KIEP 정책연구 브리핑
연구보고서 13-21

중국 권역별 · 성별 내수시장 특성과 진출 전략

양평섭 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국팀 연구위원
psyang@kiep.go.kr

정지현 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 부연구위원
jhjung@kiep.go.kr

노수연 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 부연구위원
syno@kiep.go.kr

김부용 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 부연구위원
furongjin@kiep.go.kr

박현정 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국팀 전문연구원
hjpark@kiep.go.kr

임민경 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 연구원
mklim@kiep.go.kr

오종혁 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 연구원
ojh@kiep.go.kr

김홍원 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 연구원
hwkim@kiep.go.kr

박진희 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 연구원
jhpark@kiep.go.kr

이상희 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별 연구단 연구원
shlee2@kiep.go.kr

KIEP 대외경제정책연구원
Korea Institute for International Economic Policy

1. 연구의 배경 및 목적

- 최근 한 · 중간 경제협력이 새로운 도전에 직면하고 있음.
  - 중국 수입시장에서 한국의 점유율은 2006년 11.6%에서 2012년에는 9.2%로 하락하였으며, 2001년 이후 고속성장을 구가하던 한국의 대중국 투자도 2007년을 정점으로 지속적으로 줄어들고 있으며, 중국에 진출했던 기업들이 경영 악화로 청산하는 기업도 늘고 있음.
  - 이는 국제 금융위기와 유럽 재정위기 이후 보호무역주의의 확산 등 국제통상환경의 변화 외에도 중국의 경제발전전략 전환, 지역경제 구조의 변화 등 내적인 변화에 한국이 적절하게 대응하지 못하고 있기 때문임.

- 특히 중국의 발전전략 변화가 한 · 중 경제협력에 직접적인 영향을 미치고 있음.
  - 2008년의 글로벌 금융위기 이후 중국은 수출 중심의 성장전략에서 내수, 특히 소비 중심의 성장전략으로 전환하고 있는데, 이러한 전략 변화로 내수용 수입은 빠른 속도로 증가하고 있으나 한국의 대중국 수출은 여전히 가공무역 중심의 구조에서 벗어나지 못하고 있음.
  - 또한 최근 한국의 대중국 투자가 위축되고 있는 것은 중국의 전반적인 투자여건이 악화되고 있 때문이기도 하지만 중국을 생산기지로 활용하던 전략에서 중국의 내수시장을 타깃으로 하는 투자로의 전환이 지연되고 있기 때문이기도 함.

- 중국의 지역경제 구조의 변화에 적절히 대응하지 못하고 있는 것도 한 · 중간 무역과 투자 협력이 위축되고 있는 중요한 이유의 하나임.
  - 중국 정부가 불균형을 시정하기 위해 중서부와 동북 지역 경제를 활성화하기 위한 다양한 전략을 추진하면서 중국의 성장 중심이 연해에서 점차 내륙지역으로 확산되어 가고 있으나, 이러한 변화에도 불구하고 한국의 대중국 교역과 투자는 여전히 동부 연해지역을 중심으로 이루어지고 있음.

- 중국의 내수 중심의 성장전략과 지역경제 구도의 변화에 맞추어 우리의 중국 진출 패러다임도 바꾸어 가야 하는 시점에서, 본 연구는 시장과 산업, 수출, 투자 등의 측면에서 중국의 권역별 · 성별 내수시장에 대한 종합적인 진출 전략을 모색하는 데 연구의 목적이 있음.
  - 중국의 내수시장 접근에 있어 중국을 하나의 시장으로서가 아니라 다양한 특성을 가진 통합되고 분화된 시장이라는 점에서 지역별로 차별화된 접근 전략이 필요하므로 본 연구에서는 중국의 권역별 · 성별로 차별화된 진출 전략을 모색하고자 함.

2. 조사 및 분석 결과

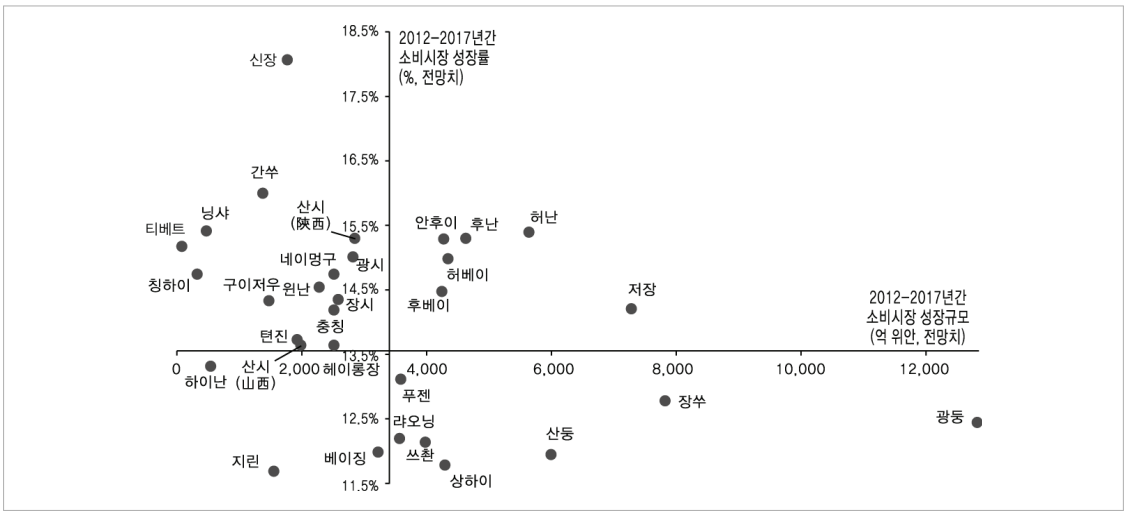
1) 소비시장 특성 및 주요 소비거점도시

- 중국 31개 성의 소비시장을 시장규모, 도시화수준, 소득 및 소비성향 등의 지표를 기준으로 분석하면 대규모 시장, 잠재 시장, 부상하는 시장, 제한된 시장 4가지 유형으로 구분됨.
  - 대규모 시장은 도시화율이 높고, 이미 대규모 도시군이 형성된 지역으로 광둥, 저장, 장쑤, 상하이, 랴오닝, 베이징, 푸젠 등이 포함됨.
  - 잠재 시장은 아직 도시화율은 낮으나 많은 인구를 보유하여 소비시장 규모가 큰 지역으로 허난, 쓰촨, 후베이, 후난, 안후이, 허베이, 충칭 등이 해당되며 중심도시에 소비가 집중됨.
  - 부상하는 시장은 소득 및 소비 증가율이 빠르고 소비성향이 높은 지역으로 네이멍구, 안후이, 샨시, 쓰촨, 하이난 등이 포함됨.
  - 제한된 시장은 인구도 적고 도시화율도 낮아 소비시장 규모도 작은 지역으로 장시, 광시, 산시, 윈난, 구이저우, 신장, 간쑤, 티베트 등 서부지역이 주를 이룸.

- EIU(2013) 중국 지역별 성장전망 보고서의 지역별 도시화율, 인구, 1인당 소비 등 전망치를 활용하여 2012~17년간 확대될 지역별 도시소비시장 규모를 분석한 결과, 향후 5년간 중국의 도시소비시장 규모는 연평균 13.6%씩 성장하여 신규시장 규모가 약 11조 위안에 달함.
  - 향후 5년간의 소비시장(신규시장) 성장규모가 가장 큰 지역은 광둥, 장쑤, 저장, 산둥, 허난으로 이 상위 5대 지역의 신규시장 규모가 전체의 38%를 차지함.
  - [그림 1]의 1사분면에 위치한 지역들은 향후 5년간 소비시장이 빠르게 성장하여 시장규모도 커진 지역이며 4사분면에 위치한 지역은 시장의 성장속도는 둔화하였으나 여전히 성장규모(신규시장규모)가 큰 지역으로, 진출 유망지역으로 분류할 수 있음.
  - 장기적인 시장성장과 역내 경쟁상황을 고려할 경우 2사분면에 위치한 중서부 지역으로의 진출 역시 유망함.

- 중국 288개 시(市)를 대상으로 소비시장, 소득 및 소비, 소비인프라 및 물류환경 등 소비와 밀접한 15개 통계지표를 종합지수화한 소비거점지수를 분석한 결과 청두, 원저우, 시안, 우한, 정저우 등이 최상위 소비거점도시로 선정됨.
  - 상위 10대 소비거점도시 중 6개가 중서부 내륙의 중심도시이며 연해지역 중 저장, 장쑤 지역 내 도시가 주요 거점도시로 분석됨.

[그림 1] 2012~2017년 중국 도시소비시장 성장의 지역적 분포



자료: EIU(2013), "China's regions: annual review and outlook", Access China, April 2013, p 13, pp. 16-17의 각 지역별 2012~17년 "도시 1인당 소비", "전체 인구", "도시화율" 전망치를 활용하여 필자 작성.

[표 1] 중국 상위 20대 소비거점도시(2011년)

순위	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
지역 (소재省)	청두 (四川)	원저우 (浙江)	시안 (陝西)	우한 (湖北)	정저우 (河南)	닝보 (浙江)	창사 (湖南)	자싱 (浙江)	진화 (浙江)	충칭 (重慶)
순위	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
지역 (소재省)	난징 (江苏)	허페이 (安徽)	항저우 (浙江)	쑤저우 (江苏)	취안저우 (福建)	쉬저우 (江苏)	칭다오 (山东)	난퉁 (江苏)	다롄 (辽宁)	후저우 (浙江)

자료: CNKI 中国经济社会发展统计数据库. http://tongji.oversea.cnki.net(검색일: 2013. 7. 23)의 지급시 데이터를 활용하여 필자 작성.

2) 산업구조 변화의 지역적 분포 및 주요 생산거점도시

- 지난 20년간 연평균성장률 10%를 상회하는 중국경제 고도성장의 주요 동력인 제조업 중심의 2차 산업은 장쑤, 산둥, 광둥 등을 중심으로 성장하였음.
  - 지난 20년간 2차 산업은 연평균 12% 이상의 속도로 급성장하였으며, 3차 산업의 비중이 확대되는 과정에서도 제조업은 여전히 전 산업의 40% 이상을 차지하는 주요 동력산업임.
  - 중국 제조업 생산의 지역별 위상은 시기별로 부침이 있으나 장쑤, 산둥, 광둥, 저장 등 동부지역의 비중이 가장 높으며 2000년대 중후반 이후 허난, 쓰촨, 후베이, 후난, 안후이 등 중서부 주요지역의 비중이 상대적으로 빠르게 상승하고 있음.

- 제조업종별 총생산액 기준 주요 업종은 철금속가공, 컴퓨터 · 통신 · 전자설비, 화학원료 · 제품, 전기기계 · 설비, 농부식품가공, 자동차 등임.

◉ 산업구조 분석에서 사용되는 입지계수를 활용한 중국 각 지역의 제조업종별 기업밀집도와 생산규모를 분석하여 지역별 특화산업을 분석한 결과는 [표 2]와 같음.

- 입지계수는 특정지역 내 산업의 상대적인 특화정도를 나타내는 값으로, 특정지역 해당 산업 고용률의 전국 대비 비중임. 중국 통계의 한계로 해당 산업의 고용자 수 대신 기업 수를 적용함.

[표 2] 중국 지역별 특화산업

권역	성	특화 산업	권역	성	특화 산업
동북	랴오닝	철금속가공, 석유가공, 통용설비, 농부식품가공, 비금속제조 등	중부	허난	비금속제조, 농부식품가공, 비철금속가공, 전문설비제조, 화학 · 원료제품 등
	지린	자동차 · 교통설비, 농부식품가공, 비금속제조, 화학원료 · 제품, 의약, 목제가공 등		후베이	철금속가공, 농부식품가공, 화학 · 원료제품, 비금속제조, 방직, 자동차 · 교통설비 등
	헤이롱장	석유가공, 농부식품가공, 식품제조 등		후난	비철금속가공, 화학 · 원료제품, 농부식품가공, 전문설비, 비금속제조 등
환발해	베이징	컴퓨터 · 통신설비, 자동차 · 교통설비, 전문기계설비, 의료기기제조, 의약제조 등		산시	석유가공, 철금속가공, 화학 · 원료제품, 비금속 제조 등
	톈진	철금속가공, 자동차 · · 교통설비, 컴퓨터 · 통신설비, 금속제품, 폐자원가공, 화학원료 · 제품 등		안후이	전기기계 · 설비제조, 농부식품가공, 자동차 · 교통설비, 비금속제조 등
	허베이	철금속가공, 석유가공, 화학원료 · 제품, 비금속제조, 피혁 · 모피 등		장시	비철금속가공, 화학 · 원료제품, 비금속제조 등
	산둥	화학원료 · 제품, 농부식품가공, 방직, 석유가공, 비금속제조, 통용설비, 문화 · 교육 · 스포츠용품 등	서부	충칭	자동차 · 교통설비, 철금속가공, 비금속제조 등
화동	상하이	컴퓨터 · 통신설비, 자동차 · 교통설비, 통용설비, 전기기계 · 설비, 화학 · 원료제품 등		쓰촨	농부식품가공, 철금속가공, 비금속제조, 음료제조 등
	장쑤	컴퓨터 · 통신설비, 전기기계 · 설비, 화학 · 원료제품, 통용설비, 방직, 화학섬유 등		산시(陝西)	석유가공, 비철금속가공, 비금속제조, 농부식품가공 등
	저장	방직, 전기기계 · 설비, 통용설비, 자동차 · 교통설비, 화학섬유, 고무 · 플라스틱 등		네이멍구	비철금속가공, 철금속가공, 농부식품 가공, 화학원료 · 제품, 비금속제조 등
화남	푸젠	컴퓨터 · 통신설비, 피혁 · 모피, 비금속제조, 방직, 농부식품가공, 섬유 · 의류 · 신발 제조 등		구이저우	철금속가공, 화학 · 원료제품, 비금속제조, 담배 등
	광둥	컴퓨터 · 통신설비, 전기기계 · 설비, 화학 · 원료제품, 금속제품, 문화 · 교육 · 스포츠용품 등		윈난	담배제조, 화학 · 원료제품, 음료제조 등
	하이난	석유가공, 자동차 · 교통설비, 농부식품가공, 의약제조 등		광시	철금속가공, 농부식품제조, 자동차 · 교통설비, 비금속제조, 목재가공 등

자료: CNKI 中国经济社会发展统计数据库. http://tongji.oversea.cnki.net(검색일: 2013. 7. 23)의 성(省) 통계연감을 활용하여 분석, 정리함.

- 중국 288개 시(市)를 대상으로 생산인프라, 산업발전, 생산비용, 대외지향성, 교통물류환경 등 제조생산과 밀접한 18개 통계지표를 종합지수화한 생산거점지수를 분석한 결과 청두, 충칭, 톈진, 우한, 정저우 등이 최상위 생산거점도시로 선정됨.
  - 상위 5대 생산거점도시 중 4개가, 상위 10대 도시 중 5개가 중서부 내륙의 중심도시이며 연해지역 중에는 톈진을 선두로 난징, 상하이, 우시, 칭다오 등이 생산환경이 우수한 거점도시로 분석됨.

[표 3] 중국 상위 20대 생산거점도시(2011년)

순위	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
지역 (소재省)	청두 (四川)	충칭 (重庆)	톈진 (天津)	우한 (湖北)	정저우 (河南)	난징 (江苏)	상하이 (上海)	창사 (湖南)	우시 (江苏)	칭다오 (山东)
순위	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
지역 (소재省)	시안 (陕西)	항저우 (浙江)	광저우 (广东)	닝보 (浙江)	포산 (广东)	난퉁 (江苏)	선양 (辽宁)	쑤저우 (江苏)	허페이 (安徽)	베이징 (北京)

자료: CNKI 中国经济社会发展统计数据库. http://tongji.oversea.cnki.net(검색일: 2013. 7. 23)의 지급시 데이터를 활용하여 저자 작성.

3) 한국의 대중국 지역별 내수용 수출시장 분석 결과

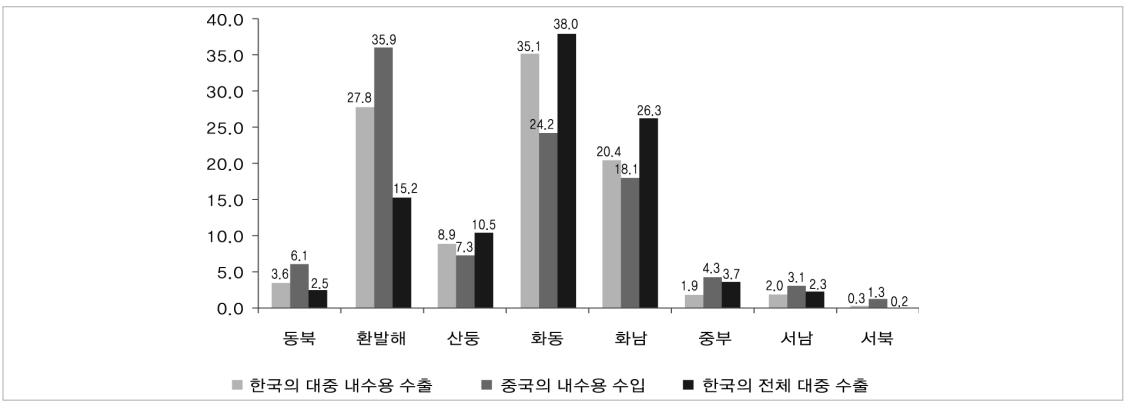
① 대중국 내수용 수출시장 개관

- 한국의 대중 수출에서 중국 내수시장에 판매하기 위한 일반무역이 차지하는 비중은 낮음.
  - 한국의 대중 수출에서 일반무역이 차지하는 비중은 2000년대 후반 이후 조금씩 높아져 2012년에는 33.7%까지 상승하였으나 여전히 낮으며, 이는 중국의 수입에서 일반무역이 차지하는 비중인 56.3%에 비해서도 낮은 수준임.

- 지역적으로 보면 한국의 대중 내수용 수출의 주요 시장은 화동지역으로서 전체의 35.1%를 차지하고 있으며, 다음으로는 환발해지역이 27.8%를, 화남지역이 20.4%를, 산둥성이 8.9%를 차지하고 있음.
  - 중국의 내수용 수입 및 한국의 전체 대중 수출의 권역별 분포와 비교하면 상위 3대 수출시장이 모두 환발해, 화동, 화남 등의 연해지역이라는 공통점이 있으나 그 순위에 있어서는 차이가 있음.

[그림 2] 한국의 대중 내수용 수출과 중국의 내수용 수입, 한국의 전체 대중 수출의 권역별 분포 비교(2012년)

(단위: %)



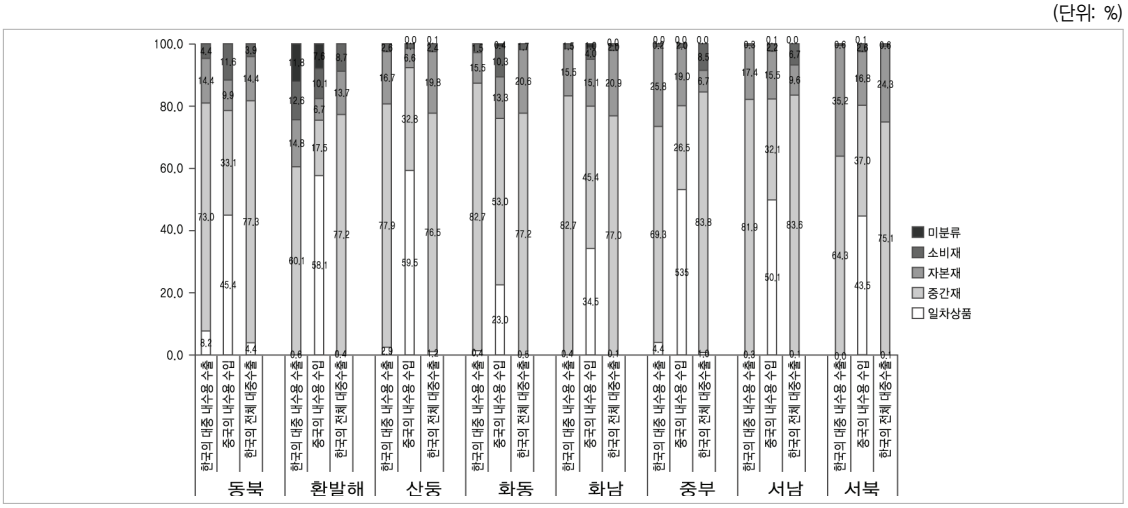
자료: 중국 해관통계를 이용하여 저자 작성.

② 지역별 · 가공단계별 내수용 수출시장

- 한국의 대중 내수용 수출을 지역별로 어떠한 가공단계의 제품이 수출되는지를 살펴보면 한국의 전체 대중 수출과 마찬가지로 각 권역 모두 중간재의 비중이 가장 높음.
  - 동북삼성과 중부지역은 타 지역에 비해 일차상품과 자본재가 차지하는 비중이 높고, 환발해지역은 타 지역에 비해 소비재가 차지하는 비중이 높으며, 화동지역과 화남지역은 중간재의 비중이 절대적으로 큼.

[그림 3] 권역별 한국의 대중 내수용 수출과 중국의 내수용 수입, 한국의 전체 대중 수출의 가공단계별 구성 비교(2012년)

(단위: %)

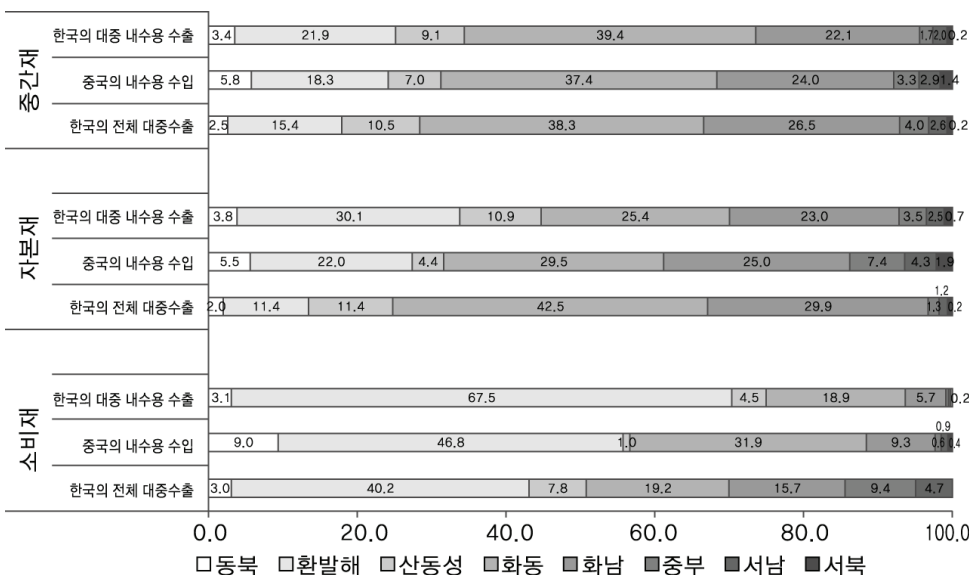


자료: 중국 해관통계를 이용하여 저자 작성.

- 한국이 중국에 내수용으로 수출하고 있는 중간재, 자본재, 소비재의 주요 수출시장을 분석한 결과 중간재의 경우 화동지역이 최대 수출시장이며 자본재와 소비재는 환발해지역이 최대 수출지역임.
  - 가공단계별 중국의 내수용 수입 및 한국의 전체 대중 수출의 권역별 분포와 비교하면, 중국의 최대 자본재 내수용 수입시장 및 한국의 전체 대중 자본재 수출시장이 화동지역인 데 반해, 한국의 대중 내수용 자본재의 최대 수출시장은 환발해지역임. 중간재와 소비재에 있어서는 큰 차이가 없음.

[그림 4] 가공단계별 한국의 대중 내수용 수출과 중국의 내수용 수입, 한국의 전체 대중 수출의 권역별 분포 비교(2012년)

(단위: %)



자료: 중국 해관통계를 이용하여 저자 작성.

③ 지역별 · 업종별 내수용 수출시장

- 한국의 중국 각 권역에 대한 전체 수출의 경우 동북삼성을 제외한 대부분의 권역에 대한 수출이 전자부품 및 통신장비에 집중되었던 것과 달리 내수용 수출에서는 보다 다양화됨.
  - 동북, 산둥, 화동, 서남 지역에 대한 주요 수출 업종은 화학제품, 환발해지역은 자동차 및 트레일러, 화남지역은 전자부품 및 통신장비, 중부와 서북 지역은 기타 기계 및 장비 등임.

- 그러나 한국의 중국 각 권역에 대한 주요 내수용 수출 업종은 권역별 주요 내수용 수입 업종과 비교하여 부적합성이 상당 부분 존재하고 있음.
  - 화동지역과 화남지역이 한국의 해당 권역에 대한 주요 내수용 수출 업종과 해당 권역의 주요 내수용 수입 업종이 적합성을 많이 띠고 있고, 동북, 환발해, 산둥 및 중서부지역은 적합성이 떨어지며, 특히 산둥의 경우 상위 3위 업종이 전혀 다른 양상을 보이고 있음.

[표 4] 권역별 한국의 대중 내수용 수출과 중국의 내수용 수입 및 한국의 전체 대중 수출의 주요 업종 비교(2012년)

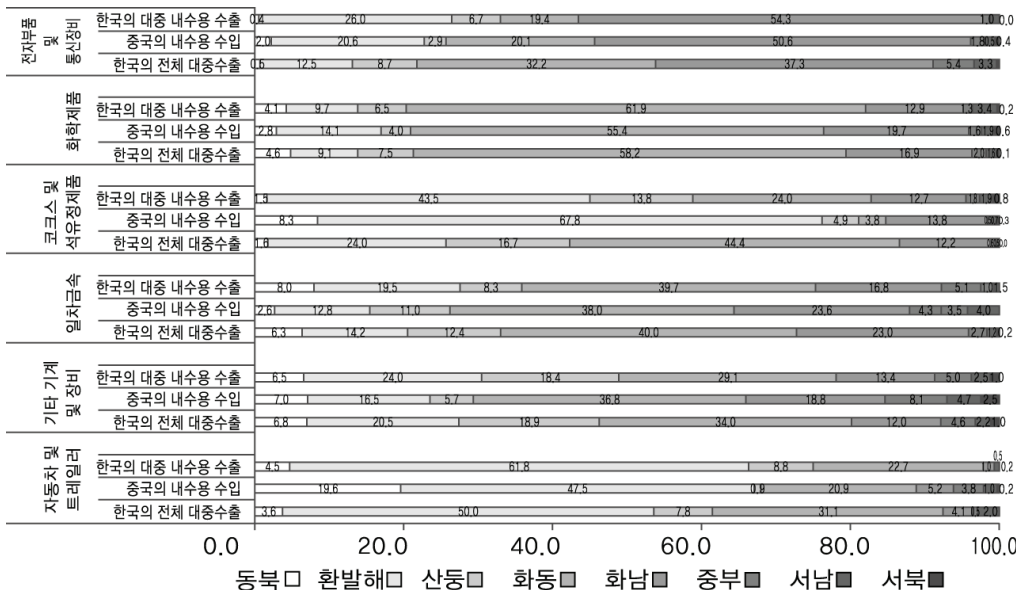
권역	한국의 대중 내수용 수출	중국의 내수용 수입	한국의 전체 대중 수출
동북	– 화학제품(34.4%) – 기타 기계 및 장비(16.8%) – 일차금속(14.6%)	– 코크스 및 석유정제품(33.6%) – 자동차 및 트레일러(22.5%) – 기타 기계 및 장비(7.7%)	– 화학제품(30.1%) – 기타 기계 및 장비(12.7%) – 일차금속(12.4%)
환발해	– 자동차 및 트레일러(19.7%) – 전자부품 및 통신장비(19.4%) – 코크스 및 석유정제품(10.9%)	– 코크스 및 석유정제품(46.5%) – 금속광물(9.3%) – 자동차 및 트레일러(9.2%)	– 전자부품 및 통신장비(41.1%) – 자동차 및 트레일러(13.1%) – 코크스 및 석유정제품(10.8%)
산둥	– 화학제품(22.2%) – 기타 기계 및 장비(19.2%) – 전자부품 및 통신장비(15.6%)	– 금속광물(26.9%) – 코크스 및 석유정제품(16.5%) – 농림수산품(14.4%)	– 전자부품 및 통신장비(41.2%) – 화학제품(11.6%) – 코크스 및 석유정제품(10.9%)
화동	– 화학제품(53.5%) – 기타 기계 및 장비(7.7%) – 일차금속(7.5%)	– 화학제품(24.1%) – 기타 기계 및 장비(10.2%) – 금속광물(10.0%)	– 전자부품 및 통신장비(42.5%) – 화학제품(25.1%) – 코크스 및 석유정제품(8.0%)
화남	– 전자부품 및 통신장비(55.2%) – 화학제품(19.2%) – 기타 기계 및 장비(6.1%)	– 전자부품 및 통신장비(21.8%) – 코크스 및 석유정제품(18.9%) – 화학제품(11.5%)	– 전자부품 및 통신장비(71.0%) – 화학제품(10.5%) – 일차금속(4.3%)
중부	– 기타 기계 및 장비(24.8%) – 화학제품(21.5%) – 일차금속(18.2%)	– 금속광물(43.2%) – 기타 기계 및 장비(12.8%) – 자동차 및 트레일러(6.2%)	– 전자부품 및 통신장비(73.4%) – 화학제품(8.8%) – 기타 기계 및 장비(5.9%)
서남	– 화학제품(52.4%) – 기타 기계 및 장비(11.6%) – 전자부품 및 통신장비(9.9%)	– 금속광물(25.0%) – 농림수산품(13.9%) – 기타 기계 및 장비(10.3%)	– 전자부품 및 통신장비(70.6%) – 화학제품(11.6%) – 자동차 및 트레일러(4.9%)
서북	– 기타 기계 및 장비(33.3%) – 화학제품(20.6%) – 코크스 및 석유정제품(19.7%)	– 금속광물(37.3%) – 일차금속(17.6%) – 기타 기계 및 장비(13.2%)	– 전자부품 및 통신장비(42.8%) – 기타 기계 및 장비(24.4%) – 화학제품(11.0%)

자료: 중국 해관통계를 이용하여 저자 작성.

- 주요 업종의 주력 내수용 수출시장을 살펴보면 화학제품은 화동지역에, 전자부품 및 통신장비는 화남지역에, 자동차 및 트레일러는 환발해지역에 시장이 편중되어 있음.
  - 한국의 업종별 대중 전체 수출의 권역별 분포 및 중국의 업종별 내수용 수입의 권역별 분포와 크게 다르지 않으나 일부 부적합성도 드러나고 있음.

[그림 5] 업종별 한국의 대중 내수용 수출과 중국의 내수용 수입, 한국의 전체 대중 수출의 권역별 분포 비교(2012년)

(단위: %)



자료: 중국 해관통계를 이용하여 저자 작성.

4) 중국 내수용 수입시장에서 주요국과의 경쟁관계

- 중국의 권역별 내수용 수입시장에서 한국은 산둥성에서 상대적 우위를 점하고 있는 외에 기타 지역에서는 모두 비교열위에 있음.
  - 동북, 환발해, 중서부 지역에서의 주요 경쟁국은 일본, 미국, 독일이며, 중부지역에서는 대만과도 경쟁하고 있음. 또한 화동지역에서는 일본, 미국, 독일과, 화남지역에서는 대만, 일본, 미국과 경쟁하고 있으며, 산둥성에서는 미국이 주요 경쟁국임.
  - 다행히 경쟁은 환발해지역에서 미국과, 화동지역에서 일본과, 그리고 화남지역에서 대만과 치열하며 기타 지역에서는 주요 경쟁국과의 경쟁이 치열하지 않음.

[표 5] 수입다양성으로 인한 한국의 무역이익

권역	비교우위 현황	주요 경쟁국	경쟁치열 여부
동북	비교열위	독일	×
		일본	×
		미국	×
환발해	비교열위	미국	○
		독일	×
		일본	×
산둥	상대우위	미국	×
화동	비교열위	일본	○
		미국	×
		독일	×
화남	비교열위	일본	×
		대만	○
		미국	×
중부	비교열위	일본	×
		독일	×
		미국	×
		대만	×
서부	비교열위	미국	×
		일본	×
		독일	×
서남	비교열위	미국	×
		서북	×
		독일	×
서북	비교열위	미국	×
		독일	×
		일본	×

자료: 저자 작성.

5) 한국기업의 중국 지역별 진출현황

- 2013년 9~10월간 중국에 진출한 한국 기업을 대상으로 설문조사를 수행해 총 269부를 회수함.
  - 이 중 화동지역, 환발해지역, 동북 지역이 64%를 차지하고, 전기전자를 중심으로 한 제조업이 전체의 58%를 차지해 우리 기업의 대중투자 특징인 연해지역, 제조업 중심의 특성을 반영함.
  - 제조업이 가장 많이 집중된 지역은 화동지역으로서, 전체 제조업체의 28.2%가 집중됨. 산둥성, 동북지역, 환발해지역과 화남지역은 15% 내외의 비중을 차지해 비슷한 수준임. 화동지역의 비중이 높은 것은 우리 제조업체가 많이 진출한 장쑤성이 포함되어 있기 때문임.

- 비제조업의 경우, 환발해지역이 전체의 28.3%를 차지하고, 화동지역과 동북지역이 22%를 차지함 이들 권역은 각각 베이징, 상하이, 랴오닝성의 비제조업 비중이 높은 데 기인함.

① 현재 최대 매출은 화동, 화남지역에서 발생하고 있으나, 향후 3년간 중국 사업전망에서는 중서부 내륙지역이 연해지역보다 낙관적임.

- 화동지역이 유일하게 매출, 이윤, 만족도, 전망이 모두 전국 평균보다 높으며, 화남지역은 전국에서 가장 높은 매출규모와 이윤율, 만족도를 보여줌.

- 그러나 향후 3년간의 중국 사업전망은 중부, 서부, 동북지역이 연해지역보다 낙관적임.

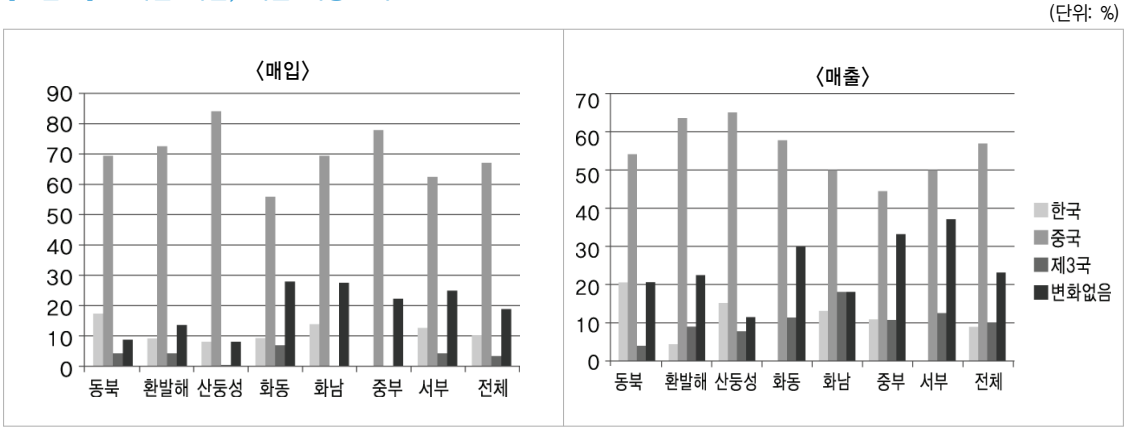
② 모든 권역의 제조업 매입 · 매출구조에서 중국의 비중이 늘어나고 있어 조달 및 판매의 현지화에 성공을 거두고 있음.

- 조사기업이 중국 현지에서 원 · 부자재를 조달하거나 제품을 판매하는 비중이 한국수출입은행(2012)의 결과보다 13~17.5%포인트 높아 일반적인 중국진출 한국기업에 비해 조달 및 판매의 현지화에 성공을 거두고 있음.
  - 특히 업종으로는 식음료, 자동차산업, 권역으로는 환발해지역과 산둥성의 현지화 수준이 가장 높음.

- 또한 모든 권역의 매입, 매출구조에서 공통적으로 중국의 비중이 늘어나고 있어, 원부자재 조달 및 제품 판매처로서 중국의 중요성이 향후에도 더욱 증대될 전망임(그림 6).

[그림 6] 권역별 매입, 매출 비중변화

(단위: %)



자료: 설문조사결과.

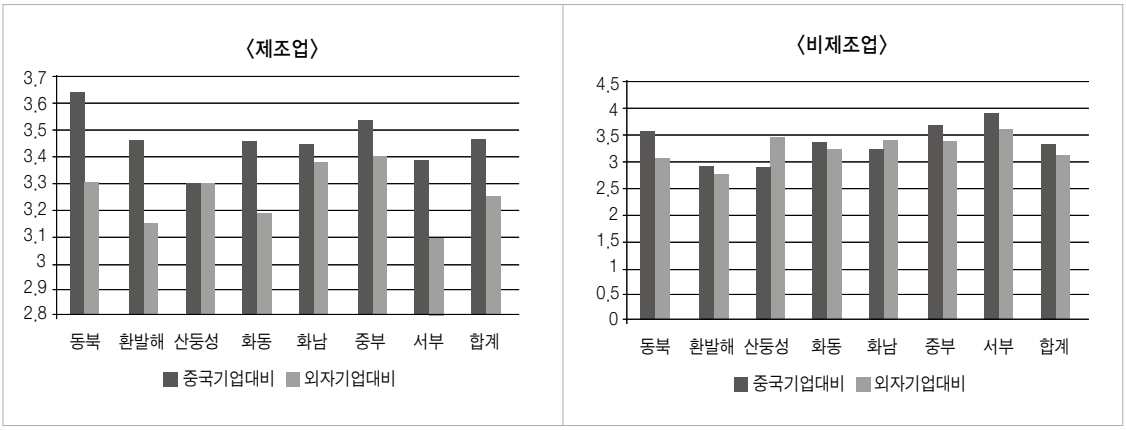
③ 한국기업의 경쟁력이 중국 및 외자기업에 비해 전반적으로 높은 것으로 평가되나, 권역별로 다소 차이가 나타남(그림 7).

- 제조업의 경우 모든 권역에서 외자기업보다는 중국기업에 비해 경쟁력이 있으며, 특히 동북지역 소재 한국기업의 중국기업 대비 경쟁력이 가장 높음.

- 반면 비제조업의 경우에는 서부지역을 제외한 모든 권역에서 제조업에 비해 한국기업의 경쟁력이 떨어졌으며, 특히 환발해지역의 경쟁력이 가장 낮음.

[그림 7] 중국 권역별 한국기업의 경쟁력 평가

(단위: %)



주: 리커트 5점 척도로 평가했으며, 5에 가까울수록 경쟁력이 높고, 3은 보통임.
자료: 설문조사결과.

④ 4P(product, price, place, promotion) 전략 중 모든 권역에서 제품전략이 가장 많이 활용되고 있으며, 기업의 사회적 책임(CSR) 전략은 활용도가 매우 낮음.

- 모든 권역에서 공통적으로 제품전략을 가장 많이 활용하고 있고, 동북지역과 화남지역의 기업은 제품, 가격, 유통, 촉진전략을 골고루 활용하고 있음.

- 4P 전략 중에서도 특히 제품과 유통전략을 동시에 구사할 때 가장 효과적이며, 동북지역이 가장 적극적으로 수행하고 있음.
  - 구체적으로는 제품 기능 및 디자인의 현지화, 신제품 개발투자, 자체적인 유통 · 배송망 구축, A/S 센터 확대가 핵심전략임.

- 동북지역이 5점 만점에 3.6점으로 7대 권역 중 가장 높은 점수를 기록했고, 화동지역과 서부지역도 전체 평균보다는 높은 전략 활용도를 보였음.
- 반면 중부지역 기업은 유통관련 전략활용에 소극적이어서 7대 권역 중 가장 낮은 점수를 나타냄.

● 촉진전략 중 CSR 활동이 매우 저조해 개선이 요구됨.

- 행사 스폰서, 장학금 지원 등 CSR의 활용도를 묻는 질문의 평균값은 2.27로 전체 4P 전략 중 최저치를 기록했으며, 모든 권역에서 동일함.
- 그러나 내수시장 진출에서는 직접적인 매출신장도 중요하지만 장기적인 시각에서의 접근도 중요함. 특히 사업 범위가 법인소재지를 중심으로 한 성(省)인 중소기업의 경우, CSR 활동을 통해 지역사회와 함께 하는 운명공동체임을 보여줌으로써 기업 이미지 개선효과를 노릴 필요가 있음.

⑤ 주요 애로사항은 인사 · 노무와 마케팅분야에서 발생하며, 구체적인 내용은 권역별로 일부 차이가 있음.

● 최대 애로사항은 업종이나 지역에 상관없이 여전히 인사 · 노무 분야임.

- 구체적으로는 고급전문인력 확보의 어려움과 임금의 빠른 상승이 가장 큰 문제임.
- 권역별로는 제조업체의 경우 대부분의 권역에서 임금의 빠른 상승에 가장 어려움을 느끼고 있으나, 화동지역과 서부지역은 고급전문인력확보가 가장 큰 비중을 차지함. 즉 고급전문인력이 상대적으로 많을 것으로 예상되는 동부연해지역의 화동지역에서도 내륙에 위치한 서부지역과 마찬가지로 고급인력난을 겪고 있어 주의를 요함.

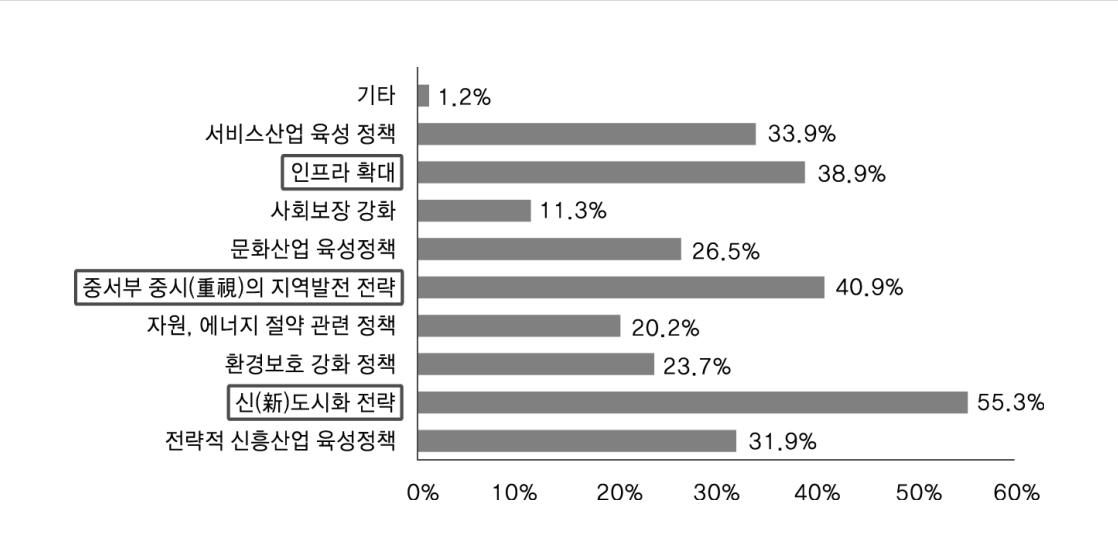
● 두 번째 애로사항은 마케팅 분야이나, 업종 및 지역에 따라 구체적으로 느끼는 애로사항에는 차이가 있음.

- 제조업의 경우 동북, 환발해지역과 산둥성은 모두 낮은 브랜드 인지도를 가장 많이 지적한 반면, 화동, 화남, 중부지역은 소비시장 트렌드 등 시장 정보 부족을 가장 많이 지적함.
- 비제조업의 경우 동북지역은 마케팅 인력 부족문제를 지적했고, 환발해지역과 산둥성, 화남지역은 낮은 브랜드 인지도가 문제가 되며, 화동지역은 시장 정보의 부족이 구체적인 애로사항으로 지적됨.

⑥ 향후 신(新) 도시화 전략, 중서부 지역 발전전략 등 시진핑 정부의 주요 정책이 중국 내수시장 진출의 기회요인으로 작용할 전망이며(그림 8), 한 · 중 FTA 체결에 대한 전망도 낙관적인 편임.

● 신도시화 전략, 중서부 지역발전전략, 인프라 확대가 중국 내수시장 진출의 기회요인이 될 것으로 전망되므로 변화하는 지역 및 산업 구도에 맞춰 조직 재편이 요구됨.

[그림 8] 중국 내수시장 진출의 기회요인이 되는 정책(복수응답)



자료: 설문조사결과.

- 한 · 중 FTA 체결 또한 중국 내수시장 진출에 도움이 될 것으로 전망하는 응답자가 전체의 66% 이상을 차지하고 있음. 그러나 소수 의견이기는 하지만 한국산 제품의 유입에 따른 저가경쟁에 대한 우려도 있으므로 이에 대한 대비가 필요함.

3. 시사점

1) 지역별 내수시장 특징 및 진출전략

① 동북지역

- 내수 소비시장 진출은 소비기반이 어느 정도 형성된 다롄, 선양, 창춘, 하얼빈 등의 거점도시를 중심으로 주변도시로 점차 확대해나가야 할 것임.

- 내수 수입시장 진출은 농산물가공 관련 품목, 장비제조 관련 품목, 금속가공제품 등 품목의 수출확대를 고려할 수 있음.

- 동북지역에 대한 유망 수출품목은 탈곡기(HS 8433), 차량부품(HS 8706), 기계용 후드(HS 8414), 철강제스크루(HS 7318), 전기가열기계(HS 8419) 등임.

- 동 지역에 대한 투자로는 농산물가공, 장비제조, 자동차제조, 금속가공, 석유화학 등의 전통산업과 더불어 금융, 문화, 관광 등의 서비스업도 유망 투자 업종임.

② 환발해지역

- 환발해지역의 베이징과 톈진은 이미 대규모 소비시장을 형성하였으며, 특히 베이징의 경우 전국의 내수용 소비재 수입의 36.5%가 이루어지고 있는 대표적인 소비시장임. 허베이성은 잠재된 소비시장으로 연해에 위치한 탕산과 성도인 스자좡 등이 거점도시임.

- 내수 공산품 수입시장 진출 관련 베이징은 자동차 관련 제품, 전문기계설비, 의료기기 등이 유망하고, 톈진으로의 유망 수출품목은 IT · 전자 관련 품목들이며, 허베이성에 대한 유망 수출품목은 석유화학제품과 자동차부품 등임.
  - 베이징의 내수용 수입시장에서 승용차(HS 8703)와 자동차부품(HS 8708) 등의 품목은 최근 주요국과의 경쟁이 치열해지고 있으며, 톈진의 내수용 수입시장에서는 전자집적회로(HS 8542), 전화기(HS 8517) 등 품목에서 경쟁이 심화되고 있어 경쟁력 향상을 위한 노력이 필요함.

- 환발해지역 투자진출시 베이징은 서비스업 중심으로 진출해야 하고, 톈진으로의 투자진출은 IT · 전자 등이 여전히 유망업종이며, 허베이성으로의 투자는 철금속가공, 경방직업 등이 유망함.

③ 산둥성

- 중국의 주요 소비거점이자 생산거점인 산둥성에 대한 투자진출은 제조업에서 비제조업으로의 전환을 모색할 필요가 있고, 내수를 겨냥한 수출로는 농수산물과 코크스, 석유정제품, 일차금속 등의 업종이 유망함.
  - 한편 이러한 공산품의 중국 내수 수입시장에서 한국의 경쟁력이 약화되고 있어 시장점유율 확대를 위한 제품 차별화 및 품질 향상이 필요함.

- 소비시장 잠재규모가 4위로 큰 편이고 다른 지역에 비해 거의 대부분의 도시가 소비거점으로 작용하고 있어 다양한 도시별 특성을 파악하여 차별화된 전략으로 진출함이 바람직함.

- 수출 유망품목은 역청질혼합물(HS 2715), 콜타르증류물(HS 2707), 전자집적회로(HS 8542), 석유코크스(HS 2713), 에틸렌중합체(HS 3901), 액정디바이스(HS 9013), 금속가공머신(HS 8457) 등임.

④ 화동지역

- 화동지역은 상하이, 장쑤성, 저장성 모두 대규모 소비시장에 속하며 7개 권역 중 잠재시장 규모가 가장 큰 지역임.

- 장쑤성을 중심으로 제조업도 발달해 있어 생산거점과 소비거점으로서의 활용도가 매우 높은 지역임.

- 중국 내수시장을 염두에 둔 우리기업 중 전기전자와 자동차 제조업의 진출이 가장 활발하나, 글로벌 경쟁 또한 매우 치열한 곳임.

- 수출 유망품목으로는 플라스틱(39류), 유기화합물(29류), 보일러 · 기계류(84류), 전기기기 · TV · VTR (85류) 등임.

⑤ 화남지역

- 화남지역은 중국의 3대 경제권인 주강삼각주지역이 위치한 광둥성을 중심으로 경제가 비교적 발전한 지역임.
  - 장쑤성, 산둥성에 이어 제조업 규모가 가장 큰 광둥성은 9개 제조업종에서 중국 내 최대 점유율을 차지하고 있으며, 특히 컴퓨터 · 통신 · 전자설비 제조업의 35%가 광둥성에 집중되어 있고, 전기기계 · 설비제조업 역시 전체의 20%가 집적되어 있음.

- 화남지역 내수시장 진출을 목적으로 하는 한국기업의 투자 중 74%가 전기전자 분야에 집중되어 있으며, 대중투자 2위 지역인 광둥성 내수시장에 진출한 우리기업의 71%가 전자부품 · 컴퓨터 · 영상 · 음향 및 통신장비제조업 등에 집중되어 있음.

- 유망 수출품목은 전자집적회로(HS 8542), 환식탄화수소(HS 2902), 폴리아세탈수지(HS 3907), 반도체제조기기(HS 8486), 프로필렌중합체(HS 3902), 액정디바이스(HS 9013), 에틸렌중합체(HS 3901), 기타 전기기기(HS 8543) 등 전기전자제품과 화학제품 등임.

⑥ 중서부지역

- 중서부지역은 연해지역에 비해 늦은 경제성장으로 인해 공업을 비롯한 산업발전 수준이 상대적으로 낮으며, 이에 따라 소비시장 역시 뒤늦게 성장하기 시작하였음.

- 대체로 광물 및 농산물 등 부존자원 관련 산업과 정책적 육성산업(자동차, 교통설비제조 등) 위주로 산업이 발전하고 있음.

- 중국 내수용 수입시장에서 차지하는 비중이 아직은 미미하나 최근 몇 년간 허난성, 충칭, 쓰촨성, 샨시성 등 일부 지역은 빠른 성장률을 보이고 있음.

- 중국의 가공무역기지가 점차 중서부 내륙지역으로 옮겨가면서 해당 지역 투자진출에 대한 우리기업의 관심도 늘어나고 있는 추세임.

2) 한 · 중 FTA 협상에 대한 시사점

- 한 · 중 FTA 협상 중국 내수시장에 대한 접근성을 제고하는 방향으로 추진해야 하며, 중국 수입시장에서의 경쟁관계를 고려하여 협상전략을 마련해야 함.

- 양국간 교역구조의 특성을 감안할 때 한 · 중 FTA의 효과를 극대화하기 위해서는 양국간 교역의 대부분을 차지하고 있는 중간재 분야에서 '즉시 관세철폐'를 추진할 필요가 있으며, 소비재의 경우는 보다 중장기적인 관점에서 관세인하를 고려해볼 수 있음.

- 중국 수입시장에서의 경쟁관계를 고려할 때 한 · 중 FTA 효과를 극대화하기 위해서는 다음과 같은 품목에 대해 조기에 관세철폐를 추진할 필요가 있음.
  - 중국 수입시장에서 △ 한국, 일본, 대만 3국이 치열하게 경쟁하고 있는 품목(전자부품, 섬유직물 등) △ 한국과 일본 간에 경쟁이 치열한 품목(자동차부품, 조선 등) △ 한국과 대만 간에 치열하게 경쟁하고 있는 품목(반도체, 통신기기부품 등) △ 한국이 절대 우위를 유지하고 있는 품목(화학 및 의약품, 방송통신장비 등) 등임.

3) 중소기업 지원사업의 강화

- 중국 진출을 추진하는 중소기업을 위한 보다 실질적인 지원방안을 마련해야 하며, 특히 중소기업이 직접적으로 어려움을 호소하는 자금 및 인력양성 지원을 강화해야 함.
  - 자금 지원과 관련하여 현행의 수출 기업에 집중되었거나 국내 모기업의 존재를 전제로 하는 자금 지원 방식에 대한 개선이 이루어져야 하며, 대만처럼 전문기구를 설립해 현지 기업의 업종 전환을 지원함으로써 중국 내수시장 진출 리스크를 관리하기 위한 목적으로 자금을 지원하는 것을 고려할 수 있음. 기존 제도에 대한 홍보와 활용 또한 여전히 중요한 과제임.
  - 인력양성 지원과 관련하여 산업인력공단처럼 공신력 있는 기관에서 중국 취업을 희망하는 한국인과 중국 내 우리 중소기업을 연계해주는 온라인 플랫폼을 다양하게 구축하는 한편 중국 현지인에 대한 지원프로그램도 보다 강화할 필요가 있음. 또한 한국인 관리자와 중국인 직원에 대한 교육을 강화해야 하며, 중국에 있는 한국인 유학생과 재중동포를 적극 활용하는 방안을 마련해야 함.

4) 현행 수출지원시스템에 대한 재고

- 대만, 일본, 미국, 독일 등 우리나라와 경쟁관계에 있는 주요국이 여러 기관과 프로그램을 통해 기업의 수출을 지원하고 있어 우리나라도 수출 중소기업에 특화된 실질적인 정보를 제공하고 체계적인 지원제도를 구축하기 위해 보다 노력해야 함.
  - 수출 중소기업에 대한 자금지원을 확대하고 중소기업의 브랜드경쟁력을 높이는 방안을 마련함과 동시에 국가이미지 향상을 위한 노력도 필요함.
  - 소비재의 경우 중국 내 유통망 확보가 어려워 내수시장 진출의 어려움으로 작용하고 있으므로 유통업체 설립을 지원하거나, 현지에서 한국상품 전시회를 개최하고 온라인 마케팅을 지원하는 등 여러 면의 지원이 필요함.
  - 또한 중국이 내수 중심으로 경제정책을 전환하면서 내륙지역도 내수시장이 점차 활성화될 것으로 전망되므로 기업들의 중국 내륙시장 진출을 위한 지원도 필요함.

5) 현지 시장 및 업계에 특화된 정보 제공

- 본 연구의 설문조사 결과, 수출에서 내수로의 전환과정에서 판매대금회수의 어려움, 중국 국내시장의 과도한 경쟁과 함께 시장정보 부족이 3대 애로사항으로 선정된 만큼 현지 시장 및 업계에 특화된 정보를 제공하는 것도 매우 중요함.

- 중국 시장 진출의 첫 단계인 입지선정을 위해 중국 각지의 시장 및 산업인프라, 경쟁업체의 현황 등 기본적이되 핵심적인 정보 제공이 필요함.
- 또한 최종 선정된 입지에 생산 또는 판매 법인을 설립하고 본격적으로 사업에 착수한 뒤 중국 시장 및 정책의 변화내용을 적시 혹은 조기에 파악할 수 있도록 해야 함.