

중국 농민 가전구매 보조금 정책의 주요 내용과 반응

1. 개요

- 2007년 12월 22일 중국 재정부와 상무부는 농민의 가전구매에 대한 보조금 지급 정책(家電下鄉)을 시행할 것을 발표함.
- “家電下鄉”은 농민이 지정된 가전제품 구매 시 정부가 직접 보조금을 지급하여 농민의 소비지출 부담을 경감시켜주는 전례 없는 혜농(惠农)정책
- 중국정부는 “家電下鄉”의 홈페이지¹⁾를 통해 “家電下鄉”에 대한 상세한 설명 및 정부 발표 자료, 시범지역의 최근 소식, 보조금 지급대상 제품의 사진정보 등 각종 자료를 제공하고 있음.
- “家電下鄉”이 발표된 이후 이에 대해 중국 내 상반된 시각이 상존

2. “家電下鄉”의 주요 내용

- “家電下鄉”은 산둥(山東), 허난(河南), 쓰촨(四川) 3개 성(省)의 모든 농민을 대상으로 2007년 12월부터 2008년 5월까지 시범적으로 시행

1) “家電下鄉”정보관리시스템(家電下乡信息管理系统), <http://jdx.xzhs.mofcom.gov.cn/index.shtml>

- 위의 3개 성(省)은 농업비중이 높고 인구가 많은 지역으로, 일정 수준 이상의 시장규모를 갖춘 지역임.

- 또한 지역 선정에 있어 동부, 중부, 서부 지역을 모두 고려한 것임.

- 시범지역의 농촌호구를 가진 모든 농민은 보조금 혜택을 받을 수 있으나, “家電下鄉” 지정상품의 동일모델을 가구당 3개 이상 구매할 수 없음.

□ “家電下鄉” 지정 상품을 구매한 농민은 정부로부터 13%의 보조금을 받을 수 있음.

- 농민이 “家電下鄉” 지정 판매처에서 보조금 대상제품을 구매한 후 호적 소재지의 향(乡)급 재정부문에 가전 보조금 신청을 하면, 구매자의 계좌로 보조금을 지급함.

- 상품 판매가의 13%로 지급되는 보조금은 중앙정부가 80%를 부담하고 지방 성(省)정부가 20%를 부담함.

- 중앙정부는 연초에 각 성(省)에서 추산한 “家電下鄉” 보조금에 근거하여 보조금의 80%에 해당되는 예산을 성(省)에 집행하고 성(省)정부는 나머지 20%를 부담하여 현(縣)에 집행함.

- 보조금 지급 과정에서 초과예산이 발생하면 우선 성(省) 재정부문에서 부담하고 다음 해에 정산함.

□ “家電下鄉”에 해당되는 가전제품은 컬러TV, 냉장고, 휴대폰으로 모두 197개 모델이 선정되었고 가격상한제가 적용됨.

- 농촌시장 관련 조사에 따르면 컬러TV, 냉장고, 휴대폰 등의 가전제품에 대한 농민의 구매의사가 비교적 높게 나타남.

- 또한 이들 제품은 중국 국내 생산량이 많고 무역흑자의 주된 요인이었음.

- 재정부 경제건설사(司) 관계자는 농민의 이익보호를 위해 “家電下鄉” 지정상품의 가격에 대한 상제한 규정을 마련했다고 밝힘.
- 지정된 모델의 컬러TV 가격은 1,500위안을 초과할 수 없고, 냉장고는 2,000위안, 휴대폰은 1,000위안을 넘을 수 없음.
- “家電下鄉”의 시범시행에 참여할 생산·판매·유통기업은 명확한 기준에 따라 공개입찰방식을 통해 선정됨.
- 농촌의 소비특성과 소비수준에 따라 농촌 수요에 부합되는 상품의 기준을 정한 후, 최종 15개 생산기업의 197개 모델과 21개 유통기업을 확정함.
- “家電下鄉” 지정상품의 공급, 판매 및 AS를 위해 생산기업과 유통기업이 재정부 및 상무부와의 협약을 준수하도록 함.
- “家電下鄉”의 실시는 농민의 생활수준 향상, 농촌의 소비확대, 농촌 유통시스템 건립, 무역마찰 축소 및 내·외수의 균형발전에 그 목적이 있음.
- “家電下鄉”은 가전 수출에 대한 세금환급률과 같은 13% 수준으로 보조금을 지급함으로써 농민의 소비력 강화와 생활수준 향상을 추구함.
- 농촌의 소비는 중국의 소비확대의 중요 부분으로 농촌 가전보급에 유리한 현 시점을 잘 이용하면 농촌소비가 대폭 확대될 것으로 기대됨.
- “家電下鄉”은 단순한 재정지원이 아닌 농촌지역의 유통과 AS 관련 네트워크를 형성하고 완비하도록 하는 기능을 함.
- “家電下鄉”을 통해 가전제품의 생산과 유통, 농민의 수요가 유기적으로 결합되면 가전제품의 과잉 생산문제를 해결할 수 있고 가전 관련 무역마찰을 감소시킬 수 있음.

- 중국은 세계 최대 가전제품 생산국이자 수출국으로 무역흑자의 주된 원인이 가전분야임.

3. “家電下鄉” 시행에 대한 주요 반응

가. 긍정적 시각

□ “家電下鄉” 시행 이후 농민들은 가격적인 혜택뿐만 아니라 상품배송 혜택까지 누릴 수 있게 됨.

- 해발 2,200m에 위치한 쓰촨성(四川省) 쑹루샹(中路乡)은 차량진입이 어려워 이번 정책 실시 전에는 농민들이 칼라TV를 구매해도 상품배송이 쉽지 않았음.

- 생산 및 유통기업을 공개입찰 방식으로 선정함으로써 농촌에 공급되는 가전제품의 품질과 AS 수준을 높임.

□ 거대한 잠재시장인 농촌의 소비를 자극함으로써 내수 확대의 근간이 될 수 있음.

- 중국 인구의 상당부분을 차지하는 농촌지역의 가전소비가 도시처럼 활성화되면 그 시장규모는 막대함.

- 현재 농촌에서 보급률이 가장 높은 가전제품인 칼라TV의 보급률은 2006년 말 100가구당 89.08대(도시주민은 134.8대)로 이는 도시의 1996년 수준에 해당함.

- 향후 10년간 농촌지역의 가전보급률이 현재 도시지역 수준에 미치게 된다면, 칼라TV 수요량은 거의 1억대에 이를 것으로 추정됨.

- “家電下鄉” 시행으로 농민의 가전구매에 대한 비용 부담이 축소되어 농촌의 소비가 촉진되고 이와 같은 정책이 다른 산업에도 적용되면 내수확대가 가능해짐.

- 중국 로컬 가전업체는 이윤폭이 매우 낮고 이미 포화된 도시시장에서 지속적으로 점유율을 확대

할 수 없음을 인식하고 농촌시장의 진입과 선점에 집중하고 있음.

□ “家電下鄉” 시행은 농촌지역에 첨단기술을 보급하는 계기가 될 수 있음.

- 과거 일부 가전업체가 도시에서 팔다 남은 재고와 질 낮은 상품으로 농촌시장에 진입하려 했기 때문에, “家電下鄉” 시행 초기 보조금 대상 제품의 품질에 대한 의문이 많았음.
- 창홍(长虹)그룹 기술고문의 소개에 따르면, “家電下鄉” 지정상품으로 선정된 창홍의 컬러TV는 해상도, 색상, 밝기, 입체감 등의 품질이 좋고 농촌소비환경에 적합한 기능(습도, 누전, 수명 등과 관련)이 부가되어 농민의 환영을 받고 있음.

나. 부정적 시각

□ “家電下鄉”은 진정한 해농정책인가?

- 중국 재정부 경제건설사(司) 청샤오안(曾曉安) 부사장은 “家電下鄉”은 가전부문의 무역마찰을 줄이고 가전산업의 과잉 생산력을 해소하기 위한 것으로, 사실상 이 정책의 최대수혜자는 가전생산기업이라고 지적함.
- “家電下鄉”의 실시로 농민은 가전제품을 저렴하게 구입할 수 있으나, 이는 부농에게만 해당되는 것으로 빈농은 구매력이 없어 13%의 보조금 혜택을 누릴 수 없음.
- 청샤오안(曾曉安)은 “家電下鄉”을 통해 일부 부농의 소비수요를 확대시킬 수 있다고 해도 이는 기업이 해결할 문제이지 정부가 나설 문제가 아님을 강조함.
- 또한 그는 농민의 소득증대가 어려운 현 시점에서 농촌의 가전소비 촉진은 시기상조이고, 정부는 우선 농민의 소득증대 문제를 해결해야 한다고 주장함.
- 중국 농업부 쿵정차이(孫政才) 부장은 농촌 가전소비 부진의 근본원인은 전기세나 휴대폰 사용료

등 가전제품 사용에 따른 비용부담 때문이라고 주장

- 도시보다 비싼 농촌의 전기세를 내리고 농촌에 기지국을 확대 설치하는 등의 조치가 함께 시행되어야 함.

□ 복잡한 보조금 지급 절차

- 농민은 상품구매 영수증 원본 및 사본, 신분증 원본 및 사본, “家電下鄉” 지정상품 전용 표식카드, 구매자의 통장과 관리부문이 요구하는 기타 서류를 준비하여 호적 소재지의 향진(乡镇) 재정부문에 보조금을 신청
- 향(乡)급 재정부문에서 초심을 한 후 현(县) 재정부문에 보고, 현(县) 재정부문에서 심사확인 후 해당 농민 계좌로 보조금을 지급
- 창웨이(创维) 그룹 중국지역 마케팅 본부의 리우탕쯔(刘棠枝)는 보조금 신청 절차가 좀 더 간소화 되면 이 정책이 더 환영받을 것이라고 언급.

□ “家電下鄉”은 가전 기업에게 농촌시장 진입을 위한 좋은 기회를 제공하지만 농촌시장을 활성화시키기에는 역부족

- 중국 가전협회 쟙펑(姜凤) 부이사장은 향후 가장 성공한 가전 기업은 농촌시장을 장악한 기업이라고 강조.
- 리우탕쯔(刘棠枝)는 중국 가전 기업들의 어려움은 농촌시장 수요의 정확한 예측이 어려워 소비시장을 전체적으로 파악할 수 없음으로 인해 생산이나 투자를 결정하기 힘들다는데 있다고 밝힘.

<참고 자료>

《经济观察报》, “家电版凯恩斯主义乡土难服”, 2008.3.24

《市场报》, “家电下乡激活市场 家电企业深感振奋”, 2008.3.28
《家电下乡信息管理系统》, “关于家电下乡试点政策的解答”, 2008.1.8
《新浪网》, “家电下乡: 一举两得”, 2008.2.25
《京华时报》, “家电下乡: 究竟是惠农还是帮企?”, 2007.12.24
《半岛网》, “缺乏农民利益视角的‘家电下乡’能走多远“, 2007.12.24
《信息时报》, “‘‘家电下乡’惠农还是惠商 这是个问题“, 2007.12.24
《京华时报》, “我国试点家电下乡工作 首推彩电冰箱手机”, 2007.12.23
家电下乡信息管理系统, <http://jdx.x.zhs.mofcom.gov.cn/index.shtml>

(자료 정리: 중국사회과학원 경제연구소 박사과정 정지현)