



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

2011년 8월
석사학위논문

한국 기업의 중국시장 진출
전략에 관한 연구
- IT 중소기업을 중심으로 -

조선대학교 대학원
경제학과
강학민

한국 기업의 중국시장 진출 전략에 관한 연구

- IT 중소기업을 중심으로 -

A Study on the entering Strategy of Korean Company
to Chinese market

- Focusing on IT Mid-and small-size Firms -

2011년 8월

조선대학교 대학원

경제학과

강학민

한국 기업의 중국시장 진출 전략에 관한 연구

- IT 중소기업을 중심으로 -

지도교수 노 상 채

이 논문을 석사학위신청 논문으로 제출함

2011년 4월

조선대학교 대학원

경 제 학 과

강 학 민

강학민의 석사학위 논문을 인준함

위원장	조선대학교	교수	김제안	(인)
위원	조선대학교	교수	박진석	(인)
위원	조선대학교	교수	노상채	(인)

2011 년 6월

조선대학교 대학원

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 목적	1
제2절 연구의 방법 및 범위	2
제2장 한국IT기업의 현황	3
제1절 IT산업의 개념 및 분류	3
제2절 한국 IT중소기업의 현황 및 대 중국 진출 현황	3
1. 한국 IT중소기업의 현황	3
2. IT중소기업의 대 중국 진출 현황	6
제3절 한국 IT산업의 경쟁력	8
1. 한국 IT시장의 규모 및 성과	9
2. 수출 경쟁력 및 특화도	10
3. 기술개발 투자 및 혁신 수준	11
4. 인적자원 및 노동시장 환경	12
5. 금융 및 창업환경	13
6. IT 인프라의 수준	14
7. 친 산업적 정책 및 법 제도	16
제3장 중국의 경제현황과 IT산업의 현황	18
제1절 중국의 경제현황	18
1. 국내 경제 동향	18
2. 경제 구조 및 정책	20
3. 향후경제 전망	23
제2절 중국 IT산업의 현황	24
1. 중국 IT산업의 발전 과정	24

2. 중국 IT산업 진흥정책	31
3. 중국 IT산업의 부문별 시장분석	35
제4장 중국시장 진출을 위한 문제점 및 진출전략	51
제1절 경영의 문제점	51
1. 생산비의 상승	51
2. 노무, 인사 관리상의 애로	51
제2절 시장 환경의 문제점	52
1. 현지 원자재 조달의 부진	52
2. 사회간접 자본의 미비	53
제3절 제도적인 문제점	54
1. 세제상의 어려움	54
2. 금융제도의 낙후	55
제4절 진출전략	55
1. 철저한 시장조사	56
2. 파트너십 구축	57
3. 고급 이미지 구축	57
4. 현지교육인 투자	58
5. 지역사회와의 협력관계 구축	59
제5장 결론	61
제1절 연구의 시사점	61
제2절 연구의 한계	62
참고문헌	63

표 목 차

<표 1> 중소기업의 업종별 생산비중	4
<표 2> 중소기업의 품목별 수출 비중	4
<표 3> 중소기업의 임금상승률	5
<표 4> 기업규모별 업종별 생산비중의 변화	5
<표 5> IT중소기업의 해외진출 현황	7
<표 6> IT중소기업의 해외진출 지역	7
<표 7> 주요국의 IT산업 규모와 비중	9
<표 8> 주요국의 IT수출 경쟁력	10
<표 9> 주요국의 IT기술 혁신 수준	12
<표 10> 주요국의 인적자원 및 노동시장	13
<표 11> 주요국의 금융 및 창업환경	14
<표 12> 주요국의 IT 인프라	15
<표 13> 주요국의 IT 관련 정책 및 법제도	16
<표 14> 중국의 주요 국내경제 지표	19
<표 15> 중국의 거시경제 지표	23
<표 16> 8.5계획기간의 전자 공업 생산액의 비율	26
<표 17> 8.5 및 9.5 계획비교경제지표 대조표	29
<표 18> 중국 통신서비스시장 개방일정 및 회사참여비율	34
<표 19> 중국 컴퓨터 산업 시장 전망	36
<표 20> 1999년~2003년 중국 S/W 시장 규모 및 성장	39
<표 21> 2006년 1월 통신업 주요 통계 데이터	43
<표 22> 2002~2003년 전신서비스수입 비중 및 증가율	44
<표 23> 2000~2005년 중국 인터넷 가입자 수 발전 현황	47

Abstract

A Study on the entering Strategy of Korean Company to Chinese market

– Focusing on IT Mid-and small-size Firms –

Adviser: Prof. Noh sangchae

By. Jiang XueMin

Dept. of Economics

Graduate School, Chosun University

GwangJu, Korea

China's progress during the economic reform era that began in 1978 has been one of the great economic success stories of the post-war era. China has become the world's seventh largest economy and second largest recipient of foreign direct investment (FDI). China's performance is all the more remarkable in that its reforms have been gradual and its development has occurred despite extensive, though declining, state ownership and intervention in the economy.

The accession of China to the World Trade Organization (WTO) marks an important milestone along the reform path China has been following for more than twenty years, rather than a new direction. China has been liberalising its international trade and investment policies since the mid-1980s and is now as open as some present WTO member.

Since entering the WTO, the Chinese government has encountered the situation of having to prepare a market environment of international standards. China, a country which is relatively undeveloped in ICT (Information

and Communication Technology), eagerly wants to be an advanced nation.

Beginning in 1979, China launched several economic reforms. The central government initiated price and ownership incentives for farmers, which enabled them to sell a portion of their crops on the free market. In addition, the government established four special economic zones for the purpose of attracting foreign investment, boosting exports, and importing high technology products into China. Additional reforms followed in stages that sought to decentralize economic policy making in several economic sectors, especially trade.

The 20th century is the society of information. In this revolution of information needs people and countries to get IT (Information Technology). Today, most people agree that Chinese market is the largest market in every parts in the world, particular in IT. Many famous international enterprise already towards Chinese market, and try to preoccupy the Chinese marker.

It's a opportunity for Korea IT industry to strengthen the long-term competitiveness of the corporation, increase market shares and occupy market in advance. Entering into Chinese IT market, which is already the largest market and will remain the largest in the world, is an important goal for Korea, which has a comparatively mall market, but one which is highly penetrated.

In the digital era, a nation's competitiveness and fate is determined by the success in the field of information technology. Fortunately, Korea has a leading edge in the field of ICT which is by far the most important sector derives from the strong commitment and collaborative efforts of government, industry and R&D. However, In order to succeed in investment in China, Korean IT companies are concerned about the investment climate in China, Particularly about rules relating to establishment, the transparency of

investment rules, the tax system and so on.

This study is designed to make an in-depth analysis on the new market environment and market structure of China IT industry. Also, This study is intended to provide strategies for Korean IT companies wishing to operate in China. And the promotional strategies of Korean firms toward China in detail, examined thoroughly strategic preparation, discussion and investigated current problems of the Chinese IT market. By doing so, it focuses on key advantages of China as a location for establishing foreign direct investment compared to other countries. Building on this, general strategies for Korean IT companies to take forward from its current position on to achieve China IT market entry are suggested.

제1장 서론

제1절 연구의 목적

중국경제는 1978년의 개혁개방이후 고속성장을 지속하고 있다. 지난 10년 동안 매년 8% 이상의 세계최고 수준 경제성장 실적을 유지했다. 2006년에는 중국 국내총생산(GDP) 총액기준으로 세계 4위의 경제대국으로 하였다.

특히, WTO가입으로 인해 중국은 미국, EU, 일본 등이 주도하는 세계경제의 강력한 중심축으로 급속히 부상하게 될 것으로 보인다.¹⁾

전 세계 경제의 관심 속에 중국이 기회의 땅으로 떠오르고 있다. 특히 IT산업, 정보통신 시장은 희망의 시장으로 주목받고 있다. 최근 중국은 주요 선진국 첨단기업의 진출과 더불어 시장수요의 급속한 팽창 및 정부의 적극적인 육성정책이 어우러져 IT산업이 급속도로 발전하고 있다. 최근 5년간 중국의 IT산업은 연평균 30%이상 성장하고 있으며 이동전화, 모니터 등은 세계 최대 제조 국으로 부상하고 있다.

한편 중국은 한국의 3대무역상대국이며 최대의 투자대상지역이다. 중국은 1992년 韓中수교 이후 연평균 9.6%의 고도성장을 구가하고 있다. 2004년에 한국은 대중국 수출입 성장률을 새로운 기록을 만들고, 중국이 미국을 넘어서 제1회가 한국의 최대의 무역 대상국이 되었다. 2006년 중국과 한국의 쌍무 무역총액은 1343.1억 달러에 달하였다. 이에 따라 각 산업 특히 IT산업 부문에서의 대중국 의존도는 급격히 증대되고 있다. 중국의 IT산업은 산업규모 면에서 이미 세계 제3위로서, 앞으로도 성장엔진인 IT산업의 육성에 집중적인 노력을 경주할 것으로 보인다.

또한 중국의 WTO가입은 한국의 대중국투자를 노동집약적인 산업에서 부가가치가 높은 정보통신산업으로 확대하는 계기를 마련하였다. 그 이유는 중국의 WTO가입으로 과거의 폐쇄적이며 배타적인 체제 하에서 탈바꿈하여 더 투명하고 더 공정한 체제로 변화 되어갈 것이 분명하기 때문이다. 그러므로 한국 정보통신 기업은 중국IT시장이 점차 개방됨에 따라 대중국 IT시장에 적극 참여하여야 할 것이다.

따라서, 한국의 포화되어 있는 시장상황은 딱히 활로를 찾지 못하고 있고 미국의 경제 둔화, 일본의 지속적인 경기침체 등 많은 나라들이 힘든 상태에 놓여 있으나 중국시장

1) 한국수출입은행, “중국경제정보” 2002.8

만은 연평균 7%이상의 고속성장을 유지 하고 있으며 지리적으로도 가장 가까운 나라 이고 무한한 발전가능성을 현실화하고 있음에 한국기업에게는 무척이나 매력적인 땅이 아닐 수 없다. 특히 IT벤처기업들에게는 더 더욱이 매력적 일 수 밖 에 없는 이유가 중국IT시장의 급성장 추세와 중국의 WTO가입을 계기로, 세계 각 국은 중국IT시장에 서의 신장선점을 위한 전략적 방안들을 강구하고 있는 상황이다. 한국에 있어 중국시 장의 중요성을 고려할 때 중국변화의 흐름을 정확히 파악하고 대처할 필요가 있다. WTO 가입에 이어 2008년 베이징 올림픽 유치, 미국을 위시해 전 세계가 불황의 늪 에서 헤어 나오지 못하고 있는 상황에서도 유독 중국만은 성장을 계속하고 있기 때문 이다. 중국의 변화는 한국에게 기회로도 작용하지만 경각심을 가질 필요가 있다.

본 연구에서는 빠른 속도로 발전하고 있는 중국IT산업과 한국IT기업의 현황을 분석 하여 대중국진출 한국IT기업의 현황과 진출상의 문제점을 보고 한국IT기업의 진출 전 략을 모색하고자 하였다.

제2절 연구의 방법 및 범위

본 연구에 목적을 달성하기 위해서 관련된 전문서적, 연구논문과 단행본, 인터넷 상의자료, 한국수출입은행해외경제연구소, 삼성경제연구소, 통계청, 한국경제신문사, 한 국 전자통신연구원 등 각종기관의 연구보고서 및 관련도서에 제시된 자료를 활용하여 직·간접조사 방법으로 문헌연구를 하였다.

본 연구는 우선 한국IT기업의 현황 및 전망과 중국IT시장의 현황을 분석한다. 한국 IT기업의 대중국진출현황을 분석하고 이들 기업의 대중국진출을 활성화시킬 수 있는 전략을 모색하고자 한다.

IT산업은 정보통신부의 “정보통신통계 작성분류” 를 기준으로 하여 분류가능하나 그 연구 범위가 넓어 본 연구에서는 일반적인 IT기업들(제조업)이 당면한 과제와 소 프트웨어 및 게임 산업에 그 범위를 한정하여 연구하고자 한다.

제2장 한국IT기업의 현황

제1절 IT산업의 개념 및 분류

IT(Information Technology)산업은 국제기구, 국가별로 다소간의 차이를 보이고 있으나 일반적으로 ‘제조업부문에서 정보의 전달과 표시, 정보처리와 물리적 현상의 기록·측정·조사, 물리적 공정의 제어를 위해 전자적 처리수단이 사용되는 산업, 그리고 서비스업부문에서 전자적 수단에 의하여 정보를 처리, 전달, 시현하는 산업’을 의미한다.²⁾ 국내의 경우 IT산업은 정보통신기기, 정보통신서비스, S/W 및 컴퓨터관련서비스의 3대 세부분야를 포괄한다.

IT신산업에 대한 논의에 앞서 IT산업 그 자체가 어떤 의미에서는 신산업이라는 것을 인식할 필요가 있다. 사실 IT산업이라는 용어는 80년대의 PC, 90년대의 인터넷과 이동통신 부문이 새로운 성장산업으로 우리에게 인식되면서 등장한 것으로 앞의 정의 및 포괄범위도 이러한 인식의 연장선상에서 정의된 것이다. 달리 말하면 IT산업의 정의 및 포괄범위도 IT산업의 발전에 따라 지속적으로 변화되어야 하는 것으로 IT신산업에 대한 연구는 곧 기존 IT산업의 변화방향에 대한 연구와 동일한 맥락에서 이해되어야 할 것이다. 사실 IT산업은 통신기술의 발전에 따라 기존의 전자통신 및 컴퓨터 부문이 별도의 산업으로 분리되어 정의된 것으로, 관련 신제품/서비스가 계속 등장하면서 그 외연을 확장해 온 것이다.

따라서 IT산업이란 정보의 생산·전달·소비와 관련된 전혀 새로운 분야뿐만 아니라 기존의 IT 제품/서비스의 발전된 형태까지를 모두 포괄하는 것으로 인식되어야 하며, 3세대, 4세대 이동통신과 같은 기존 통신서비스의 발전된 형태도 모두 IT산업의 범주에 포함하여야 한다.

제 2 절 한국 IT중소기업의 현황 및 대 중국 진출 현황

1. 한국 IT중소기업의 현황

2) 우리나라 통계청의 공식 용어집에 따른 것으로 OECD의 정의와 대체적으로 일치하나 세부품목/서비스에서는 포괄범위에서 다소 차이가 존재함.

우리나라 중소기업은 1990년대 이전에 음식료, 섬유·의복 등 경공업의 생산 및 고용이 높은 비중을 차지하였으나 이들 업종의 비중이 점차 하락하고 기계장비, 자동차, 영상음향장비 등 중화학공업 비중이 크게 확대되고 있다. 특히 최근에는 정보통신기술의 발달에 힘입어 컴퓨터, 영상·음향·통신장비 등 IT업종의 비중이 급상승하고 있는 실정이다.

<표-1> 중소기업의 업종별 생산비중

업종	생산			고용		
	1980	1990	2003	1980	1990	2003
음식료품	14.7	10.8	9.4	10.0	8.4	9.9
섬유제품	13.5	9.1	6.1	16.2	11.0	7.9
의복 및 모피	5.2	5.5	2.9	17.0	11.3	6.1
가죽신발	1.1	3.0	1.3	4.1	4.9	1.7
목재나무	2.5	1.8	0.9	2.9	2.3	1.3
인쇄출판	1.9	2.2	2.4	3.4	4.2	4.6
가구 및 기타제품	3.4	3.7	2.6	7.0	6.5	4.7
화학제품	13.3	8.4	11.6	4.3	4.4	4.7
비금속광물	6.8	6.4	5.2	4.8	4.9	3.6
조립금속	5.2	7.4	7.0	7.3	8.7	10.0
제1차금속 산업	5.6	5.4	6.8	1.8	2.4	2.9
컴퓨터사무기기	0.2	0.7	1.3	0.2	0.6	1.0
기계 및 장비	3.7	8.1	11.0	4.0	7.5	11.6
자동차 및 트레일러	1.4	3.6	6.1	1.7	3.3	4.7
고무 및 플라스틱	3.7	6.8	6.3	3.3	4.3	6.7
전자부품	2.2	4.2	5.6	2.9	7.1	5.6
영상, 음향 및 통신장비	2.6	5.3	6.7	2.7	2.8	6.4
경공업	47.2	40.6	29.4	63.5	51.0	38.8
중화학공업	52.8	59.4	70.6	36.5	49.0	61.2
IT산업	5.0	10.2	13.6	5.8	10.5	13.0

자료 : 통계청 <광공업 통계조사 보고서> 각호

특히 IT산업 생산비중(2003년 13.6%)이 미국(2004년 8%), 일본(2003년 9.7%)보다도 높은 수준으로 나타나고 있다. 수출에서도 섬유류, 생활용품 등 소비제품목의 비중이 줄고 전기전자 등 IT산업분야 비중이 크게 상승하고 있다.

<표-2> 중소기업의 품목별 수출 비중

(단위 : %)

업종	1998	2001	2004
농림수산물	4.8	3.1	2.6
광산물	5.8	0.4	4.0
섬유류	29.0	20.4	14.7
생활용품	4.8	4.0	2.8
잡제품	2.0	2.0	1.4
플라스틱고무 및 가죽제품	2.0	5.3	4.0
기계류	22.6	20.2	15.8
화공품	6.7	8.2	12.5
철강금속제품	7.1	5.2	9.7
전자전기제품	15.3	31.2	32.5

자료 : 중소기업협동조합중앙회 <중소기업 현황> 각호

이 같은 주력업종의 변화는 그 동안의 높은 임금상승과 중국 등 경쟁국의 급부상, IT기술 발달, 기업구조조정, 정부의 산업정책 변화 등이 복합적으로 작용한 결과이다. 또한 중소기업은 그간 큰 폭의 국내 임금 상승으로 풍부한 저임금 노동력을 보유한 중국과의 경쟁에서 뒤처지게 됨에 따라 노동집약산업에서 자본집약인 IT산업으로의 업종전환이 불가피한 것으로 보인다. 특히 외환위기 이후 기업구조조정과정에서 한계기업이 도산하고 IT기술 발달 등의 영향으로 신규창업이 증가한 것으로 보이며, IT를 중심으로 한 벤처기업 창업 증가에는 정부정책의 변화도 크게 기여한 것으로 보인다.

<표-3> 중소기업의 임금상승률

(단위 : %)

	1970년대	1980년대	1990년대	2000~4년
임금상승률(연평균)	26.0%	13.9%	10.5%	7.9%

또한 IT산업은 기업이 1980년 8.9%에서 2003년 31.2%로 대폭 상승하였으나 중소기업은 같은 기간 중 5.0%에서 13.6%로 높아지는 데 그쳐 대기업과의 격차가 확대되고 있다.

<표-4> 기업규모별 업종별 생산비중의 변화

(단위 : %)

	중소기업		대기업	
	1980	2003	1980	2003

음식료품	14.7	9.4	9.0	2.2
섬유제품	13.5	6.1	12.1	0.7
의복 및 모피	5.2	2.9	3.5	0.8
가죽신발	1.1	1.3	1.4	0.2
목재나무	2.5	0.9	1.7	0.2
인쇄출판	1.9	2.4	1.0	1.0
가구 및 기타제품	3.4	2.6	1.1	0.3
화학제품	13.3	11.6	8.7	8.0
고무 및 플라스틱	3.7	6.3	5.3	2.2
비금속광물	6.8	5.2	3.3	1.5
조립금속	5.2	7.0	1.5	0.7
제1차금속 산업	5.6	6.8	11.1	10.0
컴퓨터사무기기(A)	0.2	1.3	0.1	4.8
기계 및 장비	3.7	11.0	1.8	5.5
자동차 및 트레일러	1.4	6.1	4.0	16.4
전자제품(B)	2.2	5.6	2.4	2.1
영상,음향 및 통신장비(C)	2.6	6.7	6.4	24.3
경공업	47.2	29.4	35.6	7.1
중화학공업	52.8	70.6	64.4	92.9
IT산업(A+B+C)	5.0	13.6	8.9	31.2

자료 : 통계청 <광공업 통계조사 보고서> 각호

2. IT중소기업의 대 중국 진출 현황

IT중소기업과 같은 고성장 중소기업의 경우 대체로 우리나라 수출주도 산업에 종사하고 있으며, 숙련된 인적자원에 대한 수요가 높으며, 연구개발투자를 비롯한 혁신활동의 중요성이 상대적으로 높다.³⁾ 또한 수출주도산업에 종사하는 이들 업체들은 대기업과 유사한 특징을 보이고 있는데, 이는 우리나라 중소기업이 대기업과의 하도급 거래를 통해 발전해온 데 기인한 것으로 여겨진다.

한편 우리나라 IT중소기업은 해외투자 시 100% 단독투자를 가장 선호하고, 중국의 경우 100% 단독투자의 건수 비중이 67.2%로 세계 전체의 비중(63.0%)보다 높은 수준이다. 투자규모별로는 100만 달러 미만 투자가 가장 높은 건수비율을 차지하였으며 투자규모가 커질수록 구성비중이 낮다. 또한 중국의 경우 100만 달러 미만 투자의 비중이 상대적으로 높다.

3) 한국개발연구원, 보도자료 2005년 12월 15일.

<표-5> IT중소기업의 해외진출 현황

형태	해외지사	해외연구소	해외기업	해외합작법인	수출	계
비율(%)	18.1	1.0	21.5	9.6	50.1	100

자료 : 중소기업청

<표-6> IT중소기업의 해외진출 지역

지역	미국	중국	일본	유럽	동남아	기타	계
비율(%)	24.0	26.2	17.9	8.6	16.7	6.7	100

자료 : 중소기업청

한국은행에 따르면 2005년 4월 기준으로 우리나라 IT중소기업의 경우 노동, 토지, 기술 등 생산요소와 같은 시장지향(31%)의 해외직접투자를 목적으로 중국을 가장 많이 선택하는 것으로 나타났다. 진출목적으로 시장지향을 선택한 기업가운데 51.8%는 현지 내수시장을, 48.2%는 수출을 목표로 진출한 것으로 나타났다. 요소별로는 중국이 생산비용 절감(72.4%)이 가장 높은 비중을 차지했다. 제도 활용 등과 관련하여 중국은 투자우대 정책 등 현지의 유리한 인프라 활용이 44.6%, 현지 기업과 전략적 제휴 21.3%, 대기업과 동반진출 17.6%, 보호무역 타개 16.4%로 나타났다.

현지 업체와 경쟁관계는 보통이라고 응답한 비율이 가장 높았고 그 다음 양호, 열악, 매우 양호, 매우 열악의 순으로 나타났으며, 양호 이상으로 응답한 비율이 43.8%로 중국 현지 환경에 대해 어느 정도 만족하는 것으로 나타났다. 운영상 애로사항으로 노동생산성, 부품·원자재 조달 등 생산관련 요인이 22%, 현지금융 조달 및 과실송금 등 재무관련 요인이 17.8%, 고용, 현지종업원 또는 노동조합과의 불화 등 인사/노무 관련 요인이 16.4%, 도로, 항만, 전력, 용수 등 사회간접자본 관련 요인이 15% 등인 것으로 나타났다.

한국수출입은행에 따르면 2003년 11월 기준으로 총 투자건수 누계에서 IT산업(전자통신장비분야)이 차지하는 비중은 11.3%이며, 총 투자금액 누계에서 차지하는 비중은 21.5%에 달하고 있다. 연도별로 약간의 편차는 있지만, IT산업으로의 투자액은 지속적으로 전체 투자액의 20%를 상회하고 있고 1998년의 경우 무려 43.2%에 달하는 등 IT관련 투자가 비교적 많이 이루어지고 있는 것으로 판단된다. 이는 단순히 전자통신 분야로 분류되어 있는 현황을 살펴본 결과로서, 세부항목 등을 포함시키면 실제 IT

산업으로의 투자는 더 많을 것으로 보인다.

이와 같이 IT산업에 투자가 적극적으로 이루어지고 있는 배경은 저렴한 양질의 노동력, 첨단기술산업 분야에 대한 정부의 인센티브, WTO 가입으로 인한 법과 제도의 투명성 제고, 풍부한 자본 제공 등에 기인한 것으로 판단된다. 더욱이 최근에는 중국에 R&D센터를 설립하는 외국기업들이 늘면서 중국의 IT산업 수준 제고 및 관련 인력 배양에 긍정적 역할을 하고 있다.

제 3 절 한국 IT산업의 경쟁력

1990년 이후 IT산업이 경제성장, 수출증가, 고용증대, 물가안정에 기여해 온 것은 한국에서만 나타나는 독특한 현상이라기보다는 IT산업의 비중이 높은 대부분의 국가에서 나타난 현상이라고 보는 것이 옳을 것이다. 그러나 한국의 경제규모에 비해서 IT산업의 발전이 두드러졌던 것은 부인할 수 없는 사실이다. 초고속 인터넷 보급률 세계1위, 위성 DMB 서비스 세계 최초 상용화 등으로 한국은 IT에 있어서는 앞서가는 국가로 인식되고 있다.

한국 IT산업은 2004년 중에 비교 가능한 지표들을 종합해 볼 때 30개 OECD⁴⁾ 국가 중 미국, 핀란드, 영국 등에 이어 4위 수준의 경쟁력이 있는 것으로 나타났다. 경쟁력 지표를 결정하는 7개 하위 차원별로 살펴보면 IT 수출규모 및 특화도(1위), 기수 혁신 수준(5위), 정책 및 법제도 수준(5위), IT산업규모 및 비중(6위) 등이 높은 점수를 받은 반면 IT 인프라 수준(13위), 인적자원 및 노동시장(15위), 금융 및 벤처 창업 환경(14위) 등은 중하위권 수준으로 나타났다. 7개 하위 차원의 순위는 객관적 비교가 가능한 세부 항목을 지표로 선적하여 정량화한 결과이다.⁵⁾

4) OECD(Organization for Economic Cooperation and Development)는 경제협력개발기구라고도 한다. 제2차 세계대전 뒤 유럽은 미국의 유럽부흥계획(마셜플랜)을 수용하기 위해 1948년 4월 16개 서유럽 국가를 회원으로 유럽경제협력기구(OEEC)를 발족하였고, 1960년 12월 OEEC의 18개 회원국과 미국, 캐나다 등 20개국 각료와 당시 유럽공동체(EEC:유럽경제공동체), 유럽석탄철강공동체(ECSC), 유럽원자력공동체(EURATOM)의 대표가 모여 경제협력개발기구조약(OECD조약)에 서명함으로써 OECD가 탄생하였다. 1961년 9월 20개국을 회원국으로 한 경제협력개발기구로 확대·개편하였다. 1990년대 이후 한국, 그리스, 멕시코, 헝가리, 폴란드, 슬로바키아 등 비선전국가까지 회원국으로 가입하여 2002년 현재 회원국은 30개국이다.

5) 홍동표, 고상원, 문성배, 이재영, 오정숙, 이은경, 신수경, 정현준, 「2004 IT산업 경쟁력 국제 비교-OECD 국가중심으로」, 정보통신정책연구원, 2005.p26

1. 한국 IT시장의 규모 및 성과

IT시장 규모를 측정하기 위한 지표들로는 IT산업의 부가가치규모, 고용비중, IT내수시장의 크기 등을 사용하였다. OECD⁶⁾의 자료에 따르면 한국 IT산업의 부가가치 규모는 2001년 기준 약 875억 PPP⁷⁾달러로 비교 가능한 OECD 24개 국가 중 미국, 일본, 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아 등에 이어 7위를 기록하였다. 한편, 명목 GDP 대비 IT산업의 비중은 2001년 기준 약 12%로 이는 핀란드, 아일랜드에 이어 3위에 해당된다. 총고용 대비 IT산업의 고용비중은 2001년 기준 약 6%로 매우 낮은 편인데 이는 한국의 IT산업의 구조와 밀접한 관계가 있다. 한국 IT산업의 경우 고용계수가 낮은 IT제조업의 비중은 높은 반면 비교적 노동집약적인 소프트웨어 산업의 비중은 낮기 때문에 전반적인 IT산업의 고용비중이 낮아진다.

한국 IT 수요의 크기를 나타내는 내수시장 규모는 2002년 기준 GDP 대비 약 7.5%로 OECD 국가 중 6위권이었다. 부가가치 비중에 비해 내수시장 규모가 작게 나타나는 것은 한국 IT산업구조가 수출 중심인데 기인한다. 또 다른 지표인 절대규모면에서는 여전히 미국의 4% 일본의 12%에 불과하여 내수시장 규모는 협소한 편이다.

<표-7> 주요국의 IT산업 규모와 비중

	미국	일본	중국	대만	한국	OECD 국가내 순위
GDP대비 부가가치 비중(2001,%)	11.2	7.7	-	-	11.6	3위
부가가치 절대규모 (2001, 백만 PPP달러)	1,107,729	260,729	-	-	87,522	7위
IT산업의 고용비중(2000,%)	6.7	7.8	-	-	6.0	14위
IT내수시장절대규모 (2002, 백만 달러)	892,125	298,071	62,376	17,151	35,852	14위

자료 : OECD(2004 a), WITSA(2004)

6) OECD(2004 a), OECD Information Technology Outlook

7) PPP(Purchasing Power Parity)는 구매력평가를 뜻한다. PPP GDP는 그 나라의 물가를 세계평균적인 물가로 치환해서 국내총생산을 계산한 것이다.

2. 수출 경쟁력 및 특화도

이 항목의 지표들로는 IT분야의 수출 규모, IT품목의 수입대비 수출 비중, 수출측면의 각국의 IT특화도 등이 포함된다. 한국의 2002년 IT관련 수출액은 약 500억 달러로 미국, 일본, 독일에 이어 4위의 실적을 기록하였다. 주요 경쟁국인 중국의 경우 IT관련 수출이 669억 달러로 한국 수출규모를 상회하였다. 한편 2002년 기준 IT부문 수입대비 수출 비중은 한국의 경우 1.8이었는데 이는 OECD 국 중2위에 해당된다. OECD 국 중에서는 한국과 더불어 핀란드, 아일랜드, 일본, 스웨덴등의 IT 수입대비 수출 비중이 높은 생산국이었다. 대만의 수출비중은 1.6으로 한국과 유사하며, 중국은 2001년 0.9에서 2002년 1.0으로 점차 IT소비국에서 수출국가로 변모하고 있는 중이다.⁸⁾

비교우위지표 중의 하나라고 할 수 있는 IT특화도(Revealed Comparative Advantage)측면에서 한국은 매우 높은 순위를 기록하였다. OECD의 평균 총 수출액 대비 IT 수출액을 1로 잡을 경우 한국의 IT특화도는 2.43으로 OECD 국가 중 가장 높았다. 그러나 비 OECD 주요 경쟁국과 비교하면 대만의 경우 3.1로 한국을 능가하였으며 중국 역시 1.63으로 비교적 높은 수준이었다. 종합해 보면 한국의 IT 수출경쟁력은 OECD 국가 중에서는 최고 수준이나 중국, 대만 등 비 OECD 경쟁 국가에 대해서는 충분히 경쟁 우위가 있다고 말하기 어려운 상황이다.

<표-8> 주요국의 IT수출 경쟁력

	미국	일본	중국	대만	한국	OECD 국가내 순위
IT수출 절대액 (2002, 백만 달러)	111,697	75,767	66,941	50,542	50,031	4위
IT품목의 수입대비 수출비중 (2002)	0.70	1.58	0.97	1.50	1.77	2위
IT분야의 비교우위 (2002)	1.31	1.44	1.63	3.10	2.43	1위

자료 : OECD ITCS 데이터 베이스, 2004

8) 정보통신정책연구원, 「IT산업과 한국경제」, 박영사, 2005, p6

3. 기술개발 투자 및 혁신 수준

정부부문 IT분야 연구개발 투자액 수준은 정확한 자료가 없어 대신 IT가 포함된 과학기술 분야의 투자액을 사용해 비교해 보면 2003년 기준 IT를 포함한 과학기술분야 전체의 정부 연구개발 투자액은 한국의 경우 5,940만 PPP달러로 OECD 국가 중 8위에 해당된다. 한편, IT산업 민간 R&D는 2001년 기준 약 90억 PPP달러로 측정되며 비교대상 OECD 국가 중 3위에 해당되는 규모를 보였다. 그러나 절대 규모면에서는 523억의 미국과 255억의 일본과 큰 차이를 본다. IT산업 총 부가가치대비 민간 R&D 규모면에서도 10.4%로 OECD 국가 중 스웨덴에 이어 2위를 차지하는 등 전반적으로 양적인 측면인 IT분야 R&D 투자 수준에 있어서는 한국이 비교적 높은 수준에 있는 것으로 나타났다.

R&D 투자의 성과를 알아볼 수 있는 지표로는 IT 분야의 특허수와 SCI⁹⁾ 논문 발표 등이 있다. 먼저, 특허의 경우 각국의 발명자들은 주요 기술에 대해서 자국 특허와 함께 미국 특허를 취득하기 때문에 IT 분야에서 획득한 미국 특허 수를 비교함으로써 각국의 기술 수준을 가늠해볼 수 있다. 한국이 2001년 IT 분야에서 취득한 미국 특허 수는 1,062건이며 GDP 10억 달러당 특허 수로 환산할 경우 2.52건으로 OECD 국가 중에서 1위였다. 양적인 측면과는 달리 질적인 측면에서는 한국의 수준의 높지 않은 것으로 나타났다. 해당국가 IT 특허의 평균 피인용 횟수를 전체 IT 특허의 평균 피인용 횟수로 나눈 특허 영향 지수(patent impact index)의 경우 한국은 0.9로 OECD 국가 중 22위를 차지하였는데 이는 한국의 특허가 좁은 분야의 작은 혁신들 중심으로 치우쳐 있음을 의미한다.

특허가 응용기술의 수준을 알아볼 수 있는 지표라고 한다면 SCI 논문 발표 실적은 기초학문 및 원천기술 수준을 평가하는데 유용한 자료이다. SCI 논문의 경우에도 특허의 경우와 비슷한 분석결과를 얻었다. 양적인 지표는 괜찮았으나 질적인 수준은 여전히 미흡한 것으로 나타났다. 한국의 컴퓨터 공학 분야의 SCI 논문 게재수는 2002년 기준 419편이며 GDP 10억 달러 대비 SCI 논문 수는 0.88편으로 OECD 국가 중 4위를 기록하였다. 그러나 2001년 출간된 SCI 논문의 영향계수(impact factor: 논문

9) SCI(Scientific Citation Index)는 과학적 인증을 받은 색인이다. 한마디로 이 논문은 보관할 가치가 있고 다른 사람들이 인용하거나 활용할 만한 가치가 있는 것으로 인정해 주는 것을 말한다.

1편당 평균 피인용 횟수)는 0.48로 OECD 국가 중 24위르 기록하였다.¹⁰⁾

<표-9> 주요국의 IT기술 혁신 수준

	미국	일본	중국	대만	한국	OECD 국가내 순위
IT산업분야의 민간 R&D규모 (2001, 백만 PPP달러)	52,323	25,518	-	-	9,063	3위
IT부가가치 대비 민간 IT R&D (2001, %)	4.7	9.8	-	-	10.4	2위
IT분야의 GDP 10억 달러당 특허 수 (2001)	1.94	1.93	0.02	1.64	2.52	1위
IT특허영향지수 (1997-2001)	1.9782	1.1402	0.715	1.375	0.8987	22위
GDP 10억 달러당 컴퓨터공학 SCI 논문 수 (2002)	0.33	0.20	0.39	0.17	0.88	4위
컴퓨터공학 분야의 논문 영향 계수 (2001)	0.80	0.34	0.49	0.27	0.48	24위

자료 : ISI NSI 데이터 베이스(2004), OECD ANBERD 데이터 베이스(2004)

4. 인적자원 및 노동시장 환경

IT분야의 인력, 교육 및 노동환경의 경우, 다른 분야에 비해 자료가 표준화되어 있지 않아 국제간 비교가 수월하지 않았다. 일부는 설문조사¹¹⁾에 의존하였는데 IT인력의 가용자원이 얼마나 충분한지에 대한 항목의 경우 한국은 10점 만점에 7.62를 받았는데 이는 OECD 국가의 평균 7.8과 거의 비슷한 수준이다. 또한 엔지니어의 임금수준을 비교한 결과, 각국의 물가수준을 감안한 PPP달러 기준으로 환산할 경우 한국은 미국, 일본 등과 비슷한 OECD 평균 수준으로 나타났다.

IT 및 이공계 인적자원 육성의 기본이 되는 학생의 수학 및 과학 능력 수준 평가에서는 한국이 높은 평가를 받았다. PISA(Programme for International Student

10) 홍동표, 고상원, 문성배, 이쟁영, 오정숙, 이은경, 신수경, 정현준, 「2004 IT산업 경쟁력 국제 비교-OECD 국가 중심으로」, 정보통신정책연구원, 2005, p28

11) IMD(국제경영개발대학원 International Institute for Management Development), 2004

Assessment)의 15세 연령 대상 평가 결과 한국은 OECD 국가 중 2003년 수학과 과학에서 각각 2위와 3위를 기록해 높은 성과를 유지하였다. 하지만 기초수준의 인적 자원이 전문 인력 자원으로 제대로 발전되지 못하고 있는데 그 하나의 원인으로 과학 및 기술에 대한 사회적 관심이 타 국가에 비해서 떨어지는 점을 들 수 있다. IMD의 설문조사에 의하면 한국의 과학 및 기술에 대한 관심도의 수준은 OECD 하위권인 22위에 머물렀다.

<표

-10> 주요국의 인적자원 및 노동시장

	미국	일본	한국	OECD평균	OECD 국가내 순위
IT인력의 가용도 (2004, 10점 만점)	8.85	8.05	7.62	7.80	18위
엔지니어의 임금수준 (2002, PPP달러)	89,362	91,898	86,926	91,268	16위
15세의 수학성적 (2003)	423	534	542	483	2위
15세의 과학성적 (2003)	434	548	538	491	3위
과학 및 기술에 대한 사회적 관심도 (2004)	5.23	4.69	4.42	5.20	22위

자료 : IMD(2003, 2004), OECD(2004 b)

5. 금융 및 창업환경

국제설문조사(WEF, 2004)¹²⁾ 결과에 의하면 한국의 외부자금 조달 시장은 실질적 효율성 면에서 미흡함이 나타났다. 대출을 통한 자금조달의 용이성을 묻는 설문 조사에서 20위로서 하위권에 속했는데 이는 금융부문의 비효율성, 자금의 편중 현상 등으로 인해 여전히 외부자금 조달이 쉽지 않은 상황임을 보여준다. 한편 일본의 경우에는 낮은 이자율에도 불구하고 매우 저조한 응답이 나왔다.

창업환경을 볼 때 절대 활동 수준 측면에서는 매우 긍정적인 평가를 받았다. 전체

12) WEF(2004), World Economic Forum, The World Competitiveness Report 2003-2004

노동력 주에서 적극적으로 창업을 추진 중인 및 42개월 이하의 사업주가 차지하는 인구 비중을 나타내는 TEA(Total Entrepreneurial Activity)지수가 한국의 경우 2003년 기준으로 14.5로 OECD 국가 중 1위였다. 다른 OECD 국가 중에서는 뉴질랜드(14.5), 미국(11.3)등이 비교적 높은 수준이었으며, 비 OECD 주요 경쟁국의 경우에는 중국이 12.0으로 높았던 반면 대만은 4.3으로 낮았다. IT분야 벤처캐피탈 투자규모에 있어서도 한국은 높은 수준을 기록하였다. 1999년부터 2002년까지 GDP 대비 IT 벤처캐피탈 비중은 OECD 국가 중 6위로 상위권에 속했다.

그러나 벤처캐피탈의 활성화 수준에 비해 접근성이라든가 창업을 촉진하기 위한 행정 환경의 수준에 있어서는 상당히 미흡한 것으로 나타났다. 예를 들어 창업에 일반적으로 소요되는 시간이 한국의 경우 33일로 구미국가들에 비해서는 매우 긴 편이다. 캐나다, 뉴질랜드 등은 창업소요시간이 2일이었으며 미국도 4일에 불과하였다. 비 OECD 주요 경쟁국의 경우 싱가포르는 8일로 한국보다 훨씬 짧았으나 대만과 중국은 48일과 46일로 약간 긴 편이었다.

<표

-11> 주요국의 금융 및 창업환경

	미국	일본	중국	대만	한국	OECD 국가내 순위
외부자금조달 용이성 (2004, 7점 척도)	4.6	2.5	-	-	3.7	20위
TEA 지수 (2003)	11.3	2.3	12.0	4.3	14.5	1위
GDP 대비 IT벤처캐피탈 비중 (1999-2002)	0.40%	0.10%	-	-	0.12%	6위
창업에 걸리는 날짜 수 (2003)	4	31	46	48	33	15위

자료 : BCUN(2004), IMD(2004), OECD(2004 a), WEF(2004)

6. IT 인프라의 수준

크게 통신 인프라와 정보 인프라로 구분하여 평가하였는데 먼저 통신 인프라의 기본이 되는 것 중의 하나인 이동전화 가입자 수의 경우 2003년 기준으로 한국은 인구

100명당 70명으로 OECD 평균 77명에는 다소 미치지 못하나, 미국 등에 비해서는 높은 수준을 보였다. 미래의 통신 인프라의 수준과 관련이 있는 지표인 GDP 대비 통신 분야 투자 비중의 경우 한국은 2003년 기준 1.3%로 OECD 국가 중 4위에 해당하였다.

정보 인프라의 경우 가장 기본적인 지표인 PC 보급률은 OECD 중화위권 수준으로 나타났다. 2003년 기준 인구 1000명당 391대가 보급된 것으로 나타났으며 이는 OECD 평균 467대에 못 미치는 19위 수준이었다.¹³⁾ 이는 업무용 PC의 보급수준인 아직 낮은 편이고 가정용 PC의 경우 가구당 1대만 보급된 경우가 많기 때문이다. 그러나 초고속 인터넷 보급률에 있어서는 인구 100명당 초고속 인터넷 가입자 수가 23.17로 세계 1위의 수준이었다.

정보 인프라의 구축이나 인터넷 활용의 양적인 팽창에 비해 인터넷 활용의 질적인 측면에서는 한국이 매우 미흡한 것으로 평가되었다. 2002년 기준, 인구 1천 명당 웹사이트(서버)의 수는 11개로 OECD 국가 중 18위에 불과하여 인터넷 콘텐츠의 빈약함을 반영하였다. 또한, 전자상거래의 활성화 수준을 나타내는 지표 중의 하나인 보안 사이트로 연결되는 웹 페이지의 수를 평가해 본 결과도 역시 OECD 하위권으로 나타났다.

<표-12> 주요국의 IT 인프라

	미국	일본	중국	대만	한국	OECD 국가내 순위
인구 100명당 이동전화 가입자 (2002)	54.58	67.90	21	11.4	70.09	13위
GDP 대비 통신 분야 투자 (2003)	0.17%	0.46%	-	-	1.33%	4위
인구 1천 명당 PC 보급률 (2003)	744.8	509.4	32.5	308.8	391.2	19위
인구 100명당 초고속 인터넷 보급률 (2003)	8.25	8.60	-	-	23.17	1위
인구 1천 명당 웹사이트 수 (2002)	63.7	2.9	-	-	11.0	18위
인구 1천 명당 보안	7.5	3.2	-	-	0.4	25위

13) OECD(2004 b), Leaning for Tomorrow's World-First Results PISA 2003

사이트로 링크된 페이지 수 (2002)						
--------------------------	--	--	--	--	--	--

자료 : OECD(2004 b)

7. 친 산업적 정책 및 법 제도

정부의 IT수준을 나타내는 행정정보화 수준에 대해서는 OECD 국가 중 상위권으로 평가되었다. 온라인 행정 정보화를 비롯해서 국민의 온라인 이용 유도 등 전자정부의 다양한 조건을 종합적으로 고려한 전자정부준비지수(e-government readiness index) 평가에서는 OECD 국가 중 5위¹⁴⁾를 기록하였다. 또한 전자 상거래, 전자서명, 소비자 보호 등 IT활용 관련 법 체계의 정비 수준에 있어서도 OECD 국가 중 10위 수준의 평가를 받았다. 그러나 정보화 및 IT산업 발전의 기본적인 하부구조인 지적재산권 보호 수준에서 한국은 OECD 중하위권에 머물렀다. 미국 BSA(Business Software Alliance)가 추정 한 한국의 소프트웨어 불법복제율은 2003년에 43% 정도 였다.

<표

-13> 주요국의 IT 관련 정책 및 법제도

	미국	일본	중국	대만	한국	OECD국가 내 순위
전자정부준비지수 (2004)	0.91	0.73	-	-	0.86	5위
IT활용 촉진 법령정비(2004)	6.2	4.2	-	-	5.0	10위
소프트웨어 불법 복제율	22	29	33	25	43	20위

자료 : BSA(2004), UNPAN(2004), WEF(2004)

국제 비교를 통해 한국이 앞서 있는 분야가 무엇이고 미흡한 분야 들은 어떠한 것 들이 있는지를 파악할 수 있었다. 이로부터 한국 IT산업의 경쟁력을 높이기 위한 정책 과제들이 도출될 수 있다. IT 제조업에 비해 상대적으로 낙후된 IT 서비스업의 경쟁력 제고, R&D의 질적인 측면의 향상, 고급인력의 양성, 벤처창업의 행정지원의 간소

14) UNPAN(2004), Global E-government Readiness Report, 2004

화, 정보 통신 인프라의 활용 촉진, 소프트웨어 산업과 콘텐츠 산업 관련 지적 재산권의 정비 등이 장기적으로 한국의 IT 경쟁력을 높이기 위한 과제들인 것으로 파악된다.

제3장 중국의 경제현황과 IT산업 현황

중국은 한족(93%)을 포함한 56개 민족으로 구성되어 있으며, 석탄, 석유, 철광석 등의 천연자원과 저렴하고 풍부한 노동력을 보유하고 있는 개발도상국으로 1978년 개혁개방 이후 높은 경제성장을 지속하고 있다. 덩샤오핑(邓小平)의 우선발전론(先富论)의 기치 아래 동부 연해지역에 한정하여 개혁개방을 추진함으로써 지역간 경제발전의 불균형을 낳았다. 최근 균형발전론(共富论)으로 경제발전방향을 선회하여 그동안 소외되었던 서부지역의 대 개발, 동북지역의 재건에 이어 중부지역의 도약 등 지역발전 정책을 추진하고 있다. 특히 2002년 후진타오(胡锦涛) 정권 등장 이후 화합사회(和谐社会) 건설의 목표 하에 최근에는 도시와 농촌간의 격차 완화를 위한 신농촌 건설에 역점을 두고 있다.¹⁵⁾

1978년부터 2008년까지 중국의 개혁개방은 30년이 되었다. 1978년 제11기 3중전회에서 개혁개방정책을 내렸다. 1979년 경제특구 설립하며 1999년 서부개발 전략을 내놓았다. 2001년 중국이 WTO에 가입하였으며 2003년 동북지역의 공업기지 신흥전략을 내놓았다. 2005년은 농업세 조례를 폐지하였고 2006년에는 사회주의 화합사회건설 결정 등의 정책으로 중국은 외환위기 및 세계경제둔화도 불구하고 지속적인 경제성장을 기록하였다. 최근에도 후진타오중심 지도체제의 정치적 안정이 지속하며 중국경제가 지속적으로 성장할 수 있는 토대가 되었다.

제1절 중국의 경제현황

1. 국내 경제 동향

1978년 11기 3중전회에서 경제건설 중심으로 시작된 경제개방은 중국 경제의 일대 혁신을 가져왔다. 1979년에 덩샤오핑의 남순강화(南巡讲话)를 계기로 1980년에 경제특구 정책을 시작하여 셴젠(深圳), 주해(珠海), 산두(山头) 등 주요 연해 지역을 수출자유무역지대로 지정하여 외국인투자를 유인하였다. 뿐만 아니라 1984년부터 도시지역의 경제개발을 중점적으로 강조하며, 2001년에 WTO에 가입하여 지속적인 대

15) 한국수출입은행, 국별리포트, 2008.03

외개방 정책을 추진하고 있다.

시장의 특성으로만 본다면 베이징, 상하이, 광저우 등은 이미 중진국 시장에 도달하였다. 개발도상국 기준으로 보면 값비싼 사치품으로 볼 수 있는 개인휴대폰만도 한 해에 5천만 대 이상이 팔리고 있다. 경제성장과 함께 중국 사람들이 오랜 기간 동안 억제해왔던 소비욕구가 일시에 분출되어, 의류, 음식, 주택관련제품 뿐만 아니라 일반 소비재, 서비스 제품에까지 다양하게 시장성장이 이루어 졌다.

중국시장은 규모도 크지만 연 7~8%대의 고성장을 하는 매력적인 시장이다. 중국 경제의 가장 큰 장점은 큰 내수시장이 존재한다는 사실이다. 중국은 세계에서 가장 많은 인구를 갖고 있다. 2001년 12억 8천만 명에서 2050년 16억 명으로 증가할 것으로 예상된다. 중국은 1가구 1자녀라는 강력한 산아제한정책을 펼치고 교육부문에 많은 투자를 하고 있다. 그리고 상대적으로 다른 개발도상국에 비해 우수한 노동력을 보유하고 있다. 1978년 개혁개방 이후 100만 명이상의 인원이 외국으로 유학을 했고 현재는 매년 미국에 가장 많은 유학생을 보내고 있다.

<표-14> 중국의 주요 국내경제 지표

(단위 : %)

구분	2003	2004	2005	2006	2007
경제성장률	10.0	10.1	10.4	11.1	11.4
재정수지/GDP	-2.2	-1.3	-1.2	-0.8	0.2
소비자물가상승률	1.2	3.9	1.8	1.5	4.8

자료 : IFS, GDF, EIU

시장의 성장과 함께 최근 문제가 되고 있는 것이 공급과잉문제이다. 외국기업, 국내기업 간의 치열한 투자경쟁으로 가전제품 등 일부 소비재는 출혈가격 경쟁이 벌어질 정도이다. 이들 기업들은 잉여제품을 해외시장에 팔기 위해서 해외시장에서도 심한 가격 및 품질경쟁을 하고 있어 이러한 과정을 통해 일부 중국기업들의 경쟁력은 더 한층 강화되고 있다.

또한 2001년 11월 중국의 WTO 가입과 2008년 베이징 올림픽 개최 그리고 2010년 상해 세계박람회 개최로 중국시장은 더욱 활기차게 성장할 것으로 예상된다. 외국과의 인적교류도 더욱 활발해지고 있다. 실제로 여행자 통계를 보면 한국 사람들은 과거에는 일본을 가장 많이 방문하였으나 2002년 이후부터는 중국을 더 많이 방문하는 것으로 나타났다.¹⁶⁾

소비자물가상승률은 2006년까지 1%대의 안정적인 수준에 머물렀으나, 2007년 돼지고기, 계란 등 식료품 가격의 급등으로 소비자물가 상승률이 4.8%에 달하였으며, 2008년에도 식료품 및 원자재가격 상승 등으로 5% 상회할 전망이다. 재정수지/GDP는 고도성장과 세수확대에 힘입어 2007년에는 재정수지가 10년 만에 처음으로 GDP 대비 0.2%의 흑자를 기록하였으며, 2008년에도 흑자기조가 유지될 전망이다. 실질 GDP성장률은 2007년에는 2000년 이후 가장 높은 11.4%의 성장률을 기록하였으며 2008년에는 세계경제의 둔화, 정부의 강력한 긴축정책 등의 영향으로 9%대의 성장이 전망되고 있다.¹⁷⁾

2. 경제 구조 및 정책

경쟁력 제고를 위한 산업 구조조정 추진은 고투입, 고비용의 양적 성장에서 효율을 중시하는 질적 성장으로 성장방식을 전환하기 위해 국유기업 중심의 대형화를 통한 산업집중도 제고와 기술경쟁력 향상을 목표로 산업 고조조정을 추진하고 있다. 자동차(04), 철강(05), 시멘트(06) 등 기간산업이면서 공급과잉인 산업을 중심으로 산업정책을 마련하여 대형화와 경쟁력 강화에 초점을 맞춘 구조조정을 추진하고 있다. 이와 함께 ‘산업구조조정 잠정 규정(05)’, ‘산업구조조정 목록(06)’, ‘생산능력 과잉업종의 구조조정 가속에 관한 통지(06)’을 제정하여 철강, 전해 알루미늄, 칼슘카바이드, 합금주철, 동, 코크스, 자동차, 시멘트, 석탄, 전력, 방직 분야의 낙후한 기술과 설비 폐기에 주안점을 둔 구조조정을 추진하고 있다. 또한 토지공급, 환경, 안전 등의 기준 강화를 통해 신규 진입 억제, 에너지 수요와 환경오염을 억제하기 위해 낙후한 기술과 설비를 폐기하는 한편, GDP대비 에너지 소비율을 2005년 기준으로 2010년까지 20% 절감을 추진하고 있다. ‘신규 고정자산 투자의 엄격한 규제에 관한 통지(06)’에서 철강, 전해, 알루미늄, 칼슘카바이드, 합금주철, 동, 코크스, 시멘트, 석탄, 전력 등 분야의 진입장벽 설치로 에너지 다소비 억제를 추진하고 있다. ‘산업구조조정 목록(05)’에 의해 장려, 제한, 폐기 로 구분하고 경쟁력을 높여야 할 분야는 장려에, 낙후한 생산기술과 설비는 폐기로 포함시켜 구조조정을 하고 있으며 ‘청결생산 촉진법(06)’을 통해 철금, 비철금속, 전력, 석탄, 석유화학, 건축자재, 방직 등에서 오염

16) 이장로·신만수, 「국제경영」 弘文社.

17) 한국수출입은행, 국별리포트, 2008.03

배출을 억제하고 있다. 특히, 단위당 에너지 소비율 절감 등을 지방정부관료의 성과 평가에 반영한다. 국유상업은행의 건전성을 제고하기 위해 외환보유고의 일부를 활용하여 국유상업은행의 자본금을 확충하고 외국금융기관에 지분을 매각하는 한편, 상하이, 홍콩 등 증시에 상장하는 등 국유상업은행의 효율적 관리를 위해 정부투자공사를 설립하고, 이를 통해 국유상업은행 자본금 증자를 실시하며 또한, 한편으로는 중국농업은행과 농촌 신용협작사 등에 대한 구조조정도 추진한다. 2007년 말에 중국 전체은행의 부실채권 비율은 6.2%로 매년 개선추세이다.

수출과 투자 증가에 의한 불균형 성장지속, 경기과열 억제에도 불구하고 수출과 고정자산 투자 증가 등으로 2007년에 11.4%가 성장하였으며, 2008년에는 세계경제 둔화 등으로 9%대의 성장이 기대된다. 2007년 비철금속, 기계설비, 농산물 가공 등 분야의 투자가 증가하여 전체 고정자산 투자가 전년대비 24.8%증가하고, 전기전자, 기계류 등을 중심으로 수출도 27.6%증가하였으며 2007년 투자와 수출, 내수의 경제성장 기여도는 각각 37.7%, 23.7%, 38.6%를 차지하여 경제성장이 수출과 투자에 주로 의존하고 있다. 인구의 60%를 차지하는 농촌지역의 신농촌 건설과 도시화 추진 등으로 내수 활성화 기반을 조성하고 있으나 성과가 미흡하며 농촌지역의 교육과 의료부문에 대한 사회복지 지출의 점진적 확대를 추진하고 있다.

선진국과의 무역 및 환율관련 마찰이 지속적으로 증가하고 있으며 경제규모에 비해 국제규범 준수가 미흡하여 미국, EU등 주요 교역국과의 무역 마찰이 지속적인 증가 추세이다. 자동차 부품에 대한 높은 수입관세를 부과와 수출기업에 대한 보조금(세제 혜택)지급, 인체에 유해한 물질 사용으로 수출제품 안전성 논란이 확대되고 있으며 위안화의 저평가 논란 속에 점진적인 절상이 지속되고 있다. 2005년 7월 위안화의 2.1% 절상과 함께 환율 결정시스템을 미국 달러화에 대한 페그제에서 관리변동 환율제로 변환한 이후 2006년 3.0%, 2007년에는 6.5% 절상 되었다. 2007년 5월 위안화 1일 환율변동 폭을 $\pm 0.5\%$ 로 확대하고 환율변동에 따른 리스크 관리를 위해 선물환과 SWAP 거래 기관을 확대하였다.

균형발전으로 지속 가능한 경제발전을 추진하기 위하여 그 동안 유지해왔던 우선발전론에서 균형발전론으로 국가 발전정책을 전환하였다. 구체적으로 지역간, 도시와 농촌간 경제 격차를 완화하기 위하여 2000년에 서부지역의 대 개발, 2003년에 동북지역의 재건에 이어 2005년에 중부지역의 도약 정책 등 지역발전 정책을 추진하였다. 도시와 농촌의 양극화를 좁히기 위하여 농업 보조금을 지급하고 2006년에는 농업세금을 전면 폐지하였으며 2007년부터 농촌지역의 의료보험 적용률을 80%까지 확대하였으

며 도시화를 추진하는 등 노력하였다. 그리고 민간부문의 발전을 통한 고용확대를 위해 법인설립 최소 자본금 규모를 종전 50만 위안에서 3만 위안으로 대폭 축소하였다.

지속가능한 발전 모색을 위한 거시경제 안정 정책을 추진해왔다. 외화 유동성 증대로 인한 경기과열을 억제하기 위해 1년 만기 대출 금리를 지난해 여섯 차례에 걸쳐 총 1.35%인상하여 7.47%로 조정하는 한편, 예금금리도 같은 시기에 4.14%에서 1.62% 포인트 인상하였다. 또한 예금 유인을 위해 이자소득세를 종전20%에서 5%로 인하하였으며 은행지급준비율을 지난해 이래 총 11차례 상향하여 20년만의 최고치인 15.0%로 저정하였다. 자본의 해외유출을 완화하는 한편, 외국자본 유입에 대한 엄격한 관리와 통제로 외환 유동성 확대를 적극 차단하였으며 기업의 외화보유한도 폐지 및 은행, 보험, 기금 등 QDII(Qualified Domestic Institutional Investors)를 획득한 20개 기관의 해외 유가증권 투자를 허용했다. 해외투자 한도 폐지로 기업의 적극적인 해외투자를 유도하였다.

국유기업과 자본재 산업 육성을 위해 다음과 같은 정책을 내놓았다. 자국산 기자재 생산 확대를 위해 주요 관급 공사에 자국 기술에 의해 생산된 기자재를 60%이상 사용토록 하고, 자국 기술로 개발된 시제품에 대해 정부가 우선 구매하도록 하는 한편, 자국 개발제품에 대해서는 입찰 시에 가산점을 부여하기로 하였다.

중국 중앙정부와 지방정부에서는 고속성장의 후유증 탈피와 지속가능한 발전을 모색하기 위해 중국정부에서는 외국인투자자에 대해 제한적인 규제를 내놓았다. 자원 다소비, 환경오염 유발, 저부가가치 제품 생산관련 외국인투자 제한하고 환경오염 총량제와 허가제 실시로 인가범위를 초과하여 배출하는 오염물질에 대해 비용 부과하게 되었다. 소득 증대를 위한 음금 상향 조정, 신노동계약법 등 기업의 비용부담 증가, 지방정부의 잦은 최저임금의 상향 조정, 노조를 통한 단체협상 및 노조 결성 요구 등 규제로 인해 투자환경이 악화되고 있으나 소득향상에 따른 내수시장을 확대를 겨냥하여 다국적 기업중심으로 첨단기술 산업 위주에 외국인 투자는 여전히 꾸준하게 유입될 전망이다. 외국인 직접투자자금의 유입은 2007년 748억 달러(금융부문 제외)로 2006년의 630억 달러에 비해 13.6%증가했다.

수출 상품구조 고도화를 위해 저부가가치제품 수출 억제를 추진하고 있다. 자원과 노동집약적 제품 등 저부가가치 제품수출을 억제하는 반면, 첨단 기술제품수출은 촉진하고 있다. 저부가가치 제품수출 시에 증가세 환급비율 인하 및 석탄, 석유, 동 등 제품 수출 시에 관세를 부과하는 한편, 첨단기술제품의 수출에는 증가세 환급 비율을 확대하며, 수출 주력 품목이 섬유제품 등 노동집약적 제품에서 가전을 포함한 전기전자,

기계류 등 자본집약적 제품으로 빠르게 전환하였다.

사회복지비용 지출 증대에도 불구하고 세수확대로 재정수지의 개선이 지속될 전망이다. 내수 진작을 위해 교육, 의료 부문과 농촌과 빈곤층에 대한 정부 지출이 증대되고 있지만, 수출증대 등으로 인한 세수확대로 재정수지가 흑자로 전환되어 2007년 약 0.2%의 GDP대비 재정수지 흑자를 기록하였다, 재정지출을 서부 대개발 등 대형 프로젝트 중심의 인프라 확충, 기업구조조정, 농촌지역 생활환경개선, 사회보장 확충 등 분야에 주로 투입하고 있다.

그러나 식품가격 상승, 통화량 증가 등의 압력으로 물가가 상승될 전망이다. 원유, 철광석 등의 높은 원자재 가격 상승과 풍부한 외환 유동성으로 인한 통화량 증가가 여전히 물가상승 압력으로 작용하고 있으며 물가상승률은 2007년 식량 작황 부진과 돼지고기 등 육류 가격 상승으로 4.8%의 상승률을 기록하였고, 2008년1월 폭설 등의 영향으로 7.1% 상승하여 11년만의 최고치를 기록하는 등 2008년에는 5.0%를 상회할 전망이다.

서비스수지 적자와 외국인 투자기업 과실 송금 증가에도 불구하고 대규모 상품수지 흑자에 힘입어 경상수지의 대폭 흑자가 예상된다. 대규모 상품수지 흑자와 외환보유액(07년 말 1조 5,283억 달러), 이자 수입 등에 의한 소득수지 흑자 등에 힘입어 지난해 3,749억 달러였던 경상수지 흑자규모는 2008년에는 4,000억 달러로 증가할 전망이다. 중국정부가 과잉 유동성과 선진국과의 무역마찰을 피하기 위해 자원 다소비와 저부가가치 제품 수출을 적극 억제하고 있으나, 기업들이 공급과잉 물량을 해외시장 개척으로 해소하기 때문에 상품수지와 경상수지 흑자 규모가 확대될 전망이다.¹⁸⁾

3. 향후경제 전망

경제성장 속도를 살펴보면 1980년대에는 연평균 10.2%, 1990년대에는 10.3%로 20년간 매년 계속해서 10%이상의 놀라운 성장을 하였다.

<표-15> 중국의 거시경제 지표

(단위 : %)

지표	2002년	2003년	2004년	2005년
----	-------	-------	-------	-------

18) 한국수출입은행, 국별리포트. 2008.03

GDP(억 달러)	14,538	16,409	19,316	22,256
일 인당 GDP	1,135	1,274	1,490	1,707
실질GDP성장률	8.4	9.3	9.3	8.5
산업생산증가율	-	30.4	25.1	16.2
실업률(실질)	-	10.1	9.8	9.2
실업률(공식)	4.0	4.3	4.2	4.3
소비자물가상승률(평균)	-0.8	1.2	4.2	3.2
재정수지(% of GDP)	-3.2	-2.5	-2.4	-2.7
경상수지(억 달러)	354	459	350	300
경상수지(% of GDP)	1.1	3.2	2.2	2.0
수출(억 달러)	3,256	4,383	5,830	6,880
수입(억 달러)	2,953	4,128	5,610	6,730
환율(/달러, 평균)	8.28	8.28	8.28	8.10
외환보유고 (억 달러)	2,864	4,033	6,099	8,189

자료 : 한국수출입은행 해외경제연구소, 각년도.

향후에도 중국이 연 7~8%의 안정적 성장을 지속한다면 2010년대에는 중국은 세계 총생산의 20%를 차지하면서 미국과 비슷한 경제규모를 갖게 되는 경제대국이 될 전망이다. 그러나 2001년부터 국영기업 개혁확대와 해고된 종업원에 대한 사회보장비용 지출로 인해 재정적자현상이 나타나고 있다. 1998년부터 재정 적자/GDP 비율이 악화되었으며 2005년에도 확대되어 2.7% 수준에 이르고 있다. 또 물가상승율도 최근에 들어서서는 다소 불안정한 모습을 보이고 있다.¹⁹⁾

제2절 중국 IT산업의 현황

1. 중국 IT산업의 발전 과정

① 제 8차 5개년 이전(1979~1990)

개혁과 개방 정책을 표방하기 시작한 1979년 이전의 중국 전자공업은 군수품과 군수품을 수반하는 산업으로, 일정 수준에 도달한 전자 제품도 있었으나, 전자 공업 전체는 10년에 걸친 문화혁명(1966년~1976년)으로 인한 외국과의 기술 격차로 인하여 매우 낮은 수준에 머물렀다.

19) 이장로·신민수, 「국제경영」 弘文社

1979년 이후에는 개혁과 개방 과정에서 외국의 선진기술을 도입하게 되었고, 중국 정부의 주도적인 재편과 제휴를 통해, 군수품, 민수품, 완성품과 부품, 소자, 생산재 등에 큰 변화가 나타나기 시작했다.

개혁, 개방 후 중국정부는 전자공업발전에 큰 영향을 미치는 일련의 결정을 내렸다. 1982년 10월 국무원은 컴퓨터와 집적회로(IC)의 지도 그룹을 조직, 설치했다. 1986년 국무원 제 122회 상무회의에서는 집적회로, 컴퓨터, 자동교환기, 소프트웨어를 우선적으로 발전시켜 하이테크 제품화할 것을 결정하고, 우대정책을 실시했다. 1990년 12월에는 「중국 공산당의 국민경제와 사회발전 10개년 계획과 제 8차 5개년 계획에 관한 제안」 외 제21조에서 「전자 공업은 산업구조 현대화를 촉진시키는 선도 산업」임을 확인하고, 각 부문은 전자 공업의 급속한 발전을 위해 노력해야 함을 강조했다. 이 기간 동안 가전 중심의 전자 제품의 생산이 지속적이고 안정적으로 빠른 성장을 가져왔는데 흑백 TV의 생산량은 1,342만대로 세계 1위, 칼라 TV도 1,174.8만대로 세계 5위, 라디오의 품질 수준은 세계 선진 수준에 도달하게 되었다. 전자 제품의 수출에 있어서도 1990년 수출액이 37.87억 달러를 달성하여 1979년보다 37배나 성장하여 전국 무역 총액의 6.09%를 차지하였으며, 이 중 주요 수출제품은 칼라 TV, 흑백 TV 및 라디오였으며, 이때부터 중국의 전자 공업은 외국 진출의 전환기를 가져왔다.

② 제 8차 5개년 계획기(1991~1995)

중국은 제 8차 5개년 계획기에 전자 공업에 대한 투자를 강화하였다. 1993년 6월, 국가 전자공업부는 중앙과 국무원의 지도에 따라, 전자 공업의 발전을 위해 새로운 시장과 응용 분야를 개척하는 경제, 무역, 금융 분야에서의 정보화 「三金」²⁰⁾ 프로젝트를 제기했다.

제 8차 5개년 계획 실시이래, 전자공업의 산업구조에 큰 변화가 일어나, 가전 중심의 단순한 제조업에서 소프트웨어, 정보서비스 등의 업종도 함께 발전해 왔다. 백색가전을 중심으로 한 소비재 제품에서 생산재, 소비재, 기초재의 균형 잡힌 제품 구성으로 전환된 것이다. 동시에 일부 제품의 기술 수준과 품질은 세계선진 수준에 이르게 되었다.

제 8차 5개년 계획 기간 동안에 대기업이 집중 육성되어 기업수로는 불과 3%밖에

20) 중국의 정보화 Project로 金桥 : 국가경제정보 Project, 金网 : 국가대외무역정보네트워크, 金卡 : 일렉트로닉뱅킹 프로젝트를 의미한다.

안되는 전국 전자 기업 상위 100개사가 생산액, 매출액과 납세전 이익으로 각각 전체의 46%, 63.5%, 81.5%를 차지하게 되었다.

「三金」 프로젝트를 대표로 하는 정보화 대형 프로젝트의 실리를 통해 시장을 개척하는 것과 동시에 세계적인 대형 聊痛, 吉痛 등의 기업 집단이 형성되었다.

국제 협력도 활발하게 이루어져서, 94년까지 외국 기업이 투자한 전자 기업은 8,000개사 이상에 이르고, 실행베이스에서의 외자는 40억 달러가 되었다. 외자를 통한 자금과 기술이 도입되어 기업의 관리수준을 향상시켰고, 국내기업의 제품 수출을 확대하였다.

<표-16> 8.5계획기간의 전자 공업 생산액의 비율(90~95)

	전자공업총생 산액(억元)	연성장율	공, 농업 총생산액에서 차지하는 비율(%)	공업 생산액에서
1991	886.3		2.4	3.1
1992	1,086.80	22.6	1.3	2.2
1993	1,395.60	28.4	0.93	2.98
1994	1,861.70	33.4	1.2	4.36
1995	2,314.00	24.3	-	-

자료 : 中国 电子 工业 年鉴, 中国科学院, 1995.

③ 제 9차 5개년 계획기(1996~2000년)

제 9차 5개년 계획기의 중국의 전자 공업은 비약적인 발전이 되었으며, 특히 정보화 사회의 실현이 강력히 추진되었다.

전자 공업에서는 업계 전체의 통일적 발전을 전제로, 국유 대 중형 기업을 중점적으로 지원하는 것과 동시에 관련 산업의 우량기업과 특색이 있는 민간, 乡镇²¹⁾기업을 지원하며, 국민 경제의 정보화와 근대화를 위해, 각 분야의 정보화 「三金」 시리즈 프로젝트에 중점을 둔다. 종래처럼 제조업에만 주력하는 상황에서 벗어나 소프트웨어, VAN(Value Added Net Work : 부가가치 통신망)을 구축하도록 한다. 또한 기술개발을 강화하고 연구 성과의 산업화를 중점적으로 지원한다. 기술자 및 전문가(외국 전문가 포함)에게 개발 환경을 제공하여, 제품개발 및 생산 기술의 연구를 촉진한다. 이장의 전망은 기대할 수 있으나 개발 단계에 있거나 상업화 조건은 이미 갖추고 있으

21) 중국의 사유기업의 형태로 대체로 소규모다.

나 아직 산업화가 되지 않은 각종 하이테크 프로젝트에 대해서는 입찰 방식을 통해, 우수한 기술력을 가진 기업을 우선적으로 육성하며, 중국 국내 기업의 해외 진출을 지원하고, 다국적 기업으로 육성하여 국제 경쟁력을 강화하고 국제 협력의 강화를 통해 외자이용의 수준과 효율을 높인다.

1). 전자 공업의 발전 목표

제 9차 5개년 계획 기간 동안의 중점적인 전자 산업의 육성을 통하여 2000년까지 중국의 전자 공업은 연평균 20%이상의 성장을 이룩하도록 하고, 총생산액은 5,000억~6,000억 위안 (전국 공업 총 생산의 10%) 구내 판매액은 4,000억~5,000억 위안, 수출액은 250억 달러를 목표로 하였다. 그 중에서도 반도체의 생산액을 전국 공업 총 생산액의 0.5%이상을 끌어올리고자 하였다. 또한 기업 육성 측면에서 2000년까지 연간 매출액 200억 위안 이상의 기업을 3~4개사를 육성하고, 国有大中型, 三资²²⁾ 기업과 민간 기업의 질서 있는 경쟁과 협조를 유지시킴을 목표로 하였다.

2). 전자 공업 발전의 주안점

중국 정부의 이 기간 동안의 전자 공업의 발전에 있어, 첫째, 국민 경제 정보화시스템의 구축 둘째, 국민 경제 정보화에 기여하는 전자 산업의 육성에 중점 착수하였다.

(1) 국민 경제 정보화 시스템

국민 경제 정보화 프로젝트의 중점은 「三金」 프로젝트를 대표하는 「金」 시리즈로, 네트워크와 데이터뱅크의 구축이 주요 실천 과제였다. 이를 통하여 각 정보망의 상호 교류로 정보의 유통과 교환 및 정보 자원의 이용률을 최대한 높이고, 국민 경제의 정보화도 가속시키고자 하였다.

(2) 전자 산업

이 기간 동안의 전자 산업의 발전 주요 사항은 다음과 같다. 첫째, 국민 경제의 정보화에 기여하는 광섬유(통신, 이동통신, 자동교환기, 위성의 응용), 컴퓨터 및 소프트웨어, 집적회로(IC). 둘째, Hybrid IC, 센싱 에라먼트와 sensor, 전력용 전자부품, 액정 표시장치, CTD표시장치 등 부품의 생산 확대. 셋째, 디지털 기술을 채용한 디지털

22) 중국의 외국인 투자 기업 형태로 “合作”, “合资”, “独资” 기업을 말한다.

Audio, Visual 제품, [유선 텔레비전(CATV), Hivision 텔레비전(HDTV), 레이저, VCD(비디오 콤팩트디스크), 디지털 오디오, 비디오 카메라, MD(Mini Disk), 고품위 디지털 텔레비전 송신 설비(HDTV 송신 포함), DAB(디지털 음성 방송 설비)]. 넷째 교통, 자동차, 에너지, 의료의 4대 중점 분야에 응용되는 전자 기술 제품의 발전(항공, 교통 관제시스템, 자동차용 전자제품, 주파수 변환 장치를 대표로 하는 에너지 절약형 전자 제품과 의료 전자 제품). 다섯째, 전자 제품의 수출 체계 확립. 여섯째, 세계적인 전자 기술과 제품의 경영, 판매 시스템의 확립. 일곱째, 인재 육성 프로젝트 추진 및 과학 기술자, 경영자의 양성 등을 주요 중점 항목으로 지정 육성하려 하고 있다.

3). 외자의 적극적 이용 정책

이 기간 동안에 중국은 중점 전자 산업의 발전을 위해 제품의 공동개발, 인재의 육성, 기술과 자금의 도입을 위해 적극적인 합자와 합작 생산을 유도하는 외자정책을 실시하고자 한다. 전자 산업의 외자 이용의 중점 분야는 다음과 같다.

(1) 「金」 프로젝트

국민 경제의 정보화를 추진하기 위해, 중국은 「金」 프로젝트 추진에 전념하고 있는데, 이는 국가 경제 정보 프로젝트, 국가 대외 무역정보 Network(金网)Project, 일렉트로닉 Banking(金카드)Project를 말한다. 그리고, 이「三金」 프로젝트에 따라 세금 분야의 「金稅」, 교육 분야의 「金智」, 의료, 위생 분야의 「金衡」, 농업분야의 「金農」, 기업의 「金企」 등의 프로젝트도 추진하고 있는데, 이 일련의 「金」 프로젝트는 중국 최대의 전자 제품 시장이 된다. 이 같은 프로젝트를 추진하기 위해 중국은 외자 유치를 전개하고 있다.

(2) 전자제품 프로젝트

중국이 적극적 외자를 이용한 선진 기술을 도입하고자 하는 분야는 다음과 같다.

- Audio, Visual 분야 : 차세대 아날로그, 디지털 TV, Electronics component stereo, 비디오 카메라, 하이비전 TV, 멀티미디어 및 위성 TV 수신타료 등의 소비재 관련

- 통신분야 : 디지털 자동 교환기, 팩시밀리, 고기능 전화기, 광섬유 단말 설비 등의 유선, 위성, 이동통신 기술

- 컴퓨터 분야 : Software의 개발 및 응용 기술, Systemintegret, Network 기술 및 관련 설비 기술

- 전자 부품 분야 : 직접회로의 0.8~1.0미크로 제품 기술과 양산 기술, 차세대 电子素子, 액정화면, 고화질 브라운관 및 개발생산 기술

(3) 수출 프로젝트

수출을 중시하고 외국 기업과의 개발, 생산, 위탁가공 또는 독립 생산을 전개하여, 특히 중국에서 조립하는 위탁 가공 수출을 더욱 장려하도록 한다. 개방이 시작된 중국 내륙 지역은 인건비가 연해 지구보다 싸기 때문에 외국 투자의 선택 목표가 된다.

④ 제 10차 5개년 계획(2001~2005)

1996년~2000년의 세계 시장과 전자 산업의 발전템포는 GNP 신장률의 1.5배 이상이 되고, 2000년까지 세계의 전자 정보 제품의 시장 규모는 1조 6,000만 달러 이상에 달할 것으로 전망하고 있다.²³⁾

제 9차 5개년 계획기를 포함, 향후 15년 사이에, 중국의 경제체제는 종래의 계획 경제에서 사회 중의 시장 경제로 전환되고, 국내외의 마크로 경제와 무역 환경의 개선 및 국민 경제의 안정적, 지속적인 발전에 따라, 전자 산업과 전자 제품 시장도 급속도로 성장하게 될 것이다. 96년부터 2000년까지 시장은 연평균 30%의 신장률을 보이고, 2000년에는 구내의 시장 규모는 약 1,200억 달러에 달하고, 제 9차 5개년 계획기의 시장 규모는 약3,600억 달러를 상회할 것으로 전망하고 있다. 대외무역 지수를 나타내고 있다. 모든 수치가 상승곡선이며 평균성장률의 경우 <표-17>는 가. 국민소득 및 산업구조, 나. SOC건설, 환경개선 과학기술, 계획보다 항상 상회하며 8.5실적의 경우 목표치에 150%초과 달성된 것이 눈에 띈다.

<표-17> 8.5 및 9.5 계획비교경제지표 대조표

1. 국민소득 및 산업구조

	단위	8.5실적 (90~95)	9.5실적 (96~2000)	10.5계획 (2001~2005)
GDP(기간말)	억 위엔	58.478	89.404	125.000
	억불	6.954	10.800	15.106

23) 홍진배, “중국 전자산업의 발전전망과 한국 전자업체의 대 중국 진출 전략에 관한 연구”, 고려대학교 경영대학원, 석사학위논문, 1999.6.11, p4-13

평균성장율(계획/실적)		%	8.0-9.0/12.0	8.0/8.3	7.0
1인당 GDP(기간말)		위엔	4,747	7,200	9,400
가처분 소득 증가율	도시(기간평균)	%	7.7	5.0	5.0
	농촌(기간평균)	%	4.0	4.5	4.0
기간말 총 인구(기간중 증가율)		억명,%	12.1(1.055)	12.7(1.084)	13.3(0.9)
도시 실업율(등록)		%	2.9	3.1	5.0
주민소비, 투자 GDP비중 소비: 투자		%	47.1:38.7	45.7:42.0	50.0:35.0
소비재 매출 증가율	도시(기간평균)	%	26.2	11.4	-
	농촌(기간평균)	%	13.9	9.7	-
1인당 주거면적	도시(기간말)	m ²	11.8	14.2	22.0
	농촌(기간말)	m ²	21.0	24.2	25.0
산업별	1차 산업	%	20.5	16.5	13.0
GDP 점유율 (년말)	2차 산업	%	48.8	50.6	51.0
	3차 산업	%	30.7	32.9	36.0
산업별	1차 산업	만 명,%	35,468	35,364	44.0%
근로자 및 점유율 (년말)	2차 산업	만 명,%	15,628	16,235	23%
	3차 산업	만 명,%	16,851	18,987	33%
농촌근로자 도시 이동(기간중)		만 명	-	1,470	4,000
농업구조 변화	양곡생산	만 톤	44,923	49,638	-
	경지면적	만ha	9,497.10	15,600	12,800
	목축업비중	%	28.1	28.2	33.0
	농업 관개 비율	%	-	-	45.0

자료 : 주중한국대사관, 중국경제개발계획, 및 개혁정책, 2004

2. SOC건설, 환경개선, 과학기술, 대외무역

		단위	(90~95)	(96~2000)	(2001~ 2005)
도로 총 연장(기간말)		만km	9.2	123	160
고속도로 총연장(기간말)		만km	0.8	-	2.5
철도 총 연장(기간말)		만km	0.3	6.8	7.5
대형 항만		개	-	-	800
수자원 개선	수자원공급	억 m ³	-	5,600	6,000
	수토유실 방지	만ha	-	2,300	2,500
환경 개선	공업용수 재활용율	%	-	-	60
	도시오수처리	%	-	15.2	45.0
	오염배출 축소	%	-	현수준동결	10.0

	초지 조성만		ha	-	1,540	1,650	
	살림 복개율		%	-	16.6	18.2	
	도시 녹지대 비율		%	-	27.4	35.0	
연구개발 투자액 GDP 점유비중			%	0.6	0.8	1.5	
컴퓨터 보급율			%	-	-	4.0	
전화 보급율			%	4.6	20.1	40.0	
넷트즌			만 명	-	2,250	-	
유선TV 보급율			%	-	-	40.0	
진학율	중학교		%	90.8	94.4	90.0	
	고등학교		%	48.3	50.0	60.0	
	대학교		%	-	-	15.0	
대외무 역	총액		억불	2,890	4,743	6,800	
	수 출	전자상품		%	11.2	42.3	50.0
		외자기업		%	31.5	47.9	-
		가공수출		%	50.6	55.3	-

자료 : 주중한국대사관, 중국경제개발계획, 및 개혁정책, 2004.

2. 중국 IT산업 진흥정책

1. 중국의 IT산업 진흥정책

중국의 IT산업지원정책으로 지목될 수 있는 대표적인 정책으로는 상기한 햇불계획(火炬工程) 외에도 제 10차 5개년 계획과 8金工程(English Golden Project) 등이 있다. 1999년 10월 12일 정보산업부 정보화 추진사에 의해 국가발전계획 위원회에 제출된 보고서에 의하면, 제 10차 5개년 계획은 정부정보화, 산업정보화, 사회공공분야 정보화, 가정정보화를 기간 내에 실현한다는 내용을 담고 있다. 이 계획에 따르면 중국정부는 10.5계획이 완성되는 2005년도에는 중국 IT산업의 규모를 2000년도의 두 배로 확장시키겠다는 계획을 세워놓고 있다. 국내총생산에서 점유하는 정보통신산업의 부가가치액이 2000년도 말을 기준으로 할 때, 약 4%이던 것을 2005년도에는 7%로 확장시킴으로써 IT산업을 중국의 경제성장 동력으로 삼겠다는 야심을 품고 있다. 실질적으로 중국정부는 10.5계획을 위하여 2005년도까지 다양한 투자를 계획하고 있다. 재정적 측면에서도 거대한 자금을 투입하여 정보통신산업을 위한 근본적 투자를 고려하고 있는바, 일례로 정보산업을 위하여 4,000억 위안을 투자계획하고 있고, 통신산업을 위해서는 1조 2,500억 위안을 투자계획하고 있다. 그리고 IT산업의 생산성 측면에서 중국정부는 2000년도에 투입과 산출의 비율이 1:1.5이던 것을 2005년도에는 1:3.3으로 향상시킬 것을 목표로 하고 있는 바, 중국정부는 IT산업 노동자들의 연간

부가가치 생산액, 즉 노동생산성을 향상시키는데 주력하고 있다.

한편 햇불계획을 좀 더 언급한다면, 그 프로젝트의 목표는 “과학의 발전을 통한 국가 부강화”인 바, 지난 2000년에는 연간 기술공업 무역총액 6,000억 위안, 하이테크 제품의 연간 총매출액은 5,000억 위안 달성, 국가차원 추진의 햇불계획 프로젝트 3,000개, 지방정부 차원의 프로젝트 5,000억 위안(공업 총생산액 4,000억 위안) 달성, 각 분야의 하이테크기업 30,000개 육성 등을 목표로 추진하였다.

특히, 중국의 정보고속도로 건설은 8개의 골든 프로젝트 차원에서 추진되었는데, 제 9차 5개년 경제개발계획기간 중에는 3개 골든 프로젝트, 이를 바탕으로 진홍(金弘), 진웨이(金微), 진수이(金稅), 진치(金企), 진즈(金智)의 5개 정보망을 추가하여 중국정부의 정보화사업을 완성한다는 목표로 추진되었다. 10억 위안이 투자되어 3년 만에 완성된 “진차오 프로젝트”에는 위성통신 네트워크 프로젝트, 무선이동 데이터 사용자 액세스 네트워크 프로젝트, 공섬유 MAN사용자 액세스 네트워크 프로젝트, 네트워크전화/FAX 프로젝트, 인터넷 정보서비스 프로젝트, 국가 대형기업 종합정보 네트워크 기술개선 프로젝트 등이 포함되었다. 한편, 1997년 12개 도시에서 네트워크 서비스 센터 시범운영을 거쳐 1998년 정식 운영에 들어간 “진카 프로젝트”의 목표는 10년 내에 전자화폐시스템을 구축, 중국 실정에 부합되는 금융카드 업무관리를 실시하며 전국 400개 도시의 3억 인구에게 금융카드를 보급하는 것을 목표로 추진 중이다. “진관 프로젝트”는 통관자동화와 문서 없는 무역거래, 수출입 전용시스템망 구축을 목표로 하고 있는데, 이 프로젝트가 성공적으로 완성되게 되면 무역할당액 허가, 대외 무역업무, 세무국 입·출금, 외환관리 등에서 일대 혁신을 가져오게 된다. 이와 같은 중국 IT산업지원정책과 더불어 국제경쟁력 향상을 목적으로 추진하고 있는 주요전략으로 언급할 수 있는 것은 하이테크산업 개발단지의 설립인 바, 이는 중국 정부의 IT산업육성 의지를 엿볼 수 있게 해주는 대표적인 플랜이다. 하이테크 산업 개발단지의 설립목적은 고급 IT인력 확보와 기술개발 환경조성을 토대로 중국 독자의 IT과학 기술과 경쟁력을 키워, 과학기술 성과를 최대한 상업화하고 국내의 시장에 중관춘(中关村²⁴) 과학기술단지를 위시하여 중국 전역에 총 53개 단지가 조성되어 있는 실정이다. 또한 IT산업정책 기초시설종합관리 등에서 최적 환경을 제공하여 중국 소프트웨어 기업의 육성을 촉진하며 IT기술성과의 상업화를 조기에 달성케 할 목적에서 수입

24) 중관춘은 1980년 10월 중국과학원 연구원들이 미국의 실리콘벨리 등을 시찰하고 돌아와, 이를 샘플링하여 중관춘중국과학원의 물리연구소에 500위안으로 중국최초의 민간 하이테크기업인 ‘북경플라스마학회 선진기술발전서비스부’를 창설한 데서 비롯되었다.

에 의존하던 제품들을 국산화함으로써 수입대체효과와 더불어 수출촉진을 겨냥하고 있다. 특히, 정보통신 연구개발을 위한 지역으로 중국 북부의 장강델타 지역, 북부지역의 북경지역, 그리고 남부지역의 주강델타 지역을 IT산업 클러스터로 육성하고 있는데, 장강델타 지역은 정보통신 기술의 메카이고, 북경지역은 정보통신 연구인력이 많이 밀집하고 있으며, 주강델타 지역은 컴퓨터, 전자부품을 포함한 정보통신 산업기지로 자리 잡고 있다.

그 중에서도 ‘중국의 실리콘벨리’로 명명되는 북경 중관춘이 중국 IT산업에서 차지하는 역할과 영향력은 매우 지대하다. 북경시 서북부에 위치한 중관춘은 베이징의 IT관련 첨단 벤처기업들이 집결해 있는 중국 IT의 심장부로 중관춘 주변에는 북경대, 칭화대를 비롯해 68개의 대학, 중국과학원 등 213개의 연구기관이 모여 있으며, IT전문가를 비롯해 각 분야 기술자 40만 명이 운집해 있는 이른바 IT클러스터인 셈이다.

중관춘 하이테크파크 관리위원회에 따르면 중관춘 하이테크파크에는 8000개 국내 기업과 외국계 기업이 입주해 있는데, 이 중에서 약 6000여 회사가 첨단기술 관련 기업이며, IT관련 기업 수는 2000년말 기준으로 약 5000개사를 넘는다. 중관춘 하이테크파크의 2000년 경제성장률은 61.5%에 달할 정도로 왕성한 기업정신을 배경으로 신규기업의 창업이 급속히 늘어가고 있는 추세이다.

이와 같이 중관춘을 중심으로 신규 창업이 증가하고 있는 원인을 보면, 중관춘에 입주한 첨단산업 관련기업은 일반기업에 적용되는 33%의 소득세율 대신에 그 절반 수준인 15%로 적용받게 되는 이점이 있고, 신규 하이테크기업은 3년간 소득세를 면제받게 되고, 4년째부터는 3년간 반액세제를 적용받게 되는 세제상의 혜택이 큰 매리트로 작용하고 있기 때문이다. 그뿐만이 아니라, 중관춘이 빠르게 발전한 또 다른 비결은 학계 및 연구소와 산업계의 잠재력이 최대한 발휘될 수 있도록 정부가 ‘产学研 협력 프로그램’을 가동했기 때문인 것으로 평가되고 있다.

2. 중국의 IT시장 개방정책

중국 시장조사 전문기관인 Asia Access의 발표에 의하면, 중국의 통신서비스시장 뿐만 아니라 PC시장, S/W시장, 인터넷시장 등에서 지속적인 고도성장이 예측되고 있는데, 무엇보다도 2001~2004년간 디지털 및 멀티미디어 수요가 급증하여 멀티미디어 이용자수가 7천만에 육박하고, 시장규모는 동기간에 7,200억 위안에 이를 것으로 전망하고 있다. 이러한 미래성장 유망 업종인 IT분야의 폭발적인 수요는 중국의 WTO 가입에 따른 통신시장 개방, 제3세대 이동통신업체 선정 예상 등의 호기에 편승해 세

계 우수 기업을 비롯한 많은 한국기업들의 관심과 진출을 고무하고 있는 실정이다.

주지하는 바와 같이, 중국의 WTO가입으로 중국의 IT시장은 대외개방에 직면하게 되었다. 즉 WTO가입에 따라 중국은 2003년까지 반도체, 컴퓨터, 통신설비, 하이테크 상품 등 IT제품에 대하여 관세를 면제하고, 벤처기업 육성에 관한 특별법에 의하면 IT서비스분야에서도 해외자본의 지분을 49%까지 허용함과 동시에, 무선호출과 데이터 전송사업에 대한 외국자본의 지분을 50%까지 확대하여 향후 5년 내에 시장을 완전히 개방하기로 하였다.²⁵⁾

<표-18> 중국 통신서비스시장 개방일정 및 회자참여비율

서비스 분야	2001 (1년차)	2002 (2년차)	2003 (3년차)	2004 (4년차)	2005 (5년차)	2006 (6년차)
부가서비스	30%	49%	50%	-	-	-
이동/데이터서비스	-	25%	35%	-	-	49%
국내/국제서비스	-	-	-	25%	35%	49%

자료 : Ibid.

한편, 중국의 정보산업부가 공식 발표한 자료에 의하면, WTO가입이후 외국기업이 중국 통신시장에서 점유할 수 있는 지분율과 제한 지역으로는, 부가 및 무선호출 서비스의 경우 2001년까지는 베이징, 상하이, 광저우 3개 도시에 시장진출이 가능하였으며, 2002년 이후에는 청두, 충칭, 다롄, 푸저우, 항저우, 난징, 닝뱌, 칭다우, 선양, 선전, 시아먼, 시안, 타이원, 우한 등 14개 도시에서 49%이하의 시장점유율이 가능하다. 그렇지만 2004년부터는 지역제한이 폐지되고 최고 시장점유율은 50%까지 가능하게 된다. 이동통신서비스의 경우 2001년까지 베이징, 상하이, 광저우 3개 도시에서 25%까지의 시장점유율이 허용되었으며, 2002년부터는 상기한 14개 도시에서 35%의 시장점유가 허락되었다. 그리고 부가 및 무선호출 서비스의 경우와 동일하게, 이동통신 서비스는 2004년부터는 지역제한이 없어지나 49%의 시장점유율이 허용된다.²⁶⁾ 한편, WTO양해각서에 의하면 외국 업체의 중국통신업체에 대한 투자는 일정기간 제한되어 있으나, 외국 업체가 중국의 네트워크 발전에 참여하는 것은 배제하고 있지 않다.

25) 강희일, 정현수, 이동일, 「중국의 정보통신 산업정책동향」, 주간기술동향01-11,2001.3.28,p26.

26) Ibid, p27

3. 중국 IT산업의 부문별 시장분석

1. 컴퓨터시장 동향분석

1999년 중국의 IT산업은 Y2K라는 밀레니엄 문제의 전면적인 개선 및 업그레이드가 해결됨으로써 산업전반에 걸친 컴퓨터 대중화에 편승하여 급속한 발전을 가져왔으며, 소프트웨어산업 및 정보서비스산업의 육성을 위한 중국정부의 자금, 세제 및 법률상의 지원정책으로, 인터넷과 전자상거래의 성장, 인터넷 사용자 수가 급증함으로써 네트워크 및 IT시장이 활성화되었다. 또한, 아시아 경제회복에 따른 국민경제의 성장이 수요촉진요인으로 작용함으로써 가정용 컴퓨터수요도 지속적인 성장세를 유지하였다. 해외 수출 면에서도 중국의 IT산업부문은 국가의 수출장려정책에 힘입어 IT상품 수출량이 확대 되었는데, 1998년 초 유의 부의 성장이후 1999년 말까지 105억 달러를 상회하는 실적을 보임으로써 1998년 동기대비 74.51%의 성장세를 보였다. 이는 중국의 전자 산업 분야에서 가장 높은 성장세를 의미하였다.²⁷⁾

1999년 중국 컴퓨터 산업 규모는 1,720억 위안 으로 전년대비 16.2% 증가한 것에 비해 2000년도에는 2,050억 위안으로 전년대비 20.6%의 급격한 증가세를 보였다. 부문별로는 1,305.5억 위안 을 달성해 전년대비 13% 증가율을 보인 하드웨어산업이 전체 컴퓨터산업의 75.9%를 차지하였으며 조사에 의하면 PC매출량은 1998년 대비 20.4% 증가한 490만대에 육박하였다. 중국 컴퓨터 산업의 시장구조를 고르게 발전시키는데 큰 역할을 담당하였던 소프트웨어 및 정보서비스 산업의 매출액은 각각 176억 위안과 238억 위안으로 1999년 전체 시장의 24.11%를 차지하였다. 그리고 하드웨어 부문은 1999년 1,305억 위안 매출을 올림으로써 중국 전체 컴퓨터 시장의 75.9% 점유율을 기록하여 여전히 중국 IT시장의 주종 상품임을 과시하였다.²⁸⁾ 산업별 1999년 IT지출은 금융 산업이 전체 IT시장의 30.9%를 점유하였고, 통신 산업이 19.8%, 운송 산업이 10.7% 등을 점유하였다, 지역별 시장규모는 베이징, 상하이, 광저우 지역이 중국의 최대 컴퓨터 시장으로 조사되었는데, 1999년 말 이들 지역의 총 매출액 규모는 전체 시장의 77.4%를 차지하였고, 다음으로는 시안(9.4%), 청도(6.8%), 선양(6.4%) 지역이 전체 시장의 22.6%를 점유하였다.

27) 중국정보산업부, 「1999-2000년 중국 IT산업과 시장 동향」, 2000. p45-52.

28) Ibid.

<표-19> 중국 컴퓨터 산업 시장 전망

(단위 : 백만 불)

구분	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	평균성장률(%)
하드웨어 시스템	8,174.9	10,151.1	12,533.1	15,180.4	18,101.0	21,115.0	20.9
데이터 통신장비	1,490.0	2,134.1	2,834.1	3,584.8	4,150.8	4,684.4	25.7
소프트웨어	757.7	1,107.4	1,648.6	2,640.5	3,632.8	5,439.9	48.3
정보서비스	580.1	835.7	1,215.1	1,741.8	2,502.7	3,299.1	41.6
합계	11,003.6	14,228.3	18,239.9	22,967.3	28,387.4	34,538.5	25.7

자료 : Ibid.

아무튼 중국의 컴퓨터 산업은 내부의 금융구조 개선, 하이테크시장의 부양정책 및 IT육성정책에 맞물려 향후 20% 전후의 높은 성장세를 유지할 것으로 예측되고 있다. IDC²⁹⁾에 의하면, 1999년 중국컴퓨터 산업의 시장 규모는 909.7억 위안(110억 달러)으로 일본을 제외한 아시아-태평양지역에서 가장 큰 시장이 형성되었음을 의미한다. 더욱이 2004년경엔 1999년 대비 3배 이상 확대된 3,453.8억 위안으로 아시아-태평양지역 전체시장의 1/3을 점할 전망이다. 산업별 시장 규모를 살펴보면, 중국의 급속한 경제성장과 더불어 컴퓨터용 어플리케이션을 업무에 이용하기 시작한 최초의 산업 분야인 금융 분야에서 컴퓨터 수요, 즉 시장에 대한 지출 규모가 가장 커 1999년의 경우 전체 산업시장의 30.9%인 34억 달러에 이른 것으로 나타났다. 그렇지만 신흥 산업분야의 등장으로 성장속도가 점점 줄어들어 2004년에는 23.3%를 점유할 것으로 전망하고 있으며, 통신 분야는 일반 소비자 및 가정용 통신 시장의 성장에 기인하여 20.1%를 점유하여 69억 달러에 이를 전망이다. 특히, 통신 분야는 중국 정부

29) 인터넷 데이터센터(IDC)는 기업고객들로부터 인터넷서비스를 아웃소싱 받아 서버와 네트워크를 제공하고 대신 관리 해주는 곳으로 서버호텔이라고도 불린다. 대규모 인터넷 전산센터를 설립한 뒤, 호텔처럼 기업의 서버를 입주시켜 기업대신 관리해주는기 때문이다.

의 투자대상 우선순위에 놓여 있으며, 중국의 정보 인프라 건설에 중요한 역할을 담당하고 있기 때문에 성장세가 가속화 될 전망이다. 지역적으로는 정부의 산업 분산화 정책에 힘입어 내륙지역의 컴퓨터 산업 성장이 두드러져 컴퓨터 산업 전체에서 차지하는 비중도 1999년의 22.6%에서 2004년엔 29.5%로 줄어들 것으로 예상되는 반면, 상하이 등의 경우는 컴퓨터산업 진흥정책과 맞물려 지속적인 시장 확대가 이루어져 2004년경에는 중국 컴퓨터산업에서 차지하는 비중이 30%를 넘어설 것으로 전망된다.³⁰⁾

1) PC시장 분석

중국 컴퓨터시장(PC, 노트북, PC 서버포함)에서 점유율 91%로 가장 높은 비율을 차지하고 있는 PC 판매량은 2000년도 620만대로 전년대비 38.2% 증가하였으며, 판매액은 527억 위안에 달하여 29.3% 증가하였다. PC시장을 세분화하여 살펴보면, 가정용 컴퓨터와 상업용 컴퓨터가 급속히 발전하였으며, 지역적으로는 베이징, 상하이, 광저우 등의 중심도시와 화북, 화동, 화남, 지역의 판매량이 증가하고 있는 추세이다. 무엇보다도 인터넷의 발전은 PC의 소비를 자극하고 기술자원과 정보자원의 공유를 앞당겨, PC제품이 점차 기술의 고급화와 다기능화로 발전할 수 있게 만든 기반이 되었다. 소비자의 PC에 대한 요구는 CPU의 업그레이드, 하드디스크 확장, 메모리 확장뿐만 아니라 제품의 개성화에 집중되고 있다. 즉, 인터넷이 PC의 응용과 보급을 촉진하였을 뿐만 아니라 PC를 기존의 계산 위주에서 인터넷 단말기용으로 변화시켰으며 시장의 세분화를 촉진시키는 원동력이 되고 있다. 정보기술의 응용과 보급은 개인의 소비심리를 자극하여, 2000년 중국 가정용 컴퓨터 소비자층이 저수입, 저연령, 저학력 계층으로 이동하였다. 이에 따라 제조업체는 차별화된 전략으로 네트워크화, 개성화, 지능화를 실현하고 있다. 런샹은 소비자를 상, 중, 하 3계층으로 나누어 각각의 계층에서 소비자의 요구를 충족시키고 있다. 청청컴퓨터는 저렴한 가격, 네트워크화, 디자인, 사용의 용이함을 핵심으로 하는 제품을 출시하여 마케팅에 주력하고 있다. 이처럼 중국 컴퓨터 산업의 발전에 따라 중국 국내업체는 새로운 기술의 중요성, 네트워크의 발전, 시장수요의 증가가 시장구조에 큰 변화를 가져옴을 인식하고 기술, 제품, 마케팅, 유통, 서비스 전략을 수립하여 새로운 경쟁에서 우위를 확보하기 위한 노력을 기울이고 있다.

2000년 중국 PC시장에서 수입 브랜드, 중국산 브랜드, 조립 제품의 시장 점유율은

30) J.Bel, "The internationalization of small computer software firms-A further challenge to stage model theories", European Journal of Marketing, Vol. 29. No. 8, 1995, pp60-75.

각각 20%, 58%, 22%로 조사되었는데, 중국산 브랜드 제품이 시장에서 성공한 주요 원인은 현지화와 다양한 수요층이 확보된 판매루트를 형성하였기 때문이다.³¹⁾ 렌샹은 상업용 PC시장을 대기업 사용자와 중소기업 사용자로 세분화하여 플랫폼형 제품과 어플리케이션 제품으로 구분하였으며, 창청을 비롯한 유명 PC제조업체는 상업용과 가정용 제품으로 구분하여 생산라인을 확보하고 있는 상황이다.

중국 PC시장 발전추세의 특징은, 첫째로 시장의 경쟁중심이 기술과 상품 위주에서 응용과 서비스 위주로 전환되고 있다는 점, 둘째로 PC판매가 직판과 도소매가 공존하는 형태로 변모하고 있다는 점, 셋째로 제품의 A/S가 원가중심에서 이익중심으로 바뀌었으며 수동적인 서비스에서 능동적인 서비스로 발전하고 있다는 점, 넷째로 PC어플리케이션이 실용적이 실질적인 방식으로 전환되었으며 기술측면에서도 개성화된 어플리케이션을 중요시하고 있다는 점으로 요약할 수 있다.³²⁾

세계 PC업체들은 현재의 높은 성장률보다는 중국시장이 가지고 있는 발전 잠재력에 더 관심을 보이고 있는데, 중국의 PC시장이 급성장하고 있는 원인으로서는 다음 몇 가지 사항을 들 수 있다. 1)인터넷 사용자의 증가가 PC시장 확대를 견인하는 가장 중요한 요인으로 지적될 수 있다. 2)중국 경제의 발전과 소득수준의 향상을 언급할 수 있다. 3)주식투자 인구의 증가를 지적할 수 있는데, 주식시장에 관심이 몰리면서 컴퓨터 수요가 동시에 증가하고 있다. 이는 주식 투자자들이 주식에 대한 가장 빠른 정보 획득 수단으로 컴퓨터와 인터넷을 선택하고 있기 때문이다. 4)중국 정부가 각급 학교 및 대학에 PC구입비용을 지원하고 있는 등 교육 분야에서의 높은 수요 발생을 원인으로 지적할 수 있을 것이다. 5)증가하는 정부 투자. 6)신형 프로세서 탑재 및 부품 가격들의 인하. 7)2000년도 가정용 PC의 생산이 83.5%성장한 234만 대를 기록할 정도의 가정용 PC시장의 확대. 8)광대역 인터넷 접속서비스 제공 등이 주된 요인으로 언급될 수 있다. 특히 광대역 인터넷 접속은 결국 중국에서 매우 적절한 서비스로 주목받고 있는데, 이 서비스는 접속료를 인하하는 효과를 낳았으며, 결국 PC구매욕구에 박차를 가하는 요인이 되었다.

2) 소프트웨어 시장

중국 소프트웨어 시장은 산업계가 필요로 하는 각종 제품의 수요를 충족시킬 만한 충분한 공급능력을 갖추고 있는데, 2000년 말 현재 소프트웨어 개발·생산·판매·수리·서

31) 배영준, 「대 중국 브랜드 전략」, 주간경제650호, LG Economic Research Institute, 2001. 11. p.15

32) 한국소프트웨어진흥원, 「중국 소프트웨어 시장보고서」, 2001. 12. pp.20-27.

비스에 종사하는 소프트웨어 관련기업은 1만여 곳에 이르고 있다. 이 가운데 전문적으로 소프트웨어 개발에 집중하고 있는 기업은 약 3,000여개에 달하며, 관련 인프라도 비교적 좋은 편인데, 중요한 소프트웨어 단지의 경우 베이징, 중관춘을 비롯하여, 상하이, 푸둥, 쓰촨성, 청두의 튀푸, 광둥성 광저우의 텐허 등 전국에 약 15개소에 이르고 있다.

그럼에도 외국 업체들이 데이터베이스(DB)관리시스템, 네트워크 안전제품 드요이 분야에서 월등한 강세를 보이고 있는 반면, 중국 국내업체들은 그다지 영향력을 발휘하지 못한 것으로 조사되었는바, 용여우, 진디에, 베이다광정, 커리화 등 이른바 업계 10대 업체들의 판매액이 전체시장의 13%에 불과했을 정도였다. 그렇지만 일부 상당한 경쟁력을 갖춘 쓰촨의 튀푸그룹과 선전의 아파이스, 랴오닝성, 선양의 동다아얼파이 등 중국 업체들이 끊임없이 시장에 참여하면서 시장을 서서히 잠식하고 있다. 시장의 주요 고객은 24.6%의 점유율을 보이고 있는 정보 분야 업계를 선두로 금융 19.1%, 에너지 10.3%, 정부 9.7%, 교육 분야 업계 8.3%가 뒤를 이었다. 제품 종류별로 보면, 일반 응용 소프트웨어 판매액은 53.5%로 78억 7,000만 위안(1조 2,590억원), 사무용은 33.4%로 26억 3,000만 위안(4,208억원)을 기록하였으며, 재무관리, 교육용, 게임과 오락 소프트웨어는 각각 29.1%(22억 9,000만 위안), 18.7%(14억 7,000만 위안), 12.2%(9억 6,000만 위안)의 판매액을 기록하였다.

이 같은 낙관적 전망의 근거로는 무엇보다도 금융자본 투자, 세금, 산업 기술, 수출, 수입배분, 인재 스카우트와 배양, 구매, 지적재산권 보호 등 8개 항목으로 이뤄진 소프트웨어 산업 진흥을 위한 국가 정책, 전통산업의 빠른 현대화, 정부와 기업의 정보화 건설 및 사회 간접자본 투자의 확대, 가정 인터넷 프로젝트와 네트워크 경제의 발전 등이 소프트웨어 산업의 급속 발전을 주도하는 요인으로 지적되고 있다.

<표-20> 1999년~2003년 중국 S/W 시장 규모 및 성장

(단위 : 억 위안)

년도	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년
판매액	176	230	285	345	339.6
성장률	27.5%	30.7%	23.9%	21.1%	15.8%

자료 : 중국정보산업부. 2003. p5

3) 컴퓨터 주변기기 시장분석

중국 컴퓨터 시장의 급속한 발전으로 2000년도 중국의 주변기기 시장규모는 530억 위안에 달하는 등 상당한 성장세를 보이고 있다. 이러한 중국 컴퓨터 주변기기 시장의 발전요인으로는 첫째, 급속한 컴퓨터의 발전이 주변기기의 발전을 촉진시키고 있다는 점이다. 일례로 가장용 PC의 발전은 가정용 컴퓨터 주변기기의 발전을 야기케 하였다. 둘째, 컴퓨터의 네트워크화가 컴퓨터 주변기기 시장을 자극하고 있기 때문이다. 예를 들면 사무용 PC의 보급으로 네트워크기능이 탑재된 컴퓨터가 표준 형태로 자리 잡고 있다. 셋째, 컴퓨터 주변기기의 자체 작업능력이 제고되어 독립적으로 작업 수행이 가능해졌기 때문이다.

중국은 저임금에 기초한 낮은 생산원가를 바탕으로 컴퓨터 주변기기 생산의 중심지로 부상하여 시장의 발전 속도가 매우 빠르지만 질적인 면에서 외국과 비교하면 큰 격차를 보이고 있다. 현재 HP, Epson, Canon, LG, Philips 등은 중국에 일정한 생산 규모를 형성하여 대량으로 중국 시장에 고품격 제품을 공급하고 있는데, 중국이 컴퓨터 주변기기와 PC부품과의 접속 수준이 낮기 때문에 발전 잠재력이 높은 것으로 평가되고 있기 때문이며, 또한 전통적인 주변기기에 해당하는 프린터의 발전간증성은 제한적이지만 디지털 카메라와 LCD모니터는 향후 높은 발전 잠재력을 가지고 있기 때문인 것으로 분석되고 있다.

(1) 프린터 시장

중국의 프린터 시장은 안정된 발전추세를 보이고 있으며, 2년간 매년 30%의 증가율을 보이고 있다. 잉크젯프린터와 레이저 프린터가 주류를 이루고 있으며 중국시장의 특수성으로 도트프린터의 판매도 호조를 보이고 있다. 그러나 점차 도트프린터 시장은 위축되고 시장의 주류가 저가 레이저 프린터에서 고속 잉크젯프린터로 옮겨갈 전망이다. 또한 프린터시장의 고객이 기존의 전문 업계에서 중소기업으로 확대되어 가고, 프린터 기능의 다양화, 다양한 기능의 일체화 경향이 뚜렷해지고 있기 때문에 향후 프린터시장의 발전가능성은 다분하다고 볼 수 있다.

(2) 모니터시장

전 세계적인 IT산업의 침체 여파로 2001년 중국의 모니터시장은 2000년과 같은 고속 성장세를 유지할 수 없었다. 중국 IT산업의 부진과 더불어 전반적인 PC판매의 저조경향은 모니터 시장에도 악영향을 끼쳤다. 2001년 3/4분기까지 중국에서 판매된 자체브랜드 모니터 413만대 중 일반 CRT모니터가 차지하는 비율은 53.3%에 달했으며 완전 평면 모니터는 44.57%를 기록했다. 1998년 LG가 중국 최초로 완전평면 제

품을 출시한 이후 완전평면 모니터가 일반 모니터와 함께 시장에서 주류를 차지하게 된 데에는 완전평면 모니터와 일반 모니터와의 가격 격차의 현저한 감소가 주요한 동인이었다. 현재 중저가 제품 중에서 15인치 완전평면 모니터의 가격은 1000위안 수준이며, 17인치의 가격은 1500~1800위안이다. 한편, LCD모니터는 2001년 8.8만대로 2.1%를 점유하여 2000년의 2만여 대에 비해 큰 폭으로 증가하였으나 여전히 LCD모니터에 대한 수요는 제한적이다. 2000년도 3/4분기까지 LCD모니터 판매가 전년 동기 대비 4.4배 증가하게 된 원인은 완전평면 모니터의 경우와 같이 2000년 말 1만 위안에 육박했던 15인치 LCD모니터의 가격이 2001년 6월에 4000위안대로 하락했기 때문이었다.

업체별 순위에서는 삼성, 필립스, LG가 자체 브랜드 분야에서 각각 1,2,3위를 차지한 가운데 삼성의 강세가 두드러지고 있으며, 대만계 업체로는 에이서를 비롯한 AOC, 웨이관, EMC등이 OEM시장에서 강세를 보이고 있다. 2001년 모니터시장의 상황을 통해 2002년 이후 중국의 모니터 시장을 전망해 본다면, CRT모니터가 향후 일정기간 동안 여전히 모니터 시장에서 주도적인 위치를 차지할 것이지만, 그에 못지않게 완전평면 모니터가 시장의 주요제품으로 부상하면서 수년 내에 CRT모니터의 시장 지분을 압도할 것으로 전망된다. 특히, CRT의 가격인하 여지가 작아짐에 따라 생산기업 간 경쟁은 가격경쟁에서 품질경쟁, 즉 새로운 기능개발, 환경친화, A/S 및 개성추구, 편의성에 초점을 둔 모니터로 승부를 내게 된 조짐이다. 아울러 LCD모니터 시장에서 공급자들은 생산비 절감에 주력하여 액정 모니터의 대중화를 촉진함으로써 LCD모니터의 시장점유 증가세가 더욱 가속화될 것이며 동시에 초대형 스크린 3D액정 모니터 등 다양한 신제품이 주목을 받게 될 것으로 보인다. 특히, CRT시장에서 삼성, 필립스, LG의 3대 브랜드에 모니터시장을 유린당한 중국기업들의 LCD모니터 시장에서의 만만치 않은 반격이 예상된다.

2. 통신시장 동향분석

1) 이동통신시장

중국의 통신 산업 부문에 대한 적극적인 촉진정책을 전개한 결과, 외국의 선진기술 및 설비를 도입하여 통신기술 수준을 한 단계 높일 수 있었으며, 통신업체들의 새로운 서비스 제공, 서비스의 양적 및 질적 향상으로 말미암아 경제발전을 가속화 할 수 있었다. 중국의 이동통신 가입자 수는 1987년에는 3200명에 지나지 않았으나 2000년 말에는 이동통신 가입자 수가 약 8000만 명에 달하여 규모로는 일본을 제치고 세계

2위의 이동통신 산업국가로 부상하였으며,³³⁾ 2002년에는 1억 2,939만 명, 2003년에는 1억 4,051만 명으로 증가도리 전망이다. 휴대전화단말기의 총수요량 역시 2001년 5,880만대에서 2002년 6,363만대, 2003년에는 7,583만대로 늘어났다. 2000년의 경우 통신회사별로 보면 중국이동(China Mobile)이 82.2%, 중국 연통(China Unicom)이 18.8%를 차지하고 있다. 이와 같이 폭발적으로 증가하는 이동통신 수요자를 수요하고 이동통신은 네트워크구축을 위하여 중국은 1996년 255.6억 위안에서 1999년 1,700억 위안으로 투자액을 증가시켰다.

중국 단말기시장의 시장점유율은 노키아, 모토로라 및 에릭슨의 3강자가 시장의 84%를 차지하며 휴대폰 단말기시장을 선도하고 있고, 자멘스, 삼성, 파나소닉, 필립스 등이 13%의 시장을 점유하고 있다. 모토로라가 중국 이동통신시장에 최초 진출한 기업이지만, GSM시장에서 에릭슨에게 선두 자리를 내주었고, 이후 에릭슨이 GSM 시장에서 선두를 유지하긴 했지만, 노키아의 세계적인 명성과 모토로라의 재추적으로 자리를 넘겨주고 말았다. 2000년 7월 28일의 중화공상일보의 "국내 단말기 시장점유율 조사결과" 보도에 의하면, 2000년 7월 모토로라가 31.9%의 지분으로 시장에서 우위를 차지하고 있으며, 노키아는 29.4%, 에릭슨은 21.4%, 지멘스 7.3%, 필립스 3.5%, 도시바 3.3% 등의 지분을 점유하고 있는 상황이다. 중국국산 단말기 즉, 커치엔, 푸어따오, 하이얼 등은 시장점유율을 3%에 불과한 실정이다. 그러나 2000년 단말기시장에서는 중국 제조업체들의 활약이 두드러지면서 시장에서 좋은 성과를 나타내고 있는 것으로 분석되고 있다. 일본 전과신문의 보도에 따르면, 중국산 단말기 점유율은 1999년 35에서 2000년 상반기에는 8%까지 상승하였다.³⁴⁾ 아무튼 중국은 2001년 중국산 단말기의 연간 생산목표를 500만대로 정한바 있고, 2003년에는 중국산 단말기 시장점유율을 40%이상으로 끌어 올린다는 계획을 가지고 해외기업을 맹추격하고 있는 상황이다.

그러나 시장의 전반적 상황으로 볼 때, 중국산 제품은 외국제품들과의 경쟁에서 비교 열위에 놓여 있는 것이 사실이며, 핵심 기술 부문에서 여전히 불리한 상황에 놓여 있고, 제품 생산 규모와 마케팅 판매 분야에서도 중국산 제품이 여전히 약세를 면치 못하고 있다. 이러한 중국산 단말기의 시장 경쟁력을 높이기 위하여 중국정부는 대대적인 지원방침을 마련하고 있으며 업체들도 기술 갱신을 줄이고자 연구개발 부문에 투자를 집중하고 있다. 아은 따탕과 화웨이 만이 이동통신 분야에서 두각을 나타내고 있

33) 북경화통인시장신식유한공장, 「중국이동통신산업연구보고」, 2000, pp15~18.

34) 일본전과신문, 확대되고 있는 중국 이동통신 시장, 2000. 10. 4, 7면.

는데, 두 회사가 보유하고 있는 생산능력은 이동교환기 400만 회선용량, 2,000개 기지국, 8만개 음성채널, 300개 기지국 컨트롤러 등에 불과한 실정이다. 중국의 휴대폰 생산 현지기업으로는 똥팡과 싸화 가 있는데, 1999년에는 각각 17만 대, 81,000대를 생산하였다. 중국의 주요 휴대폰 생산 업체는 대부분 외자계 업체들이며, 그리고 현재 중국에는 100여개의 통신업체들이 이동통신 관련제품인 단말기, 부품, 시스템 등을 생산하고 있다. 특히 지멘스는 WAP 시장에 대한 깊은 관심을 가지고 중국 내 9개 인터넷 업체와 합작을 벌이고 시장진출을 준비하고 있다.³⁵⁾ 한편, 향후 몇 년 안에 세계 제 1위의 규모를 가질 죽국은시장은 누구에게도 양보할 수 없는 황금시장이지만 GSM 방식을 사용하고 있는 중국 시장에서의 우리나라 기업들의 진출은 미미한 실정이다. 하지만 중국연통의 CDMA 장비입찰 후 우리나라 기업들의 진출이 활발해지고 있으며, 향후 중국의 단말기 시장에서 많은 기회가 있을 것으로 예상된다.

<표-21> 2006년 1월 통신업 주요 통계 데이터

지표	단위	누계치	전년동기 대비 증감(%)	전년도 말대비 증감
통신서비스수입=(1)+(2)	억 위안	553.4	10.80%	-
(1)전신서비스수입	억 위안	501.9	1510.70%	-
(2)우정서비스수입	억 위안	51.4	11.30%	-
유선전화가입자=(1)+(2)	만 명	35,299.10	255.8	-
(1)도시전화가입자	만 명	24,176.90	-	200.1
그 중, 주택전화가입자	만 명	17,422.00	-	216.3
(2)농촌전화가입자	만 명	11,122.30	-	55.7
그 중, 주택전화가입자	만 명	10,115.50	-	99.4
이동전화가입자	만 명	39,879.90	-	537.1
무선호출가입자	만 명	8,624.10	-	91.3
다이어링방식 인터넷가입자	만 명	3,546.90	-	-1.1
전용선방식 인터넷가입자	만 명	72,638	-	4,020
초고속인터넷가입자	만 명	3,862.10	-	111.7
이동단문메시지	억 개	337.2	65.70%	-
IP전화 통화시간=(1)+(2)+(3)	만 분	1,172,929.60	12.30%	-
(1)국내 IP장거리전화통화시간	만 분	1,154,426.50	12.80%	-
(2)국제 IP장거리전화통화시간	만 분	10,286.10	-4.80%	-
(3)홍콩, 마카오, 대만지역	만 분	8,217.00	-14.6	-

35) 주민희, 「중국의 이동통신시장 동향」, 정보통신정책 제13권 16호, 정보통신 정책연구원, 2001, pp.26~36.

IP장거리전화통화시간				
유선전화 보급률	대/백 명	27	-	-
이동전화 보급률	대/백 명	30.3		-

자료 : 중국 신식사업부, 「중국통계연감」, 2006년 1월 결산 보고서. pp.8-17

<표-22> 2002~2003년 전신서비스수입 비중 및 증가율

항목	2002년도 비중(%)	2003년도 비중(%)	2003년 증가율(%)
이동통신	45.47	46.86	17.3
데이터통신	4.44	5.70	46.1
장거리전화	15.48	14.64	7.7
시내전화	33.73	32.35	9.2
무선호출	0.68	0.36	-45.8
위성통신	0.20	0.09	-39.7

자료 : Ibid.

2) VSAT 시장

2000년 말, 현재, 중국에서 VSAT(Very Small Aperture Terminal 초소형 위성 통신 지구국) 통신사업 경영권을 가진 곳은 모두 34개이며, 이들 사업자는 주로 북경, 상해, 광주, 심천, 곤명, 심양, 석가장 등에 분포되어 있다. 소형 지구국 사용지수는 한 해 동안 9,464명 증가하여 2000년 말 기준으로 24,302명으로 집계되고 있다. 음성 소형지구국은 361개, 양방향 데이터 소형 지구국 7,060개, 단방향 데이터 소형 지구국 16,881개가 각각 활용되고 있다. 2000년 중국 VSAT사업자의 경영실적이 보편적으로 호전된 요인으로는 신규사업 시장의 출현과 양방향 데이터 사업이 주된 수입원으로 성장했으며, 이는 주로 인터넷사업과 데이터 통신의 발전에 기인하고 있다.³⁶⁾ 그리고 금융과 주식 및 복권 등 신규사업의 발전은 VSAT사업자에게 거대한 수익원을 열어주었으며, 2000년 경영 수익 최대를 기록한 2개 VSAT사업자는 모두 증권업계와 관련된다.

최근 VSAT전체 사업시장은 매우 큰 변화가 일고 있는데 주요 변화는 다음 5가지로 요약될 수 있을 것이다. 첫째로 인터넷 광대역 접속을 포함한 양방향 데이터 통신 수요가 급신장하고 있다는 점이다. 둘째로, 증권, 담배, 금융, 복권, 여행, 전자상거래 등의 번영은 VSAT 통신사업에 큰 사업기회를 제공했다는 점을 지적할 수 있다. 언급한 바와 같이 2000년부터 일기 시작한 복권사업, 여행사업, 전자상거래 등의 발전은

36) 중국통계출판사, 「중국통계연감」, 2000. pp.27-35.

VSAT사업자에게 큰 사업기회를 제공하고 있으며 이들 영역과 관련된 많은 사업자들은 모두 큰 수익을 올리고 있다. 셋째로 원격교육과 훈련이라는 사업 형식은 위성인포인트 투 멀티 포인트 통신 특성을 잘 발휘할 수 있도록 하였다는 점이다. 넷째로 신문 전송, 정보 방송, 시스템 개발 등의 발전 역시 VSAT사업자에게 비교적 양호한 시장기회를 제공했다.

향후 중국 VSAT 통신사업은 기본적으로 2000년 이래의 발전추세를 유지할 것이며, 그 동안 VSAT 사업자에게 수익을 가져왔던 일부 주요사업은 보다 큰 발전이 있을 전망이고, 또한 이들 사업자의 사업 근간이 될 것이다. 특히 일부 신규 사업자의 활동이 두드러질 것으로 보이며 이에 따라 이 사업부문에 종사하는 사업자들의 수익구조에도 변화가 발생할 것으로 전망된다.

3. 인터넷 및 전자상거래 시장

1) 인터넷 서비스 시장

중국의 인터넷 서비스는 1995년에 처음 시작된 이래 매년 큰 성장을 기록하고 있다. 2000년도 중국의 인터넷 서비스 시장 전체 규모는 네티즌의 폭발적 증가에 따라 전년에 비해 72.6% 성장한 53억 위안에 이르렀다. 이중 대부분은 접속시장으로 전체의 80% 가까운 48억 9,300만 위안을 기록하고 있다. 중국 인터넷 네트워크 정보센터에 따르면, 1999년 말까지 중국의 인터넷 사용자는 890만 명으로 집계되었고 2000년 말에는 두 배 이상 증가한 2,000만 명, 2001년 3월 2,500만 명을 돌파한 것으로 나타났다. 이중 모뎀 사용자수는 1,546만 명으로 차이나 텔레콤이 전체 시장의 76%를 차지하고 있다.

인터넷 서비스 시장이 가장 보편적인 IT시장임에도 불구하고 생각보다 규모가 적은 것은 역시 세계 최고의 인구에 비해 절대적으로 적은 인터넷 인구에 기인한다. 즉, 인터넷 서비스의 보급률은 중국 전체 인구의 2%에 미치지 못하는 수준이며, 또한 중국 인터넷 사용자의 50% 이상은 다른 지역에 비해 소득이 높고 통신 인프라 구축이 비교적 양호한, 베이징과 상하이, 광둥 등 5개 대도시의 주민으로 나타나고 있다. 중국의 인터넷서비스 보급률이 낮은 원인으로서는 첫째, 높은 인터넷 접속 비용은 개인 소득의 약 1~5% 수준에서 결정되는데 비해 중국의 경우에는 약 10%수준이기 때문에 개인이 인터넷서비스를 활용하기에는 가격부담이 큰 것으로 볼 수 있다. 둘째, 인터넷 서비스 접속속도가 낮다는 점도 보급률 증가에 걸림돌로 작용하는 것으로 분석해 볼 수 있다. 동영상, 음악파일 등 다양한 콘텐츠로 인해 다운로드 용량이 매우 빠르게 증가

하고 있는 상황에서 인터넷 인프라의 발전 속도가 사용자 수 증가 및 다운로드 용량 증가 등의 속도를 따라잡지 못하고 있는 것으로 알려져 있다. 셋째, 중국어 콘텐츠의 부족도 적지 않은 영향을 준 것으로 분석되고 있다.

2) 전자상거래 시장

중국에 전자상거래 개념이 도입된 1998년 이후로, 중국의 전자상거래 시장은 매우 빠른 속도로 확대되어 왔다. 1999년부터 전자상거래 업체는 인터넷을 통한 상점 및 경매, 티켓예매, 여행, 교육, 의료관련 분야 서비스 등의 서비스를 제공하고 있다. 2000년 말 중국에는 닷 com과 닷 cn을 채택한 기업의 도메인이 무려 55만개에 이르고 있으며, 전자상거래 웹 사이트는 약 6,000개 정도로 집계되고 있다. 특히 중국의 10대 도시의 한곳으로 꼽히는 쑤저우 시안과 쓰촨성 청두에 각각 각종 사이트의 2%와 4%가 분포하고 있을 정도로 베이징과 상하이, 광저우 등이 이른바 중국의 주요 경제도시 3곳에 57%가 분포되어 있는 심한 지역 편중 현상을 보이고 있다. 대만의 MIC에 따르면, 2000년 말까지의 집계로 87억 달러 수준이었던 중국의 전자상거래 시장규모는 2004년까지 약 58%의 연평균성장률을 기록하며 546억 달러 수준까지 성장할 것으로 전망되고 있다. 이러한 환경에서 중국의 B2B 전자상거래 시장은 2001년 말 122억 달러에 달하였으며, 2004년까지 56%의 연평균성장률을 보이며 514억 달러 수준까지 성장할 것으로 전망된다.

중국의 인터넷 전자상거래 시장은 인프라로서의 백본 네트워크가 최근 비교적 빠른 속도로 성장하고 있으나, 중국 네트워크 인프라의 불충분한 보급, 선진국에 비해 낮은 중국 기업의 컴퓨터와 수준, 전반적으로 부족한 전자상거래에 관한 인식, 오프라인에서 온라인으로의 사업 확장을 위한 자금 및 인적 자원부족, 정부 통제하의 네트워크 보안체계 등은 중국의 전자상거래가 성장하는데 걸림돌로 작용하고 있다. 특히, 과도하게 해외 외국인 투자 및 자본시장의 수형에 의지하고 있다는 사실이 가장 큰 문제점으로 지적되고 있다. 그 뿐만 아니라, 핵심적인 제품 자원, 안정적인 고객, 완전한 서비스 자원 등의 풍부한 자원을 갖추지 못한 것도 약점으로 분석되고 있으며, 광고에 전적으로 의존하는 수입원이 단순한 것도 문제점으로 지적되고 있다.

그렇지만, 중국의 WTO 가입으로 시장이 외국 자본에 전면 개방되면서 경영주체의 수가 크게 늘어나고 있으며, 이중 ISP 분야는 외국업체의 참여가 두드러지고 있는 것이 사실이다. 한편, 중부 차원에서 적극적으로 육성 정책을 추진하고 있는 점과 신기술의 발전이 가속화되고 있다는 점, 그리고 닷컴 기업에 대한 거품제거현상 등은 향후

중국 전자상거래 시장의 전망을 밝게 하고 있다.

3) 인터넷 관련 시장

(1) 광대역 접속시장

중국의 광대역 접속 서비스 시장은 중국 인터넷 이용 계층의 활성화와 데이터 통신용의 증가로 이용자가 지속적으로 확대될 전망이다. 현재 중국은 대부분 동선(구리선)을 기초로 하는 협대역 접속망을 사용하고 있으며, 2001년 들어 중국 전역에 걸쳐 광대역 접속망과 사용자 주거지망 구축 붐이 조성됨으로써, 일종의 거품현상마저 나타나고 있는 것으로 분석되고 있다.

중국의 광대역 ISP 시장에는 전통적 광대역 사업자인 China Telecom과 신규 광대역 사업자, 그리고 향후 진입을 노리고 있는 기타 ISP 등이 있다. China Telecom은 사용자 접속망을 보유하고 단말기 사용자 시장 대부분을 장악하고 있으나 네트워크 대역과 기술체계에 있어 많은 보안이 요구되고 있다. 한편, 신규 광대역 접속은 현재 기획/구축 단계에 머물고 있어 향후 구축할 네트워크는 최신의 통신망 기술을 선택할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 향후 광대역 사용자 규모의 지속적인 확대에 따라, 중국의 인터넷 산업 각 분야에서 거대한 투자기회가 창출될 것으로 전망되고 있는데, 중국 정부차원에서 광대역 네트워크 구축에 큰 관심을 가지고 있으며 주요 통신사업자들도 투자를 강화하고 있다는 점의 이를 잘 대변하고 있다. 그렇지만 향후 신규로 네트워크 사업에 투자를 전개할 사업자들은 광대역 접속 서비스 산업의 운영모델, 시장 분류, 수익 모델, 합작모델에 대한 연구를 강화하여 시장수요의 신속한 변화에 부응해야 할 것이며, 지속별/시장별로 사전에 충분한 시장조사를 통하여 리스크를 최소화해야 할 것이다.

<표-23> 2000~2005년 중국 인터넷 가입자 수 발전 현황

(단위 : 만 명)

년도	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
인터넷이용자수	2250	3370	5910	7950	9400	11100
성장률	-	49.8%	75.4%	34.5%	18.2%	18.1%

자료 : 중국 정보통신부, 인터넷사용현황, 2005.p.1

(2) IP 전화시장

인터넷 전화는 일반 전화망 대신 인터넷망을 이용하기 때문에 전화요금이 훨씬 저렴하다는 장점을 가지고 있어, 기존 통신사업자는 물론 인터넷 사업자들까지 인터넷 전화 시장 경쟁에 뛰어들고 있다. 중국의 IP전화서비스는 1999년 4월 차이나텔레콤, 차이나 유니콤, 지통, 차이나넷콤, 차이나모바일 등 5개 사업자가 허가를 받아 사업을 전개하였다. IP전화 사업의 성장은 중국 기존의 전통적인 음성 사업 시장의 실질적인 다원화를 촉진함으로써, 음성 통신시장에서 차이나텔레콤의 독점국면을 완화시키는 계기가 되었다. 또한 기존의 통신 사업자는 통신요금을 기존의 50%까지 인하 조정하는 등 경쟁의 효과가 나타나고 있다. 주요 사업자 별 시장 점유율을 보면 차이나텔레콤이 77.8%를 점유하여 여전히 압도적인 우위를 나타내고 있으며 차이나유니콤이 17%의 시장을 점유하고 있다.

CNNIC 통계 자료에 의하면 2001년 초부터 2001년 4월 말까지의 중국 IP전화 이용량은 46억 분을 넘어서 전년 동기간 30억 분보다 53%이상이 증가했다. 2000년 말 중국의 IP전화 사업구성 현황을 보면 국내 장거리 분야가 93.5%를 점유하고 있으며 국제 전화를 4.6%에 불과하다. 즉, 중국의 IP전화 이용계층은 가격이 비싼 국내 장거리 전화요금부담 때문에 상대적으로 품질이 떨어지지만 가격이 저렴한 IP전화를 선호한다고 볼 수 있다.

IP전화 시장에서도 차이나텔레콤의 브랜드 인지도는 지속적인 상승세를 보이고 있으나, IP전화 수입에 있어서는 후발 업체가 속속 시장에 진입하면서 경쟁은 한층 심화되고 있는 양상이다. 향후 중국의 IP전화 사업 발전을 위해서는 IP전화 사업자와 IP전화 장비 제조업체 및 IP전화 부가가치 어플리케이션 개발업자 간 상호 협력을 통한 IP솔루션과 어플리케이션의 개발 여부, 그리고 IP전화의 이용가격인하 및 품질 향상이 뒤따라야 할 것으로 보인다. 이러한 전제조건이 충족된다면, 중국의 IP전화 서비스 시장은 CNNIC가 전망하는 2002년 이후에 시장규모가 약 120억 달러 규모로 성장 가능할 것이다.

(3) 네트워크 장비 시장

중국의 네트워크 장비 시장은 2000년도에 28.5%의 성장세를 유지했다. 시장 구조는 교환기와 라우터가 주류를 차지하고 있는데, 교환기가 42억 위안, 라우터가 40억 위안, 모뎀과 허브는 각각 7억 위안과 6억 위안, 네트워크 카드는 5억 위안의 매출 실적을 올렸다. 중국의 네트워크 장비 시장은 인터넷의 고속성장을 유지할 것으로 전망되며, 2003년 총 판매액은 183억 위안에 이를 것으로 추산된다.

시장을 분야별로 살펴보면, 교환기 시장은 기업 정보화의 지속 및 허브의 점진적인

시장에서의 퇴출 현상으로 인해 지속적인 고속 성장세를 유지할 전망이며, 2003년 67만 1,000대의 판매는 확실할 것으로 추산된다. 교환기 시장에서는 중국기업과 해외 기업간의 치열한 가격경쟁이 일어나고 있는바, 현지 주요 생산업체인 Great Dragon Telecom, Datang Telecom, Zhongxing Telecom, Huawei Telecom 등이 외국계 합작 업체인 Shanghai Bell, Tianjin NEC, BISC(Beijing Int' I switching co Siemens)등과의 가격 경쟁에서 유리한 위치를 점하고 있기 때문인 것으로 분산되고 있다. 네트워크 카드 시장도 전체적인 시장의 분위기에 편승해 2003년 1,100만대를 기록 하였으며, 모뎀 시장은 2003년 409만 5,000대의 판매가 된 것으로 추산되고 있다. 중국의 광케이블시장은 80여 개가 넘는 광케이블 생산업체들로 초과공급 상태에 있으며, 중국 국내 주요 현지업체로는 Shanghai Huaxin Optical Cable Manufacturing Co, Shenzhen Guangtong Development Co, Wuhan Research Institutr of the MPT, Nantong Youngding Co, Ltd 등이 있다. 교환기시장과 광케이블 시장에 이어, 중국 업체가 약진하는 분야로는 SDH 분야인데, 현재 중국의 백본 망 구축에 있어서 SDH 장비와 DWDM 장비가 널리 활용되고 있다. 주요 공급업체로는 Wuhan Research Institutr of the MPT, Shenzhen Huawei Technology, Shenzhen Zhongxing Telecom 등이 있다. 한편, 중국의 네트워크 장비시장은 Data quest 의하면 2004년도 약 25억 달러 정도로 확대될 전망이다. 현재 중국 현지 네트워크 장비 제조업체로는 Huawei, Zhongxing Communications, Darang, Great Dragon, Bo Da(Baud Data Communication) 등이 있다.

4. 반도체 시장

Data quest에 의하면 세계적인 반도체 시장의 불황에도 불구하고 중국의 반도체 시장 성장률은 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 2000년에서 2004년까지의 아시아 태평양지역 반도체 시장의 평균성장률은 16% 수준을 달성할 것으로 전망되는 반면, 같은 기간 중국은 27%을 기록할 것으로 전망되고 있다. 게다가 중국의 반도체시장은 아직까지 성장 초기단계에 있어 향후 발전 잠재력이 매우 밝은 것으로 분석되고 있다. 2000년의 경우 중국의 반도체시장은 38%의 성장률을 달성하여 131억 달러를 기록 하였으며, 시장점유율 상위 10개사가 전체의 57%를 차지한 것으로 나타났다.

중국 반도체시장의 성장 가능성은 중국 정부의 적극적 IT산업 육성정책에 기인한다. 중국 정부는 점차 외국인 투자에 대한 촉진정책을 확대해 나가고 있고, 앞서 상기한 바와 같이, 정보기술 및 전자장비 분야를 중점 개발 분야로 선정하여 지원하고 있

으며, 하이테크 제품의 수출에 대해 관세자유화 지역을 설치하고 부가가치세를 제외해주는 정책을 추진하고 있다.

제4장 중국시장 진출을 위한 문제점 및 진출전략

제1절 경영의 문제점

1. 생산비의 상승

중국의 저렴한 인건비는 한국 전자 업체의 중국 진출에 있어 중요한 원인으로 작용하였다. 그러나 70년대 말 이후 개혁 개방 정책의 추진과 고도성장에 따라 중국 도시 지역 취업자의 임금은 급상승하고 있다. 2000년 말 중국의 제조업 근로자 월 평균 임금은 94달러로 한국의 1/17 수준이다 그러나 2000년 외국인투자기업 근로자의 월 평균 임금은 236달러로 중국 전체 평균 임금의 2.5배 수준이며, 상하이 지역 평균 임금이 중국 전체의 2배 수준임을 감안하며 상하이 지역 외국인 투자기업 월 평균 임금은 500달러에 육박한 것으로 추정할 수 있다. 결국 한국의 대중국 투자의 실질적인 임금수준은 투자지역별로 차이는 있을 것이나 국내 임금의 약 1/3~1/5 정도로 동남아시아 국가 투자사의 임금비용과 비슷한 수준임을 알 수 있다. 최근의 급격한 경제 발전과 물가 상승에 따라 중국 근로자들의 임금도 엄청난 속도로 상승하고 있다.³⁷⁾ 이러한 명목 임금과 별도로 각종 부담금을 지불해야 하는데 노동 보험 기금, 복지 후생 기금, 퇴직 양로보험 기금, 실업 보험 기금, 주택 보조 기금 등을 납부해야 한다. 이러한 과외 부담금은 통상 명목 임금의 약 1.5~2배 수준으로 결국, 실질 임금은 명목 임금의 2배 이상이라고 할 수 있다. 이렇듯 중국의 경제 성장과 함께 증가하는 임금 상승은 특히 노동 집약적 전자 부품업의 경우 원가 상승과 함께 최근 원화의 평가 절하에 따른 한국내 역수입 제품의 판매 상승 및 동남아시아 각국 화폐의 평가 절하로 인한 중국산 제품의 상대적 가격 상승 등으로 어려운 여건에 직면하고 있는 현실이다.

2. 노무, 인사 관리상의 애로

정교함과 침착함을 요구하는 전자산업에 있어 무엇보다 중요한 것은 바로 근로자의

37) 김주영, 전선준, 「중국 외국인투자, 저임금 매력 점차 상실」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2001.10.15, pp.1~2

성실함과 지속적인 기술 축적인 점을 감안할 때 노무, 인사의 관리는 해결해야 할 문제이다.

중국내 한국 현지 법인이 겪고 있는 문제점은 다음과 같다.

- 가. 근로자의 안일한 작업 태도
- 나. 언어 장벽으로 인한 의사 전달 장애
- 다. 근로자의 잦은 이직
- 라. 잦은 임금 인상 요구
- 마. 정부 및 당 조직의 경영 간섭
- 바. 인력 확보의 어려움
- 사. 노조의 경영 간섭³⁸⁾

일반적으로 중국의 종업원들은 고용의 안정성 때문에 중국 국영기업을 선호하고 있고, 주택 등 제반 복지시설과 노후생활에 대한 보장이 없는 외자기업으로의 전직을 꺼리는 경향이 있었다. 그러나 지금은 고학력일수록 임금이 높은 외자기업을 선호하는 경향이 있다. 또한 사회주의 특유의 노동시장의 경직성과 오랜 고용습관 때문에 합자기업 근로자의 채용이나 해고에 대한 완전한 권한을 행사하기 어려운 경우가 있다. 중국측 경영진은 ‘동일노동에 대한 동일급여’를 주장하는 경우가 있으나 이들 급여의 일부가 정부로 환수되므로 이것이 일종의 위장된 형태의 조세부과가 되어 결과적으로 노동자에 대한 인센티브감소로 작용하여 노동생산성 향상에 지장을 초래할 수 있다. 또한 지방에 따라서는 주택, 의료, 교통, 식량, 퇴직 등을 위한 보조금이 무분별하게 합작기업에 부과되는 경우도 있다.

이 밖에도 숙련 기술자를 확보하기 어렵고 노동생산성이 낮아, 절대적으로 낮은 임금수준이 곧 저렴한 노동비용을 의미하는 것은 아니다.

제2절 시장 환경의 문제점

1. 현지 원자재 조달의 부진

38) 「중국 투자 우리 기업의 경영 실태와 성과」, 한국 무역 협회, 1997.3, p.82.

한국 전자 업체의 중국산 원자재 비율이 낮은 수준이며, 이는 한국이나 제 3국에서부터의 내수 판매용 원자재를 수입할 경우, 중국의 높은 관세율과 부가가치세율로 인해 자재가 상승일 야기하여 완제품 판매가격도 상승에 주요 원인이 된다.

중국에 진출한 한국 전자 업체의 중국산 자재 구매가 어려운 점은 ①적정품질의 원자재 공급 업체의 부족, ②중국 기업의 A/S등 사후 관리의 어려움, ③중국내 운송 시설의 부족을 꼽고 있다.

합작기업 계약시 중국 내에서 구할 수 있는 원자재는 중국 내에서 공급해야 한다는 조항이 통상 들어가고 세제상의 혜택을 유지하기 위해서는 현지에서 원자재 및 설비를 조달하여야만 채산성을 유지할 수 있는 반면, 실제로는 이를 적기에 안정적으로 공급 받기는 어렵다. 또한 중국 내 공급 가격이 국제가격보다 높고 품질이 국제수준에 미치지 못하는 경우도 적지 않다. 중국 내에서 원자재 조달이 가능하여도 공급업자가 국영기업에 대한 납품을 우선시 하거나 합작기업에 공급하기 보다는 수출이 유리하다는 이유로 갑자기 공급을 중단하는 경우도 많다. 이 밖에도 중국에서 원자재 구매 시 동일 상품이라 하여도 이중가격 형성으로 가격이 서로 다른 경우가 많고 원자재 구입난으로 제품 생산을 중단하는 경우도 있다.

또한 계약 당시 중국산 부품만을 사용해야 한다는 계약내용 때문에 중국산부품만을 사용하여 만든 제품이 국제수준보다 낮아 수출부진으로 인한 심각한 외환부족과 생산 중단을 겪는 사례도 있다.

이상과 같은 사실은 현지에서 원자재를 조달하는 경우 상당히 불확실성에 직면하게 됨을 의미하는 것이며, 바로 이것이 내수시장 판매 분을 증대할 경우 당연히 수반되어야 할 원자재 현지 조달분 증대가 한국기업의 중국내수 시장 진입에 장애가 되고 있다.

원자재 조달 면에서 중국투자 기업을 필요한 원자재를 한국(68.1%)에서 주로 조달하는데 이는 1994년 설문조사에서 나타난 것에 비해 원자재조달의 한국의존도가 더욱 커진 것을 알 수 있다. 업종별로는 원자재 국내반출→중국내 생산가공 →제 3국 수출을 특성으로 하는 섬유, 의류, 신발, 피혁에 대한 수입의존도가 특히 높게 나타났다. 위의 내용은 중국의 WTO 가입으로 점차 해소될 것으로 보이나 현재까지의 애로사항으로 남겨져 있다.

2. 사회간접 자본의 미비

중국은 교통, 운송, 에너지, 통신, 용수 등의 기본적인 산업설비의 미비와 낙후로 예기치 않은 비용 상승뿐만 아니라, 생산 활동에 상당한 지장을 주고 있다.

연해지역이나 주요 내륙 주요도시는 지속적인 정비노력으로 사회기반시설이 상당히 개선되어가고 있으나, 외국인 투자가의 요구를 완전히 충족하지는 못한 실정이다. 예고 없는 정전, 전력의 극심한 변동, 용수의 수질불량, 정화설비의 부족 및 상태주량, 수송문제 등에 대처하기 위해 외자기업들은 자기발전 설비, 전원일정장치, 정수기 등을 설치하거나 운송회사와 특별약정을 체결하는 등의 방안을 모색하고 있다. 그러나 이러한 추가적인 비용의 발생은 기업의 채산성을 약화시키는 요인이 되고 있다. 운송에 있어서 도로상황이 열악하여 수송도중 물품의 손실, 망실과 분실이 발생하며 철도의 경우 더욱 심각한 상황이다. 이런 운송문제는 도로의 미비와 차량과 열차의 부족뿐만 아니라 할거주의에 의해 단시일 내에 해결하기 어려운 문제이다. 물, 전력 등은 대개의 경우 문제가 없으나 전력이나 용수 등이 특별히 대량으로 필요할 때에는 사전에 해당지역에 관련 당국과 협의가 필요하게 되는데, 이때에 추가비용이 들기도 한다. 통신사정은 아직도 불충분한 지역이 많고 단기간에 해결될 수 없는 것으로, 국제전화설치의 경우 설치비를 과다하게 요구하는 사례도 있다.³⁹⁾

제3절 제도적인 문제점

1. 세제상의 어려움

대중국 수출을 통한 중국시장 진출에 있어서 문제점은 우선 중국정부의 높은 관세, 増直税⁴⁰⁾ 및 비관세 장벽에 있다. 한국의 대중국 수출 30대 품목의 평균 관세율은 22.5%로 매우 높은 수준으로 선진국 평균의 4.7%는 물론 개도국 평균인 12~15%에도 크게 못 미치고 있다. 특히 가전, 의류, 자동차 등 우리나라 제품이 비교적 경쟁력 있는 완제품의 관세율은 30~130% 수준으로 도저히 수입이 불가능한 상태이다. 이와 함께 수입허가, 수입쿼터, 수입검사 등의 종종 비관세 장벽이 존재한다.

39) 김재선, 「중국시장의 특징과 그 진출전략에 관한 연구」, 성균관대학교 무역대학원.

40) 우리나라의 부가가치세와 같은 것으로 통상 17%이다.

둘째, 중국측 거래당사자나 은행이 품질의 경미한 가치나 신용장상의 사소한 실수 등을 이유로 클레임을 제기하거나 대금지급 연기를 하는 경우가 많다. 이러한 것은 주로 수입 후 시황변동, 실수요자와의 관계악화 등에 의한 시장 클레임 성격이 강하다. 그러나 이러한 악덕상행위에 대한 적절한 대응에 있어 중국측 관계 당국이 자국 기업의 보호만을 우선시하는 관행 때문에 분쟁의 해결도 쉽지 않아 문제점으로 지적되고 있다.⁴¹⁾

2. 금융제도의 낙후

외자기업이 중국 내에서 자금조달을 하는 경우에 중국은행과 중국국제신탁 공사(CITIC)로부터 유동자금과 고정자금을 위안화와 외화로 조달할 수 있도록 되어 있다. 그러나 실제로는 중국 당국이 금융기관에 대해 국가 우선 개발 사업에 한하여 신용공여를 하도록 감독하고 자금수요자에 대해서도 일정부채비율 범위 내에서 차입을 허용하기 때문에 외자기업이 중국 내에서 현지금융을 조달하는 것은 매우 어려운 실정이다.

한편, 외국금융기관으로부터 외자기업이 대출을 받고자 하는 경우도 담보설정 조건이 충분히 정비되어 있지 않기 때문에 외국측 출자자가 보증을 하지 않은 경우에도 사실상 어려운 실정이다.

이 밖에도 중국당국은 최근 몇 년간의 높은 인플레이션에 대처하기 위해서 재정과 금융정책을 시행함에 따라 외자기업이 현지금융을 조달한다는 것은 더욱 힘든 실정이다. 또한 과실송금도 어렵다. 과실송금이 법적으로 보장돼 있지만 법인세 등 세금을 제대로 냈을 경우에 한한다. 금융기관마다 송금 수수료가 다를 뿐 아니라 절차도 매우 까다롭다. 절차를 밟고 송금하기까지 보통 3주정도 걸린다. 송금이 힘들다 보니 세금 포탈은 물론 갖가지 편법과 변칙을 동원하기는 비싸게 구입하고 완제품은 싸게 수출하거나, 현금이 든 '007가방'을 들고 선전에서 홍콩으로 가서 금융기관을 통해 송금하는 경우도 있는 것으로 전해진다.⁴²⁾

제4절 진출전략

41) KOTRA, 「세계 주요시장 중장기 진출전략-중국편」, 1997, p.32.

42) 매일 Economy 2001.11.7/1128호, p.32

1. 철저한 시장조사

뚜렷한 차별적 경쟁우위를 갖고 있지 못한 한국의 기업들이 국제경쟁에서 활동기반을 구축하기 위해서는 본격적인 중국투자전략의 수혜에 앞서 시장의 다양성을 이해하고 유연하게 대응해야 한다. 중국에 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 정확한 분석이 철저히 이루어져야 한다.

가. 성공한 기업들은 다른 나라에 진출할 때보다 사전 관찰과 계획수립을 충실하게 한다. 중국은 70년대까지 배타적, 폐쇄적 정책을 유지했으며, 개방 이후에 축적된 정보가 많지 않고 변화도 극심한 정부의 관리 소홀, 정책이행의 비일관성, 사회 정치적 압력 등으로 인해 여타 국가들과는 시장여건이 크게 다르다.

나. 중국을 하나의 거대한 시장으로 보지 않고, 진출대상 지역별로 특징을 집중 관찰해야 한다. 자원의 현지조달 가능성과 인프라 구축 수준 그리고 지방 정부의 특성 등을 중점적으로 고려해야 하며, 지역에 따라 우수 인력의 분포, 사회적 안정성, 자원 조달 코스트, 기술지원 필요성 등에서 현격한 차이가 있음을 잘 알아야 한다.

다. 본격적인 사업 시작에 앞서 현지 사무소를 설치한다. 많은 외자계 기업들이 최소투자비의 규제가 없는 대표 사무소를 설치하여 중국시장 진출의 교두보로 활용하고 있으며, 사업파트너 및 공급업체를 선정하기 위한 조사, 중장기 협약 체결, 상품개발 정보수집 등을 실시해야 한다. 현지 사무소를 통해 자사의 존재를 홍보하고 정부 관련 자들과 관계를 형성하여야 하고, 현지 조사기관이나 컨설팅업체 등 제 3자에게 시장조사를 의뢰하여 중국시장에 대한 이해도가 높은 전문가들이 관계 형성에도 도움을 제공할 수 있게 해야 한다.

라. 후발기업은 앞서 진출한 선발기업과의 차별화에 주력해야 한다. 중국시장에 대한 정보가 부족한 만큼, 먼저 진출한 외국 다국적 기업들의 시행착오에서 많은 교훈을

연고, 소비자에게 호소할 수 있는 차별화 포인트를 발굴하여야 하며, 때로는 후발자로서의 열세를 극복하기 위해 과감한 투자를 감행할 필요가 있다.

2. 파트너십 구축

가. 중국시장에 진출하여 성공한 외국자본기업들은 대부분 중국 국영기업과의 합작을 선택하였다. 한국의 기업도 파트너십을 구축해야 한다.

중국정부측은 선진기술과 경영방법 도입을 위해 외국자본기업에게 합작을 많이 권장하고 있으며, 일부 산업에서는 독자 진출이 원천적으로 불가능한 경우도 있다. 국영기업과의 합작을 바탕으로 정부와의 관계 문제를 해결하여 토지, 원료, 서비스 등 많은 측면에서 정부 지원을 획득할 수 있다. 특히 관세나 세금 관련 공무원이나 파트너십 유지에 기여할 수 있는 현지인들과 관계를 형성하는 것이 중국시장 진출에 필수적이다.

나. 국영기업과의 합작으로 유통 개척에 소요되는 시간을 단축한다.

국영기업이 운영하는 배타적, 폐쇄적 유통망은 외국기업이 단독으로 접근하기 어렵다. 현지 시장 상황을 정확히 파악한 후 본국의 최신 유통 시스템을 도입하여 네트워크를 해야 하며, 장기적으로는 글로벌 수준의 공급, 유통망을 구축하여 중국을 아시아 시장의 거점으로 삼으려고 해야 한다. 1990년 진출한 맥도날드는 중국과 합작사를 설립하여 현재 중국시장의 세계화 기반을 마련한 상태이다.

3. 고급 이미지 구축

가. 중국기업을 통해서 접할 수 없는 제품과 서비스를 제공해야 한다. 미디어 발달로 중국 소비자들은 전 세계 유명 브랜드들을 간접적으로 경험하고 있고, 선진제품 및 브랜드에 관한 지식이 상당한 수준이며, 중국기업들의 품질은 선진기업의 중저가 모델 수준에 이미 도달한 상태이다. 고급, 차별적, 이국적인 이미지를 줄 수 있어야 성공할 수 있다.

나. 고가 정책과 고급스런 매장의 확보는 기본이다. 고가의 외제품이기 때문에 잘

팔리는 현상이 나타나기도 한다. 태평양의 예를 보면 아모레 립스틱은 중국시장에서 국내 가격보다 3배 가까이 높게 팔리고 있고 반응도 매우 좋은 상태이며, 하이파이브의 경우도 철저한 고품질, 고가 전략을 고수하여 고급 브랜드를 선호하는 중국 소비자층을 공략하는데 성공하였다.

중국내에서는 노키아보다 삼성의 애니콜이 더 고가품으로 팔리고 있으며, 신분의 상징으로 여겨질 정도로 뛰어난 브랜드력을 가지고 있다. 외국상품의 이미지에 맞게 꾸며질 매장이 방문객에게는 신분상승의 기분을 느끼게 하고, 다른 고객에게는 선망의 대상으로 각인된다. 중국에서 맥도날드는 깨끗한 실내 공간, 친절한 서비스 그리고 이국적인 이미지로 지역 음식점들과 차별화되고 있다.

다. 광고 및 홍보 전략을 구사할 때도 매체를 선별적으로 선택해야 한다.

고급 이미지 창출을 위해서는 광고 내용은 물론 수단과 시기까지 치밀하게 고려해야 한다. 고소득 소비자층이 주로 접하는 매체를 이용하고 문화공연 등의 스폰서십을 통해 제품과 매체의 이미지를 연결해야 한다.

라. 고급 이미지를 백업하기 위해 A&S네트워크를 구축해야 한다. 지역 유통망에 밝은 현지 기업과 전략적 제휴를 하고 네트워크를 이용한다.

4. 현지인 교육 투자

가. 선진 트레이닝 프로그램을 중국 현지에 적용한다. 대부분 외국자본기업들이 본사탐방 기회를 제공하고 있다. 상하이 폭스바겐은 독일 본사탐방을 실시하고 있고, 중국과 독일을 인터넷으로 연결하는 실시간 트레이닝도 도입하고 있다. 다양한 능력개발 과정을 통해 중국 현지인의 잠재력을 발굴한다. SDI 심천법인은 현지인의 기술수준을 한국국내 기술자 수준으로 끌어올리기 위한 교육제도를 운영하고 있다. 일정 수준에 도달한 현지인은 국내의 Global Training Center에서 한달간 품질관련 교육을 이수한다.

나. 기술 이전뿐 아니라 선진 기업문화를 도입하여 중국 기업과는 차별되는 업무환경을 조성한다. 위생과 청결 문제 등 복지 부분도 체계적으로 관리하며, 좋은 기업이

미지 형성과 종업원의 직무만족도 향상, 낮은 이직률 등에서 효과가 나타나고 있다. S야 심천법인은 최소 3년 이상의 고용을 보장하는 장기적인 인사제도를 유지하고 있으며, 중국 남부지역에서 취직 선호도 1위의 기업으로 자리잡고 있다.

다. 자발적으로 개선의 필요성을 느끼도록 하는 등 혁신 분위기를 조성한다.

성공한 외국자본기업들은 공통적으로 경영혁신활동이 종업원 중심으로 이루어지고 있다. SDI의 혁신운동인 「爱心-999」 운동은 현지인의 제의로 시작한 것이다. 혁신 활동을 추진하는 조직도 현지인 중심으로 구성하고, 소속기업에 대한 만족감과 자부심을 혁신운동으로 연결한다.

5. 지역사회와의 협력관계 구축

가. 기부의 형태로 기업 이윤을 사회에 환원하고, 지역주민과의 유대관계를 돈독히 한다. 모토롤라는 950만 위엔을 북경대학 등의 교육기관에 기부하였고, 38개의 초등학교 설립을 지원하였다. P&D는 40만 달러를 들여서 중국 공중건강훈련 프로그램을 개발하였고 그것을 주민에게 보급하고 있다.

나. 기업의 여성인권에 대한 관심을 홍보함으로써 소비능력이 있는 중국 여성에게 어필한다.

여성의 사회활동 기회를 남성과 동등하게 하고 급여와 진급 조건을 동일시하여, 이로 인해 생길 수 있는 위험을 사전에 봉쇄한다. 출산휴가나 탁아시설을 지역실정에 맞게 배치하는 등 여성인력을 최대한 활용하고, 회사 PR시 이러한 조치들을 적절히 강조한다. 모토롤라는 매년 2백만 위엔을 여성단체에 기부하고, 여성인력 활용에 적극적인 자세로 2010년까지 관리자의 40%를 여성인력으로 충당할 계획이다.

다. 사회친화적인 스폰서링 마케팅을 통해 기업시민의 이미지를 부각한다. 스폰서링 마케팅은 고객과 장기적인 관계를 유지하는데 적합한 수단이다. 단기적인 매출증대보다 장기적인 시장 확대를 겨냥한다. 상하이 폭스바겐은 스포츠, 문화, 예술공연 등 대중이 자주 접할 수 있는 분야를 후원하여 중국 사회의 일원임을 암시하고 있다.

라. 스톡옵션, 마이홈제도 등 직원복지에도 적극 투자한다. 사원주주제도나 스톡옵션을 통해 주인의식을 고취시키고 업무성과의 극대화를 도모한다. 중국 맥도날드는 전 사무직원을 대상으로 스톡옵션 프로그램을 실시하고 있다. 지원의 만족도 향상은 대정부 관계를 원만하게 유지하는데도 중요한 역할을 한다. 모토롤라는 중국 정부의 내집 마련 정책을 최대한 지원하기로 약속했다. 직원의 복지에 앞장선 결과 정부로부터 2년 연속 ‘최고 외국기업상’ 을 수상하였다.⁴³⁾

43) 최순화, 「중국시장 진출의 성공요인」, CEO Information(제319호), 삼성경제연구소, 2001.10.24

제5장 결 론

제1절 연구의 시사점

지금까지 중국 IT산업의 제 정책들과 대표적 IT시장을 중심으로 IT관련시장의 규모와 특징 및 현황을 알아보았다. 주지하는 바와 같이, WTO가입으로 중국은 IT산업의 새로운 시장으로 부상하고 있으며 이에 따라 일부 IT품목에서 국제경쟁력을 지니고 있을 뿐만 아니라, 정책적으로도 IT산업을 신 성장 동력산업으로 육성하고 있는 한국으로서는 국내 IT시장의 협소함을 딛고 중국시장으로의 진출을 적극 모색하고 있는 실정이다. 그렇지만 그 동안 중국은 빠른 속도로 IT산업에 진입하여 기술축적과 연구인력 확충으로 한국과의 기술격차를 줄이면서 고속 성장하고 있다. 따라서 우리나라 IT관련시장이 중국기업에 위협을 받고 있으며, 중국 IT시장에서 우리 기업들은 선진기업과의 경쟁만이 아니라 저부가가치에서 고부가가치 제품까지 다양한 생산능력을 확보한 중국기업과 치열한 경쟁을 벌이게 될 것으로 보인다.

이러한 상황에서 중국이라는 세계최대의 신흥 IT시장에 성공적으로 진출하고, 미래 우리나라의 주력산업으로 IT산업이 발전할 수 있도록 하기 위해서는 국가적인 차원에서 국가, 기업, 연구기관, 대학이 총체적으로 공동 협력하는 노력이 절대적으로 필요할 것으로 사려된다.

이를 위해서 첫째로 중국 IT 시장의 환경과 체도를 정확히 이해하고, 정부와 기업 각자가 자기의 역할을 능동적으로 수행해 가는 과정이 필수적으로 진행되어야 한다. 특히 중국시장의 특수성, 비관세 장벽의 소지가 있는 법률이나 정책, 사회주의 정부의 정체성, 인간관계를 중시하는 중국 상인들의 생활양식과 철학 등을 결코 간과해서는 안 될 것이다.

둘째로, 한국의 IT산업의 발전 방향이 제품조립의 저부가가치 단계에서 고부가가치 제품 생산단계로 한층 더 발전해야 할 것이다. 물론 여기에는 필연적으로 선진국과의 경쟁도 피할 수는 없을 것이며, 지속적인 연구개발이 병행되어야 할 것이다.

셋째로, 중국 IT시장에서 한국 업체들의 지속적인 품질 우위 유지와 적극적인 마케팅, 시장세분화 및 A/S 등이 요구된다. IT제품 수요층이 주로 학생, 지식인, 직장인들이기 때문에 젊은 층을 공략할 수 있는 신 모델과 개성을 발휘할 수 있는 디자인 등에 더 많은 관심을 가져야 할 것이며 제품 차별화 정책 등을 적극적으로 도입함이 바람직할 것이다.

넷째, 선진기업의 전략변화에 발맞추어 중국을 정보통신 관련분야와 핵심 부품분야의 생산기지 및 연구개발기지로 적극 활용하고, 국제 분업관계도 수평적 관계나 현지 완결형으로 전환함으로써 제품개발에서 판매에 이르기까지 현지화를 서두를 필요가 있다. 한국의 부품생산력과 신제품 개발력이 중국의 조립생산능력 및 자국내 마케팅 능력과 협력관계를 유지한다면, 한국으로서는 중국시장에서의 경쟁력 제고와 기술현지화에 다른 제품의 시장친화력 강화, 중국으로서는 기술습득을 통한 생산기술력 강화라는 긍정적 효과를 기대할 수 있을 것이다. 그렇지만 양국간 협력의 긍정적 효과는 극대화하는 방향으로 진행시키되, 협력과정에서 야기될 수 있는 기술이전 등에 따른 부메랑 효과와 같은 역기능들도 정확하게 파악하여 부작용을 최소화시킬 수 있는 방안을 강구하여야만 할 것이다.

제2절 연구의 한계

본 연구가 가지는 한계는 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 관련 문헌의 부족으로 인해 어려움을 겪었다. 아직까지 중국에 관해서 제시되는 자료들의 정확성이 떨어지고 그 양도 부족하였기 때문에 해석에 한계를 가질 수밖에 없었다.

둘째, IT산업의 광범위함과 벤처기업의 해외진출이 가지는 다양한 측면을 반영하지 못하는 한계를 지닌다. 차후의 연구를 통해 연구의 범위가 확대되어야 할 필요성을 느낀다.

셋째, 벤처기업의 중국진출에서 네트워크의 활용과 내부자원의 활용에서 차이점을 발견하지 못하였다. 본 연구는 산업의 특성과 소비자와의 관계에서 차이를 보이게 되면 전략의 수행에서 네트워크의 활용과 내부자원의 활용으로 차별적으로 사용할 것을 예상하였다. 하지만 전략의 수행에서 차별적이지 못하였다.

따라서 본 연구는 다양한 요소들에 의해 결정되는 시장상황을 모두 거론하지 못하였다. 그러나 중국 IT시장에 진출을 희망하는 기업에 중국시장에 대한 포괄적인 이해에 참조역할로서의 기능을 발휘하기를 기대한다.

참 고 문 헌

[국내문헌]

- [1] 강희일, 정현수, 이동일, 「중국의 정보통신 산업정책동향」, 주간기술동향01-11, 2001.3.28
- [2] 김기현, 「우리나라 중소기업의 대중국 투자실태 및 투자전략에 관한 연구」, 사회과학연구, 2000.
- [3] 북경화통인시장신식유한공장, 「중국이동통신산업연구보고」, 2000.
- [4] 배영준, 「대 중국 브랜드 전략」, 주간경제 650호, LG Economic Research Institute, 2001. 11.
- [5] 안재우, 「한국 IT중소기업의 대 중국 단독투자 결정요인」, 서강대 석사학위 논문, 2006.
- [6] 안정월, 「한국 기업의 중국시장 진출 전략에 관한 연구」, 전남대 석사학위 논문, 2009.
- [7] 안종석, 「한국기업의 대중 투자 실태와 향후 과제」, KIEP, 1993.
- [8] 유호중, 「한국기업의 대중투자 특성에 따른 경영성과분석」, 생산성 논집, 제1권, 제13호. 1999.
- [9] 일본전파신문, 확대되고 있는 중국 이동통신 시장, 2000.
- [10] 이윤석, 「IT 중소, 벤처기업의 중국진출 성과 결정요인에 관한 연구」, 건국대 석사학위 논문, 2006.
- [11] 이장로, 신민수, 「국제경영」, 张文社.
- [12] 이장노, 「대중국 투자기업의 경영성과 제고를 위한 실태조사 연구」, 국제경영 연구, 1995.
- [13] 이장우, 「벤처기업의 국제화: 해외시장 진입전략을 중심으로」, 경영학연구, 제 31권 제4호 2002. 8.
- [14] 외교통상부, 「중국 정보통신 시장의 발전과 우리기업의 진출전략」, 2002.
- [15] 웨이웨이, 「한국 IT기업의 중국진출 전략에 관한 연구」, 동아대 석사학위 논문, 2008.
- [16] 정보통신정책연구원, 「IT산업과 한국경제」, 박영사, 2005

- [17] 중국통계출판사, 「중국통계년감」, 2000.
- [18] 주민희, 「중국의 이동통신시장 동향」, 정보통신정책 제13권 16호, 정보통신정책연구원, 2001.
- [19] 차용갑, 「IT기업의 효과적인 중국진입전략 방향에 관한 연구」, 목원대 석사학위논문, 2005.
- [20] 최원익, 「중국의 시장경제체제화와 한국기업의 진출방안」, 대한경영학회지, 2005.
- [21] 한국개발연구원, 보도자료 2005. 12. 15.
- [22] 한국수출입은행, “중국경제정보” 2002.8.
- [23] 한국소프트웨어진흥원, 「중국 소프트웨어 시장보고서」, 2001. 12.
- [24] 한국정보통신수출진흥센터, 「국내 중소 IT산업 중국진출 실태조사」, 2004.12.
- [25] 한충민, 「중국진출 한국기업의 직접투자 성과 결정요인에 관한 실증적 연구」, 국제경영연구, 제2권, 제11호, 2000.
- [26] 홍동표, 고상원, 문성배, 이재영, 오정숙, 이은경, 신수경, 정현중, 「2004 IT산업 경쟁력 국제 비교-OECD 국가 중심으로」, 정보통신정책연구원, 2005.
- [27] 홍순창, 「한국 IT기업의 대 중국 직접투자 결정요인에 관한 연구」, 동아대 석사학위 논문, 2009.
- [28] 홍진배, “중국 전자산업의 발전전망과 한국 전자업체의 대 중국 진출 전략에 관한 연구”, 고려대학교 경영대학원, 석사학위논문, 1999.6.11.

[References]

- [1] IMD(International Institute for Management Development), 2004
- [2] J.Bel, "The internationalization of small computer software firms—A further challenge to stage model theories ", European Journal of Marketing, Vol. 29. No. 8, 1995.
- [3] J.C.Manus, "The Theory of Multinational Firm", In G.Pacquet (ed), The Multinational Firm and Nation State, Ontario Collier—Macmillan, 1972.
- [4] J.H.Dunning, International Production of Multinational Enterprise, London, Allen and Unwin, 1981.
- [5] M. Lockett, Culture and Problems of Chinese Management, Paper Presented at the Conference on "The China Enterprise", Manchester Business School, June 1–2, 1987.
- [6] OECD(2004 b), Learning for Tomorrow's World—First Results PISA 2003
- [7] UNPAN(2004), Global E—government Readiness Report, 2004
- [8] WEF(2004), World Economic Forum, The World Competitiveness Report 2003–2004

[Internet Web Site]

한국무역협회 (<http://www.kita.or.kr>)

WTO/FTA咨询网 (<http://chinawto.mofcom.gov.cn>)

中国网 (<http://www.china.com.cn>)

中韩贸易网 (<http://www.world21c.com>)

中日商务网 (<http://www.made-in-china.co.jp>)

中日商桥 (<http://www.bridge69.cm>)

中国-东盟自由贸易区 (<http://www.cafta.org.cn>)

中国东盟协会网 (<http://www.chinaasean.org>)

中国-东盟自由贸易网 (<http://www.chinaaseantrade.com>)

中国农业外经外贸信息网 (<http://www.cafte.gov.cn>)

