

(15) 중국경제의 서비스화 진전과 대중국 서비스무역 활성화 방안

■ 연구책임자

이상훈 부연구위원

과제구분	기초 <input type="checkbox"/> 정책 <input checked="" type="checkbox"/>
구분 선정 사유	본 과제는 중국의 서비스업 및 서비스무역 발전 현황과 특징을 분석하고 이를 토대로 지역별·업종별로 대중국 서비스무역 활성화 방안을 모색하는 정책연구임.

■ 관련 정책현안 및 연구의 필요성

- 선진국의 경기회복 지연과 이에 따른 교역량 감소, 신보호무역주의의 확산, 중국경제의 성장 둔화 등 글로벌 경제환경 변화는 선진 통상국가로 발전하고자 하는 우리경제에 리스크 요인으로 작용할 수 있으므로 이를 극복할 수 있는 대응책 마련이 필요
 - 특히 중국경제에 대한 의존도가 높은 한국은 성장 패러다임, 경제구조, 경제정책 기조 등 최근 중국경제에서 나타나는 다양한 변화를 분석함으로써 중국의 성장 둔화가 미치는 부정적 효과를 최소화하고 새로운 기회를 모색해 나가야 함.
- 중국은 과거 제조업 기반의 투자와 수출을 중심으로 한 성장전략이 한계에 봉착하면서 성장세 둔화와 함께 성장동력과 경제구조 등이 변화하는 이른바 뉴노멀 시대에 진입
 - 글로벌 금융위기 이후 중국은 요소투입 위주의 외연적 성장방식에서 벗어나 효율과 혁신 위주의 집약적 성장방식으로 전환하기 위한 정책을 본격화
- 우리의 최대 상품무역 상대국인 중국은 최근 경제의 서비스화가 진

전되면서 경제구조가 빠르게 변화되고 있으며, 산업정책 역시 내수와 고용촉진이 강조되면서 서비스업 육성과 서비스무역 진흥을 강조하고 있음.

- 중국은 서비스업 발전 촉진을 위해 13·5규획기간(2016~2020년) 중앙정부 또는 지방정부 차원에서 다양한 서비스업 육성정책을 시행할 계획
- 서비스무역 발전을 위한 정책이 향후에도 확대·지속될 것으로 전망되며, 최근에는 서비스업과 서비스무역의 발전 촉진을 위해 서비스무역 혁신시범구, 자유무역시범구 등 다양한 시범사업이 추진 중
- 중국의 서비스무역 규모는 2011년 4,191억 달러에서 2015년 7,130억 달러로 확대되었으며, 2020년에는 1조 달러를 넘어설 것으로 예측(중국국무원)
- 중국의 서비스무역 규모(6,042억 달러)는 미국(1조 1,400억 달러)의 뒤를 이어 세계 2위를 기록(WTO 2014년)
- 2011~2015년 중국의 상품무역은 연평균 1.6% 증가에 그친 데 반해 서비스무역은 연평균 14.2% 성장하였으며, 상품무역 대비 서비스무역의 비중도 2011년 11.5%에서 2015년 18.0%로 증가
- 서비스수입이 더욱 빠르게 확대되면서 중국의 서비스무역수지는 1994년 이후 21년 연속 적자를 기록
- OECD 등 주요 선진국의 경우 서비스산업의 발전과 수출 증대가 총수출 확대의 중요한 동력으로 작용. 그러나 한국은 여전히 제조업 중심의 총수출 구조로 글로벌 경기둔화시기 새로운 수출동력 창출에 어려움을 겪고 있음.
- OECD 국가들의 서비스 수출은 2009년(2.6조 달러) 이후 지속 증가, 2014년 3.5조 달러로 사상 최고치를 기록함. 이에 따라 총수

출(상품+서비스) 중 서비스가 차지하는 비중도 약 29%로 상승하였으며, 총수출 증가에 대한 서비스 수출의 기여율도 2014년 59.8%를 기록하는 등 수출확대의 중요한 동력이 되고 있음.

- 한국은 총수출에서 서비스가 차지하는 비중이 약 15%로 OECD 국가의 절반수준에 불과. 또한 총수출 증가에 대한 서비스 수출의 기여율도 대체로 상품수출을 하회
- 글로벌 경제에서 서비스무역의 증가 추세, 중국경제의 서비스화 진전, 중국정부의 지속적인 서비스업 및 서비스무역 진흥정책 추진 등이 진행되고 있으나 한국은 제조업 중심의 상품무역에 편중된 대중 수출구조에 머물러 있음.
- 제조업과 서비스업의 균형성장, 서비스업의 글로벌 경쟁력 확보를 통해 새로운 수출 산업으로 육성할 필요
- 특히 중국은 한국 상품수출의 26%(2015년)를 차지하는 중요한 시장이나 최근 중국의 제조업 성장과 수출이 둔화되면서 대중국 수출도 2014년(-0.4%)과 2015년(-5.6%) 2년 연속 마이너스 증가율을 기록
- 중국경제의 구조 변화에 적극 대응하고 중국의 내수시장 확대, 한중 FTA 발효라는 기회요인을 적극 활용할 수 있도록 우리가 경쟁우위를 보유하고 있고 중국이 중점 육성대상으로 삼고 있는 서비스업 진출방안을 적극 모색할 필요

■ 연구목적

- 본 연구는 중국경제의 성장률 하락과 미국경제의 회복세 둔화로 세계경제가 본격적인 회복세에 진입하지 못한 상황에서, 우리 경제와 가장 밀접한 관계를 맺고 있는 중국의 서비스업 발전과 이를 활용한 대중국 서비스무역 확대 방안을 모색함으로써 새로운 수출동력 발굴에 기여하고자 함.

- 즉 중국의 서비스업 발전 현황 및 주요 정책을 지역별로 확인하고 평가함으로써 중국 서비스업의 지역적·구조적 특징을 분석함. 또한 대중국 서비스무역 현황과 구조, 업종별 경쟁력 분석을 통해 대중국 서비스무역 활성화 방안을 모색함으로써 새로운 수출동력을 발굴하고 대중국 경제협력을 심화하는 데 기여하고자 함.
- 중국의 수출둔화, 기술혁신에 따른 수입대체가 빠르게 진행되면서 상품무역 중심의 대중국 수출이 둔화되고 있는 상황에서 한국의 서비스수출 증대방안을 제시함으로써 새로운 수출동력과 성장동력 발굴에 기여
- 대중국 서비스무역 확대를 통해 제조업 중심의 경제협력을 서비스산업 경제협력으로 그 범위를 확대시키고, 중국의 서비스업 발전과 수준 높은 서비스 공급을 통해 소비자들의 후생을 제고함으로써 양국이 win-win할 수 있는 경제협력모델 발굴에 기여하고자 함.

■ **선행연구 현황 및 선행연구와 본연구의 차별성**

구 분		선행연구와의 차별성		
		연구목적	연구방법	주요 연구내용
주요 선행연구	1	- 과제명: 중국 서비스시장 개방전략의 변화와 시사점 - 연구자(연도): 노수연 외(2015) - 연구목적: 중국의 서비스시장 개방전략의 변화를 상하이 자유무역시험구 사례를 중심으로 분석·평가	- 문헌연구 - 통계분석 - 사례조사	- 중국 서비스업 발전 현황 및 업종별 육성정책 분석 - 중국의 주요 서비스업의 개방 현황 및 전략 분석 - 상하이 자유무역시험구의 사례와 그 실효성 여부 분석 - 평가와 시사점
	2	- 과제명: 中韓服務業產業內貿易及其影響因素的實証分析 - 연구자(연도): 張婧(2012) - 연구목적: 한중 양국간 서비스업 산업내 무역에 영향을 미치는 요인 분석	- 문헌연구 - 통계분석	- 2000~2009년 데이터를 이용하여 양국 간 산업내 무역 지수 추산 - GDP성장을 격차, 중국의 대한국 직접투자, 산업구조, 무역수지, 원/위안 환율 등이 양국간 산업내 무역에 미치는 영향 분석 - 산업내 무역 증진을 위한 시사점 제시
	3	- 과제명: 한국 서비스기업의 대중국 현지화 전략 - 연구자(연도): 박정수	- 통계분석 - 문헌연구 - 사례조사	- 중국 서비스산업의 현황과 성장요인 분석 - 우리나라 서비스기업의 대중국

■ 선행연구 현황 및 선행연구와 본연구의 차별성

구 분	선행연구와의 차별성		
	연구목적	연구방법	주요 연구내용
	외(2012) - 연구목적: 우리나라 서비스기업이 중국시장에 성공적으로 안착할 수 있도록 진출 기업의 현지화 사례 등을 분석함으로써 국내기업의 현지화를 유도할 수 있는 전략방안 모색		진출 현황 및 현지화 애로요인 분석 - 국내 서비스기업의 현지화를 위한 지원정책 및 방안 제시

본 연구	- 과제명: 중국경제의 서비스화 진전과 대중국 서비스무역 활성화 방안 - 연구목적: 중국의 서비스업 및 서비스무역 발전 현황과 특징을 분석하고, 이를 바탕으로 지역별·업종별 대중국 서비스무역 활성화 방안을 모색	- 문헌연구 - 통계분석 - 사례분석 - 현지조사	- 중국의 지역별 서비스업 발전 현황 및 서비스무역 구조 분석 - 중국의 지역별 서비스업 육성정책 및 서비스무역 발전전략 비교 분석 - 대중국 서비스무역 현황 및 업종별 경쟁력 분석 - 업종별·지역별 대중국 서비스무역 활성화 방안
-------------	--	--------------------------------------	---

■ 주요 연구내용

□ 중국의 서비스업 및 서비스무역의 발전 현황 및 특징에 대한 분석

- 각 지역별 산업구조 변화와 서비스업의 발전 현황에 대해 비교 분석하고, 입지계수를 활용하여 지역별 비교우위산업을 분석
- 중국 서비스무역의 발전 현황과 무역구조를 분석하고 그 특징을 정리

□ 중국의 서비스업 육성정책과 서비스무역 발전전략에 대한 분석

- 13·5규획 내용을 중심으로 중국의 중앙정부와 각 지방정부에서 추진하고 있는 서비스업 육성정책을 정리
- 각 지방정부가 서비스무역 혁신시범구, 자유무역시험구를 통해 추진 중인 서비스무역 및 서비스업 육성정책의 주요 내용을 비교

분석

- 각 지역(省)별로 집중 육성하고자 하는 서비스업과 비교우위산업과의 비교 분석을 통해 서비스업 육성정책의 유효성 평가

□ 대중국 서비스무역의 현황 및 특징에 대한 분석

- 대세계 및 대중국 서비스무역의 현황과 무역구조 비교 분석
- 한국과 중국의 서비스업 업종별 경쟁력을 비교하기 위해 현시비교우위지수와 무역특화지수를 산출하고, 이를 바탕으로 한국 서비스업의 비교우위 및 비교열위 업종을 확인
- 서비스업의 경우 상품무역과 달리 생산과 소비의 동시성이라는 특징으로 인해 서비스업에서의 직접투자가 서비스무역에 직접적인 영향을 미치는 바, 한국의 대중국 서비스업부문 직접투자에 대해 분석

□ 대중국 서비스무역 활성화 방안 도출

- 상기 분석내용을 바탕으로 주요 업종별·지역별 대중국 서비스무역을 활성화하기 위한 방안을 도출하여 제시
- 주요 업종과 지역에 대한 사례조사를 병행

□ 목차 (잠정)

제1장. 서론

- 가. 연구 배경 및 목적
- 나. 연구 내용 및 방법
- 다. 선행연구와의 차별성 및 본 연구의 한계

제2장. 중국의 서비스업 및 서비스무역 발전 현황과 특징

- 가. 중국의 지역별 서비스업 발전 현황 및 특징

나. 지역별 비교우위산업 분석

다. 중국의 서비스무역 현황 및 특징

제3장. 중국의 지역별 서비스업 정책

가. 서비스업 육성정책

나. 서비스무역 발전전략

다. 지역별 서비스업 정책의 비교 평가

제4장. 대중국 서비스무역 현황 및 경쟁력 분석

가. 한국의 서비스무역 현황 및 구조

나. 대중국 서비스무역 현황 및 구조

다. 대중국 서비스부문 투자

라. 한국 서비스업의 업종별 경쟁력 분석

제5장. 대중국 서비스무역 활성화 방안

가. 서비스무역 활성화 방안: 업종별 접근

나. 서비스무역 활성화 방안: 지역별 접근

다. 서비스업 직접투자 방안

제6장. 결론

■ 연구추진방법

□ 통계분석, 문헌연구, 사례분석, 현지조사 병행

○ 중국의 서비스업 관련 정책에 대한 문헌조사

□ 세부 추진일정

○ 연구계획심의회: 2017년 4월

○ 연구중간심의회: 2017년 7월

○ 연구결과심의회: 2017년 10월

- 국외 출장

▪ 5~9월 중 중국 수차례 출장 계획

▪ 목적 및 필요성: 중국의 중앙 및 주요 지역의 서비스육성계획 및 현지투자기업의 사업성과 조사를 위한 현지조사

- 전문가 초청 간담회: 3~9월 중 개최(4회 이상). 특히 산업연구원 과제('서비스 산업 해외진출 현황과 활성화 방안', '서비스산업의 국제 경쟁력 비교연구') 연구책임자를 초청하여 간담회를 개최함으로써 협업 수행

■ 관련부처 및 국정과제 관련성

정책수요처(정부, 기관 등)

○ 기획재정부, 산업통상자원부, 외교부

국정과제 관련성

국정 기초	추진전략		국정과제	
	코드	명	코드	명
1	1	창조경제	5	중소·중견기업의 수출경쟁력 강화
1	1	창조경제	14	서비스산업 전략적 육성기반 구축
3	13	신뢰외교	129	신흥시장 진출확대를 위한 산업·자원협력 강화

■ 기대효과

예상되는 정책적 기여도

○ 중국경제의 서비스화 진전에 대응한 우리의 대중국 서비스무역 증진을 위한 정책에 시사점 제시

□ 예상되는 학술적 기여도

- 중국 서비스업의 지역별 비교우위산업과 한중간 서비스업 업종별 경쟁력에 관한 분석은 다른 학술연구와 정책연구를 위한 기초자료로 활용될 수 있음.

■ 연구기간

연구년차	(1/1년차)	연구기간	10 개월	시작일	2017.02.01.	종료일	2017.11.30.
------	---------	------	-------	-----	-------------	-----	-------------

■ 연구예산(천원)

구분	내용	금액
합계		56,000
1. 사업인건비	◦ 해당사항 없음	-
2. 공공요금	◦ 우편요금(DM 발송비 포함) 300×10월=3,000 ◦ 통신요금 50×10월=500	3,500
3. 수용비	◦ 소모품 등 구입비 - 전산소모품, 사무용품 및 회의용품비 등 300×10월=3,000 ◦ 인쇄 및 출판비 - 보고서 인쇄비 6×500부=3,000 - 자료 복사비 100×10월=1,000 ◦ 간행물구입비 200×10월=2,000 ◦ 기타 수용비 - 운송료, 신문구독료, 주차료 등 (200×10월)+50=2,050	11,050
4. 연구기자재 및 임차료	◦ 장비임차료 - 전산장비(업무용 PC 및 복합기) 리스 150×10월=1,500	1,500
5. 여비	◦ 국내여비 (100×2인)×10회=2,000 ◦ 국외여비 - 중국(베이징) ▪ 항공료(Economy) (533×2인)×1회=1,070 ▪ 숙박비(나급지, 2호 가목) [(\$137×4박×1인)×1회]×1.15=630 ▪ 일·식비(나급지, 2호 가목) [(\$89×5일×1인)×1회]×1.15=510 ▪ 숙박비(나급지, 2호 나목) [(\$123×4박×1인)×1회]×1.15=570 ▪ 일·식비(나급지, 2호 나목) [(\$75×5일×1인)×1회]×1.15=430 ▪ 준비금(여행자보험료 등) (45×2인)×1회=90 - 중국(상하이) ▪ 항공료(Economy) (507×1인)×1회=510 ▪ 숙박비(다급지, 2호 나목) [(\$90×4박×1인)×1회]×1.15=410 ▪ 일·식비(다급지, 2호 나목) [(\$63×5일×1인)×1회]×1.15=360 ▪ 준비금(여행자보험료 등) (50×1인)×1회=50 - 중국(청두)	10,400

■ 연구예산(천원)

구분	내용	금액
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 항공료(Economy) (610×1인)×1회=610 ▪ 숙박비(다급지, 2호 나목) [(\$90×4박×1인)×1회]×1.15=410 ▪ 일·식비(다급지, 2호 나목) [(\$63×5일×1인)×1회]×1.15=360 ▪ 준비금(여행자보험료 등) (50×1인)×1회=50 - 중국(칭다오) <ul style="list-style-type: none"> ▪ 항공료(Economy) (423×1인)×1회=420 ▪ 숙박비(다급지, 2호 가목) [(\$106×4박×1인)×1회]×1.15=490 ▪ 일·식비(다급지, 2호 가목) [(\$74×5일×1인)×1회]×1.15=430 ▪ 준비금(여행자보험료 등) (50×1인)×1회=50 ◦ 초청비 <ul style="list-style-type: none"> - 지방참석자 교통비(연구심의회 관련) (50×3인)×3회=450 ◦ 시내출장 50×10월=500 	
6. 연구정보활동비	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 연구자료구입비 <ul style="list-style-type: none"> - 문헌자료구입비 1,200×10월=12,000 ◦ 특근매식비 (6×10회)×10월=600 	12,600
7. 전문가활용비	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 회의참석 사례비 <ul style="list-style-type: none"> - 발표비(전문가초청간담회) (300×1인)×4회=1,200 - 토론비(전문가초청간담회) (100×3인)×4회=1,200 ◦ 연구 및 회의 관련 <ul style="list-style-type: none"> - 심의비(연구심의회) (250×3인)×3회=2,250 ◦ 기타 <ul style="list-style-type: none"> - 교정료 500×1회=500 - 검독료 (200×5인)×1회=1,000 	6,150
8. 회의비	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 회의비 <ul style="list-style-type: none"> - 간담회의비 (30×5인)×5회]×10월=7,500 - 연구심의회비 (30×10인)×3회=900 ◦ 학술회의비 <ul style="list-style-type: none"> - 전문가초청간담회의비 (30×20인)×4회=2,400 	10,800
9. 외부용역비 및 부담금	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 해당사항 없음 	-