒教 文化圈이란 안일한 생각에 철저한 준비 없이 중국시장에 진출하려다 귀중한 時間과 財源만을 장비하는 경우가 많았다. 최근 중국 內需市場 진출을 목적으로 일본 및 미국 등의 선진국들이 적극적으로 시장 공략에 나서고 있다. 그러한 한국의 기업들은 아직도 中國市場 진출에 있어서 충분한 競爭力을 확보하지 못하고 있는 것이 사실이다. 이처럼 중국시장에서 뒤늦은 출발을 한 한국기업은 이미 진출한 경쟁국과 치열한 경쟁을 해야 할 처지에 놓여 있다. 이와 같은 상황에서 중국시장 진출을 위해서는 중국에 대한 다양한 연

구가 필요하리라 본다.

第 2 節 연구계획 및 내용

본 논문에서는 中國市場의 규모를 살펴보고, 중국 내수 시장 진출에 있어서의 隘路要因 및 問題點을 주고 다룬다. 또한 이러한 것을 바탕으로 중국시장 진출을 위한 투자전략의 방향과 마케팅 전략을 살펴보는 것을 논문의 주목적으로 한다.

第 II 章 중국 소비시장의 매력과 구조적 특성

중국 내수시장은 가격, 유통, 무역, 외환 등에 걸치는 광범위한 경제체제개혁조치에도 불구하고 아직도 다양하고, 관료적이며, 여러 시장으로 갈라져 있다는 구조적 특성을 탈피하지 못하고 있으며, 정책적, 법·제도적 진입·유통장벽도 두터운 편이다. 중국 내수시장 진입을 서두르는 외자기업들은 이 같은 진입·유통 장벽을 극복하기 위해 로비, 시장세분화전략, 지주회사의 설리, 합자기업의 설리 등 여러 수단을 강구하고 있으나, 부분적 성공밖에 거두지 못하고 있다. 그러나 90년대 들어 외국 다국적 기업의 중국시장 진입이 늘어나면서 중국 내 진입 유통 장벽 극복을 위한 제3의 대안으로서의 외자기업간의 마케팅 제휴방식이 부각되고 있다.

이 같은 배경 하에서, 본고는 중국시장의 매력과 구조적 특성, 각종 진입규제와 유통 장벽 등을 두루 살펴 본 다음, 진입·유통 장벽을 극복·우회하기 위한 한국기업의 전략적 가능성을 검토해 보기로 한다.

第 1 節 중국 소비시장의 매력

공식통계만으로 보아도, 중국은 커다란 발전 잠재력을 가진 소비시장이다. <표 2-1>에서 알 수 있는 바와 같이, 중국은 1.15%(약 1,500만 명)씩 증가하는 12억1천만 명의 방대한 인구를 갖고 있으며, 매년 1인당 GNP도 개혁·개방이후 계속 늘어나, 1995년에는 569.7달러로 상승하였다. 여기에, 비공식적인 부업소득, 음성수입, 무료에 가까운 교육·의료·주거혜택까지 포함하여 購買力으로 재평가하면 1인당 GNP는 공식 통계보다 훨씬 높은 1천~2천불이 될 것으로 평가되고 있다. 지역별로는 도시민의 구매력증가율이 농민보다 빨라, 총소비재 소매총액에서 점하는 도시민 소매액의 비중이 1985~1995년 기간동안 47%에서 56%로 높아졌고, 전체 주민소비에서 점하는 非농민의 비

중도 1985년의 36.3%에서 1995년에는 51.1%로 증가하였다.

더욱이 1992년 이후 중국의 경제개혁·개방정책이 심화·확대되고, 중국시장의 魅力(attraction)과 報償(reward)에 대한 외국기업들의 기대가 높아져 시장선점을 위한 진입경쟁이 치열하게 되고 있다. 또한 개방 초창기에 풍부한 원자재, 싼 임금만을 노려 ‘原價節減型’투자를 한 다국적 기업(efficiency seekers)들도 중국경제의 시장화와 구매력 향상에 다른 혜택을 향유하기 위해 ‘내수시장 개척형’(market seekers)으로 전환하려 노력하고 있다.

<표 2-1> 중국의 인구, 1인당 GNP, 소비재 소매총액의 연도별 변화추이

단 위	인 구 (십억명)	1인당 GNP (US\$)	非농민의 소비비중* (%)	소비재 소매판매총액 (10억元)		
				전국 (a)	도시 (b)	b/a (%)
1985	10.58	291.1	36.3	38.01	17.88	47.04
1990	11.43	342.7	43.7	72.50	37.35	51.52
1991	11.58	353.8	45.3	82.45	43.71	53.01
1992	11.72	415.2	47.3	97.05	52.87	54.48
1993	11.85	509.2	49.8	124.62	69.04	55.40
1994	11.99	453.1	50.6	162.65	91.27	56.11
1995	12.11	569.7	51.1	205.97	115.60	56.12

자료: 「中國統計摘要」, 1996, pp. 14, 99.

주: 非農민의 소비비중은 전체 주민소비에서 접하는 非農민 소비의 % 비중을 뜻함.

第 2 節 중국 소비시장의 구조적 특성

그러나 중국소비시장의 규모, 발전 잠재력에 끌린 나머지, 복잡한 구조적 특성, 제반 진입·유통 장벽을 제대로 파악하지 않거나 혹은 과소평가하고 중국 시장에 진입한 외자기업들이 투자 및 경영상의 손실을 보는 사례들이 늘어나고 있다. 이는 중국 시장에서 성공하기 위해서는 그 구조적 특성과 제반 장벽을 잘 파악하는 것이 중요함을 시사해 주는 것으로, 이를 차례로 살펴보면 다음과 같다.

1 内部 制限開放性

중국은 1979년 이후 대외개방의 폭을 지속적으로 확대해왔다. 1980~81년 사이에는 광둥성과 복건성에 4개의 경제특구가 설치되었고, 1984년에는 14개 연해도시가 개방되었으며, 1988년에는 해남도가 省으로 승격되어, 5번째 경제특구로 지정되었다. 1991년에는 상해 浦東지구를 외국인 직접투자에 개방하였고, 1992년부터는 개방의 면을 기존의 沿海지역 개방위주에서 ‘沿線’(연운항-우루무치간 동서 관통철도 연변), ‘沿江’(양자강 유역), ‘沿邊’(국경) 지역으로 확대 하였다.¹⁾

이 같은 지역적인 全面開放정책으로의 전환에도 불구하고 중국 내수시장은 内部 閉塞性이 강하다. 예컨대 100% 단독 투자한 외자기업에 대해서는 내수 시장 진입이 극히 제한되어 있으며, 합자·합작기업의 경우에도 생산액의 30%만을 내수 판매하도록 하고 있다. 물론 업종별 특수성이 인정되어 만성적인 수입대체업종, 국내공급업종, 신흥 및 첨단기술업종에 종사하는 외자기업이나 R&D이후 실험 생산하는 제품에 대해서는 보다 높은 내수판매 비율을 인정하고 있으나, 이것 역시 시간의 경과에 따라 점차 내수 판매비율을 줄여나가야 한다. 즉 이는 곧 외자기업의 입장에서 보면, 중국시장은 ‘밖으로는 열려 있지만, 안으로는 닫혀 있는’ 制限 開放市場의 특질을 갖고 있다고 할 수 있다.

2. 소득수준·문화·민족적 다양성

중국시장은 12억 인구를 포용하는 거대시장이긴 하지만, ‘하나의 통일된 단일시장’이 아니다. 민족적으로는 漢族이 전체 인구의 93%가량을 점하고 있지만, 지역에 따라 언어, 문화, 관습이 다르며, 나머지 7%는 55개 소수민족이 점하고 있다.

漢族의 경우에도 지역에 따라 소득수준과 구매력이 천차만별이다. <표 2-2>에서 알 수 있는 바와 같이, 30개 성·시·자치구중 최빈곤성인 貴州省의 1인당 GDP는 1994년 기준으로 최부유성인 上海市의 10.2%에 불과하다. 또한 같은 성내에서도 도농간의 소득격차가 심한데, 농업생산책임제 개혁의 충

1) 중국에서는 ‘沿海開放’을 포함, 이를 ‘4沿’개방정책이라 칭한다.

격효과가 최고조에 달했던 1985년에는 농촌가계 1인당 평균소득이 397.6元으로 도시가계의 1인당 평균소득이 685.3元으로 도시가계의 1인당 소득(685.3元)의 58% 수준에 접근하였으나, 그 이후 점차 하락하여 1995년에는 농촌 1인당 평균소득(1,578元)은 도시가계 1인당 소득의 40.5%수준으로 하락하였다.(<표 2-3> 참조)

<표2-2> 중국의 省간 소득격차 (1인당 GNP기준) 확대추이 (1991~1994)

	1991	1992	1993	1994
전국평균	1,883	2,288	2,926	3,890
A.최고(상해)	6,675	8,652	11,700	15,204
B.최저(귀주)	890	1,009	1,034	1,552
C=B/A	.1333	.1166	.0884	.1021

자료: 「中國統計年鑑」, 1992~1995년판; 「中國統計摘要」, 1996년판, p.11.

<표 2-3> 중국의 도농간 소득격차 (1985~1995)

	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995
A. 도시	685.3	1,387.3	1,544.3	1,826.1	2,336.5	3,179.2	3,892.9
B. 농촌	397.6	686.3	708.6	784.0	921.6	1,221.0	1,577.7
C=B/A	.5802	.4947	.5108	.4293	.3944	.3841	.4053

자료: 「中國統計摘要」, 1996년판, pp.52-53.

주: 농촌: 농민가계 1인당 평균순수입; 도시: 도시가계 1인당 평균생활비수입

第 III 章 중국의 외국인 투자환경 및 정책

중국의 개혁개방은 대내적으로는 농촌에서 인민공사 주도의 집단적 농업이 해체되고 가족농이 부활하는 것에서부터, 그리고 대외적으로는 남쪽의 4개 경제특구에 외국인투자가 유치되면서 일정한 궤도에 올랐다고 볼 수 있다. 특히, 경제성장의 초기 단계에 외국인 직접투자의 유치에 소극적이었던 한국이나 일본과는 달리 중국은 처음부터 외국인 직접투자유치에 적극적으로 나서 한국이나 일본과는 어느 정도의 차별성을 보여주고 있다[Lee and Lin(1998)]. 더 나아가 중국에 들어가는 외국인자본의 성격에서 중요한 것은 화교 자본의 비중이 반 이상이고 여기에 한국, 일본 등 주변 아시아국의 비중이 절대적이라는 사실이다. 이런 의미에서 중국은 전통적인 해외투자 강국인 서방국 기업, 신흥투자국인 아시아기업 등 여러 나라 기업들의 투자 동기 및 경영전략을 비교 연구할 수 있는 좋은 환경을 제공하고 있다. 그리하여 이 장에서는 중국의 외국인 투자기업의 형태들을 분석하고자 한다.

第 1 節 중국의 외국인 투자여건

1. 중국의 경제동향

중국의 GDP 성장률이 1992년부터 계속 두 자리 수의 고속성장을 한 사실에 비추어 볼 때 1995년에 간신히 10%대의 성장을 기록한 것으로 나타났지만 1996년부터 그 성장률이 9.7%, 1997년에는 8.8%로 한 자리수로 떨어졌다. 물론 이는 1993년 중 경기과열현상 이후 취해진 거시조절정책에 따라 투자증세가 진정된 것에 기인한 것이라고 할 수 있다.²⁾ 그러나 중국경제가 그 동안 취해온 긴축 및 선투자억제 등의 각종 조치를 감안하면 여전히 고속 성장을 지속하고 있음에 틀림없다. 이 같은 비교적 높은 성장세를 보인 것은

2) 이종빈(1995), "중국경제의 최근 동향 및 '96년 전망," 「월간부역」, 1995년 12월호, p. 48.
EIU, Country Risk Service, 1999 1/4.

투자감소세가 뚜렷한 반면 전반적인 소득수준 증가에 따른 소비증가와 무역수지 흑자에 기인한다. 1997년도 중국 경제지표를 간추려보면 경제성장률은 8.8%, 소비자물가 상승률은 2.8%, 경상수지는 297억 달러, 외국인투자는 442억 달러로 집계되었다.³⁾

이 같은 무역수지 흑자는 기본적으로 선진국을 중심으로 한 세계 경제 여건이 양호한 데다 외자계 기업의 수출증가 등에 기인한 바 크다.

중국의 투자환경은 대외개방지역의 확대 및 심화, 개방업종 확대, 외국인 직접투자에 대한 제도정비 등의 투자우대정책, 토지비용 및 임금의 상승 등 네 가지로 요약할 수 있다.⁴⁾

첫째, 개방 초기 광둥, 복건성 등 네 개 연해지역만을 경제특구로 지정하여 한정 개방했던 것과는 달리 현재는 이를 내륙지역 전역으로 확대하고 있다. 이들 지역은 광둥·복건성의 4개 경제특구, 14개 연해 도시와 장가·주해·민남 3각주, 산둥·요동반도 등 253개 시·현·진을 포괄한 연해 개방구, 양자강 연안내륙도시(5개) 및 내륙 각 성, 시, 계획단열시(국무원 및 지방 성, 시의 비준을 거친 대외 개방도시 등 중국에서 모든 도시로 확대되었다.

둘째, 산업별 균형발전 및 선진화를 위하여 무역, 금융, 유통부문 및 관광산업 등 3차 산업에 이르기까지 개방업종을 확대하였다. 특히 북경, 상해 등 11개 주요 도시에 14개 백화점 건설투자의 시범적 허용 및 사용권 인정을 통한 공단 개발과 주택 및 상업용 건설 등 부동산 개발투자의 제도적 허용, 외국은행 국내지점 및 중외합작 은행 설립의 선별적 허용, 8개 지역에 대한 관광 및 오락업의 외국 자본 참여를 인정하는 등 기존의 지역별 우대정책을 통한 외자유치 정책에서 산업별 우대정책을 통한 사회 간접자본 시설로의 투자를 유도하고 있다.

셋째, 외국인 직접투자에 대한 각종법률, 규정의 개정 및 제정을 통하여 외자기업에 대한 투자우대정책을 펼치고 있다. 외자기업법 제정을 통한 독자기

3) 이러한 성장은 1998년과 1999년에도 이어질 것으로 보이며, 위안화 평가절하라는 위험요소가 잠재하고 있어 2000년 성장에는 한계가 있으리라 예측된다.

4) “중국 속의 중국” Bigman Business, 1996. 8, pp. 19~21.

업 투자보장, 중외합자경영기업법 제정을 통한 합자기간 제한철폐, 외국기업 부동산 개발을 위한 토지사용권의 유상양도인정, 외국투자기업의 고용, 임금 및 경영자주권에 대한 제도적 인정, 수출형 기업 및 선진기술기업에 대한 특별우대 등 다양한 우대정책을 내놓아 외국기업들의 투자를 유도하고 있다.

그러나 1994년 1월 1일부터 표면적으로 국영기업 경쟁력 강화측면에서 국영기업의 기업소득세율을 55%에서 33%로 대폭 인하함으로써, 종래 외국인 투자기업에 대한 파격적 세금우대는 상대적으로 후퇴되었다. 또한 중국정부는 WTO 가입을 위해 외국투자기업에 대한 내국민 대우를 부여한다는 명분 아래 1997년까지 기존의 외자기업에 부여했던 감면세 정책을 철폐하고 외국기업과 중국기업의 세율을 일치시켰다. 대신 중국정부는 외자기업에 대한 내수판매 억제, 투자업종 등을 철폐하고 인민폐의 자유대환을 허가하여 현재보다 적극적인 투자유치정책을 실시하고 있다.

마지막으로, 최근 외국인 투자의 증대에 따라 북경, 상해, 광둥성, 심천특구 등 연해개방도시를 중심으로 지가 급등 및 임금상승(연 15~20%수준)이 지속하고 있어 저임 메리트를 점점 상실하고 있는 실정이다.

2. 정치적 여건

중국에 대한 투자여건을 고려할 때 경제적인 여건은 앞서 이미 자세하게 언급하였기 때문에 여기서는 중국의 정치적인 변화에 대한 전망에 대해 중점적으로 논하기로 하겠다.

이미 15년 동안 매년 평균 10%를 웃도는 경제성장의 지속으로 전체 국내생산고에 있어 미국과 일본에 이은 세계 제3위의 경제대국이 되어 있었다. 이처럼 15년 동안의 개방, 개혁정책에 의한 중국의 경제발전은 중국의 역사에 있어 유례없는 성과로 평가되고 있다.

등소평사후의 경제기조 또한 거시적 측면에서 볼 때 산업화에 의한 경제구조의 변화의 국민의식의 변화를 과거 모택동의 좌경노선으로 되돌릴 수 없다는 점에서 그 진행의 지속성을 인정할 수 있다. 중국은 이미 등소평 이후의

지도체제에 있어 강택민 총서기를 중심으로 한 집단체제로의 이행과 당·정·군의 3자 정립의 권력기반 강화로 나아갔다. 그와 더불어 성장일변도의 경제정책방향의 반대세력의 요구를 수용하는 특면에서 몇 가지 조치들이 도입될 것이다. 예로서 중국공산당 정치국에 하달된 등소평의 12조 계명과 일맥상통하는 경제운용기조의 신축적인 적용이 이루어질 가능성이 큰 것이다. 그 핵심내용은 당 중앙 지도권 확립과 공산당 중심의 인민과의 유대강화와 연해와 지방간의 격차해소를 통한 계층간 지역간 산업부문간의 갈등해소, 부정부패 척결 등으로 요약된다. 이것은 곧 경제기조 자체가 정치적 안정의 기반위에서 큰 변화 없이 진행될 수 있음을 보여주는 것이다. 소위 상해파 세력의 정치안정관 확보와 더불어 현재의 경제적인 문제 등을 신축적으로 해소하려는 이중포석으로 해석된다.

등소평 사후의 경제 진로는 남순강화와 제 14기 3중 전회의 결정사항의 연장선상에서 이루어진 지속적인 경제체제의 개혁과 그 내용으로 기업의 자율화와 시장경제요소의 도입, 서방선진국들이 주도하는 구제경제구조에 연계되는 개혁·개방정책의 지속화로 요약된다.⁵⁾

등소평 사후, 강택민 체제의 중국은 대외경제전략의 목표를 다음과 같이 수립했다. 첫째, 국내 산업을 효율적 경제구도로 유도하여 국제경쟁력을 강화하고, 둘째, 2010년까지 국제 경제체제에의 편입을 완료하는 것이다.

단지 지역적 불균형성장이 연해지역과 내륙지방, 도시와 농촌지역의 소득격차를 유발하고 있고, 8억의 농민들의 동요와 지식인의 비판·불만 해소방안이 정치세력간의 중요 쟁점이 되어 있는 한 중앙의 거시조절권한 생사가 경제적 지역주의와 지속적인 마찰을 빚을 가능성은 언제나 상존한다고 할 수 있다.

3. 외국인 투자에 대한 전망

국무원은 1994년 3월 산업정책에 대한 정책지침을 담은 '1990년대 산업정책 요강'을 발표한 바 있으며, 이 요강은 (1) 농업 진흥, (2) 사회간접 자본

5) 중국학회(1999), 「중국의 개혁 -성취와 한계-」, 서울: 21세기북스, pp. 255~272; 원호식(1995), '1995년 한국무역의 10대 변수: 등소평 이후 중국경제 진로는?', 「월간무역」, 1995년 1월호, pp. 14~15.

시설 확충, (3) 무역구조 개선, (4) 산업구조 적정화, (5) 기계·전기전자·석유화학·자동차 등 기간산업 육성 등을 주요내용으로 담고 있다.

이러한 정책방향을 추진하기 위한 일환으로 1995년 6월 새로운 외국인 투자정책인 ‘외국인 투자방향의 지도에 관한 잠정규정’과 ‘외국인 투자 산업 지도목록’이 발표되었다. 이는 1994년부터 외국인 투자기업에 대한 관리·감독을 강화함으로써, 산업정책과 외국인 투자 유치정책의 밀접한 연계 하에 외국인 투자의 질적 고도화를 시도하기 위한 방안의 법적, 제도적 정비라고 할 수 있다.

새로이 발표된 외국인 투자정책은, 지금까지의 양적이 확대에 치중해 온 중국의 외국인 투자정책이 질적인 구조개선을 추구하는 방향으로 정식 전환되었음을 중국정부가 공식화한 것이라고 할 수 있는 바, 이러한 조치는 과거의 양적인 투자 유치정책으로 인해 경기과열, 노사분규, 지역격차 확대, 산업구조 왜곡 심화 등 부정적인 파급효과를 초래함과 아울러 외국인 투자급증에 따른 외국인 투자자금 유입증가로 통화팽창이 가속화되어 인플레이션 압력을 가중시키고 있다는 인식이 확산된 데 기인한 것으로 해석되고 있다.

이러한 정책상의 방향전화의 구체적인 특징으로는 산업, 업종, 품목별로 <표 3-1>과 같이 장려, 제한, 금지분야를 명시하였다는 점이다. 우선 장려사업에는 첨단산업 및 에너지, 통신, 자원개발, 농업투자와 중서부 내륙지역의 자원과 인력활용 사업 등이며, 제한분야에는 국내 생산능력이 과잉상태이거나 기술수준이 낮은 업종과 환경오염을 유발시키는 업종을 가리키며, 마지막으로 금지분야는 우편 및 전신, 항공 교통 관제, 희귀 동식물, 전력망 건설, 상아 조각 등의 사업으로 되어 있다.

이는 결국 그간의 양적인 규모의 투자에서 질적인 효율성 제고의 투자로 전환하고 첨단기술 부문의 투자를 적극 유도하는 한편, 지역간 불균형 해수를 위해 중서부 내륙지역의 인력과 자원을 활용하는 투자 유치정책을 실시함으로써, 경제발전은 물론 정치·사회적 안정을 도모하고자 하는 데 따른 것으로 해석된다.

중국 연해지역의 인건비 상승 및 임대료 급등 등 중국시장의 여건변화와 미·일 기업들의 아시아 투자대상지역 분산·다양화 경향이 그 이유로 꼽히고 있지만, 중장기적으로는 거대시장인 중국의 매력은 여전히 클 것이라는 견해가 강하 편이다.

이제 대중투자는 그 동안의 과열상태에서 거품이 걷히고 실속 있는 투자로 이행해가는 전환기에 있다고 볼 수 있다. 아시아개발은행이 내놓은 아시아태평양지역 개도국에 대한 투자 상황 보고서에 따르면 1980년대 말부터 아시아 태평양지역에 대한 투자가 급증하고 있다. 그러나 아시아개발은행에서는 1993년을 정점으로 중국 투자분은 감소추세로 바뀌었다고 분석하고 있다. 아시아 태평양지역의 개도국에 대한 직접투자는 1988년의 79억 달러에서 1991년의 145억 달러까지 평균 매년 20% 전후의 성장률을 보여 왔는데, 1992년 이후엔 50% 이상의 신장률을 보였다. 세계의 개도국에 대한 직접투자총액의 70% 정도가 아시아태평양지역에 투자되고 있다는 것을 나타낸다.

대아시아 투자 주역의 두 자리에 있던 일본 및 구미 각국의 투자도 신장하고 있지만, 아시아 각국 및 지역간 직접투자도 활발해졌으며, 한국·대만·싱가포르·홍콩 등 신흥공업국가(NICs)의 직접 투자가 매우 증가하고 있어 주목된다. 특히 중국의 경우 1992년 투자실적의 70%가 신흥공업국으로부터의 투자여서 해외의 화교 및 화인자본의 지금까지의 대중 투자분을 증명한 형태라고 할 수 이다. 6)

한편 중국에 대한 투자가 감소하기 시작한 것은 정치적인 리스크 및 체도의 불투명성 등으로 대중 투자를 꺼리는 현상이 강해졌다기보다도, 아시아태평양지역의 투자선이 다양화된 점의 반영이라는 면이 더 강하다. 또 투자대상이 바뀌면서 주춤해진 상태라는 견해가 각국의 실업가 및 전문가들 사이에 강한 편이다.

6) “중국, 외국인투자 조정기,” 『월간무역』 p. 104.

<표 3-1> 외국인 투자의 산업지도 주요 항목

구 분	장 려	제 한	금 지
농·림·목축·수산업	황무지 개간 및 개발, 농산물 우량 품종 개발, 농약, 화학비료, 가축 항생물질, 사료, 식품가공 기술, 농업기계설비	원목가공, 수출, 근해 및 내륙수역 수산업	국가보호 동식물, 희귀한 우량품종, 차 가공
경 공 업	비금속제품용 금형, 피혁가공, 특수 공업용 재봉기, 리튬 이온 전지, 펄프	손목시계, 자전거, 가정용 재봉기, 세탁기, 냉장고, 외국상표의 무알콜 음료, 일회용 깡통, 담배가공업, 천연향료	상아조가, 호플가공, 수공 카페트, 옥, 화선지
방 적 업	특수화학섬유, 직물염색 및 가공, 공업용 특수방직품	폴리에스테르 섬유, 면방직업, 생사, 화섬원료	없 음
교통, 운수, 우편, 전신	철도수송설비, 지하철건설·운영, 도로·교량·신설비, ATM 교환기 설비	간설철도 건설·운영, 수상운수, 항공운수 항만의 건설·운영, 민간항공건설·운영	항공교통관제
석 탄	석탄채굴 및 운반설계·제조, 석탄 가스 플랜트 설계·제조	코크스 채굴 및 제조*	없 음
전 력	수력·화력발전의 건설·운영, 원자력발전 건설, 운영	없 음	전력 네트워크 건설 운영
제 철	철강 일관 생산 라인(50만 톤 이상), 아연도금판, 주석도금판	30톤 미만 전기로 제강, 300m ² 이하 용광로 및 부대장치	없 음
비철금속	동, 알루미늄, 아연광 채굴	알루미늄 세시, 귀금속 채굴·가공*	없 음
석유, 화학	에틸렌(30만 톤 이상), 합성고무, 석유 가스 파이프라인 건설, 석유 화합물	250만 존 미만의 정유소, 중고 타이어 재생, 필름	붕소, 마그네슘 채굴, 가공, 천청석 채굴
기계공업	용접 로봇, 내연성 절연재, 자동차부품, 계측기, 폐수처리설비, 해상석유채굴설비	폴리에스텔 제조설비, 컨테이너, 엘리베이터, 자동차, 오토바이 엔진, 수력, 화학, 원자력 발전설비	없 음
전자공업	집적회로, PC(32비트 이상), 고급 AV기기, 반도체, 컴퓨터, 통신 소프트웨어	라디오, TV, 비디오 카메라, 레코드, PC(16비트 미만), 팩시밀리,	없 음

		위성수신기, 무선전화, 연 30만 톤 미만 생산 의 시멘트, 소규모 건 축용 유리생산설비, 천 연보석의 채굴·가공	없 음
건재·비금 속제품	일일 500톤 급 이상 용해 가능 한 유리생산 라인, 특수시멘트 첨가제 및 동 저장시설		
서비스	국제경제·과학기술정보 컨설팅, 정밀기기설비의 애프터 서비스, 항암제, 전자내시경, 특수선박, 자원재생기술	도소매, 무역, 관광, 회 계·컨설팅, 골프장, 호 텔, 은행, 보험, 증권*	방송국, 영화제작, 비 디오상영, 한약조제, 경마장, 무역업의 선물거래

第 2 節 중국의 외국인 투자정책

1. 중국의 대외개방정책 전개

중국의 대외개방정책이 언제부터 시작되었는가에 대해서 몇 가지 다른 주장이 있어 왔다. 하나의 주장은 1972년 중국이 미국, 일본 등 주요 서방국가와 정치적 관계개선을 이룩하면서 이들 서방제국과의 교역이 급증하는 현상을 보이고 있음을 지적함으로써, 벌써 이때부터 대외개방이 시작되었다는 것이다. 두 번째 주장은 1976년 모택동이 죽은 후, 이어 '4인방'이 축출되고 화국 봉의 지도 하에 의욕적인 '10개년 계획'을 추진하게 되면서 외국으로부터 대규모 플랜트, 기술도입을 시도한 것에서 그 시작을 찾을 수 있다는 주장이다.⁷⁾ 세 번째 주장은 1978년 12월 중국공산당 제11기 중앙위원회 제3차 전체 회의(소의 제11기 三中全會)에서 경제발전을 국가적 목표로 선언하고 이를 위하여 경제전반에 걸친 개혁을 주창하게 되며, 이어서 경제특구를 설치하고, 외국인 직접투자를 포함한 모든 형태의 외자 도입을 권장하는 등 그 이전과는 본적으로 다른 경제발전전략을 채택하게 되는 데에서 본격적인 대외개방이 시작되었다는 것이다.

7) 이 시기를 과거의 대약진 운동과 대비하여 '양약진'이라고 부르기도 한다.

三中全會 이전의 대외경제관계가 기본적으로 사회주의 경제체제와 자격갱생의 원칙을 견지하면서 이를 보다 효과적으로 추진하기 위하여 선진국으로부터 플랜트 등을 수입하는 선에 그친 반면,三中全會 이후에는 이른바 지도사상과 경제체제 자체의 변화가 일어났고, 교역, 대외차관 도입, 외국인 직접투자 유치 등 전반적인 대외경제관계에 본격적 변화가 일어났다는 점에서 세 번째 주장이 타당하다는 인식하에 그 이후의 정책전개 과정을 살펴보는 것이 타당하다고 할 수 있을 것이다.

그러면 1978년 12월三中全會 이후 중국의 대회개방정책은 어떻게 전개되었는가? 세계경제와의 연결을 통하여 급속한 산업화와 기술의 현대화를 달성하는 것을 목적으로 하는 대회개방의 내용은 여러 방면에서 나타났다. 첫째는 대회무역체제 개혁을 통한 대회무역의 급속한 증대이고, 둘째는 여러 형태의 외자도입이 본격화된 것이며, 그밖에 세계은행, 국제통화기금(IMF) 등의 국제경제·금융기구에의 가입, 그리고 관광객 등 많은 외국인의 중국방문과 중국의 관리, 유학생, 연구생들이 외국방문 등 인적 교류를 통한 대회개방 등도 중요한 내용이 된다. 먼저 이와 같은 대회개방에 따른 변화가 어떻게 일어났는지 간략히 살펴보자.

대회개방의 첫 번째 요소로서는 대회무역의 확대를 통한 국제경제와의 연결을 들 수 있다.

이를 위하여 대회무역에 관한 기존의 체제, 즉 국가(중앙정부)에의 한 대회무역 독점체제를 타파하여 지방·부문 혹은 기업단위까지 국제무역기능을 위양하고, 이들이 되도록 경제적 동기에 따라 무역거래에 임하도록 하였다.⁸⁾ 다시 말해서 경제개혁의 핵심논리인 분권화와 시장경제화가 대회무역부문에 적용되었다고 할 수 있다.

중앙이 대회무역을 독점하고 있는 제도 하에서 대회무역은 국내경제계획의 결과 모자라는 부분을 보충하는 의미를 가질 뿐이고, 그 규모 역시 제한될

8) 대회무역체제의 개혁에 대한 보다 자세한 논의는 고정식(1988), "중공의 대회개방과 무역관리 체제 개혁," 산업연구원, 그리고 Weijian Shan(1989), "Reforms of China's Foreign Trade System: Experiences and Prospects," China Economic Review, Spring, pp. 33~56 참조.

수밖에 없었다. 그러나 위와 같은 대외무역체제의 개혁은 국제무역의 급속한 증가를 가져와서, 총교역량이 1978년 200억 달러 수준에서 1997년에 3,250억 달러 수준으로 15배 이상 증가하는 빠른 성장을 기록하였다.

한편 <표 3-2>의 무역수지의 추이를 살펴보면 하나의 유형이 나타나는데, 이는 중국이 대외무역체제의 개혁과정과 밀접히 연관되어 해석될 수 있다. 즉 전반적인 개혁의 순조로운 진행과 더불어 교역기능의 분권화 및 보다 자율적인 무역정책이 실시되면서 교역량과 무역수지의 적자가 급증하고, 이에 따라 외환보유고가 감소하는 현상이 먼저 나타나고, 이어서 이에 대응하는 정부의 강력한 수입규제 등 직접적 규제를 중심으로 한 중앙집권화로 회귀한다.

<표 3-2> 중국의 대외무역 추이 (단위: 억 달러 %)

	교역총액	증감률	수출	증감률	수입	증감률	상품수지	무역의존도*
1978년	206.4	39.5	97.5	28.5	108.9	51.0	-11.4	9.6
1980년	381.4	30.0	181.2	32.7	200.2	27.7	-19.0	12.6
1985년	696.0	30.0	273.5	4.6	422.5	54.1	-149.0	32.8
1990년	1,154.4	3.3	620.9	18.1	533.5	-9.8	87.4	30.0
1991년	1,356.3	17.5	718.4	15.0	637.9	19.6	80.5	33.4
1992년	1,655.3	22.0	849.4	18.2	805.9	26.3	43.5	34.3
1993년	1,957.1	18.2	917.4	8.0	1,039.6	29.0	-122.2	2.6
1994년	2,366.2	20.9	1,210.1	31.9	1,156.1	11.3	54.0	43.6
1995년	2,808.6	18.7	1,487.8	22.9	1,320.8	14.2	167.0	40.1
1996년	2,898.8	3.2	1,510.5	1.5	1,388.3	5.1	122.2	35.5
1997년	3,250.6	12.1	1,827.0	20.9	1,423.6	2.5	403.4	36.1
연평균 증가율	-	17.3	-	17.7	-	17.4	-	-

* 무역의존도는 교역총액/국민총생산(GNP) 100.

자료: 중국통계출판사, 중국통계연감 각 연도 및 대한상공회의소, 중국 주요 경제지표, 1998

그 결과 교역량의 완만한 증가 혹은 정체에 수반된 무역수지 흑자(혹은 적자의 감소) 현상 일어난 후 또 다시 비슷한 과정이 반복되는, 즉 분권화와 중앙집권화가 번갈아 나타남에 따라, 이에 대응하여 발생하는 무역구조의 순

환현상이 관찰된다.

물론 이와 같은 순환현상도 불구하고 전반적으로 중국은 지속적인 수출증대를 성공적으로 이루어왔고, 이와 같은 대외부역의 증가가 이 기간 중에 중국의 빠른 경제성장에 크게 기여해 왔다는 것은 부인하기 힘들 것이다. 중국은 앞으로도 지속적인 수출 드라이브와 수출구조의 고도화를 통하여 다른 아시아 신흥공업국의 성장과정을 추적하려고 할 것이다. 또한 이 과정에서 외국으로부터의 막대한 자본재와 기술의 도입이 필수적이고, 내구소비재 등에 대한 중국민의 잠재수요가 대단히 크기 때문에, 수입 역시 지속적으로 증가할 것이므로, 중국의 국제무역은 앞으로도 그 증가추세를 계속할 것으로 예견된다.

중국의 국가별 대외무역을 보면 일부 지역에 편중되어 있음을 알 수 있다. 1997년 말 현재 홍콩, 일본, 미국의 3개국에 대한 수출입 총액 비중은 1/3에 가까운 수준이다. 여기에 한국, 대만, 독일, 러시아 등4개국을 합치면 거의 절반에 달하고 있다. 중국은 개혁 개방의 과정에서 선진국으로부터는 오랫동안 기계설비, 곡물을 수입하는 입초현상을 보여 왔으며, 홍콩과 개발도상국에 대하여는 출초현상을 보여 왔다.

그러나 최근 이러한 구도가 바뀌어 미국과는 대규모 상품수지 흑자를 기록하는 반면, 한국, 대만 등과는 오히려 대규모 상품수지 적자를 나타내고 있다. 또한 일본은 지역적으로 가까운 선진국으로서 현재 중국의 최대 교역대상국이며, 1980년대까지만 중국이 입초를 보였으나, 1990년대로 접어들면서 소폭의 상품수지 흑자추세를 유지하고 있다. 그리고 홍콩은 중국의 중계무역 기지로서의 역할로 인해 일본에 이은 2위의 교역상대국으로 자리 잡고 있다. 한편, 유럽에서는 독일, 프랑스, 영국 등이 중국의 주요 교역상대국이며, 구소 및 동유럽권에서는 러시아와의 교역규모가 가장 크다.

중국의 최근 교역상대국으로 가장 괄목할 만한 나라는 한국과 대만이다. 이들 두 나라는 매년 중국과의 꾸준한 교역증가세를 보여, 한국과의 교역액은 1997년 240억 달러, 대만과는 198억 달러를 기록하였고, 이에 따라 이들 두

나라는 중국의 교역상대국으로서 일본, 홍콩 및 미국에 이어 각각 4위와 5위를 차지하였다.

동남아국가로는 화교의 경제력이 큰 싱가포르와 말레이시아가 각각 88억 달러, 44억 달러로 중요한 교역 상대국으로 자리 잡고 있다. 한편 중국은 1990년대 이후 수출다변화정책의 일환으로 아시아 여타 개도국과 중남미, 아프리카 등지에서의 교역확대 노력을 펼쳐 왔다. 그러나 지리적 단점과 이들 지역의 왜소한 경제규모 등으로 인해 급격한 교역구조의 변화를 보이지는 않고 있다 <표 3-3>

<표 3-3> 중국의 지역 국가별 수출입 동향 (단위: 억 달러)

	1980년		1985년		1990년		1996년		1997년	
	수출	수입	수출	수입	수출	수입	수출	수입	수출	수입
선진국	81	144	144	299	220	269	818	728	938	713
미 국	10	38	23	52	53	66	267	162	327	163
	2	11	2	11	5	14	17	34	21	32
	40	52	61	152	92	77	309	292	318	290
	3	3	2	7	7	17	19	22	23	32
	9	16	9	27	20	30	59	73	65	62
독 일*										
아프리카	5	3	4	3	12	4	21	14	26	24
아 시 아	65	17	107	71	346	206	564	487	725	524
홍 콩	44	6	72	48	272	146	329	78	438	70
	·	·	·	·	4	2	75	125	91	149
	·	·	·	·	3	23	28	162	34	164
	4	2	21	2	20	8	38	36	43	44
	·	·	1	3	4	9	14	23	18	27
인도네시아										
구소련 동유럽	13	15	23	28	28	33	37	67	47	54
러시아**	2	3	10	10	20	22	17	52	20	41
중 남 미	4	7	5	18	6	13	30	35	44	37
브라질	3	1	4	10	1	5	8	15	11	15
중 동	8	3	18	2	14	5	35	31	42	39
기 타	5	4	4	4	11	8	6	2	7	2
총 액	181	199	276	429	621	533	1,512	1,389	1,829	1,422

* 독일의 경우 1980년과 1985년은 동독을 포함함.

** 러시아의 경우 1980년과 1985년은 구소련 통계치임.

자료: IMF, Direction of Trade Statistics Yearbook, 각 연도

대외개방정책이 큰 의미를 가지고 나타난 또 하나의 현상은 대규모의 외자 도입이다. 이는 1979년 이전에는 볼 수 없었던, 심지어 용납되지 않았던 새

로운 현상이며, 새방 이전과 이후를 구분해 주는 특징적인 부문이라고 할 수 있다. 1978년 등소평이 권력의 핵심으로 등장하고, 이와 더불어 경제발전을 최우선으로 내세우는 실용주의가 대두하면서, 자력갱생정책은 실질적으로 포기되었다. 이 개혁주의자들의 기본적인 생각은 급소한 경제발전을 위하여 막대한 자본과 발달된 기술이 필요하고 국내에서 이 자본과 기술을 모두 조달하는 것이 필수적이며, 이를 위하여 중국 정부가 적극적인 외자유치 정책을 실시해야 한다는 것이었다. 즉 급속한 산업화·현대화를 달성하기 위해서는 과거의 국제적 고립에서 벗어나 세계경제와 연결되어야 한다는 위식이 개혁론자들에게 보편화되었다.

이러 따라 중국은 외국정부 및 국제금융기관(세계은행, 아시아개발은행 등) 들로부터의 공차관, 외국의 은행들로부터의 상업차관, 플랜트 수입 등과 관련된 수출상대국 은행의 수출신용, 중국기관의 국제금융시장에서의 외화표시 채권발행 등 다양한 형태의 대외차관을 대규모로 도입하기 시작했으며, 또한 관련 법규의 제정, 각종 투자유인 제공, 경제특구 및 개방지역의 설치 등 투자환경의 개선을 통하여 외국인 직접투자를 적극적으로 유치하였다.

<표 3-4>는 1979년 이래 외자도입의 추이를 보여주고 있다. <표 3-4>에서 알 수 있듯이 중국의 외자도입은 매우 빠른 증가 추세를 보여 1996년까지 도입된 외자총액은 계약기준으로 5,929억 달러, 실행금액기준으로 2,839억 달러 수준에 이르고 있다. 또한 천안문사건이 일어나 국제적인 경제 제재조치가 실시된 1989년을 제외하고는 매년외자도입 규모가 증가하는 현상을 보여 왔다. 한편 도입된 외자의 구조를 보면, 초기에는 (1982~1983년까지) 국제금융기구 및 외국정부 차관 등 공공차관을 중심으로 외자가 도입되다가, 점차 외국인 직접투자로 그 중심이 변화해 갔으나(1984~1985), 1986년부터는 대규모의 상업차관과 국제금융시장에서의 기채 등의 형태로 대외차관이 급증하여 다시 그 비중이 높아지게 되었다.

<표 3-4> 직접투자 추이

(단위: 억 달러)

	총 계			직 접 투 자		
	건수	계약금액	실행금액	건수	계약금액	실행금액
1979~1982년	922	205.48	124.57	922	60.10	11.66
1983년	522	34.30	19.81	470	17.32	6.36
1984년	1,894	47.91	27.05	1,856	26.51	12.58
1985년	3,145	98.67	46.47	3,073	59.31	16.61
1986년	1,551	117.37	72.58	1,498	28.34	18.74
1987년	1,189	121.36	84.52	2,233	37.00	23.14
1988년	6,063	160.04	102.26	5,945	52.70	31.94
1989년	5,909	114.79	100.59	5,579	56.00	33.92
1990년	7,371	120.86	102.89	7,273	65.96	34.87
1991년	13,086	195.83	115.54	12,978	119.77	43.66
1992년	48,858	694.39	192.02	48,764	581.24	110.07
1993년	83,595	1,232.73	389.60	83,437	1,144.36	275.15
1994년	47,646	937.56	432.13	47,549	826.80	337.67
1995년	37,184	1,032.05	481.33	37,011	912.82	375.21
1996년	246,723	816.09	548.04	24,556	732.76	417.26
총 합	284,735	5,929.43	2,839.40	283,344	4,691.33	1,784.84

자료: 중국통계출판사, 「중국대외경제무역연감」, 각 연판을 참고하여 작성하였음.

그러나 1989년과 1990년에는 천안문사태에 따른 국제적인 경제 제재조치 말미암아 신규차관 도입이 어려워진 것이 나타나고 있다. 이와 같은 현상은 중국의 정책이 초기에는 조건이 좋은 공공차관을 중심으로 외자도입을 추진하다가 그 규모의 증가가 한계에 다다르자, 차관보다는 상환부담이 없고 발전된 기술·경영기법 등과 자본이 결합된 형태로서의 외국인 직접투자 쪽으로 선호를 바꾸었다. 그러나 그 투자업종 및 도입되는 기술의 내용에 있어 중국 정부의 기대를 충분히 만족시키지 못하게 됨에 따라, 상업차관을 포함한 여러 형태의 대외 차관과 외국인 직접투자를 모두 적극 도입하는 방향으로 다시 전환한 것으로 판단된다.

이밖에도 1980년 중국은 국제통화기금(IMF)과 세계은행(IBRD)에 가입하고, 1986년에는 아시아개발은행(ADB)에 가입하였으며, 국제경제·금융기구를 통한 국제경제와의 연결에도 적극적인 자세를 보여 왔다. 한편 중국은 외국과의 인적 교류 면에서도 급속한 증가를 기록하여 왔다.⁹⁾

중국의 WTO 가입으로 중국의 수출 및 외자유치가 확대되고 있으며, 산업·수출구조 고도화가 진행되고 있다. 또 중국 내 경제개혁이 가속화되고 있는 긍정적인 영향과, 내수시장의 개방 확대로 산업 및 금융부문이 어느 정도 타격을 받고 있다.

중국의 WTO 가입으로 한국경제에 미치는 영향을 보면, 중국은 최혜국대우 및 일반특혜관세를 보장받음으로써, 세계시장에서 경공업뿐만 아니라 중화학제품의 중·한간 경쟁이 치열해지고 있고, 외자기업 진출 확대에 의한 중국의 산업구조 고도화로, 기존의 노동집약적 제품뿐만 아니라, 가전·기계 등 단순 자본집약적 제품의 수입도 크게 증대하고 있다. 또한, 대 중국 수출구조가 원부자재(부품 등) 수출중심으로 이동, 산업간 분업에서 산업 내 분업으로의 이동 경향이 뚜렷해지고 있다.

이상에서 살펴보았듯이 중국경제는 1980년대를 통하여 국제경제에 대한 개방이 확대되어 왔으며, 이와 같은 대외개방은 이 시기에 나타난 중국의 급속한 경제성장에 긍정적으로 기여하였다는 평가를 받아왔다. 한편 1989년 천안문사건 이후 일부 외국인들이 중국의 대외개방정책이 지속될 지에 대하여 의문을 표시해왔지만, 1988년 말 이후 실시되어 온 수입 억제정책이 좀더 강화되는 것 이외에 대외개방정책의 기조는 바뀌지 않고 있다. 이를 해석해보면, 중국의 입장에서 지난 10년간 경제성장에 크게 기여한 바 있는 대외개방정책을 포기하는 것은 현실적으로 어려우며, 다만 그 정치적 부작용을 극소화하려는 노력을 하고 있는 것으로 여겨진다.

2. 중국의 외국인 직접투자 유치정책

9) 김정균·황동언(1999), “중국의 WTO 가입 전망과 대응 전략,” 『VIP Report』, 7. 28, pp. 1~11
억제정책이 좀더 강화되는 것 이외에 대외개방정책의 기조는 바뀌지 않고 있다. 이를 해석해보면, 중국의 입장에서 지난 10년간 경제성장에 크게 기여한 바 있는 대외개방정책을 포기하는 것은 현실적으로 어려우며, 다만 그 정치적 부작용을 극소화하려는 노력을 하고 있는 것으로 여겨진다.

(1) 중국의 외자도입 형태

중국의 외자도입 형태는 크게 외국정부 또는 세계은행으로부터의 차관과 외국인 직접투자 및 상업차관, 주식발행 등으로 분류할 수 있는데, 이 중 중국이 중점을 두고 있는 것은 외국인 직접투자이다. (<표 3-5> 참조). 외국인 직접투자는 합작, 독자, 합작개발의 네 가지 형태가 있다.

<표 3-5> 중국의 외자도입형태 분류

외자 도입	국제 차관	공공 차관	정부차관 국제금융기관 차관
		상업 차관	외국은행 상업용자 수출신용 채권 및 주식의 해외발행
	직접 투자	합자기업 합작기업 독자기업 합작개발	
		상업 신용	보상무역 위탁가공 국제리스
		주식 발행	구내B주식발행 해외증시 상장

자료: 정혜영(1998), 「한국·일본·대만의 대중국 투자정책의 비교 및 특징분석」, 서강대학교 공공정책대학원 석사학위 논문, p. 12,

(2) 중국의 외국인 직접투자형태

외국인 직접투자는 합자기업, 합작기업, 독자기업, 합작개발로 나눌 수 있다. 이들의 비중은 1996년 말 누계를 기준으로 볼 때, 계약건수 비중으로는 합자투자 61.4%, 합작투자 14.7%, 단독투자 23.9%이며, 실집행액 비중으로는 합자투자 52.0%, 합작투자 20.7%, 단독투자 29.5%로 나타났다. 투자형태를 지역별로 보면, 합자투자의 비중이 높은 지역은 화북, 요령, 흑룡강, 절강, 안휘 등이고, 단독투자의 비중이 높은 지역은 천진, 상해, 복건, 광둥, 해남 등이다. 현재 중국에서 일반적으로 행해지고 있는 직접투자의 대표적이 세 가지 형태를 정리하면 <표 3-6>과 같다.

<표 3-6> 직접투자 형태 분류

	합자기업	합작기업	독자기업
성 격	출자지분에 따른 이익 배분 및 유한책임	계약식 합자기업 협의내용에 따라 이익배분, 책임분담	외국 100% 출자법인
적합한 사업	내수판매 지향기업 원자재 확보	기술개발형 기술우위력 보유기업	수출형기업 및 선진기술기업, 경영권 확보지향기업
적용법규	중외합자경영기업법	중외합자경영기업법	외자기업법
조직형태	유한책임회사	법인형: 유한책임 비법인형: 무한책임	유한책임회사
등록자본	합자기간 중 등록자본 감소불가. 외국 측 출자비율 25% 이상	합자기간 중 투자자본 회수가능	경영기간 중 등록자본 감소불가

자료: 정혜영(1998), 「한국·일본·대만의 대 중국 투자정책의 비교 및 특징분석」, 서강대학교 공공정책대학원 석사학위 논문, p. 15.

(3) 변화과정

외국인 직접투자에 대한 중국 측의 태도변화는 놀랄 만큼 빨랐고 그 변화의 내용 또한 근본적인 것이었다. 1978년 12월 덩소평이 실권을 잡으면서 개혁과 개방의 기본적 발전전략이 수립된 지 불과 반년이 지난 1979년 7월 중국은 ‘중외합자경영기업법’을 공포하여 외국인 직접투자에 특별한 관심을 보였던 이유는 외국인 직접투자가 중국의 현대화과정에 필요한 자본, 선진기술, 경영기법(경우에 따라서는 해외 판매망) 등을 하나의 패키지로 제공해 줄 뿐 아니라, 상환의 부담이 없고 위험부담이 외국 투자자에게 귀속된다는 점에 있었다고 할 수 있다.

그러나 당시 중국의 상황은 외국인 투자를 대규모로 유치할 여건이 조성되어 있지 않고 있었다. 우선 경제적 여건으로서 외국인 투자 기업이 생산·유통 등의 활동을 하기 위한 제도적·물리적 하부구조가 대단히 부실한 상황이었고, 사회적 이데올로기면에 있어서도 많은 사람이 외국자본에 대한 혐오나 두려움을 품고 있는 상태였다.

이러한 상황의 제약을 감안하여 중국정부가 추진한 정책이 일정지역을 경제특구(special economic zone)로 지정하여 이 지역에 대한 집중적인 사회간접 자본 투자를 하고, 이 지역에 대한 외국인 투자기업에 대하여 세제 등 여러 면에서 우대조치를 하며, 나아가 급진적인 경제개혁정책을 우선 이 지역에 실험적으로 실시하는 등의 방법으로 외국인 투자를 유지하는 것이었다. 또 다른 한편으로 이 지역을 다른 지역과 물리적으로 격리시켜 정치적 혹은 이데올로기적 파급효과를 극소화하고자 하였다. 이와 같은 구상에 따라 1980년에 광둥성의 심천, 주해, 산두 등 세 지역과 복건성의 하문지역에 경제특구를 설치하였다.

경제특구 설립으로 시작된 중국의 특수지역 개방·개발정책은 1983년 해남도를 부성급의 일반 행정구로 승격시킴과 동시에 섬 전체의 개방을 선언하고,¹⁰⁾ 이어 1984년에는 14개의 연해개방도시를 지정하고 이들 개방도시 내에 경제기술 개발구를 설치함으로써 더욱 확대·추진되었다.¹¹⁾ 또 1985년에는 광범위한 세 개 삼각주 지역을 연해경제 개발구로 지정하였고,¹²⁾ 이어 1988년에는 연해지역 대부분을 개방지역으로 확대·지정하여 이른바 황금연안 개방을 추진하고자 하였다.

이에 따라 연해개방지역은 11개성 및 성급 지역 288개 시·현으로 확대되었으며, 그 면적은 32만 평방 킬로미터, 인구는 1억 6,000만 명을 포괄하게 되었다. 이들 개방지역들은 외국인 투자유치를 위하여 특별히 지정된 지역들로서, 해당 지역 지방정부(성 혹은 특별히 지정된 시)는 일정 규모의 외국인 투자를 유지·허가할 수 있는 자주권을 가지며, 이들 지역의 외국인 투자기업

10) 남해도는 1988년에 다시 성으로 승격되어 섬 전체가 다섯 번째 경제특구로 지정되었다.

11) 이 14개 연해개방도시에는 대련, 진화도, 천진, 연태, 청도, 연운항, 남통, 상해, 영파, 온주, 복주, 광주, 심강, 북해가 포함된다. 남쪽 광서자치구의 북해로부터 동북쪽 요녕성의 대련에 이르기까지 해안선을 따라 위치하고 있는 이 도시들은 그 규모나 경제발전 정도 등 매우 다양한 도시들로 구성되어 있으며, 그 기대되는바 또한 다양하다. 1985년에는 이들 중 대련, 천진, 상해, 광주를 중점개발 도시로 지정하여 중앙정부의 자금지원의 면에서 우선권을 갖게 하였다.

12) 장강삼각주, 주강삼각주, 하(門), 장(州), 천(川) 삼각지구로 이루어진 이 지역은 그 범위가 상당히 넓고 중국에서는 발달된 지역에 해당한다. 포함되는 구체적 지역은 확대되는경향이 있는데 대체로 장강삼각주는 상해를 중심으로 절강성과 강소성의 연해지역을 주강삼각주는 광주를 중심으로 광둥성 남부 대부분의 지역을 하·장·천·삼각지구는 복건성의 남부 지역을 포함한다.

들은 세제, 출입국관리, 기업관리 등 여러 측면에서 우대를 받게 되었다. 특히 연해개방 도시에 설치된 경제기술개발구들은 외자계 기업에 대하여 경제특구에 준하는 우대조치를 제공하고, 사회기초시설(infrastructure)을 정비함으로써 외국인 투자를 적극적으로 유치하였다.

경제특구와 경제기술개발구의 주요한 차이점은 특구의 경우 개발자금이 중앙으로부터 집중적으로 지원되었으며 행정적, 물리적으로 타 지역과 분리되어 독자적인 경제정책을 실시할 수 있는 여지가 큰 반면, 경제기술개발구의 경우는 주로 지방정부(일부 외자)의 자금에 의하여 개발되어, 행정적으로 해당 지방정부에 소속되어 있으며, 주로 제조업부문의 육성을 목표로 하는 것 등을 들 수 있다. 이들 경제 기술개발구와 이를 포함하는 연해개방도시들은 국내시장과의 연결이란 면에서 그 영향력이나 중요성이 더 크지만, 반면에 전반적인 경제정책의 자율성과 개혁정책의 과감한 실시라는 면에서는 경제특수에 비해 열악하다고 할 수 있다.

이상과 같은 정책의 기본도구는 경제개발을 위한 사회기초시설이 어느 정도 발달되어 있고 외국과의 연결이 용이한 연해지역을 먼저 개발하고 이 발전의 혜택이 점차로 내륙지방으로 퍼져나가기를 기대하는 지역적 불균형 성장전략이라고 할 수 있다. 그러나 1989년 이후에는 내륙지역의 강력한 요구에 따라 개방지역이 내륙지방으로 확대되어 1990년 10월 현재 30개 전 성·시(직할시)·자치구에 걸쳐 689개의 시와 현이 대외개방지역으로 지정되어 있다.¹³⁾

중국 측 정책전개의 핵심으로서 대외개방지역의 확대와 더불어 외국인 투자에 대한 제도정비를 들 수 있다. 즉 중국이 외국인 투자에 대한 최소한의 법적·제도적 장치도 갖추어지지 않았으므로 이에 대한 정비를 통하여 외국 투자자의 불안을 해소하며 동시에 중국이 원하는 방향으로 외국인 투자를 유치하려 하였다. 먼저 외국인 투자에 대한 주요한 법률적 체계가 정비되는 과정은 다음과 같다.

1979년에는 기본법으로 중외합자경영기업법을 제정하였는데, 15개 조항으

13) 대공보, 1990년 10월 19일.

로 되어 있는 이 법은 그 구체적인 내용에 있어서 불분명한 부분이 많이 있었다. 이는 어느 정도 의도적인 것으로서, 일정 기간 동안의 경험을 한 후에 보다 구체적인 내용을 정리하고자 하는 것이었다. 이어 1982년에는 개정된 신헌법이 외국인 투자의 존재와 법적인 보호를 규정하였으며, 1983년 9월 그간의 경험을 바탕으로 합자기업의 설립·운영 및 각종 유인제도 등에 관하여 자세한 규정을 가진 중외합자경영기업법 실시조례를 공포하였다.

또한 1986년 4월에는 외자기업법 실시조례를 공포하여 사회주의 국가 중에서는 처음으로 100% 외국인 투자기업을 (독자기업) 법적으로 인정하고 이에 대한 규정을 정비하였고,¹⁴⁾ 1988년에는 중외합작경영기업법을 공포하여 현실적으로 많이 존재하는 합작경영기업을 대상으로 하는 제도를 정비하였다.

그러나 이들 법 역시 애매한 부분이 있어 그 구체적인 실시방법을 규정하는 실시조례가 필요로 되고 있으나 아직 규정되지 못하고 있다. 그리고 1986년 10월에 공초된 외국인 투자 장려규정은 그때까지 외국 투자자들이 제기한 문제점과 중국정부의 그간의 경험에 대한 평가에 근거하여 외국인 투자에 대하여 보다 명확하고 새로운 입장을 보였다라는 점에서 중요한 의미를 갖고 있다. 또한 1990년 4월에 1979년에 규정된 중외합자경영기업법을 개정하여 몇 가지 외국 투자자들의 불만을 해결하려 한 것은 중국정부가 천안문사태 이후에도 외국인 유치에 관심을 보이고 있다는 चे스처라는 의미를 갖고 있는 것이다. 이외에도 중앙 및 지방정부는 노동자고용, 토지이용, 특허, 계약, 조세, 중재 등 외국인 투자의 환경을 제도적으로 정비하려고 노력하였다.

이외에도 20여 개 국가와 투자보장협정, 이중과세방지협정 등의 쌍무협정을 체결하여 외국투자자들의 비경제적 위협에 대한 우려를 불식하고자 하였다. 그러나 중국에 있어서 외국인 투자활동에 관한 법률은 아직도 명확하지 않은 부분이 많이 있으며, 자의적인 행정조정 혹은 개인적인 관계에 의하여 중요한 결정이 내려지는 경우도 있다.

또한 외국인 투자유치와 관련된 조직체계를 정비하여 외국인 투자 장치를

14) 이 법에 대한 자세한 논의는 Trober(1986)를 참조

보다 원활히 하려고 하였다. 우선대외경제관계의 여러 정부부서를 통합하여 대외 경제무역부(Ministry of foreign Economic Relations and Trade: MOFERT)를 설립하여 대외무역과 외자도입을 총괄하는 정부의 창구로 삼았다. 이를 최종적으로 승인하는 기관으로서 때로는 합작 파트너 알선 및 계약을 위한 협상과정에 참여하기도 한다. 그리고 중국국제신탁투자공사(China International Trust and Investment Corporation: CITIC)를 설립하여 외국기업과 중국 내 기업간의 중개기관으로서 합작 파트너의 알선, 투자자금 조달 지원 등의 지원활동을 하고 때로는 직접 합작에 참여하도록 함으로써 외국인 투자를 보다 원활히 하도록 하였다.

또한 외국환전문은행으로서의 중국은행(Bank of China)을 부활시켜, 외국인 투자기들에 대하여 자금 대출을 포함한 금융 서비스를 제공하도록 하였으며, 그 산하에 있는 신탁자문공사들로 하여금 외국투자자에 대한 지원활동을 하도록 하였다. 그리고 우리나라에 대한 창구역할을 담당하고 있는 중국국제무역촉진위원회(China Council for Promotion of International Trade: CCPIT)는 중국의 대외무역을 증진하기 위한 활동과 더불어 외국기업에 대하여 특허권 및 상표권을 부여하며, 외국인 투자와 관련하여 분쟁이 발생했을 때 중재역할을 담당하는 등 외국인 투자유치를 지원하는 기관이다.

이상에서 살펴본 중국 측의 정책전개과정 중에서 특기할 만 한 점은 경제특구 등 외자유치를 위한 특수지역을 설치한 것과 투자형태에 대하여 큰 융통성을 발휘하여 제한된 경우이기는 하지만, 처음부터 100% 외국인 투자기업을 허용한 것에 있었다고 할 수 있다. 이 두 가지 혁신적 시도는 당시에 이데올로기적으로 대단히 민감한 문제를 가지고 있었다고 할 수 있다. 이 두 문제에 대하여는 특히 1980년대 중반에 소련 등 사회주의국가로부터 사회주의국가 내에 자본주의적 지역의 존재를 허용했다는 것과 완전한 외국자본에 의한 중국노동자의 착취가 이루어진다는 등의 논점에서 신랄한 비판을 받았다.¹⁵⁾ 반면에 중국은 대 홍콩, 대 대만관계에 있어서 내세우고 있는 1국가 2체제

15) M. I. Goldman(1989), "Joint Venture Return to Communist China and the Soviet Union," Business in the Contemporary World, Winter, pp. 84~92.

주장에 현실성을 부여하는 근거로서, 또한 중국 개방정책의 적극성을 주장하는 근거로서 이들을 사용하였다. 또 한편 이는 중국이 외국인 투자 혹은 대외개방이 중국 전체에 미치는 영향을 통제할 수 있다는 자신감을 보여주는 것이기도 하였다.

3. 중국의 외국인 직접투자 유치제도

중국은 다른 여러 나라들과 마찬가지로 자국이 원하는 방향으로 외국인 투자를 유치하기 위한 제도적 장치를 정비하여 왔다. 그 내용에는 여러 종류의 장려·우대 제도의 수립, 제한·금지 업종의 지정 등 매우 다양하고 넓은 영역이 포함되는데 다음과 같은 세 가지 측면으로 분류해 볼 수 있다.

첫째는 앞에서 설명한 바 있는 경제특구, 경제기술개발구 등 지역적 구별에 따른 유치제도이고 둘째는 장려·제한·금지·업종의 지정 등 업종 및 품목의 구별에 따른 유치제도이며, 셋째는 합자·합작경영·외국인 독자 등 투자형태에 따라 구별된 유치제도이다. 특별히 초기에는 지역 및 형태에 따른 차이가 강조되어 왔으나, 최근에는 업종(부문)에 따른 구별을 강조하는 방향으로 변화하는 경향을 보여주고 있다. 이는 1989년 이후부터 개방·개발에 따른 혜택으로부터 상대적으로 소외되어온 내륙지방 성·시들의 강력한 저항과 중앙정부의 정책변화에 따라 소수 개방지역이 연해지역으로부터 내륙지방으로 확대되어 가고 투자형태에 따른 조세상의 차별을 철폐하는 방향으로 세법개정이 추진되는 한편¹⁶⁾ 중국정부가 외국인 투자를 허가·지원함에 있어 업종에 따라 선별적인 태도를 보이는 태도에서 드러나고 있다. 외국인 투자형태의 종류와 이에 따른 유치제도의 차이를 지역별, 업종별로 살펴보면 다음과 같다.

(1) 지역별 투자유치제도

중국에는 경제특구(1980년 처음으로 실시), 연해개방도시(1984년 지정), 삼각주 광역 경제개방구(1985년 지정), 기타 경제개방구(1988년 이 후 지

16) 이와 같은 세법개정은 상당히 추진되어 1991년 중 전인대의 승인을 얻어 1992년부터 적용될 가능성이 높다. 보다 자세한 논의는 Asian Wall Street Journal 1991.2., South China Morning Post, 1991. 2. 18 참조.

정),¹⁷⁾ 등의 특별히 지정된 지역이 있어서 각각 조금씩 다른 제도를 적용하여 외국인 투자를 유치하고 있으며, 이상과 같이 개방구로 지정된 지역 외에도 외국인투자가 이루어질 수 있다.(<표 3-7> 참조).

<표3-7> 중국 7대 경제구별 중점육성 산업분야

경제구	포함된 성·시·자치구	중점육성 산업분야
양자강삼각주 및 연강지역	상해, 강소, 절강, 호북	첨단기술산업(특히 전자·반도체), 고급방직업, 식품, 금융·부동산, 정보·통신업, 정밀화학업, 정밀기계
환발해지역	북경, 천진, 허북, 산둥, 요녕	지식·기술집약산업, 수출주도형 경공업, 중형기계, 운송기계, 정밀화학, 정밀기계, 수산업
동남연해지역	광둥, 복건, 해남	전자, 수출주도형 경공업, 일용기계, 식품, 금융·보험, 부동산
서남과 화남 일부 지역	사천, 운남, 귀주, 광서	비철금속, 철합금, 수력발전, 화학비료, 중형기계와 전기, 중화학공업, 농림
동북지역	길림, 흑룡강, 내몽고	철강, 화학공업, 중형기계설비, 수입대체 대형기계화 전기설비, 운송기계, 석탄, 농림목축업 농림산물가공업
중부5개 성지역	허난, 호남, 안휘, 산서, 강서	원자대, 기계설비, 비철금속, 석탄, 전력, 철강 중형기계, 건축자재, 경공업·방직공업
서북지역	섬서, 감숙, 영하, 칭해, 신장, 서장	석유 및 석유화학공업, 에너지 산업, 비철금속, 수력발전, 원자재, 식품, 건축자재, 면화·축산물기지

자료: 한국무역협회, 「중국 비즈니스 실무 가이드」, p.33을 참고로 정리함.

그러나 위에서 언급한 여러 종류의 대외개방지역은 외국인 투자를 유치하기 위하여 특별히 지정된 지역으로서 첫째, 해당 지역의 지역정부(省·市 혹은 特區)가 일정 규모의 외국인 투자를 심사·허가 할 수 있는 보다 큰 자주권을 가지며,¹⁸⁾ 둘째, 이들 지역 내의 외국인 투자기업이 기업소득세, 이윤국외송금세, 공상통일세(일종의 거래세; turnover tax) 등 세제면에서 우대를 받으며, 셋째, 출입국, 기업관리, 인허가업무 수행 등에 있어서 보다 편리한 환경을

17) 예를 들어 요동반도 경제개방구, 산둥반도 경제개방구: 그 내에 수출가공구 등이 존재하기도함.

18) 그러나 이 권한은 개방지역정부에 국한된 것은 아니며, 중국의 행정체제와 관련하여 지역보다 상이한 외국인 투자 인가권을 가진다. 중국의 지방행정체제를 간단히 살펴보면 3개 직할시 22개, 22개 성, 5개 자치구 등 30개의 성급 행정단위가 있으며, 이밖에도 계획단열시로 지정된 대도시들은 경제적인 면에서 성급의 권한을 갖는다.

갖게 된다. 또한 경제특구와 경제기술개발구 및 수출가공구 등의 지역은 집중적인 사회 간접자본 투자를 통하여 물리적으로 보다 나은 투자 환경을 제공해 주고 있다.

먼저 지방정부에 의한 외국인 투자 인허가에 대하여 살펴보면 아래와 같다. 중국은 재정 및 국제금융부문 개혁의 일환으로, 각 지방이 상당부분의 세수와 자체적으로 획득한 외화의 일부를 유보할 수 있도록 하였으며, 또한 일정 규모의 외국인 투자를 허가할 수 있는 권한도 위양하였다. 이에 따라 중국의 각 지방정부는 매우 적극적으로 외국인 투자 유치에 위한 노력을 기울이고 있는데, 이 외국인 투자 허가권한은 지역에 따라 차이를 보이고 있다. 최근까지 알려진 바에 따르면, 경제특구의 경우 3,000만 달러(경공업) 내지 5,000만 달러(중공업) 이하 규모의 외국인 직접투자를 자체적으로 인가할 수 있으며, 대부분의 연해개방 성·시는 3,000만 달러까지, 기타 내륙의 성들은 1,000만 달러까지 인가할 수 있다.

그러나 국무원에 의하여 정해지는 이 규모는(중외합자경영기업법 실시조례 제8조 1항) 시기에 따라 바뀔 수 있는 것이며, 실제로 적용되지 않을 수도 있다. 즉 위의 허가권을 지방정부(혹은 특정부문)가 행사하는 데에는 하나의 단서가 붙어 있는데, 이는 해당 외국인 투자사업이 중앙계획에 의하여 원자재의 할당을 받을 필요가 없고, 에너지·수송·수출할당 등의 면에서 전국적인 수급균형에 영향을 주지 않아야 한다는 것이다.

따라서 위의 인가규모 기준은 투자업종에 따라 다르게 적용될 수 있으며, 또한 시기에 따라 달라질 수도 있는 것이다. 단 분명한 것은 규모가 작을수록 중앙의 관여 없이 지방정부가 독자적으로 인가권을 행사할 가능성이 높으며, 경제특구와 연해 개방 성·시의 경우 그 행사권한이 크다는 것이다.

다음으로 세계 면에서의 지역별 차이를 살펴보면 다음과 같다. 가장 중요하다고 할 수 있는 기업소득세의 경우, 외국인 투자기업에 적용되는 일반적 세율은 투자형태에 따라(중앙세와 지방세를 합하여) 30~50%에 이르고 있다. 그러나 경제특구 내의 모든 외국인 투자기업과 경제기술개발구 내의 생산성

부문(서비스 부문 제외) 외국인 투자기업은 투자형태와 관련 없이 일률적으로 15%가 적용된다. 또한 연해개방도시의 구시가지역 및 광역 개방구 내에서는 기술집약적 첨단사업과 투자액 3,000만 달러 이상으로서 투자회수기간이 긴 사업 및 에너지·교통·항만의 사업에 대해서는 15%의 세율이 적용되며, 이상의 경우에 해당되지 않는 경우에도 대부분의 생산성 부문에 대한 투자에 대해서는 20%의 감세혜택이 주어져 24%의 세율이 적용된다.

또한 기업소득세 감면기간에 있어서도, 일반적으로는 합자경영기간이 10년 이상인 합자기업인 경우에만 이익발생년도부터 2년간 기업소득세가 면제되고 그 후 3년간 50% 감세되도록 되어 있지만, 경제특구와 경제기술개발구의 경우에는 투자형태와 관계없이 위의 감면기간 혹은 기타 감면기간이 적용된다. 투자이윤을 국외로 송금할 때 적용되는 10%의 송금세가 경제특구와 경제기술개발구 내의 합자기업에 대해서는 면제되며, 또한 일종의 거래세인 공상통일세도 그 면제범위가 경제특구나 경제기술개발구의 경우 조금 더 넓다.

이외에도 경제특구의 경우에도 외국은행 지점의 존재, 활발한 요소시장(노동시장 포함)의 발달 등 보다 자본주의적인 경제 환경과 상대적으로 잘 개발된 사회기초시설 등을 제공해 주고 있으며, 연해개방도시 지역은 상대적으로 풍부한 숙련노동자의 보유와 내수시장으로서의 잠재성, 항만 등 사회기초시설의 발달 등 장점을 가지고 있다. 또한 외국인 투자기업이 중국에서 기업경영을 하기 위하여 불가피하게 의존해야 하는 관료체계에 있어서도 이들 경제특구와 연해 개방도시 등 특수지역들은 제도적으로 또한 실제적으로 외국기업들에게 훨씬 편리한 환경을 제공하고 있다. 한편 1990년 4월 신개발구로 지정된 상해의 포동지구는 경영특구 및 경제기술개발구에 상응하는 우대조치를 제공하는 등 외국인 투자를 적극적으로 유치하려는 새로운 특별지구로서 등장하고 있다. 특별한 우대조치로서는 광역 보세구역의 설치, 은행 및 기타 금융부문에 대한 외국인투자 허용, 사회기초시설 투자에 대한 특별한 세제상의 우대 등을 들 수 있다.

(2) 업종별 투자유치제도

많은 국가들이 외국인 직접투자를 유치함에 있어서 특정부문 혹은 업종을 지정하여 그 부문의 외국인 투자를 장려하거나 혹은 제한·금지하는 것은 일반적으로 나타나는 현상이다. 중국 역시 여러 가지 방법을 사용하여 부문·업종별로 외국인 투자를 장려·제한 혹은 금지해 왔는데, 이 내용의 시기에 따른 변천은 중국의 외국인 투자에 대한 평가 및 중국인 산업정책의 전개와 관련하여 살펴볼 필요가 있다.

중국이 외국인 투자를 유치한 초기에 있어서는(대략 1985년까지의 시기) 이 업종별 구분에 따른 차이가 그리 뚜렷하지 않았다. 즉, 일반적으로 서술되어진 규정에 의거하여 대부분의 농·임·수산업, 제조업, 서비스업에 대한 투자를 허용하고 있었으며, 제한 혹은 금지업종도 다소 불명확하게 규정하고 있었다. 그러나 이 시기에 있어서 대부분의 외국인 투자가 호텔 등 부동산과 관광 서비스업 및 석유 등 자원개발에 집중되었으며, 제조업의 경우에 있어서는 기술수준이 매우 낮은 투자가 대부분을 차지하는 등 중국이 기대했던 것과는 매우 낮은 투자가 대부분을 차지하는 등 중국이 기대했던 것과는 큰 차이를 보이게 되었다. 이와 같은 현상은 중국인 외국인 투자기업에 대하여 엄격히 외환수지 균형을 요구하고, 내수시장 판매를 여러 방법으로 통제하는 상황 하에서 어느 정도 불가피하게 나타나게 된 것이었다. 즉 이 상황 하에서는 외국인을 상대함으로써 쉽게 외환수입을 올릴 수 있고, 그 투자위험도 비교적 낮은 호텔, 오피스 건물 및 기타 관광·서비스업과 수출이 비교적 용이한 중·저급상품 생산의 경공업이 주요한 투자업종으로 등장하게 된 것이었다.

이들 분야의 외국인 투자가 당시 상황에서 외화획득 및 미개발분야의 발전이라는 점에서 기여한 바가 적지 않았지만, 중국 경제발전에 대한 기여하는 면에서는 제한된 효과 밖에는 갖지 못하는 것이었기 때문에 중국정부는 이에 대응하여 업종별로 투자를 장려하거나 제한하는 정책을 구체적으로 실시하기 시작하였다.

이에 따라 국가가 외국인 투자를 장려하는 업종(혹은 품목) 39종과 제한하

는 업종(혹은 품목) 12종을 지정하였다. 이 내용을 정리해 보면 장려업종으로서 고도의 기술집약적 산업, 원자재 생산 등 기초산업 및 자원탐사 개발 등이 포함되고 있으며, 제한업종에는 일수 서비스업과 (내구)소비재 완제품 생산 및 기타 기술수준이 낮고 투자기간이 짧은 반면 이익률이 높은 부문 등이 포함되어 있다. 그러나 기본적인 투자환경의 개선(예를 들어 자체 외환수지 균형규제의 완화)없이 투자업종을 제한하는 정책은 곧 외국인 투자의 침체를 가져왔으며 외국인 투자자들의 불만을 고조시켰다.

이들 문제에 대하여 중국정부도 긍정적으로 반응하여 외국인 투자기업들의 경영환경을 개선하고자 하였으며 이를 정리하여 나온 것이 공포된 22개조의 “외국인 투자 장려에 관한 규정”이다. 이 규정 중 업종별 투자유치와 관련하여 중요한 것은 ‘제품 수출기업’과 ‘선진기술기업’을 지정하여 우대하는 것이다. 이 22개조는 이 제품수출기업과 선진기술기업이 특별히 받게 되는 우대 조치들을 열거하고 있는데, 이를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 노동자에 대한 각종 보조금 지급체계(일부 국가에 지급하는)를 정비하여 노동보험, 복리비용 및 주택보조금 이외의 다른 보조금 기금을 면제한다. 둘째, 토지사용료에 있어 일정 상한을 지정하는 등 혜택을 받는다. 셋째, 용수, 전기, 수송, 통신 등을 우선적으로 제공하며 그 가격에 있어 국영기업과 동일하게 부과한다. 넷째, 단기 운영자금 및 기타 자금융자에 있어 우선권을 갖는다. 다섯째, 배당이익의 해외송금세(보통 10%)를 면제한다. 여섯째, 제품수출기업으로서 기업소득세 감면기간(앞에서 설명되었듯이, 흔히 이익발생 후 2년간 면제, 그 후 3년간 50% 감세)이 지난 후에도 전 생산액의 70% 이상을 수출하는 경우, 계속 50% 감세 받게 되며, 이미 15%의 세율을 적용받는 경제특구의 경제기술개발구의 기업과 기타 경제개발구내의 일부 기업은 10%의 세율이 적용된다. 한편 선진기술기업은 50% 감세가간을 3년 연장할 수 있다. 일곱째, 이익금을 5년 이상 재투자하는 경우 재투자분에 대하여 납부했던 기업소득세를 전액 환급받는다.

이상의 내용을 통하여 중국의 입장을 정리해 보면, 중국은 선진기술기업을

지정함으로써 중국이 필요로 하는 고도의 기술을 수반한 분야의 외국인 투자를 우대하는 한편, 이들 부문 이외에도 여러 업종에 대한 외국인투자를 장려하고 있다.

중국이 여러 통로를 통하여 외국인 투자를 장려하고 있는 부문(업종)으로는 첫째, 에너지, 항만, 교통, 통신 등 사회 간접자본 부문과 둘째, 원자재 생산을 위한 기초산업(예를 들어 석유화학공업, 철강업)을 들 수 있다. 특별히 항만건설에 대해서는 세계상 여러 특전을 부여하고 있다. 그러나 사회 간접자본 부문이나 기초산업부문의 경우 투자규모가 크고 그 회임기간이 긴 반면에 회회획득이 곤란함에 따라 외환수지균형을 이루기 어렵기 때문에 보다 실질적인 우대조치가 없는 한, 이 부문에 대한 외국인 투자가 획기적으로 증가할 가능성은 작아 보인다.

한편 외국인 투자를 제한하는 업종에는 공급과잉 상태의 호텔 등 부동산 및 일부 서비스업과 단순한 노동집약적인 기술을 이용하여 이미 중국에서 생산 가능한 제품을 생산하고 이를 중국 내 시장에 판매하려고 하는 것 등이 포함되며, 공해유발산업에 대해서는 매우 강력하게 제한하고 있다.

第 3 節 外國기업의 中國市場 進입장벽

중국에 있어 외국인 투자가 빠른 속도로 증가함에 따라 외국인투자기업의 불만이나 문제점도 여러 가지 모습으로 부각되었다. 대개 이와 같은 어려움들은 많은 경우 외국인 투자자들이 중국의 투자환경에 대한 정확한 이해 없이 투자한 결과, 겪게 되는 것이지만, 중국 측의 투자환경 개선노력 여하에 따라 개선될 수 있는 것도 상당수 있다.

우선 중국에서 외국인 투자자들이 부딪히게 되는 문제점들을 중국의 저개발성으로 인한 문제점과 중국의 체제적 특성으로 인한 문제점으로 구분하여 논의한 뒤 보다 구체적으로 중국시장에 진입하는데 제반 진입장벽에 대해서 논하기로 하겠다.

1. 중국의 저개발성에 기인한 문제점

저개발국의 발전과정 중 외환이 주요한 제약요건이 된다는 것은 이미 주지의 사실이다. 즉 경제발전과정 중 소요되는 수입을 위한 외환수요를 자국의 수출만으로서 충당하지 못하기 때문에 만성적인 외환부족현상이 거의 모든 개발도상국에서 관찰되는 것이다. 중국 역시 개발도상국으로서 전반적인 외환부족현상이 지속되고 있으며, 이에 따라 자국통화인 위안이 완전한 태환성을 갖지 못하고 있다.

이와 같은 문제에 대응하여 중국정부는 외국인 투자기업에 대하여 자체적인 외환수지균형을 이루도록 하는 원칙을 적용해 왔다. 이와 같은 자체 외환수지균형 유지의 규정은 외국인을 상대로 하는 호텔 등 서비스업이나 수출을 전문으로 하는 외국인 투자기업의 경우에는 큰 문제가 되지 않지만, 중국시장을 겨냥하고 이루어진 외국인투자기업의 경우에는 매우 심각한 문제가 되어왔다.

거의 모든 설비와 주요원자재를 수입하게 되는 많은 외국인 투자 기업의 경우, 최소한 일부 생산물을 수출하여 외환수요를 충당하여야 하지만, 이들 기업의 생산물이 국제시장에서 경쟁력을 갖지 못하는 경우가 대부분이기 때문에 큰 곤란을 겪고 있다. 즉 낮은 노임에도 불구하고 낮은 생산성과 생산품의 낮은 품질, 불충분한 상업적 사회기초시설 등의 문제로 인하여 이들 외국인 투자기업들은 기본적으로 원화의 불태환성에 기인한 문제로 인하여 과실송금에 있어서는 물론 나아가 재투자에 있어서까지 큰 어려움을 겪고 있다. 한편 중국 측의 입장에서 경제발전 초기단계에 만성적으로 존재하게 될 것으로 예상되는 국제수지적자와 외환부족현상에 직면하여 외환획득의 일부 원천으로 기대하는 외국인 투자기업들이 도 하나의 외환누출부문이 되는 것을 심각히 우려하는 것도 당연하다고 할 수 있다. 물론 또 한편으로 제한하고 비효율적인 국영기업들을 외국인 투자기업과의 경쟁에서 보호하려는 의도 또한 분명히 존재한다. 그러나 중국정부는 이 문제의 심각성으로 인하여 외국인 투자가 위축되는 현상을 보이자, 1986년 이후에 이 문제에 대한 몇 가

지 해결통로를 허용하는 등 상당히 적극적으로 대처하여 왔다.

그러나 그러한 조치들을 통하여 외환수지균형의 문제가 일부 완화되기는 하였지만, 그 모든 조치가 근본적인 해결책이기보다는 부분적인 해결통로를 제공하는 것에 그치고 있기 때문에, 중국시장 판매를 목적으로 진출한 외국인 투자기업들에게는 계속적으로 어려운 문제로 남아 있다.

중국의 저개발성으로 인한 또 다른 문제점으로는 전기, 도로, 통신 등 사업 활동을 위한 사회기초시설이 낙후되어 있는 것을 들 수 있다. 경제특구 혹은 경제기술개발구 등 특정지역을 정하여 사회기본시설의 집중적인 투자를 하고 이들 지역을 중심으로 외국인 투자를 유치하였지만, 이 문제는 계속해서 많은 외국인 투자기업에게 큰 애로사항이 되고 있으며, 이들 기업을 계속하여 중국정부에 문제를 제기하고 있다.

이와 같은 문제에 봉착하여 중국정부는 사회간접시설의 부족이 외국인 투자 유치뿐 아니라 중국의 경제성장 자체에 중대한 애로부분이 되고 있다는 것을 인식하면서, 국내자원과 세계은행 및 외국정부 등으로부터의 외국 차관을 이 부문에 집중 투자함과 동시에, 이 부문에 대한 외국인 직접투자를 적극적으로 유치하고 있다. 그러나 자본의 회임기간이 길고, 공공재의 성격을 띠는 이 부문에 대한 외국인 직접투자는 크게 기대하기 어렵다고 할 수 있다.

2. 중국의 사회주의적 경제체제에 기인한 문제점

중국의 경제체제는 지난 10여 년 개혁과정을 통하여 큰 변화를 겪어왔지만, 지금도 기본적으로는 사회주의적 중앙계획체제를 유지하고 있다고 할 수 있다. 즉 자원배분의 주요 기능이 아직도 중앙계획에 의하여 이루어지고, 시장의 기능이 이를 보조하는 상태에 있는 것이다. 반면에 중국에 투자한 외국 기업들은 이윤을 추구하는 사영기업들로서 시장여건에 따라 주요한 행동을 결정하는 자본주의적 경제 환경에 익숙해 있다.

따라서 단순히 볼 경우에도 중국의 국내경제와 중국에 있는 외국인 투자기업간에는 갈등의 소지가 존재한다. 비록 중국정부가 여러 제도적 장치를 통

하여 외국인 투자기업 혹은 일부 농촌기업과 개체 및 사영기업의 자유로운 경제활동을 허락한다고 할지라도, 이들 부문의 규모가 커짐에 따라 중앙계획과의 갈등은 드러나게 마련이다. 이와 같은 성격의 문제들을 열거해 보면 아래와 같다.

첫째, 자금 및 주요 원자재의 배분문제를 들 수 있다. 현 체제하에서 자금, 에너지 및 기타 주요 원자재는 중앙계획에 따라 행정적인 절차를 통하여 배분된다. 이들 중간재의 수요는 계획을 담당하는 행정기구에 의하여 미리(흔히 1년 단위) 결정되며, 이와 같이 결정·하당된 것은 쉽게 변경할 수 없다. 중국의 경우 경제개혁의 결과로 중앙계획의 할당량 이상의 투입물을 시장에서 조달할 수 있게 되었지만, 중간재 시장은 충분히 성장하고 있지 못하다. 또한 이와 같은 두 가지 자원배분체제의 공존에 따른 한 재화에 대한 두 가지 가격의 존재는 정상적인 경제활동을 통한 이윤추구보다는 비정상적인 준지대를 추구하는 투기행위와 자원할당을 담당하는 관리들의 부패현상을 일으키고 있는 상황이다. 그리고 중국에서 나타나고 있는 지역보호주의 현상은 지역간의 원활한 물류교류를 심각하게 저해함으로써 원자재 조달을 더욱 어렵게 하고 있다.

이와 같은 상황에서 외국인 투자기업은 필요한 원자재를 확보하는 데에 큰 어려움을 겪게 되었다. 외국인 투자기업의 수가 늘어나면서 이 문제가 심각해지자 이에 대하여 중국정부가 취한 첫 번째 태도는 외국인 투자기업 스스로가 이 문제를 해결해야 한다는 것이었다. 즉 중국 내 시장을 통하여 구매하거나 외국에서 수입하여 원자재를 조달해야 한다는 것이었다.

그러나 이 경우 외국인 투자기업들은 높은 가격을 지불해야 하고 또한 적기 조달에 문제가 발생했기 때문에 계속 불만을 표시하고 있고, 동시에 국내에서도 여러 비판의 소리가 나타났다. 즉 이 경우 외국인 투자기업이 대부분의 원자재를 수입하게 됨으로써 국내경제와의 연계가 단절되고, 따라서 외국인 투자를 통하여 국내의 자원을 개발하고 경제성장을 촉진시킨다는 원래의 목적과 상충되며 또한 직접적으로 최소한 외화의 지출이 늘어나고 생산비가 상

승한다는 문제가 발생한다는 것이다.

이와 같은 문제에 대응하여 일부 외국인 투자기업을 국가계획에 포함시키자는 안이 나왔다. 그러나 이 방안도 그 실행에 있어 어려움이 많이 있다. 우선 국가의 계획기구가 어떻게 이 복잡한 새로운 일을 수행하고, 이 방안의 실행에 따른 부문간의 이해관계를 어떻게 조정할 것인가 하는 문제가 생겨나며 많은 외국인 투자기업들 또한 이와 같이 국가의 할당에 의존하게 됨으로써 그들의 활동이 중국정부에 의해 통제될 것을 우려하게 되었다. 한편 최근에는 각 개방지역에서 ‘외자계 기업 물자공급공사’를 설립하여 외자계기업의 원자재 조달문제를 일부는 국가계획 내에서 나머지는 국내의 시장에서 조달해 주고 일정한 수수료를 받는 방법으로 해결하는 방법이 추진되고 있다. 따라서 이 문제는 중국의 경제개혁의 지속적 추진과 관련하여 계속 남아 있는 문제가 되고 있다.

두번째 문제는 노동자 고용과 임금결정에 관한 것이다. 현 체제하에서는 노동력의 배분도 기본적으로 계획에 의하여 이루어지며 정부기구를 통하여 실행된다. 또한 국영기업에 있어서는 임금 및 제수당의 결정도 정부의 영향력 하에 있다. 그러나 외국인 투자기업의 경우는 원칙적으로 기업이 노동자를 고용하거나 해고할 수 있는 권한을 가지며 그 임금도 일정한 제약하에서 자율적으로 정할 수 있게 되어 있다. 그러나 노동시장이 충분히 발달되지 못하였고 노동력의 유통성이 제도적으로 제한되어 있기 때문에 외국인 투자기업은 고용 및 해고의 자율권을 제대로 행사하지 못하고 있는 상황이다. 또한 다른 지방으로부터 숙련노동자를 고용하게 되는 경우 그 지역 노동관계기관의 허가를 받아야 한다. 결국 노동력의 적기 확보와 효율적인 노무관리를 위해서는 중국 측 정부기관의 협조가 필수적이며 따라서 이 기관과의 좋은 관계를 유지해야 할 필요가 있는 것이다.

한편 임금에 있어서도 국영기업의 동일 노동자에 비해 최소한 20% 높아야 된다는 것 외에 규정상의 다른 제약이 없지만, 외국인 투자기업과 국영기업의 임금격차가 커지고, 최근 정치적 보수물결의 득세와 더불어 소득불평등의

문제가 심각하게 논의됨에 따라 유형·무형으로 임금의 상한을 지정하려는 시도가 나타나고 있다. 결국 지방 노동시장이 제대로 발전하지 못하기 때문에 나타나는 이 문제도 중국 경제개혁의 지속적인 추진과 관련하여 계속 남아 있는 문제가 될 것이다.

이와 관련된 또 하나의 문제로서 복잡한 임금체계를 들 수 있다. 중국에 있어서 외국인 투자기업은 국영기업 임금의 120% 이상을 기본금으로 지급하는 이외에 여러 명목의 수당과 국영기업노동자에게 부여되는 주택, 의료, 연금 및 복지시설의 이용권에 상응하는 금액을 지불하여야 한다. 실제로 여러 명목 하에 지불해야 하는 보조금은 지역에 따라, 또 투자진출 형태에 따라, 또 협상내용에 따라 어느 정도 차이를 보이기는 하지만, 흔히 기본급의 150~200%에 달하고 실제 노동자가 수령하는 금액의 70~100% 정도는 국가기관에 지급 혹은 예치하게 된다.

또 하나의 문제는 중국의 복잡한 관료, 행정체계와 관리들의 경영간섭에 관한 것이다. 중앙집권적인 사회주의 경제체계와 관리들의 경영간섭에 관한 것이다. 중앙집권적인 사회주의 경제체제하에서는 모든 경제활동이 정부의 통제를 받게 되어 있으며 이를 위해 방대하고 복잡한 행정체계가 필요하게 된다. 이와 같은 행정체계는 개혁과정에서 분권화가 이루어지면서 일면 더 복잡해지기도 하였다.

따라서 외국인 투자기업은 투자계획단계의 협상과정에서부터 기업의 일상적 경영에 이르기까지 거의 모든 기업 활동에 있어서 이 관료체계와 부딪쳐야 한다. 즉 하나의 합자기업을 출범시키기 위해서는 먼저 국가계획위원회의 승인을 받아야 하고, 이어 해당부분의 승인과 대외경제무역부의 승인을 거쳐 에너지, 자금, 원자재, 노동 등의 각 담당기관을 거쳐야 한다는 등 매우 복잡한 과정을 거쳐야 하는 것이다. 이에 대한 외국 투자자들의 불만에 대하여 중국정부는 일단 일부관리들의 잘못된 행동에 기인한 것이라고 치부하는 경향이 있지만 사실은 보다 근본적인 문제라고 할 수 있다. 이 문제에 대해서 중국정부는 외국인 투자기업 인가창구를 일원화하는 등 대외경제관계기구를

개편하려고 시도하였으나, 근본적인 개혁에는 미치지 못하였고 제한적인 성과를 거두었을 뿐이다.

중국정부는 이상에서 기술한 문제들에 대하여 대체로 잘 이해하고 있으며, 실제로 상황을 개선하기 위한 노력을 기울여 왔다. 그러나 이 문제를 접근하는 기본적인 입장은 전반적인 체제개혁을 급속히 추진함으로써 직접적으로 이 문제를 해결하려는 것은 아니었다. 즉 국내 경제체제의 개혁은 되도록 신중히 추진하는 한편 경제특구와 같이 제한된 지역 내에서 보다 급진적인 경제개혁조치들을 실시하여 자본주의적 경제 환경을 조성하는 것과 외국인 투자기업 경영의 자율권을 보장함으로써, 이들 기업 내부의 환경을 국제적 수준에 맞추도록 하는 것이었다. 이와 같은 실험은 경제특구 내에서도 많은 외국인 투자기업에 있어서 괄목할 만한 성과를 나타내었고, 국내경제의 타 부문에도 상당히 긍정적인 영향을 주었다고 평가된다. 그러나 이와 같은 제한적일 수밖에 없는 것이다.

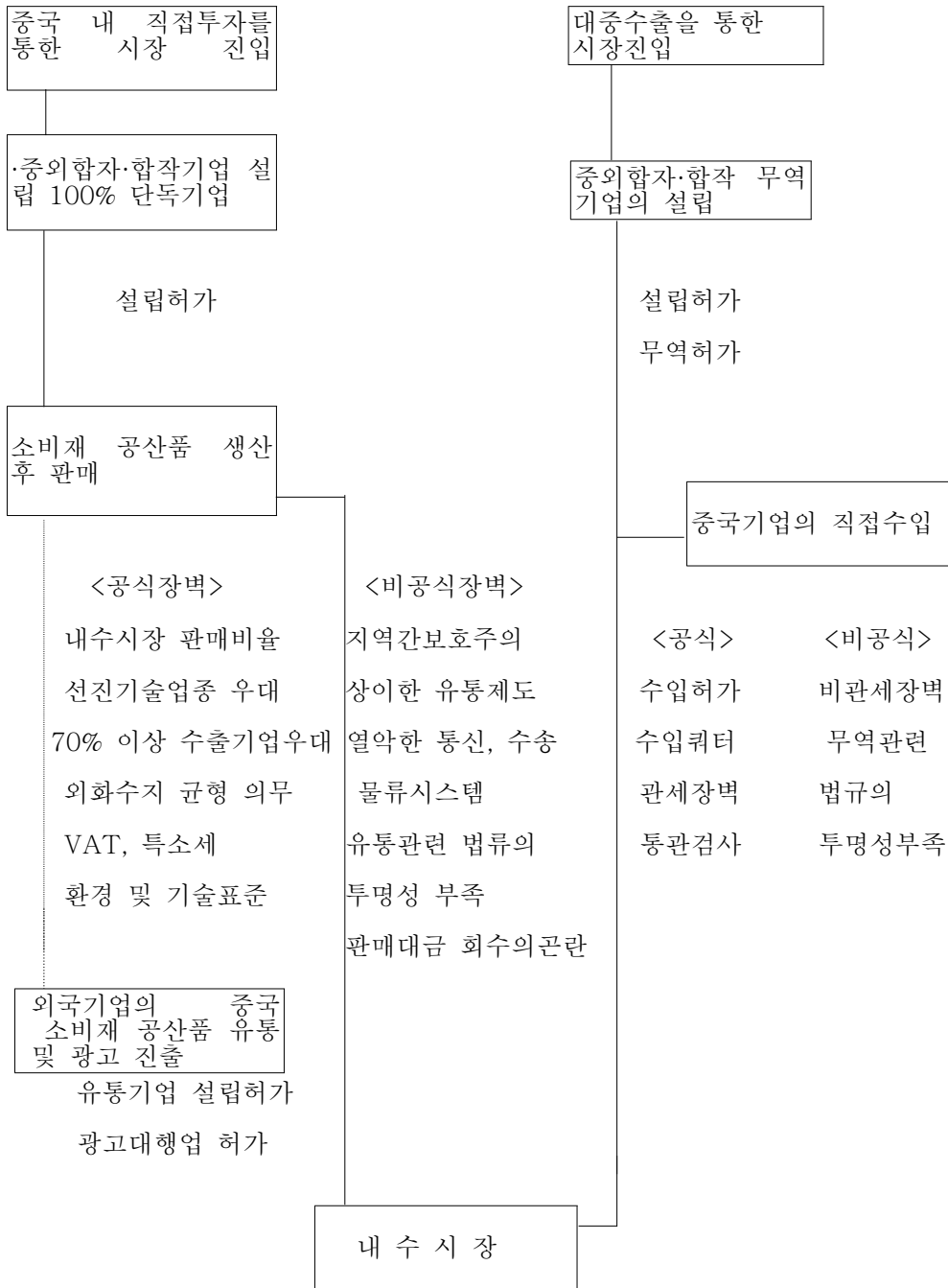
3. 진입장벽의 개념과 범위

거대한 소비시장 잠재력에도 불구하고 중국 소비재 공산품 내수 시장에 진입하는 것은 생각만큼 쉽지 않다. 실제로 많은 기업들이 12억에 가까운 인구나 높아지는 소득 및 구매력 수준만을 믿고 중국 내수시장에 뛰어들었다가 실패하는 경우를 종종 볼 수 있는데, 이 같은 문제를 해결하기 위해서는 무엇보다도 중국의 내수시장 진입장벽의 개념과 범위를 정확히 파악하는 것이 필요하다고 본다.

이를 위해서는 외국기업이 중국 소비재 공산품시장에 진입하려할 경우 봉착하게 되는 제반 진입장벽의 개념과 범위를 명확히 할 필요가 있다. 진입장벽은 보는 시각, 공식정책인가의 여부, 장벽의 설치목적 등에 따라 여러 가지 유형으로 나눌 수 있다. 우선 <그림 3-8>에서 보는 바와 같이, 중국 내 직접투자를 하려는 기업의 입장에서 보느냐, 아니면 중국시장에 수출하려는 무역업자의 입장에서 보느냐에 따라 무역장벽을 포괄하는 광의의 진입장벽과

내수시장만을 보는 협의의 진입장벽으로 나눌 수 있다.

중국시장 진입장벽은 그 성격에 따라 공식화된 제도·정책상의 진입장벽과 비공식적이거나 실질적으로 더 커다란 장애가 되는 진입장벽으로 구분되는데, 여기서는 (1) 중국정부가 세운 산업정책 차원의 진입장벽, (2) 유통업 진출에 관한 진입장벽 등 정책상의 합리적 진입장벽과 시장 선점자에 의한 전략적 진입장벽을 다루고, 가격관리(다중가격제·관료적 시장개입) 및 유통구조와 관련된 체계적인 진입장벽(systematic entry barriers)을 위주로 다루고 한다.



자료: 김익수, 「중국 내수시장의 구조적 특성과 진입·유통장벽」, 대외경제정책 연구원, p. 112.

<그림 3-8> 중국 내수시장 진입을 위한 제반 장벽

4. 제도 정책상의 공식화된 진입장벽

(1) 산업정책 차원의 진입장벽

중국정부는 일반 업종의 내수판매 비율을 30% 이하로 규제·유도하고 있으나, 수입대체품목을 생산하거나 만성적인 국내 공급부족을 완화하는 업종에 종사하는 외자기업에 대해서는 내수시장 개방 폭을 넓게 인정하는 동시에 기업소득세 감면의 혜택을 주고 있다.

<표3-9> 중국내고정자산 투자프로젝트(외국기업 포함)의 생산규모별허가기준

품목별	건설 프로젝트 생산규모 기준 (연간 생산능력)	비 고
에틸렌	신규 프로젝트: 30만 톤 이상	10개년 계획에 들어 있는 에틸렌 건설 프로젝트 외에 8.5계획 기간 중에는 신규 프로젝트를 허가하지 않으며, 그 이후에는 석유를 원료로 하는 30만 톤 이하의 신규 프로젝트는 허가하지 않음
정유	신규 프로젝트: 500만 톤 이상	이미 8.5계획 기본건설 및 기술개조 프로젝트로 반영된 프로젝트 외에 8.5 계획 기간 중에는 원칙적으로 신규 프로젝트를 허가하지 않음
폴리에틸렌	신규 프로젝트: (1) 에틸렌 방법의 채택시는 20만 톤 이상, (2) 천연가스 아세틸렌 방법의 채택시는 6만 톤 이상, (3) 칼슘카바이드아세틸렌 방법의 채택시는 4만 톤 이상	칼슘카바이드를 원료로 하는 기존기업을 에틸렌을 원료로 하는 기업으로 개조할 경우에는 반드시 8만 톤 이상이어야 함
PVC	신규 프로젝트: 계열당 4만 톤 이상	
폴리프로필렌	신규 프로젝트: 7~10만 톤 이상	
에틸렌 클리콜	신규 프로젝트: (1) 암모니아소다법의 경우 20만 톤 이상, (2) 그 외의 경우 18만 톤 이상	
가성소다	신규 프로젝트: 5만 톤 이상	
합성암모니아	신규 프로젝트: (1) 중유, 탄을 원료로 하는 경우 8만 톤 이상, (2) 천연가스, 중유, 탄을 원료로 하는 경우 6만 톤 이상, (3) 粉炭을 원료로 하는	

	경우 20만 톤 이상	
電解알루미늄	신규 프로젝트: 10만 톤 이상	신규 프로젝트는 陽極電能 및 160KW 이상의 강력한 전류사용
電解銅	신규 프로젝트: 5만 톤 이상	
酸化알루미늄	신규 프로젝트: (1) 소결법의 경우 50만 톤 이상, (2) 연합법의 경우 40만 톤 이상, (3) 바이에르법의 경우 30만 톤 이상	
섬유용 폴리에스테르	신규 프로젝트: 계열당 6만 톤 이상	대형 폴리에스테르 프로젝트의 경우 반드시 계열 당 6만 톤 이상의 생산장치를 채택하여야 함 8.5계획에 반영된 기초건설 및 기술개조 프로젝트 이외에는 8.5기간 중에는 원칙적으로 신규 프로젝트를 허가하지 않음
나일론-6 번사나일론-60번사	신규 프로젝트: 5,000톤 이상	
승용차	배기량 1,600cc이하의 신규, 확장, 기술개조 프로젝트: 15만대 이상	신규, 확장 및 기술개조 프로젝트의 경우 반드시 국무원의 허가를 받아야 함
輕型트럭	신규, 확장 및 기술개조 프로젝트: 10만대 이상	
輕型버스	신규, 확장 및 기술개조 프로젝트: 50만대 이상	
重型트럭	신규, 확장 및 기술개조 프로젝트: 1만대 이상	
자동차용 휘발유엔진	배기량 2,500cc이하의 신규, 확장 기술개조 프로젝트: 15만개 이상	
자동차용 디젤엔진	배기량 3,500cc이하의 신규, 확장, 기술개조 프로젝트: 10만개 이상	
오토바이	엔진 배기량이 150cc이하의 신규, 확장, 기술개조 프로젝트: 20만대 이상	
VTR 코어	신규, 확장 및 기술개조 프로젝트: 60만 개 이상	

자료: 김익수(1995), 「중국 내수시장의 구조적 특성과 진이·유통장벽」, 대외경제정책 연구원, p. 116.

물론 본사에서 운영자금을 지속적으로 조달해 주는 경우, 현지기업은 구태

여 70%의 수출비율에 얼마일 필요가 없으나, 그렇지 않을 경우, 30% 정도를 내수시장에 파는 기업의 경우, 판매소득이 인민폐이므로 이를 재투자하거나 원부자재 구입에 모두 소진하지 않을 경우, 달러화로 환전하는 데는 여러가지 공식적·비공식적인 불이익과 불편이 뒤따른다.

또한 대외경제무역부 외국투자관리국은 외자기업의 마케팅, 가격, 임금, 사업범위에 대한 감독을 강화하고 있는데, 중국이 이미 국제경쟁력을 갖추었다고 생각되는 섬유, 완구, 피혁, 의류, 봉제, 식품 등 노동집약형 경공업분야에 대한 외국인 직접투자는 중국기업과의 중복투자의 위험이 크므로 앞으로 억제해 나갈 계획으로 있다. 외자 기업의 입장에서 보아도 생산제품과 유사한 기존 경쟁상품이 이미 존재하는 경우 시장침투가 용이치 않고, 심한 경우 외자기업 제품의 판매가 지방정부와 결탁한 중국기업에 의해 봉쇄되기 때문에 주저하게 도는 사례도 있다.

또한 정유, 에틸렌, 화학, 알루미늄, 화섬, 자동차, 오토바이 등 자본집약적 산업의 경우, 지금까지는 생산규모와 상관없이 허가해 주었으나, 앞으로는 단위공장의 일정 생산규모가 일정수준에 이르지 못할 경우 업종제한에 추가하여 외국의 제조업투자를 허가해 주지 않는 이른바 '생산규모기준 제한'방식을 도입하였다. 1993년 3월 국무원 제16차 당무회의에서 통과된 '1990년 산업정책요강'에 기초하여 최소 생산규모별 외자기업 설립제한을 살펴보면 <표 3-9>과 같다. 여기서 알 수 있는 바와 같이, 국내의 투자를 불문하고 배기량 1,600cc 이하의 승용차는 건설예정공장이 최소한 15만대 이상이어야 하고, 경트럭은 10만대 이상. 배기량 150cc 이하의 오토바이는 20만대 이상으로 최소 생산규모가 정해져 있다.

(2) 외자기업의 유통부문 진출에 관한 제한

가) 유통업에 대한 직접투자 제한

1991년까지만 해도 중국은 유통업에 대한 외국기업의 직접투자를 전면금지

하였다. 그러나 1992년 6월 중국 국무원은 “제3차 산업 발전·촉진에 관한 결정”을 채택·발표하면서 3차 산업 진흥정책의 일환으로 유통부문을 외국인 직접투자에 단계적으로 개방하기로 하고, 우선 소매부분을 개방하였다. 그리하여 1992년 7월 국무원은 3개 직할시(상해, 북경, 천진), 5개 경제특구(심천, 주해, 산정, 하문, 남해도), 3개 실험도시(광주, 청도, 대연) 등 11개 도시에 대해 중외합자·합작으로 최대 2개의 대형 백화점이나 쇼핑센터의 설립을 허용한다고 발표하였다.¹⁹⁾

실제로 1992년 중에는 두 개의 중외합자경영기업이 중국 내 6개 주요 도시에 백화점을 개설하였는데, 중국에 최초로 백화점을 개설한 외자기업은 일본계 유통 그룹인 야오항(Yaohan International Ltd.)이다. 동사는 1992년 9월 1,000만 달러의 49% 지분을 투자, 심수특구에 고급 수입소비재를 전문적으로 취급하는 백화점을 개설하였다. 이외에도 외자기업이 종합판매장이 아닌 자사제품만의 소매직 판매 체인을 개설하고자 할 경우, 반드시 국내무역부 등 관련 부서의 사전승인을 받아야 하고, 승인 받을 경우에도 1993년 6월 말 현재로는 직판장 개설은 11개 주요 도시에 한해서만 가능하다.

이는 곧 중국 소비재 내수 시장 진입에 있어 <표 3-10>에 요약된 바와 같이, (1) 지역제한(중국 내 11개 도시로 제한), (2) 진입업종 제한(소매업만 허용, 도소매업 겸업불허), (3) 투자방식 제한(단독투자는 불허, 합자·합작영기업만 허가), (4) 인가업체수 제한(동일 도시 내 백화점 합자업체 수는 최대 2개로 제한) 등의 제한이 동시에 적용되고 있음을 의미한다.

<표 3-10> 중국 소비재 공산품 내수시장에 대한 진입장벽

<p>1. 기존 외국기업의 내수시장 판매에 대한 진입장벽</p> <p>(1) 국가 장려업종(하이테크, 인프라, 국내 공급 공급부족, 수입대체품목 생산)에 종사하지 않는 외자기업</p> <p>(2) 시제품 생산단계에서 정상생산단계에 들어갔을 경우: 내수판매 비율이 축소됨</p> <p>2. 외국기업의 유통업 진출에 관한 진입장벽</p> <p>(1) 지역제한: 중국 내 11개 도시지역으로 제한</p> <p>(2) 업종제한: 소매업만 허용, 도소매업 겸업불허</p>
--

19) China Economic News, April 18, 1994, p.2.

- (3) 투자방식 제한: 단독투자는 불허, 합자·합작경영기업만 허가
- (4) 인가업체수 제한: 동일 도시 내 백화점 합자투자업체 수는 최대 2개로 제한
- (5) 외환평형 제한: 내수판매로 획득한 인민폐의 달러화로의 환전 불허: 반드시수출을 통해 획득한 외환으로 결제·송금토록 제한하고 있음

자료: 김익수(1995), 「중국 내수시장의 구조적 특성과 진입·유통 장벽」, 대외경제정책 연구원, P. 118

이 같은 정책적인 진입장벽(entry barriers)은 중국정부가 자국의 시장과 낙후된 유통산업을 보호하기 위한 것으로 외국기업이 중국 시장에 기술을 전수하지 않고 상품만 팔기 위해 들어오는 것을 결코 허용하지 않겠다는 정책적인 의지이며, 아편전쟁(1840) 이후 중국이 서구열강에 의해 분할되고 식민지화했던 과거의 역사와 무관하지 않다.

한편, 합자백화점의 경우 무역업 허가를 별도로 받으면 판매용 상품의 직수입이 가능하나, 이때에도 가전제품, 담배, 주류, 음료, 화장품 등은 건건 마다 별도로 수입허가를 받아야 한다. 본격적인 무역업을 위해서는 대외 무역 경제 합작부나 성·시의 대외 무역 전문 외국기업은 보세구역 내에서만 관련투자를 할 수 있도록 되어 있다. 또한 수입총액의 제한이 있어 백화점 판매총액의 30%를 초과하는 수입은 허가를 받아야 하며, 소매업인가를 받은 외자기업이 도매활동이나 타 기업을 위한 대리수출입 업은 금지되어 있다.

중국이 WTO 가입에 대비하여 중국시장에 대한 진입 장벽을 완화 하겠다고 발표한 적은 있으나, 외국기업의 시장접근(market access)협상은 주로 수입품에 대한 관세·비관세장벽의 해제·완화에 초점을 맞추고 있을 뿐, 내수시장의 장벽을 완화하기 위한 구체적인 정책조치는 여전히 미흡한 편이다. 따라서 중국 내수시장은 여전히 WTO 체제에 대비한 유치산업보호의 필요성, 산업정책, 관료제적 특성과 법제도의 미비 등으로 인해 공식 및 비공식적인 진입장벽이 높은 시장이라 정의할 수 있다.

나)도매업 금지, 소매업 단독투자 제한, 11개 도시로 진출지역 한정

1992년 하반기에 소매업이 외국인 직접투자에 개방되었음에도 불구하고, 도매업은 여전히 공식적으로 개방되어 있지 않다. 그러나 이 같은 도매업 진입제한과 소매업의 지역제한은 1994년 6월 이 후 점차 선별적·단계적으로 점차 완화되고 있는 추세이다. 우선 유통현대화를 위한 실험의 일환으로 일부 중외합자·합작기업의 소매업 진출에 관한 지역제한을 선별적으로 완화해 주고 있으며, 이제는 허가받은 지역제한을 선별적으로 완화해 주고 있으며, 이제는 허가받은 기업의 경우 전국인 소매유통망 체인개설도 가능해졌다. 실제로 복건성 복주, 호북성 무한, 사천성 성도 등 일부 지방도시는 백화점이 아닌 일반상가 형태로 외국인이 소매상점 개설을 신청할 경우, 사안별로 이를 허용해 주고 있다. 또한 동년 7월에는 100% 단독 투자에 의한 소매 외자기업의 설립도 사례별로 허용하기 시작했다.

도매업 진입제한도 일부 서방기업에 대해서는 선별적으로 완화하고 있는 추세이다. Inchcape JDH China Ltd.라는 유통회사는 1993년 상해 포동개발구에 외국기업으로 처음으로 100% 단독투자로 도매회사를 설립하였고, 홍콩의 Tiger Enterprises라는 홍콩의 기성복 의류 및 악세사리 전문판매회사도 광둥성에 합자회사를 세워 도매업에 진출하였다. 또한 상해정부는 1994년 2월, 두개의 외국기업에 대해 합자형태로 도매 및 창고업을 할 수 있도록 허가해 주었는데, 그 중 한 개는 태국의 Zhengda Group으로 포동에서 영업을 개시할 예정이며, 다른 한 개의 기업은 아직 미상이다.²⁰⁾

제조업에 종사하는 외자기업은 별도의 유통업 및 무역업 허가가 없는 한, 전매목적으로 타사 제품을 수입해서 중국 내의 다른 외자 기업이나 시장에 직판할 수 없다. 즉 수출입허가를 따로 받지 않는 한, 본사제품이라 할지라도 수입판매는 허용되지 않으며, 단지 자사제품의 생산·수출과 관련된 원부자재와 반제품만 수입할 수 있을 뿐이다. 또한 수출입업 허가를 받았다 할지라도 수입총액은 연간 매출액의 30~50%를 넘을 수 없게 되어 있다. 그러나 이 같은 도매업 허가는 어디까지나 지방정부가 ‘외자기업의 도매업 금지’에 관한

20) China Trade Report, April 1994, p.2.

중앙정부의 지침을 비공식적 경로를 통해서 특혜적·선별적으로 완화한 것이므로 중국정부의 정책적·제도적 제한이 근본적으로 해제·완화되었다고 단정 지을 수는 없다. 다만 미국과 EU 정부가 중국의 시장개방을 부단히 요구하고 있고, 중국 역시 WTO 가입에 대비하여 낙후된 유통산업을 현대화한다는 차원에서 내부 진입장벽을 점진적으로 완화할 방침으로 있기 때문에 소매업의 지역적 제한과 도매업의 진입제한과 같은 원초적인 진입장벽은 앞으로 2~3년 내에 완화될 것으로 전망된다. 중국은 당초 1994년 말 까지 GATT에 가입하려고 하였지만 미국과의 지재권 분쟁으로 성공하지 못하였다.

다) 기존 외자기업의 유통부문 진출에 대한 제한: 유통업·무역업 허가 필요

그러나 이 같은 제한은 법류의 자의적 해석이 팽배한 중국시장에 서는 우회돌파되는 경우가 많다. 실제로 많은 일본·대만·홍콩 기업들은 지방정부와의 관시(關係)나 편법(變通)을 동원하여, 현지 제조업체를 통해 일정비율의 제품을 수입판매하고 있고, 다만 공상세 납부와 관련하여 현지유통기업과 은밀한 뒷거래를 하는 것이 보통이다.

(3) 외자기업의 소비재 판매에 관한 각종 진입장벽

외국 유통업체의 중국 내 현지법인 설립은 국내무역부(舊 상업부와 물자부의 통합조직)에 출원하지만, 대외무역경제합작부(MOFTEC:舊 대외경제무역부), 국가계획위원회의 심사와 협의를 거치게 되어 있다. 우선 국내무역부는 외국인 투자자의 자격을 심사하고, 대외 무역경제합작부는 중국 측 파트너와의 합자·합작투자 계약내용과 의무준수 가능성을 심사하며, 전국적인 체인이나 판매망을 가진 대형 유통사업(투자액 3,000만 달러 미만의 경우일지라도)은 국가계획위원회에 의해 투자타당성 검토가 이루어져야 하며, 최종적으로 투자인 가입여부를 국무원이 결정·통고한다. 그러나 이 같은 심사과정에 들어가기 전에 외국인 투자자는 당해 사업의 내용과 범위가 중국정부의 제도적

진입장벽에 저촉되는지의 여부를 미리 자체적으로 검토하는 것이 필요한 바, 이를 차례대로 살펴보면 아래와 같다.

가) 단독투자 및 내수판매 비율상의 제한

중국의 현행 법규·제도에 의하면 단독투자로 제조업부문에 투자한 기업의 경우 선진 기술기업이 아니고서는 중국 내수시장에 접근이 제한되고 있다. 그러나 합자·합작이라 할지라도 내수 판매 품종, 수량, 가격, 판매방식, 연도별 판매계획 등을 중국 측과 사전협의하여, 그 결과를 계약서에 내수판매 비율과 함께 명시하도록 되어 있다. 따라서 보통 ‘수출의부비율’이라고 일컬어지는 70(수출) 대 30(내수)의 기준은 생산량의 70% 이상을 수출하는 외자기업에게 세제상의 특혜를 주겠다는 일종의 수출촉진정책이다, 강제조항은 아니다 따라서 외환수지 균형, 현지금융 획득, 본사로부터의 운전자금 조달에 애로가 없는 기업은 반드시 70%의 비율에 연연할 필요는 없다. 다만 원자재 해외조달 비중이 높은 기업의 경우, 내수시장 진출 시, 수출용 원자재에 대한 수입관세 면제 및 VAT 환급의 혜택을 받지 못하는 것은 감수해야 한다.

나) 선진기술 시업에 대한 내수판매 비율의 확대

외자기업에 대한 또 하나의 진입장벽은 선진기술 흡수와 관련된 산업정책 차원의 장벽이다. 중국은 선진기술 제품, 핵심부품, 만성적인 수입대체품, 공급부족 상품을 생산하는 외국기업에 대해서는 상대적으로 높은 내수판매 비율을 인정해 주고 있다. 이는 ‘내수시장 진출’이라는 기회와 ‘선진기술’이라는 대가를 맞바꾸자는 정책적 고려에서 나온 것으로 섬유, 의류, 피혁 등 노동집약적 분야나 공급과잉분야(예: 일반 가전)에 진출한 기업은 상대적으로 불리할 수밖에 없다. 그러나 하이테크에 관한 명확한 내부기준이 없는데다가, ‘선진기술’여부의 판단에 관한 지방정부의 재량권이 커, 실제로 이 장벽은 생각보다 쉽게 무너지고 있다.

섬유산업만을 보아도 산업 내에는 실(絲)·직물·의류·의류부속품의 경우 얼마

든지 하이테크라고 할 수 있는 품목이 많아 지방정부와의 친분관계 내지는 중국 측 합작파트너와의 협조관계가 좋을 경우, 내수시장에의 진입기회 자체를 봉쇄당하지는 않는다. 실제로 북경, 천진, 길림, 요령의 많은 기업들은 이 같은 선진기술 규정에 상관없이 내수판매 비중을 점차 늘려 나가고 있는데, 이는 곧 중국 소비시장이 공식적인 진입장벽은 높지만, 해당기업의 대처능력 여하에 따라서는 비공식적인 방법을 통해 이를 극복하는 길도 많다는 것을 시사해 주는 것이다.

5. 내수시장 선점을 위한 외자기업의 전략적 진입 저지

중국정부에 대한 중국 국내기업 보호 및 산업조직정책 차원의 진입장벽 이외에도, 중국 내수시장에 진출한 기존 외자기업이 (1) 생산 규모의 확장, (2) 대중국정부 로비의 강화, (3) 판매망의 확충, (4) 광고의 강화 등을 통해 새로 진입하려는 외자기업을 억제하려는 전략적 진입 저지(strategic entry deterrence) 사례가 늘고 있다. 예컨대 자동차산업의 경우, 중국자동차 내수시장의 46% 가량을 점하고 있는 상해 폭스바겐(Volkswagen: VW)사는 미국이나 일본 자동차 메이커들의 중국시장 진출을 억제하기 위해 대정부 로비를 강화하고 있으며, ‘코카콜라’, ‘맥도날드’ 같은 초기 시장진입자는 ‘펩시’와 ‘버거킹’ 같은 후기 시장집입자에 대해 판매망 확충·광고의 강화 등을 통해 신규진입을 연기하거나 갖의 점유율이 하락하는 것을 미연에 방지하고 있다. 이 같은 전략적 진입장벽(strategic entry barriers)은 1990년대 들어 외자기업이 급증하고, 내수시장에서 각 소비재 분야별로 외자기업기리의 경쟁이 치열해지면서 더욱 강화될 것으로 전망된다.

6. 외자 소매기업 경영·판매상의 장벽

그러나 정책적·제도적인 내수시장 진입장벽을 일단 극복했다 해도 외자기업이 부딪치는 문제는 한둘이 아니다. 이는 중국경제가 지속적으로 시장화·개방화되고 있음에도 불구하고 ‘진정한 의미에서의 시장 메커니즘’이 정착되

는 데는 시간이 많이 걸리기 때문이다.

가) 합자·합작 파트너에 대한 정보부족

우선 백화점, 종합상점 등 소매업의 경우, 합자 내지는 합작형식의 진출비중이 높는데, 합자·합작 파트너의 주관 행정부문, 소유형태, 재무상태, 신용도, 지방정부와의 관계 등을 면밀히 검토하기 위한 정보가 부족하다는 점이 제약이 되고 있다. 또한 장기간 결핍경제(shortage economy)하에 있어서 시장경제에서 통용되는 ‘고객의 만족’(customer's satisfaction)을 극대화하기 위한 서방기업의 경영방침이 수용되지 않는 경우가 많으며, 유통기업간의 횡적인 연대나 협조도 원활하지 못하다.

나) 법규의 미비와 투명성 부족

중국은 현재 외자기업의 내수시장 진입에 관한 법규를 보완해 가는 과정에 있기는 하나 불확실한 부분이 많으며, 법치국가가 아니어서 법규가 그대로 시행되지도 않는다. 즉 외자기업에게는 100% 단독투자 형태의 소매업 진출과 지역제한을 뛰어넘는 전국적인 소매업 허가는 원칙적으로 금지되고 있으나, 앞에서 설명했듯이, 일부 지방의 경우 인맥관계가 좋을 경우 특별히 허용되는 사례가 많다. 이는 결국 외자기업의 내수시장 진입에 관한 중앙정부와 지방정부의 이해관계가 다르고, 법규의 시행과 투명성, 일관성, 명료성이 부족하기 때문이다.

다) 복잡하고 관료적인 가격·유통구조

중국은 가격·유통구조가 복잡하여 이를 잘 이해하고 적절히 대응하는 데는 많은 경험과 시간이 필요하다는 점이다. 실제 판매 시 부딪치는 (1) 외환수지 균형의 필요, (2) 판매대금회수의 곤란, (3) 대리점·특약점 선정의 어려움, (4) 시장 및 판촉에 관한 정보부족, (5) 다른 외국기업과의 치열한 가격 및 품질경쟁 등은 실제 경험해 보지 않고서는 그 대응방안을 찾을 수 없다. 많은 현지 제조업체의 경우, 생산품을 도·소매상을 통해 중국시장에 위탁판매하고 있는데, 중국 측이 “대금을 제때에 100% 결제해 주지 않고 분할결제·부분결제·외상 거래하는 사례가 많아 완전한 대금회수는 6개월에서 1년여의 기

간이 걸리는 것이 보통이다. 또한 팔리지 않는 재고상품에 대해서는 중국 측이 50~60% 할인을 요구하는 경우가 많으므로 위탁판매의 경우, 믿을 만한 수탁자를 선정하는 것도 중요하지만, 대금회수, 재고처리 및 운전자금관리에 관한 사안별 대응전략을 미리 마련해 놓지 않으면 안 된다.

라) 외환수지 균형상의 제한

중국정부는 내수판매로 획득한 인민폐를 달러화로 직접 환전하여 송금하는 것을 허용하지 않고 있다. 따라서 소매부문에 종사하는 외자기업은 획득한 인민폐로 중국상품을 구입하거나 수출을 통해 획득한 외환으로 결제·송금할 수밖에 없는 바, 이 같은 제한이 유통부문에 종사하는 기업의 현금흐름을 압박하여 중국 내수시장에 진입하려는 외자기업에게 장애요인으로 작용하고 있다.²¹⁾

마) 높은 토지사용료와 임대료

우선 상해·북경의 경우 토지사용료와 임대료가 매우 비싼데, 상해 포동개발구의 경우 평당평균지가가 150~190달러 수준으로 광주보다 50% 정도 비싸며, 대연(75달러), 천진(55달러)에 비해서는 두 배 이상 비싼 편이다. 또한 포동신구 내 쇼핑센터의 경우, 월 임대료가 180달러/m²나 돼, 고가품이나 하이테크 가전 등이 아니고서는 수지타산을 맞추기 어렵다.

바) 낙후된 수송·통신 인프라

수송, 물류, 통신 등 유통관련 서비스 인프라의 낙후성도 외자기업의 중국 내수시장진입과 시장 확대를 저해하는 장애요인이 되고 있다. 중국의 화물수송량을 수송수단별로 구분해 보면 내륙수운이 45.8%, 철도가 40%, 도로가 12%, 파이프라인이 2.2%, 항공은 0.1%의 미미한 점유율을 보이고 있다. 이는 어디까지나 농산물, 광물, 원유 등 모든 종류의 화물수송량²²⁾을 기준으로 한 것인 바, 공산품만 따지면, 철도가 전체 수송량의 70%를 점하는 것으로 조사되고 있다. 이와 관련, 중국은 제8차 5개년 계획기간(1991~1995)동안

21) 「중국경제」, 1994. 10, p. 29

22) 1992년 기준 2조 9,059억 ton/km.

총920억 위안의 기본건설투자²³⁾를 계상해 놓고 있고, 1991~1994년 기간동안 약 708억 위안을 이미 투자한 바 있다.

그럼에도 불구하고 철도에 대한 투자증가율이 고속성장에 따른 수송수요 증가율에 크게 못 미쳐 철도수송 적체가 매우 심한 편이며, 원자재와 상품의 동서(연해-내륙) 및 남북간의 유통이 장애를 받고 있다. 외자기업 역시 중국 중서부 내륙의 내수시장을 개척하려해도 수송·통신 인프라가 열악해 실질적인 진출이 미약하다.

더욱이 해운, 공항, 철도, 도로 등 다른 수송수단을 연결하는 연계수송(inter-modal transportation) 내지는 복합수송체계가 미약하고 기능과 컨테이너 수송비중이 낮아, 효과적인 수송이 이루어지지 못하고 있다. 중국 철도부 발표에 의하면 1993년 중국 철도 화물수송량의 1.5%(2,060)만이 컨테이너로 운송되었고, 해상운송의 경우에도 컨테이너 수송비중이 25~30%로 세계 평균(70%)보다 매우 낮은 편이다.

사) 높은 물류비용과 수송중의 도난·분실·변질·부패

수송·통신 인프라의 낙후성과 깊은 연관을 갖지만, 중국의 경우 연해-내륙간 수송 및 도시 간 유통의 물류비용이 높아, 중국시장 진출·확대의 자연적인 진입장벽이 되고 있다. 예컨대, 광둥성에서 2,000위안인 가전제품을 북경으로 수송·판매할 경우 운송비와 물류비용으로 인해 가격이 2,700~2,800위안으로 상승한다. 더욱이 1990년대 들어서는 지방의 치안이 약화되어 수송 중에 분실되거나 도난당하는 경우가 자주 발생하고 있으나, 보험제도가 미비되어 있어 보상받을 길이 없으므로 미리 수송중의 안전에 신경을 써야 한다. 또한 수송상의 문제로 인해 상품관고, 출고 및 선적, 판매지 도착, 판매시점 간에는 상당한 시차가 있으므로, 화물적체, 보관상의 문제 등을 고려하여 제품출고시기를 많이 앞당겨야 하고, 하절기에는 식품, 의료품의 경우 수송과정중의 변질과 부패에 대해서도 대비책을 강구해야 한다.

아) 대리인을 통한 소비재 위탁판매의 한계

23) 국유부문에 대한 일종의 신 설비투자.

내수시장 판매 시 중요한 것은 합자 파트너의 도움인데, 합자 파트너의 인맥관계가 부족하거나 유통회사와의 네트워크가 약할 경우 어려움에 봉착할 수 있다. 이 경우 외자기업의 대부분은 국유유통기업, 구입판매합작사(供銷合作社), 개인회사 등 중국 내의 대리인을 통해 생산품을 내수시장에 위탁판매하게 되는데, 중국의 경우 합리적인 신용평가기준이나 전문적인 신용평가기관이 없어 대리인의 신용도(creditworthiness)를 파악하는 것이 쉽지 않다. 또한 국유 유통 기업과 개인 유통대리인간에는 행태가 달라 이에 대한 차별적인 적응이 필요하다.

우선 국유기업은 도산과 부도의 위험이 상대적으로 적은 반면, 하부 소매상의 대금회수나 신용상태에 관계없이 마구잡이로 물건을 공급하는 경향이 있어 자금회수상의 효율성이 떨어진다. 반면, 중소유통대리인이나 개인 유통기업은 대금회수에 적극적이고 일에도 열성적이거나, 부도·도산이 위험이 크고 유통에 대한 노하우가 부족해 잘 선별하지 않으면, 곤란을 겪을 수가 있다. 실제로 많은 개인 유통업자들이 상품과 대금을 함께 챙겨 달아나는 경우를 자주 보는데 법·제도적 여건이 미비 되어 있고, 중국의 국토가 넓어 이들을 찾아 고소하기란 매우 어렵다.

第 IV 章 中國市場 進出方案

第 1 節 主要 國家의 中國進出 現況과 方案

주요국의 대 중국 직접투자의 현황을 보면 홍콩, 마카오, 대만, 싱가포르 등 화교자본과 미국, 일본기업에 의한 투자가 대부분을 차지하고 있다.

<표4-1> 主要國의 對 中國 投資額 (단위: 억달러)

국별	홍콩/ 마카오	대만	미국	일본	싱가포르	한국	영국	독일	프랑스	태국
계약액	284.5	51.4	69.15	63.14	13.57	13.57	13	5.18	4.23	3.23

자료: 「중국대외무역경제연감」, 각년호, 대외무역경제합작부, 외자부, 1997.

(박상수, 전게서, p.19에서 인용)

中國은 전체 外國人 투자 중 80%이상이 홍콩, 마카오, 대만, 싱가포르 등 동남아 화교자본에 의한 것이다. 이들 화교는 대분 廣東, 福建, 浙江 등 남부 沿海地域 출신으로 출신지역별로 이들 地緣 및 人脈을 활용하여 중국진출을 주도 하고 있다. 위의 표에 나타난 바와 같이 華僑資本의 중국투자액은 전체의 총 투자액 중 약 55%를 점하고 있다. 또한 이들 화교자본은 지리적으로 가까운 華南地域에 집중적으로 투자한 것으로 나타났다. 이는 한국이 지리적인 면에서 渤海灣 지역에 집중되어 있는 것과 비슷한 것으로 볼 수 있다.

1. 美國의 對中進出

미국기업의 경우, 대중투자의 가장 두드러진 특징은 다른 국가와는 달리 중국진출 목적을 내수시장 확대에 두고 있는 점이다. 이러한 투자동기로 인해 미국기업의 투자는 多國籍企業의 進出, 多樣한 業種分布, 巨大都市에 集中, 合資企業의 選好現象이 나타나고 있다.

미국기업의 대 중국투자는 세계적인 다국적기업에서부터 중소기업 또는 개인투자자에 이르기까지 다양하다. 따라서 投資業種도 天然資源의 개발에서부터 맥도널드와 같은 패스트푸드에 이르기까지 다양하다. 미국의 대 중국 투

자는 중국정부의 政策的 育成分野인 즉 資源開發, 化學, 하이테크 메디컬(제약포함)부문과 중국의 저임금과 미국의 자본 및 유통채널상의 이점이 결합된 경공업분야 등으로 대별되고 있다. 초기에는 주로 호텔, 기타 부동산 사업, 석유개발에 종사하는 외국기업에 대한 설비 및 서비스 공급, 수출형 경공업 제품 가공분야에 집중되어있으나, 1986년 중국정부가 제조업부문에 대한 투자 장려정책을 실시한 이래 전자, 섬유, 농산품 및 식품가공, 화학제품, 소비재 등 중국의 저임금을 활용하기 위한 미국 중소기업의 투자가 증가하면서 제조업에 대한 투자비율이 높아지는 추세이다.

2. 日本의 對中進出

일본기업은 1980년대까지만 해도 중국진출에 신중한 자세를 보였으나 1992년부터 대중투자를 본격화하고 있다. 일본의 대중투자를 본격화하고 있다. 일본의 대중투자 동기는 종래의 낮은 生産費用을 이용한 生産基地의 확보에서 점차 中國 內需市場으로 관심을 바꾸고 있는 상태이다. 이는 한국의 경우와 유사한 점이 많다.

일본의 대중투자의 특징은 첫째로 일본 내의 母企業과 중국내 現地企業의 공정을 分業化하는 방식이다. 즉, 일본 내 모기업은 고기술과 高附加價值製品을 중심으로 하고 중국내의 현지기업은 일반보급형 내지 수입 대체품을 조립 생산하는 분업체계를 구축하고 있다.

<표 4-2> 中國에 進出한 日本企業의 母企業과 現地企業간의 관계

	모기업	현지기업	모기업과 현지기업간의 관계
일반	고부가가치 고기술	일반보급형기술 현지국의 수입대체품	모기업 : 부품, 기술, 자금공급 현지기업: 보급품의 조립가공 모기업에 시장정보 제공
가전	Electronics화 기술		
자동차	핵심부품 제조기술 경량화 기술	엔진, 카부레라, 차체관련기술, 도색기술	

자료: 「중국대외무역경제연감」, 각 년호, 대외무역경제합작부, 외자부, 1997.3, (박상수, 전개서, p.19에서 인용)

둘째로 일본의 대 중국 투자업종은 제조업 위주에서 不動産開發, 流通 등 비 제조업으로 多樣化되고 있고, 제조업부문 내에서 식품, 섬유, 의류 등 勞動集約的 산업에서 전지, 전자, 화학, 자동차 등 資本 集中形 업종으로 高度化되고 있다.

셋째로 일본 내의 多國籍企業의 중국 現地法人 혹은 外國企業과 투자지분을 공유하거나 부품조달, 판매망구축, 정보의 수집 등에 관한 相互提携 및 連帶關係 구축을 강화하는 것이다. 이는 한국의 기업들에게 있어서 하나의 시사점이 되고 있다.

네 번째로 投資地域과 投資業種이 多樣化하고 있다는 점이다. 특히 자본집약적인 산업의 경우 遼寧省과 黑龍江省 지역 진출이 강화되고 있는 추세이다. 이는 중국 내수시장을 겨냥해 투자지역을 다양화하는 것으로 해석할 수 있다. 이는 우리나라 기업이 渤海灣 지역 중심에서 다른 지역으로의 투자지역의 확대를 모색해야 할 필요성과 동일한 것으로 볼 수 있다.

또한 종래의 제조업 중심에서 벗어나 백화점 등 소매업과 물류를 담당하는 운송회사, 금융, 보험, 호텔, 식당 등 서비스 투자로 투자업종이 다양화하는 점이다. 이는 중국정부의 낮은 生産費用을 통한 外資留置의 利點이 弱화되고 중국시장으로의 진출을 확대하기 위한 것으로 이해된다.

중국에 투자한 일본기업들의 투자효과 및 투자성공률이 다른 나라의 투자기업에 비해 현저히 높은 것은 대체로 아래 다섯 가지 競爭優位 요소들에 기인한다고 볼 수 있다.²⁴⁾

첫째, 지속적인 연구개발을 통해 확보하고 있는 우수한 技術力을 들 수 있다. 일본기업들은 R&D 투자비 수준 및 R&D 기능은 다른 나라의 평균수준을 훨씬 초과하고 있으며 이러한 끊임없는 연구개발을 통하여 획득한 우수한 기술력은 해외시장에서 경쟁력을 갖출 수 있는 기본적인 원동력이 되고 있다.

둘째, 적극적인 現地化 戰略을 들 수 있다. 현지 업체와의 합작투자에 의한 현지 合作法人 設立, 人的資源의 現地化 등 부문에 있어서 매우 적극적이며

24) 정승채, “일본기업의 중국 투자진출전략”, 「중국통상정보」, 1996.7, pp.10-11.

현지 종업원의 교육 및 현지 관련업체와의 협력관계 구축에 노력하고 있다. 셋째, 탁월한資源動員能力을 보유하고 있는 점이다. 현지에 진출하고 있는 일본은행 수도 많고 모기업을 통한 파이낸싱 능력, 본국의 정부기관, 협회를 통한 신용공여 등을 통하여投資調達면에서 매우 유리한 위치를 차지하고 있다.

넷째, 뛰어난 전략적이 企劃能力을 들 수 있다. 대다수의 현지진출 기업들은 수년간에 걸쳐 先行調査와 직접적인 시장조사를 거쳐 구체적인 경영목표와 사업계획을 설정한 뒤 시장진입을 결정하고 있다.

마지막으로 글로벌 마케팅 능력을 들 수 있다. 중국진출의 선두에 있는 일본 종합상사 군단의 조직망 정보 활용이 용이하고 홍콩, 동남아 화교기업 및 구미기업들과의 합작진출 비중이 점차 커져가고 있다.

3. 臺灣의 對中進出

대만기업의 대 중국 투자의 투자 동기는 중국의 풍부한 저임의 노동력을 이용하는 生産基地化에 초점을 두고 있다. 아래의 표<4-3>은 대만의 중국투자동기에 대한 설문 조사내용이다. 이를 보면 저임의 勞動力이 優先的인 고려사항임을 알 수 있다. 또한 동일 언어, 문화에 대한 의사소통의 용이성 등으로 나타나 있다. 즉, 낮은 생산비용과 같은 文化的 同質感으로부터 오는 經營上의 용이성이 주요한 진출동기라고 볼 수 있다. 그러나 중국의 내수시장 규모가 커지면서 내수시장을 겨냥한 중국투자도 방향을 돌리고 있다.

<표 4-3> 臺灣企業의 對中 投資動機

조사1		조사2	
투자동기	선택비율(%)	투자동기	선택비율(%)
풍부한 저임노동력	93	저임의 노동력활용	95.8
동일언어, 혈연에 따른 의사소통의 용이성	75	언어, 문화의 유사성	82.3
저가의 토지 및 공장	63	저가토지활용의 용이성	58.3
방대한 대륙의 내수시장	43	외국구매자의 요구	40.6
노후설비의 활용	31	모기업 위험의 분사	33.3
값싸고 풍부한 원자재	31	노후설비의 활용	32.3
중국 측의 각종 특혜	31	투자우대조건	31.3
		현지시장판매	26.0

		제3국 제공 GSP	16.7
		원자재 확보	4.2

주: <조사1>은 대만의 전국공업협회가 중소기업을 대상으로 실시한 것임

<조사2>는 대만 중화경제연구원의 엄중대, 이해금이 대륙에 투자한 96개 신발업체를 대상으로 실시한 것임

자료: 김시중, 「대만기업 중국투자의 현황과 파급효과」, 대외경제정책연구원, 1993, p.37.

대만기업의 대중투자의 특징은 첫째로 대중투자 지역이 특정지역 중심에서 여타의 지역을 점차 확대해 나가고 있다는 것이다. 대만자본이 주로 廣東省과 福建省에 많이 치중에 있었다. 이는 이 지역 출신인 대만기업가의 혈연, 지연적인 관계가 중요한 작용을 한 점으로 보인다. 그러나 최근 投資地域이 多樣化하는 현상이 나타나고 있다.

둘째로 초기의 勞動集約的 産業에의 투자에서 벗어나 資本, 技術集約的인 산업부문의 비중이 증가하고 있다는 점이다. 초기의 노동집약적인 산업에 투자가 집중되어 전자·전기(부품 및 제품조립), 자전거, 신발, 섬유, 의류, 플라스틱, 금속 제품, 음식료 및 잡 제품 등에 집중되어 있었다. 이는 中國市場의 潛在力을 염두에 두고 시장진출을 모색하고 있다는 것을 나타낸다. 노동집약적인 제조업부문에 집중되어있으나 최근에는 정밀기기, 금속, 화학제품등 자본집약적인 산업의 비중이 증가추세에 있다.

그러나 아직 대만의 경우는 중국의 낮은 생산비용을 이용한 생산기지화에 비중이 크다고 볼 수 있다. 이는 한국기업의 경우와 비슷한 경우로 점차로 이러한 비중이 낮아질 것으로 보인다.

第 2 節 韓國企業의 中國進出 現況과 特徵

1. 對中進出 現況

(1) 교역現況

가) 중·한간 교역현황

중·한 교역은 양국간 산업의 상호 보완성, 지리적인 근접성 등에 기인하여 92년 수교 이후 3.1배 증가(연평균 33.2%)하여 중국은 미국, 일본에 이어 한국의 3대 교역국으로 부상하였다.

한국의 대중수출은 국교 수립 후 4.3배 증가(연평균 36.7%)하여 수출 대상국 가운데 가장 높은 증가율을 기록하고 있다. 이는 국교 수립 전 15위에서 현재 3위의 수출시장으로 부상한 것이다.

이러한 한중간의 교역의 특징은 93년 이후 한국의 중국에 대한 무역흑자가 꾸준히 증가하고 있다는 점이다. 이러한 무역흑자로 중국 측이 최근 한국에 대해 무역수지를 개선해 줄 것을 여러 차례에 걸쳐 요구하고 있기도 하다.

나) 품목별 교역현황

대중수출은 유기화학품, 일반기계, 철강제품, 전자전기제품 등 중화학제품이 전체 수출의 3/4 정도를 차지하고 있고, 대중수입은 광산물, 농산물 등의 1차 산업과 섬유류, 생활용품 등 경공업제품이 절반이상을 차지하고 있어 양국간 산업구조의 상호보완성이 교역증가의 주요 요인으로 작용하고 있다고 할 수 있다.

한국은 국교수립 이후 대중국 투자 진출관련 설비 및 원부자재 수출호조에 힘입은 바가 크다. 그러나 철강, 금속, 기계류, 섬유류 등은 최근 중국의 긴축 정책과 외자기업에 대한 우대조치 축소 등으로 수출 증가율이 다수 둔화되는 추세에 있다. 또한 화학제품의 경우 중국 내 제조증가, 수입관리 강화 등에 따른 가격하락으로 수출 증가율이 하락하고 있다.

2) 중국투자 현황

1985년 한스물산이 홍콩을 통한 우회투자의 형태로 광동성에 봉제, 완구공장을 설립한 것을 시작으로 한국기업의 중국에 대한 투자는 1988년까지 홍콩과 일본기업의 현지법인을 통한 우회투자를 중심으로 극히 제한적으로 이루어졌다. 그러나 1988년 민간차원의 교류가 확대되면서 종래의 우회투자자 직접투자의 형태로 전환되었고, 아울러 투자규모도 빠른 속도로 증가하였다.

대 중국 직접투자는 진용기업이 광둥성에 텐트 봉제공장 설립 허가를 받은 것을 필두로 하여 지속적으로 증가추세를 보였다.

<표 4-4> 대 중국 직접투자 추이 (단위: 백만달러)

	허가건수	허가금액	투자금액
~1991	161	145.7	64.5
1992	269	221.3	141.1
1993	629	622.3	263.9
1994	1,065	820.3	630.7
1995	875	1,233.6	817.9
1996	875	1,648.3	801.5
1996년 누계	3,877	4,618.5	2,720.2

자료: 한국은행, 「해외투자통계연보」, p.28.

중국경제의 고도성장에 따른 수입수요의 증가와 중한수교에 의한 무역협정은 관세효과와 투자보장협정 등 일련의 제도적인 여건개선으로 한국기업의 중국시장투자 및 임가공산업의 설비투자와 원부자재 수출증가 등이 활발하게 전개되었다. 따라서 한국기업들은 앞을 다투어 중국시장에 진출하여 중국의 현지지사가 미국, 유럽, 일본을 크게 초과하게 되었다.²⁵⁾

한국 기업의 대중투자의 발전과정을 보면 3단계 즉, 소규모 시험단계(1992 국교수립 이전) -> 급속한 발전단계(1992-1994) -> 대기업의 전면적인 투자단계(1994 이후)로 구분할 수 있으며, 현재에는 부실한 중소기업은 철수하고 대기업 특히 30대 재벌그룹이 중국 내수시장을 보고 적극적으로 진출하고 있는 상태이다.²⁶⁾

2. 對中투자의 특징

중국에 투자한 한국기업은 다른 경쟁국과 비교하여 몇 가지 특징을 나타내고 있다. 우선 한국의 대중투자는 노동집약적인 산업에 집중되었다는 점, 둘째로 발해만과 동북3성에 투자지역이 집중된 점, 셋째로 제3국 수출을 목적

25) 1993년 말 한국기업의 중국현지 주재회사 수는 184개의 해외지사와 138개의 독자기업이 현지에 진출을 함으로써 국내의 최대해외 생산기지로 부상하였다.

26) 하상조, “우리나라 중소기업의 대 중국 직접투자의 결정요인과 효율성 평가”, 산경논집 제16집, 동의대 산업경영 연구소, 1998.2, p.37.

으로 한 독자기업의 형태를 선호한다는 것이다. 27)

(1) 지역별 분포

중국이 유치한 외국인 직접투자의 70% 이상이 화남과 화중지역에 집중되어 있는 것과는 대조적으로 우리기업들의 경우에는 동북3성과 발해만 지역에 편중되어 있다. 1996년 말 현재 발해만 지역에 대한 투자는 1626건으로 한국기업 전체 대중투자의 45.9%를 차지하고 있으며 허가금액으로는 21.7억 달러로 52.7%를 차지하고 있다. 이외에 조선족의 고용이 용이한 요녕성, 길림성, 흑룡강성 등 동북 3성에 대한 투자는 1,383건, 8.2억 달러로 비율로 따져 39.1%와 19.8%를 각각 차지하고 있다. 이처럼 한국기업의 전체 대중투자의 85%가 발해만과 동북3성에 집중되어 있는 바, 이들 지역에 한국기업의 투자가 편중되고 있는 이유는 크게 네 가지로 분류할 수 있다.²⁸⁾

첫째, 중국 중앙정부가 한국과 地理的인 인접성 등을 고려하여, 산둥성정부에 한국과의 교류특혜를 부여함으로써 성정부가 한국과의 경제교류에 상당히 적극적이었다는 점이다. 1988년 이 후 양국간 비정치적인 교류가 허용되면서 산둥성 정부는 수차례에 걸쳐 국내에서 투자설명회를 개최하였으며, 1990년 9월 인천과 위해시를 잇는 화객항로와 인천-청도 해운로선이 최초로 개설됨으로써 산둥성에 대한 투자가 가속화되는 계기가 마련되었다.

둘째, 우리기업의 대중투자가 주로 이들 지역에 활발히 전개된 것은 1989년 이후로써, 이 시기에는 경제특구를 중심으로 한 남부지역의 경우 이미 개발이 거의 완료되어 제반 코스트가 상당히 상승해 있었으며, 홍콩과 대만 일본계 기업들이 선점하고 있어 이 지역에 대한 진입장벽이 상대적으로 컸다고 할 수 있다. 반면에 산둥반도와 요동반도개방구의 경우 1988년부터 개발과 개방이 공식적으로 시작되었기 때문에 제반비용이 상대적으로 저렴했기 때문이다.

셋째, 요녕성을 중심으로 한 동북3성의 경우, 타 지역에 비해 조선족 고용을

27) 1995년 말 대중 투자기업 중 독자기업이 전체투자기업의 44.9%에 달함.

28) 박상수, 한국기업의 대중투자 실태 및 경영성과 분석, 대외경제정책연구원, 1997, pp.12-13.

통해 해외투자의 가장 큰 장애요인의 하나인 의사소통문제를 해결 할 수 있으며, 산동성을 포함하여 지정학적으로 근접해 있고 문화적으로 친밀성을 가지고 있어 접근이 비교적 용이하였기 때문이다.

넷째, 한국기업들의 현지법인 운영방식의 특징에 기인한 것으로 발해만 지역에 진출한 대부분의 기업들의 경우 원부자재를 한국으로부터 수입하여 현지의 저렴한 노동력을 이용하여 조립 또는 가공한 후 국내로 역수입하거나 제3국으로 수출하는 형태를 띠고 있어 지리적으로 인접한 지역을 선호하고 있기 때문이다.

다섯째, 상술한 원인 이외에 한국기업의 가장 큰 애로사항으로 지적되고 있는 정보부족에 대한 대응으로 정보수집비용 최소화를 위해 유사한 업종이 먼저 진출해 있는 지역으로 투자가 집중되었기 때문이다.

(2) 제조업 중심의 투자

현지기업과의 경쟁에서 승리하기 위해서는 현지기업이 보유하고 있지 못한 독점적 우위요소를 가지고 있어야 한다. 그러나 한국기업은 기업특유의 우위요소가 뚜렷이 존재하지 않음에도 불구하고 중국에 진출하여 현지생산을 시도하고 있다. 그 이유는 기존의 수출시장을 확보하고 방어하기 위하여 부득이하게 중국 및 해외에 진출하여 현지생산을 시도하는 것이다. 아래의 <표 4-5>에서 보는 바와 같이 1995년 통계를 기준으로 약 30%의 기업들이 중국진출에 있어 국내에서의 고임금으로 인한 생산비용의 상승을 회피할 목적으로 중국진출을 시도한 것으로 나타났다.

<표4-5>대중국 투자동기 (단위: %)

투자동기	1995년(건수)	1994년
1. 중국시장 진출확대	58.1(148)	63.0
2. 국내 고임금으로 인한 해외 경쟁력 상실	29.0(74)	25.5
3. 원자재 확보	10.2(26)	7.4
4. 환경공해	1.7(4)	3.0
5. 기타	1.2(3)	1.1
합 계	100.0(225)	100.0

자료: 박상수, 전게서, p.17.

1996년 말 제조업에 대한 투자는 총 3,063건(잔존허가 기준)에 33.3억 달러(허가 기준)로 한국기업의 전체 대중 투자의 86.5%(건수 기준)를 차지하고 있으며, 제조업 중에서도 60% 이상은 특히 섬유, 의복, 신발, 가죽, 및 조립금속, 기타 제조 등 노동집약적이 업종에 집중되어 있는 것은 대부분이 생산효율 추구요인, 즉 중국의 값싸고 풍부한 노동력을 활용하여 생산 후 제3국 혹은 한국으로 수출하려는 목적에 의해 투자가 결정되었기 때문이다. 그러나 1993년 말 대 중국 투자의 92.2%를 점했던 제조업의 비중은 아래의 표<4-6>에서 보는 바와 같이 1994년 이후 감소세를 보이기 시작하였는바, 이는 한국기업의 대 중국 투자업종이 제조업 일변도에서 점차 타 업종으로 확대되고 있음을 의미하는 것이다.

<표 4-6> 업종별 투자현황 (단위: 건, 만 달러)

	허가기준		실행기준	
	투자건수	투자금액	투자건수	투자금액
광업	17	1,407.5	15	
임업	2	32.5	2	
수산업	39	966.0	35	926.9
제조업	3,063	33,353.7	2,495	32.5
건설업	38	18,414	28	716.0
운수업	20	3,330	19	223,347.9
무역업	50	1,151	39	
기타	309	52,593	241	
합계	3,583	411,826.6	2,874	266,259.2

자료: 한국은행, 「해외투자통계연보」, 1997, pp.44-45

대중투자는 추기의 저임금 활용을 위한 노동집약적인 산업의 대체 생산기지 단계를 거쳐 내수시장 지향형의 중화학공업에 이르기까지 투자동기 및 업종의 다양화가 이루어지고 있는 것으로 보인다. 중국의 투자환경은 임금 및 지가의 상승, 투자우대 내용 변경 등에 따라 투자진출 초기에 비해 투자 매리트가 다소 희석된 것으로 평가된다. 따라서 중국투자 업종의 다양화가 필요할 것이다. 향후 한국기업의 대중투자는 중국의 내수시장의 확대, 서비스산업의 빠른 성장, 대외개방의 가속화, 외국인 투자 선별정책 강화와 지방분권화 추세 등에 대응하면서 투자업종의 다양화를 추진해 나가야 할 것으로 보인다.

다.

第 3 節 政府次元의 支援

1. 情報支援體制의 強化

중국에 진출해 있는 한국기업의 수는 이미 수백 기업에 이르고 있는 주재인원 수도 수천 명을 상회하고 있음에도 불구하고 많은 투자기업이 투자국에 대한 정보부족과 투자경영의 경험부족 등으로 인하여 미래에 대한 확실한 비전을 갖고 있지 못한 것이 투자기업의 현실이다. 따라서 중국시장을 공략하기 위해서는 각종 정보를 개별기업이 정보의 수집과 이를 시장개척에 이용하기보다는 공동의 노력이 필요하다고 할 수 있다. 이를 테면 중소기업청에서 현지국에 가칭 ‘대중투자협력단’을 설립하여 대중국 투자기업에 대한 효율적인 투자정보를 제공할 수 있을 것이다.

대중국투자 협력단은 현지국에 근무경험이 있는 공무원, 기업체간부 등으로 조직을 구성하여 그 나라 정치, 사회, 문화 등 일반적 정보와 외자정책, 산업동향, 노동시장동향, 합작대상 유망기업 및 경쟁국 기업의 동향, 경제정책 등의 정보를 확보 제공함으로써 현지 투자기업 또는 투자 예정기업에 조언을 할 수 있을 것이다.²⁹⁾

기초 자료로서 역할을 하고 있으나, 구체적이고 세부적인 정보는 개별기업이 담당해야 하 한국의 경우 KOTRA에서 발간하는 ‘중국통상정보’등과 같이 중국투자전문지와 같은 것이 고 있으나 이는 중국진출기업이 대부분 영세한 중소기업이라는 점을 고려할 때 정부의 정책적인 뒷받침이 절실히 필요하리라 본다. 특히 전문적인 중국 연구기관을 지정하여 중구경제 관련 정보를 축적하는 것이 필요하다. 이러한 중국에 관한 정보를 데이터베이스화하여 정보의 공유화와 고도화를 이루어야 할 것이다.

29) 산업연구원, 「아세안제국의 투자환경과 우리의 진출전략」, 1994, p.67.

2. 教育訓練體系의 強化

해외파견 사원을 대상으로 한 교육이 여러 기관에서 실시되고 있으나 체계적이고 전문적 교육프로그램을 갖고 교육하는 기관은 많지 않다. 중구난방 사설단체에서 실시되는 교육으로는 고도의 전문성을 갖고 현지 국에서 어려움을 헤쳐 나가야 할 파견요원들에게는 도움이 되지 않는다. 중국의 정치, 사회, 문화 및 역사 등에 해박한 전문가들에 대한 활용도도 충분하지 못하다. 기업 측에서는 해외파견 사원에 대한 충분한 사전교육의 중요성이 절대적으로 필요할 때이지만 파견 사원에게 극히 제한된 기업 투자적 교육은 용이한 일이 아니다.

따라서 정부는 투자업계의 이러한 어려움을 해결하기 위한 해외파견 예정자를 교육시킬 수 있는 전문기관을 만들어 재정지원을 한다든지 기업에서 실시하는 교육에 투자되는 제반경비를 세금에서 변제 또는 감면시켜주는 방법 등으로 지원할 수 있을 것이다. 이러한 교육에 중국시장에 대한 전반적이 이해를 도울 수 있는 구체적이고 실무적인 내용이 포함되어야 할 것이다.

3. 金融, 稅制上的 支援強化

중국투자를 하는 기업에 있어서 금융상의 지원이 필요하리라 본다. 특히 중국시장에 진출하는 기업의 상당수가 중소기업임을 감안하여 기존의 담보위주의 대출에서 신용위주의 금융대출이 이루어지도록 정책적인 지원이 필요하리라 본다.

중국투자기업에 대한 투자의욕을 높여 주어야 한다. 현지 해외투자기업에서 한국에 송금된 배당금에 대해서는 법인세를 제외한 원천징수세만을 공제하는 직접 외국세 공제제도로부터 해외법인세까지도 공제받을 수 있는 간접외국세액 공제제도로 전환하여 과중한 세부담으로 인한 해외직접 투자의 저해요인을 제거해야 한다. 또한 해외투자 국에의 납부세액중 국내의 실제세액공제한도 내에서만 공제가 가능한 현행 일반세액 공제제도를 개정하여 해외투자기업들의 조세부담을 완화할 수 있는 방안도 적극 검토되어야 한다.

4. 國家 및 브랜드 이미지 提高³⁰⁾

중국 내에서 한국 상품의 이미지는 미국이나 일본, 유럽에 비해 상대적으로 낮은 편으로 중급제품이라는 이미지가 강한 편이다. 1994년 중국갤럽이 전국의 3,400가구를 조사한 외국제품 브랜드 인지도 조사를 한 결과 선정된 100개 브랜드 중에 44개가 미국기업 상품, 25개가 일본기업, 17개 상품이 유럽기업 상품이고 나머지 14개는 기타 국가로 선정되어 한국 상품에 대한 인지도가 현저히 낮음을 알 수 있었다.

이러한 중국 내 한국 상품에 대한 인지도가 미흡한 점을 감안하여 집중적이고 체계적인 이미지 제고를 위한 홍보활동이 강화되어야 할 것으로 보인다. 따라서 정부차원의 범국가적인 국가이미지 개선과 홍보에 정부가 적극적으로 나서야 할 것으로 보인다.

<표4-7>중국내주요상품의 인지도 (단위: %)

순위	상표	국명	인지도	순위	상표	국명	인지도
1	日立	일본	65	6	豊田	일본	54
2	코카콜라	미국	62	7	미키마우스	미국	54
3	樂聲	일본	60	8	말보로	미국	51
4	東芝	일본	58	9	鈴木	일본	47
5	靑島맥주	중국	56	10	本田	일본	47

자료: KOTRA, 「세계 주요시장 중장기 진출전략-중국편」 p.265.

우선 중국 내의 언론계 유력인사를 방한 초청하여 국가 문화와 산업소개 등의 행사를 유치하여 한국에 대한 이미지 개선에 힘써야 할 것으로 보인다.

둘째, 현지개최 박람회 및 전시회 참가 시 국가 이미지 홍보에 힘써야 할 것으로 보인다. 또한 주한 중국유관기관과의 정기채널을 구축하여 친선 교류를 강화해 나가야 할 것으로 보인다.

第 4 節 民間次元의 進出方向과 戰略

30) KOTRA, 「세계 주요시장 중장기 진출전략-중국편」, pp.263-265. 참조.

1. SOC分野 進出

대 중국 진출에 있어서 한국기업의 투자업종에 있어 노동집약적인 산업에 주로 집중되어 있었다. 따라서 중국진출에 있어 중국이 필요로 하는 분야에 적극적으로 진출을 모색할 필요가 있다. 예를 들어 첨단업종이나 사회간접자본 및 자원개발의 투자를 확대할 필요가 있다.

중국은 최근 들어 내수둔화와 수출부진으로 당초목표 했던 8% 경제성장 달성이 불확실해지고 있다. 특히 정부기구 축소, 국영기업개혁, 금융개혁에 따른 실업자가 양산되고 있고 여기에 아시아의 금융위기로 외국인 직접투자도 감소도리 전망이어서 경기부양을 위한 새로운 조치가 필요한 상황이다. 따라서 중국정부는 대규모 사회간접투자를 시행해 고용창출을 통해 실업문제를 해결하고 금융위기를 타개하고 경기부양을 모색하고 있다. 중국정부가 투자하려는 주요 사회간접자본분야는 주로 수리, 교통, 에너지, 통신, 환경보호 등 5개부문이다.

그 중 가장 투자규모가 큰 부문은 교통 분야이다. 여기에는 도로공사, 철도공사, 해상운송, 항공운송분야, 전력분야, 수리산업 등으로 그 규모 면에서 엄청난 규모이다.

그러나 이러한 사회 간접자본 확대에 한국기업에게 큰 기회가 되고 있음에도 불구하고 한국기업이 해외에서 자금을 조달해 주도적으로 중국 인프라 시장에 참여하기가 당분간 쉽지 않을 전망이다.

따라서 본격적인 진출에 앞서 소규모 진출을 통해 건설업계 인맥구축, BOT 분야에 시행추이 및 문제점 분석, 건설수주 관행 등 정보를 파악해 추후 본격적인 진출에 대비해야 할 것이다. 홍콩 등 외국기업이 주도하는 컨소시엄에 참여해 프로젝트의 일부를 하청 받는다면 중국 국영 건설업체의 프로젝트에서 관련용역을 맡는 등 큰 투자 없이도 진출 할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다. 직접 투자하는 방식 외에도 설계, 감리, 사업타당성 분석, 환경영향평가, 도시계획 등 프로젝트 관련 용역사업 및 인프라 관련 각종 장비의 수입시장도 크게 확대될 것이기 때문이다.³¹⁾

직접 건설시장 진출과 함께 인프라 개발로 증가하는 장비, 설비시장 진출도 서둘러야 한다. 대형 건설사업 추진으로 인해 건설 중장비 수요가 급증할 것으로 예상되며 특히 2000년까지 100HP 이상의 기중기, 지게차, 착암기, 굴삭기, 동력삽, 도로용 공정기계 등 7대 건설장비에 대한 연간수요가 11만-12만대에 달할 것으로 전망되고 있다. 현재 중국은 건설 중장비 수요의 25%를 수입에 의존하고 있어 건설 중장비 진출이 유망 시 되고 있다. 또한 도시철도 관련설비 시장에도 관심을 기울여야 할 것인데 북경, 상해, 광주 등 기존 지하철 보유도시를 비롯해서 철도, 심양 등 약20개 도시에서 지하철 건설을 고려하고 있는 등 중국은 도시에서 지하철 건설을 고려하고 있는 등 중국은 도시 교통 문제해결을 위해 지하철 건설에 주력할 예정이다. 이외에도 소형 발전기 및 송배전 설비 등 발전설비, 광케이블, 전화교환기, 이동통신 단말기 등 통신설비 및 통신기기 등은 한국 제품이 경쟁력이 있으며 중국시장 수요가 급격히 확대되고 있어 적극적인 중국시장 개척 노력이 요망된다.

98년 상반기만 해도 이동통신 가입자가 500만 명 이상 증가했으며 2000년 무선전화 수요는 3천-4천만대에 이르렀다. 이에 따라 서비스시장 개방에 따른 각종 통신 기자재의 수요도 폭발적으로 늘어날 것으로 보여 서비스 시장 선점을 위한 각국의 경쟁도 치열할 전망이다.

또한 중국은 자체적으로 안정보장과 세계정체성에서의 안정보장과 세계정체에서의 더 큰 작용을 위하여 필요한 한도 내에서 국방산업을 발전시키고 있다. 물론 중국은 국방현대화를 위하여 많은 노력을 하고 있으며, 핵, 우주위성, 장거리 미사일, 제트 전투기, 원자력잠수함과 항공모함을 포함하여 첨단 병기 국산화에 성공하였다. 그러나 전술무기와 군대장비의 현대화면에서 아직도 부족한 점이 적지 않다. 이 방면에서도 많은 자금과 기술, 생산재가 필요하다는 것은 의심할 바 없는 일이다.³²⁾

2. 流通市場 進出

31) 김승남, “한국기업의 중국진출사례”, 숭실대학교 중소기업대학과 자료집 1996, p.7.

32) “중한수교 6년 경제교류 성과와 남겨진 과제”, 「월간 해외시장」, 1998.8, p.62

적극적으로 유통시장 진출을 모색할 필요가 있다. 일본은 다이에, 이세탄, 소고 등의 유통업체들이 연해지방의 대도시를 중심으로 백화점, 슈퍼마켓 등 유통망을 건설, 일본 상품의 중국시장 진출에 가교역할을 하고 있음을 주목해야 할 것이다. 일본 외에도 미국의 월마트, 프랑스의 까루프, 화란의 맥크로 등 구미선진국들이 중국 유통업 진출에 힘쓰고 있으나 한국의 경우는 전무한 상태이다. 한국도 장기적인 관점에서 중국 내 유통거점 확보를 위해 체인점, 할인매장을 합자형태로 진출하는 한편, TV홈쇼핑이나 인터넷을 통한 전자상거래 등 새로운 유통분야에의 진출도 적극 추진해야 할 것으로 보인다.³³⁾

유통시장은 일본과 구미기업 그리고 화교계 기업이 중국 내수시장을 겨냥하여 주요 도시 판매망 선점을 위해 각축을 벌이고 있다. 중국은 연해개방도시들의 백화점 및 도소매업체에 대해서 총매출액의 30% 이내로 외국제품의 수입판매를 허용하고 있으나, 앞으로 낙후된 유통업계의 현대화를 위해 내부진입장벽을 점진적으로 완화할 계획을 가지고 있다. 따라서 구매력이 큰 지역을 선정하여 집중 공략한 후 이를 기반으로 소매 판매망을 다점포하는 전략이 필요하다. 중장기적으로 목표시장과의 연계, 현지 생산을 위한 투자거점 확보를 목표로 하는 것이 바람직 할 것이다.

장기적으로 유통산업의 점진적인 개방을 염두에 두고 현지 유통기업인, 국내무역부 및 각 지방 상업위원회 관리들과의 유대강화가 필수적이라 할 수 있다. 이와 함께 관련 유통업체간의 공동 진출이나 중국시장 진출에 경험이 많은 화교 또는 제3국 업체와의 공동 진출 도 검토되어야 할 것으로 보인다. 특히, 화교자본의 영향력이 큰 화남지역의 경우 화교자본과의 공동 진출에 유리할 것이다.

중국은 현대적인 유통시장 구조의 미비, 총체적인 시장관리 난맥상, 지역 이기주의에 따른 각종 유통 장벽 등으로 대부분의 상품시장은 거의 투기장화되어 있으며 수요공급에 따른 상식적인 시장원리에 의하기 보다는 정보, 권

33) 상계논문.

력, 자금을 독점한 자에 의해 좌지우지되고 있는 지하경제가 압도하고 있는 실정이다. 따라서 현지 시장에 밝고 중국 내 각종 유통 네트워크를 보유하고 있는 현지 유력 유통망과의 긴밀한 제휴는 필수불가결한 조건이다. 34)

3. 內陸地域에 대한 進出擴大

중국정부는 내륙지방 개발을 위해 상해를 개발거점으로 양자강 연안지역의 개발에 자서고 있다. 중국의 내륙지역은 지역별로 연해지역과 동등한 외국인 투자 우대정책을 펴고는 있으나 아직까지는 각종 인프라 면에서 개선의 여지가 많으며 특히 연해지역에 비해 물류 면에서 취약하다는 점이 가장 큰 애로사항으로 등장한다. 이점은 특히 중국의 저렴한 각종 요소비용을 활용하여 제품을 가공, 한국을 비롯한 제3국 수출형 투자기업에게는 더욱 큰 취약점으로 작용한다.

그러나 내륙지역의 내수지장을 겨냥하는 기업이나 이 지역의 풍부한 자원을 활용하는 자원 개발형 기업 입장에서는 이 지역에 대한 투자는 빠르면 빠를수록 좋다고 판단된다.35) 중국정부도 제9차 5개년 계획에서 지역간 격차를 줄이는 데 최대한 역점을 둘 방침이며 이에 따라 내륙지역에 진출하는 외자기업에 대한 우대조치를 더욱 확대시킨다는 방침을 설정해놓고 있다.

따라서 한국기업의 내륙지역 투자는 제3국 가공수출정보보다는 내수시장 공략형이 주를 이루어야 한다. 이들 성정부도 독자적인 외국인투자 우대정책을 실시하고 있으므로 일단 투자기업에 대한 우대정책 면에서는 경제특구나 연해 개방도시에 결코 뒤떨어지지 않는다.

내수시장을 겨냥한 투자기업 입장에서 가장 고려되어야 할 사항중 하나가 바로 수출의무비율이다. 중국정부는 국내 산업보호와 외화벌이를 위해 생산품 중 70%는 의무적으로 수출하게 하는 이른바 수출의무규정을 외국기업에 적용하고 있다. 그러나 내륙지역 성정부는 이러한 엄격한 수출의무비율 규정의 적용은 외국기업의 투자 유치를 저해하는 가장 큰 요소로 인식, 가능한

34) 이준용, “중국 내수시장 진출을 위한 소견”, 「중국통상정보」, KOTRA., p.6.

35) 홍창표, “중국 내륙지역 투자환경과 진출방안”, 중국통상정보, KOTRA pp.40-41.

한 그 비율을 낮게 적용하고 있으며 심지어 일부 업종의 경우 100% 내수판매까지 허용하고 있으므로 업종별로 협상 여하에 따라 생산품목의 내수판매에는 큰 어려움이 없을 것으로 보인다.

<표 4-8> 내륙지역 성별 투자진출 방향

지역	부존자원	비교우위업종	경제적특성	투자진출방향
河南	몰리브덴, 알루미늄	광물자원개발, 식음료, 피혁, 제지, 의약, 고무	-경제 안정(낮은 물가상승과 임금상승) -인구과다로 내수진출유리 -양호한 교통여건	자원개발형, 내수시장개척형 농기계제조, 농수산물가공, 환경산업, 광물제련 및 가공, 유통업
湖北	인광석, 석회암	비금속채굴, 섬유 및 의류, 가구, 인쇄, 송기기	-높은 경제성장 -제조업기반확충 -양호한 교통여건으로 내수시장개척을 위한 전략거점활용 -삼협담진서로 경제활성화	수출가공형, 내수시장개척형, 자동차부품, 무역, 운수, 참고, 건설업, 전자제업, 금융업
湖南	안티모, 텅스텐, 장석, 중정석	광물자원개발, 목재, 제지, 인쇄, 석유, 비철금속가공	-1차산업(농업, 광업)발달 -교통여건양호(양자강활용)	자원개발형 농수산물가공, 비철금속 제련 및 가공, 무역, 유통
四川	티타늄, 바나늄, 망간	광물자원개발, 원목가구, 식음료, 제지, 인쇄, 의약, 플라스틱, 금속, 기계, 전자통신	-중경의 직할시승격으로 향후 내륙지역 경제중심으로 부상가능 -교통여건양호(양자강활용) -중공업중심의 경제기반 구축 -많은 인구로 내수시장진출유리	수출가공형, 자원개발형, 내수시장개척형 자원개발, 석유화학, 식음료, 의류, 무역, 금융, 전자통신
江西	은, 동	광물자원개발, 원목별채 및 가공, 제지, 인쇄, 의약, 화섬	-낮은 물가, 임금상승률 -풍부한 저임노동력 -공동제품의 높은 수출비중 -경구선 관통지역으로 남북간 물류이동 중심역할 수행	자원개발형, 수출가공형 석탄, 철 및 비철금속가공, 식

				품가공, 섬유류, 유통 등
--	--	--	--	-------------------

자료: KOTRA, 「세계 주요시장 중장기 진출전략-중국편」, 1997.12, p.270

또한 중국은 경제개발을 위해 단순히 외자기업을 유치하고 보자는 단계를 넘어서 이들에 대한 각종 금융지원을 확대하고 있다. 특히 부의 균등한 분배라는 거시적인 전략적 차원에서 상대적으로 경제가 크게 낙후된 내륙지역에 대한 자금지원을 확대할 방침으로 있어 이 지역에 투자하는 한국기업으로서 는 향 후 설비투자 확대, 증자등 자금 운용 면에 있어 상당한 도움을 받을 것으로 기대된다.

무엇보다도 한국 업체가 유의해야 할 사항은 내륙지역에 대한 투자는 빠르면 빠를수록 좋다는 점이다. 왜냐하면 현재 내륙지역 각 성·시정부는 그야말로 외국기업의 유치에 적극적이기 때문에 그 시기가 빠를수록 그만큼 지방정부로부터 지원이 많을 것이기 때문이다.

4. 投資戰略의 轉換

지금까지 한국기업은 독자기업을 선호해 왔다. 그러나 중국은 변화가 복잡하고 다양한 점을 고려하여 효율적이 내수시장공략을 위해서는 중국 측 파트너를 통해 능동적이고 신속한 대처를 할 수 있는 합작형태의 투자가 바람직 할 것이다. 외자기업에 대한 수출의무비율의 회피와 원자재의 확보를 용이하게 하여 결과적으로 중국내수시장에 접근을 용이하게 할 수 있기 때문이다.

파트너의 선정기준으로는 파트너의 마케팅 및 유통 면에서의 능력이 파트너의 정치적 배경과 자금력 못지않게 중요시되어야 한다. 아울러 성실성과 의욕이 기준이 되어야 하는데, 지금까지는 중국투자 경험에서 성실성과 의욕이 없는 상대를 배경만 보고 파트너로 선택하였다가 애를 먹는 경우가 얼마든지 있다. 이는 중국·내수시장 진입에 있어 유통 장벽과 마케팅력의 미흡으로 많은 기업들이 애로를 겪었던 것을 극복할 수 있는 방안이 될 수 있다.

이와 함께 공동 진출을 모색할 필요가 있다. 대형상사와 중소제조업체, 대형 제조업체와 중소협력업체, 업종별 중소기업 등의 형식으로 공동 진출하는 방안을 보다 적극적으로 추진할 필요가 있다. 대형상사의 경우 비교적 중국에

대한 정보를 많이 축적하고 있고 국제적인 판매망도 구축하고 있으나 현지 직접제조는 어렵거나 구조적으로 불가능하고, 중소기업체는 기술력은 있으나 현지 정보에 어둡고 해외투자경험이 없기 때문에 투자부담을 경감하고 현지와의 협상력을 높이는 방안으로 양자가 공동 진출의 필요성을 가지고 있다는 점에서 상호협력의 이점에 있다.

대형제조업체와 협력업체의 공동 진출의 경우 관련 산업의 기술이전을 내부화 할 수 있고 기술의 노출 위험도 어느 정도 조절하면서 효율추구와 현지 시장 개척을 동시에 추구할 수 있는 경쟁력 마련에 도움이 될 수 있다. 아울러 업종별 중소기업체의 공동 진출은 규모의 경제를 이루고 정보의 공유 및 현지정부에 대한 협상력 강화 등의 이점을 들 수 있다.³⁶⁾

이러한 공동 진출방안은 투자의 대규모화에 따른 위험 분산, 현지에서의 수평적인 분업체계의 구축, 내수 및 수출 마케팅능력 제고에 기여할 수 있을 것이다.³⁷⁾

5. 마케팅 戰略³⁸⁾

중국에 대한 투자전략은 우선 산업기지화에서 중국 내수시장으로의 방향전환이 우선적으로 필요할 것으로 보인다. 또한 중국이 개방개혁 속도를 조절할 것으로 보임에 따라 과거와 같은 생산비용상의 이점만을 중국진출의 목표로 할 수 없을 것으로 보인다. 이는 중국정부가 노동집약적인 제조업부문에 대한 외자유치에서 자본, 기술집약적인 산업발전, 내륙지역 개발 등의 경제정책의 전환을 면밀히 검토할 필요가 있다.

이에 대해 한국은 기업의 투자전략의 방향전환과 정부의 제도적인 뒷받침이 필요할 것으로 생각된다.

(1) 철저한 중국시장 사전조사

뚜렷한 차별적 경쟁우위를 갖고 있지 못한 한국의 기업들이 국제경쟁에서

36) 박상수, 전게서, pp.86-87.

37) 정승채, 전게논문, p.11.

38) 박귀현, “중국 내수시장을 위한 마케팅전략”, 「월간무역」, 1996.3, pp.24-26

활동기반을 구축하기 위해서는 본격적인 해외투자전략의 수행에 앞서 투자대상국 선정에 대한 정치, 경제, 문화 등에 대한 치밀한 분석을 우선적으로 수행하여야 한다. 이러한 사전조사와 사업의 타당성 검토를 통해 중복투자, 과잉투자 등으로 인한 투자의 부실화를 미연에 방지하여야 하며, 투자 여부가 결정되면 연관된 조사는 물론 일본 등 경쟁국의 투자동향 및 성공사례 등에 대한 제반조사 및 검토가 철저히 이루어져야 하겠다.

특히 중국투자 시에는 같은 지역에 중복투자 여부에 관한 검토와 함께 교통, 통신 등 사회간접자본의 정비, 현지의 자본수준 및 노동생산성, 현지 또는 제3국으로의 계속적인 판로 등을 종합적으로 고려하여야 하며, 판매활동에 제약이 있는 점을 고려해야 할 것이다.

이와 관련하여 앞으로 중소기업은 취약한 정보수집 및 분석기능을 보다 강화하여야 한다. 따라서 충분한 시간을 두고 사전조사를 해야 하며 가능한 기존투자기업의 투자경험과 정보를 공유하는 방안을 모색할 필요가 있다.

사전조사는 먼저 한국무역협회의 중국 실에서 운영하는 ‘한중 무역투자 상담실’과 같은 국내 관련기관에서 간접정보를 수집하여 분석하고, 구체적이고 생동감 있는 직접 정보는 중국현지 조사를 통해 획득하는 것이 좋은 방법일 것이다. 특히 최근 들어 외자기업에 대한 우대조치가 점차 축소되고 투자환경도 악화되고 있어 향후 중국외자 정책의 변화와 이러한 변화가 진출기업에 미칠 영향을 사전에 충분히 파악하는 것이 매우 중요한 과제이다.

(2) 시장의 세분화

목표시장 설정을 위한 시장 세분화(Market Segmentation)는 중국시장 마케팅에서 가장 중요한 개념이다. 중국시장은 12억 소비자를 가진 거대시장으로 민족별, 지역별, 계층별, 직업별, 연령별로 다양한 소비 집단으로 나누어져 있으며, 이들 집단간의 소비성향 또한 큰 격차를 보이고 있다. 따라서 이러한 시장에서 성공하기 위해서는 어떤 집단을 목표시장으로 설정하느냐가 성공의 중요한 척도가 된다.

첫 번째로 小皇帝 시장을 들 수 있다. 그간 강력하게 추진되어온 산아제한

정책으로 도시 어린이의 대부분이 독자이다. 총인구의 24%를 차지하는 어린이와 관련한 상품의 수요는 폭발적으로 증가할 것이다.

이들 대도시 어린이는 맛벌이 부부와 친·외조부모의 사랑을 독차지하는 ‘小皇帝’이다. 그런데 조부모의 경우에도 정년퇴직 후 매월 퇴직 전 월급여의 약 70%를 국가로부터 받을 뿐 아니라 정년퇴직 후 약 50%가 재취업을 하고 있어 6명이 한명의 어린이에게 지출하는 돈은 상당한 수준에 이르고 있다. 이러한 시장의 특성을 파악한 일본의 대형 유통업체와 홍콩의 대형 백화점이 공동으로 소비수준이 결코 높지 않은 무한에 어린이 전문점을 개점하여 좋은 성과를 거두고 있다.

중국에는 이미 1회용 기저귀, 베이비 식품, 완구, 아동용 의류 등의 수요가 많으며 특히 가격이 높은 외제 상품의 경우 인기가 매우 높다고 한다. 이러한 수요에 대한 반응으로 최근 수년간 P&G 및 존슨 앤 존슨 등의 세계 유명 기업들이 중국의 아동시장을 개척하여 왔다.³⁹⁾

두 번째로 小皇帝 시장과 더불어 중국의 노령층을 주목할 필요가 있다. 현재 중국의 60세 이상의 노령인구는 전체 인구의 약10% 정도 차지하고 있는데, 점차 그 비중이 증가할 것으로 예상된다. 따라서 이들 노령인구를 대상으로 건강관련 제품과 이들의 여가상품, 관광 상품 및 서비스에 대한 수요가 증가할 것으로 보인다. 지금까지의 청장년층 중심에서 이들 노령인구를 대상으로 시장접근이 필요할 것으로 본다.

세 번째로 젊은 여성들도 유망한 소비계층이다. 소위 ‘銀色市場’이라 불리우고 있다. 중국은 대부분 맛벌이 부부로서 부부간의 금전관계도 한국과 달라 독립적인 경향이 강하다. 더욱이 미혼 여성 특히 외국 기업에 근무하는 젊은 여성들은 높은 수익에 힘입어 몸치장에 열심이다. 따라서 이들 젊은 여성들을 목표로 한 시장개척이 필요하리라 본다.

(3) 우선순위의 결정

거대한 중국시장에서 성공하려면 전체시장을 상대로 판로개척을 할 수 없기

39) 「중국통상정보」, “중국의 인구구조변화와 소비시장 다변화 촉진”, 1995. 9, p.54.

때문에 우선 순위를 정하여 중요도에 따라 마케팅 자원을 집중 투입하는 것이 바람직하다.

가) 지리적 우선순위

일반적으로 중국에서는 동부지역과 남부지역이 부유하고 서부지역과 북부지역은 가난하다는 특징이 있는데, 현 시점에서 시장으로서의 가치를 가진 지역을 연해지역과 대도시 지역으로 한정하여 보면 동 지역은 상당한 유사성을 갖고 있다. 일례로 홍콩에서 상해지역으로 진출을 활발하게 전개하고 있는 일본의 야오한 그룹은 상해에서 남경까지 약 300km의 화남지역에 매장을 낸다는 계획을 세우고 있는데 이러한 사례는 지리적으로 이들 지역을 최우선적으로 공략하겠다는 마케팅 우선 전략의 일례라고 할 수 있다.

지역선정과 함께 그 지역의 특성에 맞는 마케팅 전략 수립이 동시에 고려되어야 한다. 실제로 북경이나 상해처럼 선진화된 지역에서의 시장개척 전략이 중서부 내륙에서는 통하지 않고, 광둥, 복건, 화남지역처럼 대외개방, 특히 화교인맥이 내수시장개척에 큰 역할을 하는 지역에 대한 마케팅 전략이 길림, 요녕성과 같이 다소 보수적인 동북부지역에 먹혀들리 없다.⁴⁰⁾

각 지역, 도시의 유통체계와 시장구조, 소비자 취향은 물론, 생산재와 소비재의 흐름에 관한 지방정부간 협조와 계약 관계에 대해 정확히 파악하는 것이 무엇보다도 우선되어야 한다.

중소기업의 경우 현지에서 소비재 등 완제품 생산에 의한 현지 내수시장 진출에는 시장성, 자금 투입력, 현지 유통업체와의 제휴가능성 등을 종합적으로 고려해 볼 때 넘어야 할 산이 수없이 많다.

그러나 완제품 생산용 부품, 원부자재 등의 경우 현지 투자진출을 통한 내수시장 공략가능성은 크게 확대되고 있다. 중국의 자체 및 수출 산업의 급속한 발전은 관련 산업의 불균등 성장을 초래하여 모든 산업에 걸쳐 부품 및 원부자재는 그 수요가 광대일로에 있고 이미 진출한 외자 기업들도 원가절감을 위해 중국 내 생산 원부자재 및 부품을 발굴하는데 전력하고 있기 때문이

40) 이준용, 전개논문, p.4.

다. 그러나 이것은 품목의 경우에도 현지 생산품에 대한 최소한의 공급 가능성을 보장할 수 있는 단계까지의 노력을 전제로 한다.⁴¹⁾

한국기업 및 한국 상품에 대한 인지도가 높고 좋은 이미지를 가진 지역부터 진출하는 방안도 강수할 필요가 있다. 이런 측면에서 광둥성과 같이 홍콩기업의 기반이 강한 지역에는 홍콩기업과 공동으로 진출하는 방안을 검토해 볼 만하다. 한편, 上海와 江蘇省, 浙江省 지역은 외자도입에 힘입어 높은 성장을 지속하고 있는 곳으로 화교 자본의 영향력이 아직 약해 한국기업의 우선 진출지역으로 꼽힌다.

나) 거래처 개발의 우선순위

중국 내수시장 진출 초기에는 상관습의 차이, 품질의 차이, 대금회수 등에서 문제가 발생할 소지가 많으므로 이미 진출해 있는 한국기업 혹은 외자기업의 거래를 먼저 개척하는 것이 바람직하다. 특히 현지 외자기업의 부품, 원자재 공급기업이 진출한 경우, 많은 사업기회를 발견할 수 있다.

일례로 지난 95년 12월 한국무역협회와 홍콩 무역 발전국이 공동 주최한 ‘한-홍콩 기업인 원탁회의’에서 廣東省에 진출한 홍콩의 고급의류 메이커 사장은 고급 원단을 생산하는 한국기업의 진출을 요청하였는데, 이러한 사업기회는 초기 중국 내수시장 진출의 좋은 디딤돌이 된다.

이와 더불어 중국 내에서 중국기업에 판매할 경우, 최근 중국 국영기업이 적자누적으로 대금 회수가 어려움 점을 유의하여야 할 것이다.

(4) 제품개발 및 생산

중국시장은 공급위주의 시장에서 공급과잉의 경쟁격화라는 수요주의의 시장으로 변화하면서 제품의 라이프사이클도 축소되는 한편, 신제품시장의 경쟁 또한 심화되고 있어 제품의 개발 및 생산의 중요성이 점점 커지고 있다. 예를 들면 가전제품의 경우 대도시에서는 이미 컬러TV의 수요가 일순하여 비디오, 에어컨으로 수요가 이동하고 있고, 냉장고에 대한 수요도 고급화, 다양화하고 있다. 최근에는 아동용 PC가 인기를 모으고 있다.

41) 이준용, 상계논문, pp.4-5.

한편 중국인의 의식구조, 생활패턴에 맞는 제품을 생산하는 것도 중요하다. 예를 들어 의류의 경우 중국인의 체형이나 개성에 적합한 것을 생산하는 것이 필요하다.

중국 사람들은 동일상품에 몇 개의 제품을 생산하는가에 따라 그 회사의 제품을 평가하는 경향이 있다. 즉 최근 중국에서는 “系列”이라는 말이 유행하고 있는데 이를 영어로 하면 Series(마케팅 용어로 Product Line Dept)라는 의미로 동일상품에 다양한 제품종류를 가진 기업이 우수한 기업이라는 소비자의 의식이 반영된 유행어이다. 따라서 동일한 상품이라도 다양한 제품종류의 구비를 고려해 볼 필요가 있다.

<표 4-9> 90년대 후반 분야별 중국시장 선도 상품

상품분야	90년대 후반 중국시장 선도 상품
하이테크가전	전자레인지, 가라오케기기, 캠코더, 음향기기, 멀티형VCR, 에어컨, 휴대용 전화기, VCD, 가정용PC
일반가전	대형 평면사각 TV, 전자동 세탁기, 다기능 믹서기, 전기면도기
수송기기	1,600cc 이하 경승용차, 승합차, 스쿠터
중고급 의류	유명 브랜드 아동의류, 여성정장, 레저 캐주얼복, 운동복, 하이패션, 의류, 내의류
식품	패스트푸드, 아동용식품, 인산엑기스 등 건강 보조식품, 스포츠 드링크 류
의약품	소화제, 영양제, 감기약, 간염백신, 심장병약
잡화	고급 화장품, 스포츠화, 여성용 약세사리, 아동용 전동완구
실내용품 및 실내용식품	주방용 취사 및 위생시설, 순간온수기, 고급가구, 고급벽지, 카펫, 조명기구, 타일류, 컬러유리, 플라스틱 창틀
기타	엘리베이터, 자동차부품, 컴퓨터 주변기기, 고급철강제

자료: KOTRA, 「세계 주요시장 중장기 진출전략-중국편, p.236.

(5) 회사의 위치 선정

진출기업이 내수판매 대상이 기업일 경우에는 진출기업은 판매 대상기업 가까이 위치하는 것이 유리하지만 일반 소비자를 판매대상으로 할 경우에는 시장접근이 용이한 지역에서 회사를 설립하는 것이 유리하다.

생산 및 판매회사의 위치를 결정할 때 유념해야 할 점은 소비자의 원산지에 대한 선호도이다. 중국에서는 국내 생산품일지라도 산지표시가 의무적으로 붙게 되어있다. 따라서 상품에 대한 지식과 정보가 부족한 소비자들이 물품을 구입할 때의 판단 기준으로 활용하는 것이 상표에 붙은 가격과 원산지

표시이다. 아무리 좋은 의류제품을 생산, 판매한다 하더라도 上海 혹은 廣東 산이 아닐 경우 소비자의 반응은 냉담하다. 특히 패션제품과 내국 소비재는 이러한 경향이 매우 강하다.

(6) 가격결정

중국에서도 “비쌀수록 좋은 제품”이란 인식이 지배적이다. 그러나 이러한 ‘초전소비(남들보다 먼저, 수입이상을 소비하는 현상)’의 기세도 이제는 한풀 꺾이고 있다. 따라서 가격은 소비자가 납득할 수 있는 수준에서 결정하는 것이 좋다.

사회주의 중국에서는 가격에 매우 민감하다. 가격유화 조치 이후 대부분의 공산품 가격이 자유화되었지만 여전히 一物一價의 원칙이 지배하고 있다. 따라서 제품의 품질이나 서비스의 차별화를 통한 가격차별화 전략은 아직도 時機尙早이다. 한 예로 중국 공산당 기관지에서 고가격 노선에 대한 비판을 받은 북경의 일류 백화점은 황급히 ‘다른 백화점보다 1원이라도 비싼 제품이 있으면 책임지고 가격을 내리겠다’는 방침을 발표했다.

(7) 판매촉진

유통 부문의 시장 경제화호 경영기업의 소매 판매율이 점차로 낮아지고 민간부문, 특히 외자기업의 유통부문 참여가 늘어나고 있으며, 판매방법도 다양해지고 경쟁 또한 격화되고 있다. TV에서 흘러나오는 상품 정보는 TV시청률이 50-60%에 이르는 중국에서는 소비자의 중요한 상품 정보원이 되고 있다. 신문 광고 뿐만 아니라 신문 사이에 끼워서 돌리는 광고도 등장하고 있는 등 광고매체도 다양화되고 있다.

다양한 광고매체 중 어떤 매체를 이용할 것인가를 해당지역의 경제수준과 매체의 효율성 및 중국인의 행동양식을 충분히 파악한 후 결정할 일이다.

<표 4-10> 광고에 대한 신뢰도

매체종류	가장 믿을 수 있다.	2번째	3번째	4번째	5번째
TV	77.4	10.9	5.6	2.1	1.3
신문	13.0	45.3	26.7	10.5	2.6

방송	1.9	25.6	35.7	20.5	12.7
옥외	3.4	6.4	11.8	23.1	51.9
잡지	2.5	8.7	16.9	40.4	28

자료: 정민영, “중국사람들 TV광고 가장 신뢰”, 「중국통상정보」, p.66.

위의 <표 4-10>에서 보는 바와 같이 TV는 시청률도 높을 뿐 아니라 실제로 중국시장개척에 있어서 가장 효과적인 광고매체임을 알 수 있다. 따라서 광고는 TV와 신문 등을 병행하여 활용하는 것이 바람직 할 것이다.

중국인 공짜에 대한 집념을 간과한 채 판촉방법을 잘못 선택한 예를 살펴보면 1992년 상해에 화장품 매장을 개점한 일본의 이세타이가 개점 기념으로 프랑스계 여성지 ‘엘르’에 실린 엽서 광고를 가져오면 미제 고급 립스틱을 무료로 준다고 광고한 적이 있었다. 무료 제공하기로 한 날, 이세타이 매장 앞에서 그 엽서광고를 든 수많은 군중으로 북새통을 이루었으며 증정품을 받지 못한 사람들은 ‘일본인은 거짓말쟁이’라고 화를 내고 구타까지 하여 점원들이 무릎 꿇고 사죄하는 소동이 일어났다. 결국 이세타이는 다음날 홍콩에서 수천 개의 립스틱을 구하여 나누어줌으로서 흥분한 중국 소비자들을 무마할 수 있었다.

(8) 정부정책의 활용

중국 정부의 외자 기업정책은 외자기업에 의한 중국기업의 경쟁력 강화, 생산기술 제고, 선진 경영기법 도입, 인재 교육 등을 통해 중국의 경제발전을 이루는 것을 주목적으로 하고 있다. 따라서 이러한 중국 측의 의도를 충족시키는 활동이 필요하다. 중국정부는 최근 들어 자동차, 통신, 운송, 전자 등 기간 및 첨단 산업에 대한 외자유를 적극 추진하고 있다. 한국 기업들도 이 분야에 진출하면 내수판매에 유리한 조건을 확보할 수 있다.

지역간 경쟁심리도 적극 활용할 필요가 있다. 北京과 上海, 廣東 지역간에는 우리가 이해하기 힘든 경쟁심리가 있다. 예를 들어 廣東省이 외국의 유명 백화점을 유치할 경우 上海는 廣東에 진출한 백화점에 의해 상해소재 국영 백화점 경쟁에서 뒤떨어질까 싶어 황급히 다른 외국 유명 백화점과 합작을 하는 경우가 있었다. 이러한 경향은 최근 외국 백화점의 중국 진출 러시에 영향을 주고 있다.

일반적으로 한국기업이 중국 내수시장에 진출하면 한국인 직원이 관리직을 맡고 중국인 직원에게는 통역이나 허드렛일을 맡기고 있다. 그러나 홍콩기업을 포함한 구미의 진출기업은 중국인 직원을 과감하게 관리직에 배치하고 직접 마케팅 업무를 맡기기도 한다.

이러한 차이는 한국기업과 구미기업간 인사 및 조직관리 제도의 차이에서 유래하는 것이지만 그 결과는 사뭇 다르다.

외자기업에 근무하는 중국인 직원들은 노후가 보장되는 국영기업이나 집단기업보다 몸은 힘들더라도 열심히 일해서 돈을 많이 벌고 싶어 하는 유능하고 자본주의화 된 중국인임을 알아야한다.

더욱이 동남아 화교들이 보여주듯 중국인들은 원래 뛰어난 상인 기질을 갖고 있다. 따라서 현지판매에 있어 중국인의 사고방식, 풍습, 생활양식, 소비행태를 잘 이해하고 있는 현지인들을 판매원으로 적극 활용할 수 있는 제조 및 조직을 갖추는 것이 필요하다.

이를 위해서는 중국 현지기업의 조직도 현지에 맞게 바꾸는 한편, 유능한 현지 직원들에게는 각종 수당, 한국 연수 등 각종 인센티브를 부여하는 방안이 적극적으로 검토되어야 할 것이다.

第 V 章 結論

중국경제의 부상은 한국에 있어서 또 하나의 경쟁국이 생긴다는 부정적인 면도 있으나, 중국시장이라는 상당히 매력적인 시장을 개척 할 수 있는 기회이기도 하다. 그러나 중국시장 진출을 목적으로 한 중국진출은 미흡한 것이 현실이었다.

중국시장의 구조적 특성, 진입·유통 장벽을 검토 하였는바, 이는 중국 유통 시장에 진출하려는 우리 기업에게도 많은 시사점을 준다. 우선 지금까지 한국 기업은 중국시장 진입방식에 있어 수출, 단독투자 혹은 합자, 합작에 의한 직접투자방식만을 고집하였으며, 진입이 후 내구 시장의 효과적인 개척에 관해서도 특별한 대안이 없었다.

그러나 여기서 살펴 본 바와 같이, 중국처럼 관료적이고 分權化 되어 있으며, 분할되어 있는 시장에서는, 유통 장벽을 극복수단으로서 타국 기업과의 전략적 제휴가 로비, 시장세분화 전략, 합자기업 설립보다 상대적으로 효과적임을 알 수 있었다. 따라서 앞으로는 중국시장 내에서의 마케팅 제휴를 통해, 중국시장 내 공동판매네트워크 구축, 상호교차판매, 제3진입자의 공동저지, 중국정부에 대한 공동대응 등을 도모하고, 다른 외자기업과 마케팅 제휴의 이익을 공유함으로써 중국시장 내에서의 다국간 경제협력의 지평을 넓혀 나가야 할 것이다.

여기서 중요한 것은 제휴파트너의 탐색에 관한 파트너링 전략으로, 그동안 중국 본토기업과의 합자·합작기업 설립만을 추구했던 우리나라 다국적 기업으로서, 異문화장벽으로 인한 어려움이 있긴 하지만, 미국, 일본 및 화교 기업들과의 전략적 제휴가능성을 적극적으로 검토해 볼 필요성이 있다. 특히 유통부문의 선발진입자 위치에 있는 일본(예: 야오향), 중국현지 인맥관계가 강한 홍콩 및 ASEAN의 화교 대기업과 전략적 제휴를 맺음으로써 중국 내수

시장을 개척하고 기진입기업의 경우 시장기반을 확대해 나갈 수 있을 것이다.

중국을 최근의 대외적이 경제상황의 악화를 자국의 내수부양을 통해 어느 정도 극복하는 정책을 추진하고 있으며, 그간의 개방개혁정책 추진과정에서 부작용의 하나로 지적되어온 지역간, 계층간 격차의 해소를 내륙개발에 힘을 쏟을 것으로 예상된다. 따라서 중국시장 진출이 선진국에 비해 뒤쳐진 한국 기업의 입장에서는 내륙시장개척에 나서야 할 것으로 보인다.

參考文獻

<國內文獻>

經濟論集 第 38 卷 第 1 號 1999年 3月

-서울大學校 經濟研究所

경영연구 (제30권 제2호 통권 131호) 1996년도 하반기호

-고려대학교 기업경영연구소-

고정식, “중공의 대외개방과 무역관리체제 개혁,” 산업연구원, 1988.

김시중, 「대만기업 중국투자의 현황과 파급효과」, 대외경제정책연구원, 1993.

김익수, 「중국 내수시장의 구조적 특성과 진입·유통장벽」, 대외경제정책 연구원, 1995

김정균·황동언, “중국의 WTO 가입 전망과 대응 전략,” 「VIP Report」, 7. 28, 1999.

김승남, “한국기업의 중국진출사례”, 숭실대학교 중소기업대학교 자료집 1996.

대공보, 1990년 10월 19일.

등소평 이후 중국경제 진로는?, “월간무역”, 1995년 1월호.

박귀현, “중국 내수시장을 위한 마케팅전략”, 「월간무역」, 1996.3.

박상수, 한국기업의 대중투자 실태 및 경영성과 분석, 대외경제정책연구원, 1997.

산업연구원, 「아세안제국의 투자환경과 우리의 진출전략」, 1994.

원호식, ‘1995년 한국무역의 10대 변수: 1995.

김재선, 「中國市場의 特徵과 그 進出戰略에 관한 研究」, 성균관대학교 무역 대학원 석사학위 논문, 1998.

이종빈, “중국경제의 최근 동향 및 ‘96년 전망,” 「월간무역」, 1995년 12월

호, 1995.

정혜영, 「한국·일본·대만의 대중국 투자정책의 비교 및 특징분석」, 서강대학교 공공정책대학원 석사학위 논문, 1998.

「중국경제」, 1994. 10.

「중국대외무역경제연감」, 각 년호, 대외무역경제합작부, 외자부, 1997.3,
“중국 속의 중국” Bigman Business, 1996.

조정기, “중국의 외국인투자” 「월간무역」, 1994년 12월호,

지용희·임채운 공저, “중국의 경제환경과 한국기업의 진출전략, 1999.

「中國統計年鑑」, 1992~1995년판

「中國統計摘要」, 1996,

중국통계출판사, 중국통계연감 각 연도 및 대한상공회의소, 중국 주요 경제지표, 1998

「중국통상정보」, “중국의 인구구조변화와 소비시장 다변화 촉진”, 1995.9,
중국학회, 「중국의 개혁 -성취와 한계-」, 서울: 21세기북스, 1999.

KOTRA 「월간무역」, 1995-1998, 각월호

KOTRA 「월간해외시장」, 1997-1998, 각호

KOTRA 「중국통상정보」, 1995-1997, 각월호

하상조, “우리나라 중소기업의 대 중국 직접투자의 결정요인과 효율성 평가”,
산경논집 제16집, 동의대 산업경영 연구소, 1998.

한국무역협회, 「중국 비즈니스 실무 가이드, 1997.

한국은행, 「해외투자통계연보」, 1997.

<外國文獻>

Asian Wall Street Journal 1991.2. South China Morning Post, 1991. 2.
18 참조.

China Economic News, April 18, 1994.

IMF, Direction of Trade Statistics Yearbook, 각 연도

M. I. Goldman, "Joint Venture Return to Communist China and the Soviet Union," Business in the Contemporary World, Winter, 1989.

Weijian Shan, "Reforms of China's Foreign Trade System: Experiences and Prospects," China Economic Review, Spring, 1989.

