

기본연구과제명: 중국의 내수시장 진출 여건과 진출 전략 연구

■ 연구책임자

양평섭 부연구위원, 이승신 부연구위원

■ 연구의 필요성 및 목적

□ 중국의 외자정책이 변화함에 따라 제 3국에 대한 수출위주의 현지 생산형 투자는 더 이상 중국에 대한 진출방안이 될 수 없으며, 이제는 중국을 생산 공장이 아닌 내수시장으로서 고려해야 할 것임

- 따라서 세계 3위의 소비시장으로 부상한 중국의 내수소비 확대 가능성과 소비 패턴의 변화에 대한 연구는 최근 비즈니스 환경변화로 인해 어려움을 겪고 있는 우리기업에게 새로운 진출전략 수립 및 현지 경영전략 조정에 매우 유용하게 활용될 것으로 사료됨

■ 선행연구 현황 및 선행연구와 본연구의 차별성

□ 중국의 소비시장을 분석하고 소비트렌드에 따른 마케팅 전략 수립에 대한 연구와 중국 내수시장 진입전략에 대한 연구가 있기는 하나, 향후 중국 내수소비의 성장 가능성에 대해 진단한 연구는 전무함

□ 특히, 구체적으로 소비 확대요인과 제약요인에 대해 분석한 연구는 없었으며, 새로운 소비 주체, 지역 그리고 대상 업종의 부상에 대해 전망 및 중국 정부의 소비확대 정책변화 추이와 향후 발전 방향에 대한 연구는 전무함

구 분	선행연구와의 차별성		
	연구목적	연구방법	주요 연구내용
주요 선행 연구	-과제명: WTO체제에서의 중국 내수시장의 변화와 진입전략-유통업 중심 -연구자(년도): 김성엽, 국제무역연구,	-문헌조사 -데이터 분석	-중국의 WTO가입과 중국 내수시장의 변화 -중국 내수시장 진입의 실태와 한계 o 유통시장의 진입장벽, 중간 유통업자의

	Vol.8 No.1(2002) -연구목적: 중국의 WTO가입이후 내수시장 변화와 진출전략을 유통구조를 중심으로 연구		선정, 유통허부구조의 낙후성, 외환송금 및 자금 조달의 제한 -중국 내수시장 진입 전략 o 진입장벽의 불확실성에 대한 대응 전략 및 내수시장 진입방식의 결정
2	-과제명: 신소비대국, 중국의 소비트렌드 분석 -연구자(년도): 김윤희, KOTRA(2005) -연구목적: 중국의 소비시장 규모와 변화추이를 조사하고, 소비변화의 트렌드를 파악하여 우리기업에 대한 시사점 도출	-문헌조사 -데이터분석	-중국의 소비시장 규모 및 동향 -중국 소비구조 변화추이 및 특성 -소비변화 5대 트렌드 -우리기업의 중국 내수시장 진출 방안
본 연구	-중국 소비시장의 변화추세 및 중국 정부의 내수진작 정책에 대해 조사하고 향후 중국 내수소비의 확대 가능성에 대해 전망 -우리기업의 대 중국 진출 전략과 정부의 대 중국 경제 협력 전략 방안 제시	-문헌조사 -데이터분석 -중국 정부인사와의 인터뷰 등 현지조사	-중국 소비시장 변화 추세 및 방향 -중국 내수소비 확대의 제약 및 발전요인 -주요 소비주체, 지역, 대상에 대한 분석 및 전망 -중국 정부의 소비확대 정책추이 및 향후 발전 방향 -중국 소비확대 활용 방안 및 진출전략

■ 주요 연구내용

- 과거의 소비추세부터 현재까지의 중국 소비시장 변화에 대해 정리하고 중국의 소비시장 변화 추세에 대한 이해를 도모함
- WTO 가입이후 중국의 외국인투자 정책의 변화
- 중국소비 변화 추세에 대한 이해를 바탕으로 소비가 부진한 부분에 대한 발전 제약 요인과 소비시장 확대요인을 함께 분석함
 - o 중국 소비시장 발전에 제약요인에 대한 분석
 - o 중국 소비시장 확대요인에 대한 분석
- 중국의 주요 소비 주체에 대한 분석과 주요 소비 패턴에 대해 정리하고 새로운 소비 주체(계층), 지역, 대상 업종(제품/서비스 등)의 형성 가능성에 대해 전망해 봄

◦ 중국의 소비시장 구조를 지역별, 계층별, 업종별로 이해하고 분석

□ 중국 정부의 소비확대 정책 및 향후 정부의 내수 진작계획에 대해 조사하고 향후 시장 확대에 대해 전망함

□ 중국 소비시장 확대가 한국에 갖는 의미와 우리기업의 활용 방안에 대해 모색해 봄

■ 연구추진방법

□ 본 연구는 중국의 내수소비 확대 가능성에 대해 정량적·정성적인 평가를 위해 중국의 각종 문헌 및 통계자료를 참고하고, 중국정부의 관련 부처 관계자(중앙 및 주요 지방정부의 관계자)와의 인터뷰 등을 통해 향후 중국 내수시장의 발전 가능성을 진단함

■ 기대효과

□ 중국 내수시장의 소비패턴에 대한 이해를 통해 향후 중국의 주요 소비 주체, 지역, 업종 확대에 대한 전망을 진단하는데 도움이 될 것임

□ 중국 내수소비 확대에 대한 제약 및 발전요인과 중국 정부의 내수시장 진작 정책에 대해 종합적으로 평가하고 전망함으로써 향후 우리 기업의 대 중국 진출 전략과 정부의 국가전략 수립에 정책 연구 자료로 활용함

■ 연구기간

2008. 1 ~ 2008. 12

■ 협동연구기관 및 연구진 구성

국내외 중국전문가와 협동연구 수행