

I. 개 요

1. 일시 : 2013년 3월 5일(화) 07:30-09:30

2. 장소 : 팔래스 호텔 다봉(2층)

3. 발표자 (2인)

김동하 부산외국어대학교 중국지역통상학과 교수
우은철 삼성SDS 수석컨설턴트

4. 참석자 (23인)

김주영(수출입은행)
조현준(건국대학교)
이문형(산업연구원)
사동철(포스코 경영연구소)
정환우(국제무역연구원)
서창배(부경대학교)
이치훈(국제금융센터)
지만수(한국금융연구원)
임호열(한국은행)
양평섭(KIEP 연구위원)
박월라(KIEP 초청연구위원)
김부용(KIEP 부연구위원)
최필수(KIEP 부연구위원)
문익준(KIEP 부연구위원)
노수연(KIEP 부연구위원)

정지현(KIEP 부연구위원)

나수엽(KIEP 전문연구원)

임민경(KIEP 연구원)

오종혁(KIEP 연구원)

이상희(KIEP 연구원)

박진희(KIEP 연구원)

김홍원(KIEP 연구원)

김효진(KIEP 연구원)

4. 제 목

☐ 발표주제

- “한국기업의 중공업·화학분야 대중 투자와 시사점”
- “중국 스마트시티 발전현황 및 시장기회에 관한 연구”

II. 주요 논의 사항

1) 발제내용 : 한국기업의 중공업·화학분야 대중 투자와 시사점

☐ 중공업 분야에서는 두산그룹, 현대중공업이 중국에서 독보적인 성과를 내고 있음.

- 두산은 중국의 도시화 과정에서 발생한 토목공사 수요를 겨냥했으며, 유통망 구축과 현지 특성에 맞는 마케팅 전략과 제품 개발로 성공함.
- 열대와 혹한이 공존하는 중국 대륙의 기후 특성에 따라 특성화된 제품을 개발했는데, 고온의 남부지방에서는 과열과 기름누출을 방지하는 제품에 주력하는 한편 혹한지역에서는 추위에 강한 엔진을 개발함.

- 적극적인 CSR을 전개했는데, 2008년 스완성과 2010년 칭하이성 대지진때 적극적인 구호활동을 통해 중국 소비자들에게 좋은 이미지를 홍보함.
- R&D센터 설립으로 경영 일체화를 완결함. 지난 5년간 약 2,500억원을 투자했으며, 2011년 두산 전체 매출의 약 15%가 중국에서 발생함.
- 현대중공업은 굴삭기 제조로 중국에 진출하였으며, 현재는 공정기계분야로까지 사업영역을 확대하였음.
- 현지화를 위한 노력으로 R&D센터 건설에 적극적인 투자를 하였음. 향후 중국의 실리콘벨리로 불리는 ‘장장 하이테크 파크’로 이전한 후 연구인력을 200여명으로 확대할 계획임.
- 그린 에너지 분야에서의 사업도 확대중이며, 풍력산업 부품 및 기자재, 풍력발전 시스템 제조, 설치 및 시공 등의 영역으로 구성됨.

□ 화공 분야에서는 GS칼텍스, SK가 있음.

- GS칼텍스는 중국 내 첫 주유소 개설로 진출하였으며, M&A를 통해 석유화학 사업에 본격적으로 뛰어들었음.
- 2012년 9월, 중국 진출 10년 만에 베이징에 지주회사 역할을 수행할 GS칼텍스 차이나 현지법인을 설립함.
- GS칼텍스 역시 다른 석유화학 기업과 비교할 때 후발주자에 속하나, 중국법인을 설립함으로써 향후 중국 시장에 더욱 적극적으로 진입하겠다는 의지를 보임.
- SK는 무역업으로 한중 수교 전에 중국에 진출했으며, 초창기 사업영역인 에너

지 및 통신 분야에서는 성과가 부진했음.

- 이는 에너지와 정보통신 사업이 중국정부의 규제가 심한 분야이기 때문이며, 이에 SK는 2004년과 2010년에 SK중국투자 유한공사(지주사)를 설립해 이러한 난국을 타개하고자 함.
 - 이로서 아스팔트, 화학 뿐 아니라 도시개발, 문화창의, 환경 등 3개 영역을 축으로 신사업을 적극적으로 발굴해 정부규제가 상대적으로 적은 사업분야를 발굴 중임.
 - SK에는 중국은 제2의 내수시장에 버금갈 위상을 지니고 있음. 따라서 초창기 사업부진에도 불구하고 중국에서의 사업을 확대 추진하는 방향임.
- (시사점)중공업과 화학분야의 외자기업들도 이제는 CSR(기업의 사회적 책임) 활동에 적극적으로 참여해야 하는 추세인데, 이는 이제 CSR이 중국 사업의 생존을 위한 필수불가결한 일부가 되었음을 보여줌.
- WTO가입 이전에는 식품, 가전 등 소비재 위주 기업들이 CSR에 주력하였지만, 이제는 거의 모든 기업들에게 CSR이 요구되는 현실임.
 - 중국에서는 수익만 쫓아서는 성공할 수 없음.
 - 중장비 분야에서의 현지화도 필요하며, 중국 현지의 기후와 지형 및 도로 사정을 고려한 신제품 개발이 요구됨.
 - M&A의 적절한 활용은 중국시장 진입장벽을 회피하는 수단이 될 수 있음.
 - 특히 중국처럼 권역별, 지역별로 생산과 판매권을 따로 승인받아야하는 경우에는 기존의 생산, 판매권 보유기업을 인수 합병하는 것이 매우 유리할 수 있음.

- R&D센터의 활용도 정도가 향후 이들 그룹의 중국 내 사업 성공여부를 결정할 것임.
- 제품별, 권역별로 전문화된 R&D팀을 효율적으로 운영할 필요가 있음.

2) 발제내용 : 중국 스마트시티 발전현황 및 시장기회에 관한 연구

□ 2012년 중국의 스마트시티 IT투자 규모는 1,000억 위안을 돌파했으며, 향후 5년간 매년 20%의 성장세를 보일 것으로 예상됨.

- 중국은 도시화-정보화의 연동 발전을 미래 중점 미션으로 정하며, 공업신식부, 과학기술부, 주택도시건설부, 국가관광국에서 스마트시티 건설을 주관하고 있음.
- 2012년 말까지 전국 219개 도시에 스마트시티 건설을 제기했음.

□ 중국의 스마트시티 건설 발전유형은 투자주체에 따라 3가지로 분류됨.

- 첫째는 통신사업자가 투자주체인 경우로, 투자규모가 크고 중점 투자영역은 통신 인프라임. 그러나 도시 정보화 시스템 통합 경험의 부족하다는 약점이 있음.
- 대표적으로 중국이동통신, 중국전신 등의 국유통신회사를 들 수 있음.
- 둘째는 IT벤더가 투자주체인 경우로, 시스템 통합 및 세부 산업응용에 경쟁력이 있고 정부와 긴밀한 관계를 형성하고 있다는 장점이 있음.
- 대표적으로 IBM, Taiji(중국 로컬), Digital China(중국 로컬) 등이 있음.

- 셋째는 지방정부가 투자주체인 경우로, 구체적인 스마트시티 프로젝트를 실행할 현실적 능력이 있음. 또한 자금이 보장되어 있다는 특징도 지님.
- 스마트시티 건설에 참여하는 기업에 있어 중국정부가 요구하는 비즈니스tm 모드는 투자주체의 다원화와 운영모드 다원화임.
 - 통신 사업자에서 IT서비스벤더, 중앙/국유기업에 이르기까지 다양화
 - 기업용자의 경우 주로 BT/BOT/용자임대를 선호함.
 - 스마트시티 건설 후 회수기간이 대략 5~10년인데 중국정부는 외자기업에게 대부분 기업용자의 방식을 요구함. 이는 기업의 회수 부담을 높이기 때문에 마찰을 존재하는 부분이기도 함.
- 중국의 스마트시티 지역 분포는 주로 장강삼각주에 집중되어 있음. 이 외의 많은 지역에서는 현재 계획 중 단계임.
 - 스마트시티 건설은 지역에 따라 중점 분야가 다르나 주로 ICT 기초 인프라 건설, 스마트 교통, 스마트 의료, 스마트 도시관리 등을 주요 발전방향으로 함.

첫 번째 발제 토론 내용

□ 중국의 건설시장 현황은 어떠한가?

- 중국 건설시장은 많이 줄었음. 두산중공업의 경우 건설시장 불황의 여파로 인해 2012년 이후 매출이 반토막난 상황임.

□ 북경 현대자동차는 현지와 50:50으로 진출했는데, 이 사업의 수익은 대부분 한국 지분의 모비스에서 창출되는 구조였음. 이에 중국 측 파트너에서 모비스라는 알맹이를 50:50으로 나누던지, 아니면 부품 조달을 중국 업체에서 하던지 요구했음. 이처럼 이제는 중국도 이익 확보를 위해 적극적인 요구를 개진하는 단계에 이른 것으로 보임.

- 동의함. 중국이 과거와 달리 이제는 한국회사의 이익 원천을 알게 되고, 이 알맹이를 가져가기 위해 시도하면서 우리에게 불리해지는 측면이 발생하고 있음.
- 결국 북경 현대자동차의 한국인 사장이 교체되는 것으로 상황은 마무리되었는데, 중국의 입김이 거세지는 상황은 확실하며 이는 결과적으로 우리기업의 재중국 사업 환경이 악화되고 있다고 보여짐.

□ 현지 R&D센터 설립이 추세인데?

- 인력의 경우 현지인력 활용도가 점점 높아지고 있음. 인력 대부분은 중국인으로 구성되는 추세임.
- 따라서 연구 내용도 이제는 중국정부 산하 국책 연구기관에 발주하는 움직임이 발생함. 수년 후에는 우리의 입지가 좁아질 것으로 예상됨.

- 마이크로 소프트의 경우, 가장 우수한 연구소가 중국에 소재함. MS 첨단기술은 중국에서 연구개발되고 있음.

□ 외자기업이 중국 내에서 현지 생산하는 구조는 변화가 있을 것인가?

- 물류 비용이 높은 아이템은 결국 중국 내에서 생산할 수 밖에 없음. 즉, 중공업과 같이 화물용량이 큰 제품은 중국 내에서 계속 생산될 것임. 반면 핸드폰 처럼 부피가 작은 아이템은 굳이 중국에서의 생산을 고집하기 보다는 cost가 낮은 동남아나 기타 지역으로의 생산이전을 고려할 수 있을 것임.

두 번째 발제 토론 내용

□ 스마트시티 건설에 외자기업이 직접적으로 진입하기는 힘들지 않나?

- ICT 서비스의 경우, 컨설팅의 수익률은 높지 않음. 그러나 수주 프로젝트 대부분은 건설보다는 컨설팅 사업임. 이는 도시 건설의 경우 보안의 문제로 인해 외국업체에 수주하는 것을 꺼리기 때문임.

□ 설비, 부품 납부의 방식으로 진입하는 것은 어떠한가?

- 가능함. 경쟁력이 있는 분야임. 특히 ICT 사업에서 하드웨어 분야는 매출의 큰 비중을 차지함.
- 문제는 이러한 solution이 현지화라는 장벽을 만났을 때임. 부품과 설비는 주로 전문성 있는 중소기업에서 많이 생산하는데, 현지화 supply가 구축되어 있지 않아 준비성과 대응성이 미흡하다는 약점이 있음.

□ 한국기업의 중국 스마트시티 건설 참여 시, 현지 법인 설립을 의무로 하나?

- 반드시 그렇지는 않음. 중요한 것은 입찰이 국제 입찰인지 아니면 로컬 입찰인지에 달려 있음. 국제 입찰인 경우 현지 법인이 없어도 가능함. 그러나 로컬 입찰의 경우는 반드시 현지 법인의 형태로 참여가 제한됨.

□ 외자기업 참여 시, 중국정부가 BOT방식을 선호한다고 하였는데 이는 우리기업에 상당한 부담을 주는 자금 회수 방식임. 이에 대해 중국정부는 어떻게 생각하나?

- 기본적으로 중국정부는 스마트시티 건설에 있어 BOT방식을 가장 선호함. 단, 기업의 부담을 고려해 BOT사업에서 기업의 최소마진을 보장해주는 경우도 있음.

□ 현재 삼성SDS의 중국 로컬 최대 경쟁업체는?

- IBM과 Digital China를 들 수 있을 것임. /끝/