

Provincial Economic Trends in China

중국 성(省)별 동향 브리핑

www.kiep.go.kr 137-747

108 2010 8 5

(廣東) 가



이 혁 구 세계지역연구센터 중국 권역·성별 연구단 초청연구원 (lhk@kiep.go.kr, Tel: 3460-1285)

가

- 글로벌 경제위기로 인해 급감했던 대외수출이 회복세를 보이고 있으나 원자재 가격 상승, 위안화 상승 압력, 보호무역주의 등 대내외적 불확실성 요인이 점증함.
- 특히 폭스콘 사태로 촉발된 임금인상 열풍은 생산비용을 가중시키고 있으며, 일부 기업들은 내수시장 진출, 생산거점 이전 등 비즈니스 모델의 전환을 모색 중임.

가

- 둥관시는 수출가공기업의 비즈니스 모델 전환을 위해 10억 위안 규모의 기금을 조성하는 등 재정적 지원을 비롯해 금융 및 마케팅 서비스를 제공함.
- 또한 내수박람회를 개최하여 그동안 해외시장에 눈을 돌렸던 수출가공기업으로 하여금 내수 시장 진출 확대의 방법을 제시함.
- R&D 투자를 통한 기술혁신, 인재관리 등은 내수시장 진출의 성공 요인으로 꼽을 수 있으며, 내수시장에서 통용되는 상품대금 결제방식, 진입비용 등 '잠재적 규칙'은 내수시장 진출을 모색하는 수출기업의 최대 난제임.

가

- 생산·수출 중심의 비즈니스 모델에서 내수시장 진출로의 비즈니스 모델 전환이 시급하며 이를 위해 제도적 환경 및 비제도적인 거래 관행에 대한 이해가 필요함.
- 내수시장 진출을 모색하는 기업의 경우 기술력 확보가 전제되어야 하며, 중소기업의 기술개발 및 자금과 관련하여 정부 차원의 장기적인 정책적 지원이 필요함.

1. 수출가공기업의 경영환경 변화

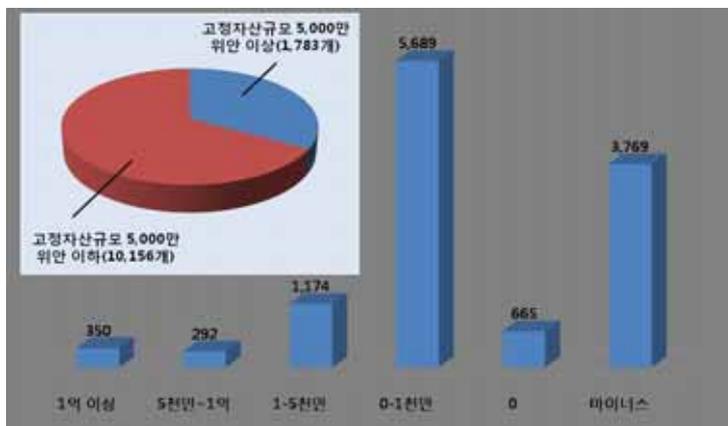
가.

가

- 2009년 광둥성의 대외무역 수출입 총액은 6,111억 2,000만 달러로 전년대비 10.8% 하락하였으며, 이는 글로벌 금융위기에 따른 해외수요 감소 영향에 따른 것임.
- o 광둥성의 대외의존도는 133%로 중국 전국수준(66%)의 2배 이상으로 대외환경 변화에 민감함.
- 특히 단일생산 공정에 특화된 중소 위탁가공기업은 원가조정 여력이 미약하고 수출가격 협상력 또한 미비해 더욱 큰 피해를 입었음.
- o 글로벌 금융위기 직후 2008년 이윤을 낸 수출가공기업은 전체 조사 기업의 62.85%에 그침(그림 1 참고).
- o 2009년 광둥성의 파산 또는 영업중지한 외자기업이 1,774개 사(2008년 2,542개 사)에 달하며 파산한 기업이 1,430개, 업종변경이 221개, 생산정지가 73개임.
- o 기업규모로 보면 약 80%가 종원업 수 100명 이하이며, 나머지 20%는 100~500명 사이의 중소기업임.

1. 가

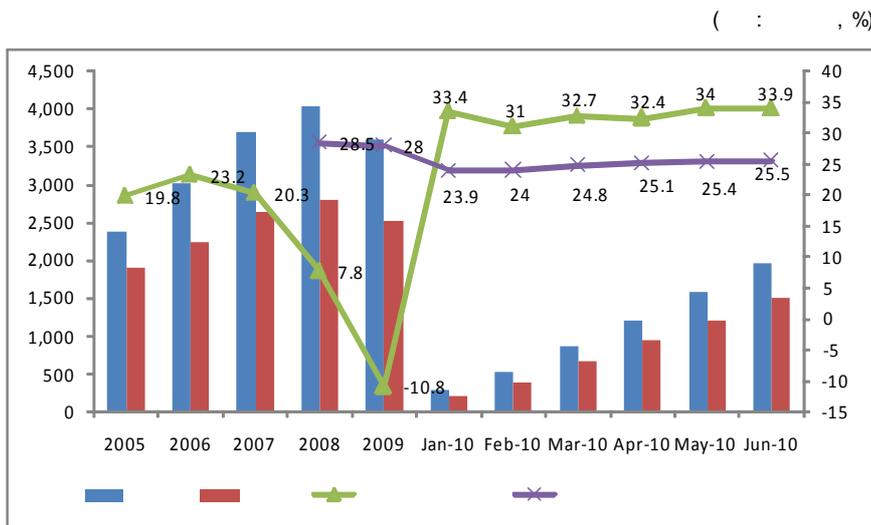
(: , %)



가 가

- 광둥성 통계국에 따르면 2010년 상반기 수출입 총액은 3,452억 3,000만 달러로 전년동기대비 33.9% 증가, 459억 2,000만 달러 무역흑자를 실현해 글로벌 경제위기 이전 수준으로 회복되었다고 평가함(그림 2 참고).
- 특히 방직의류업의 경우 일부 기업의 주문량이 10월까지 밀려 생산라인에 과부하가 생길 정도로 회복 속도가 빠르며, 주요 국가에 대한 수출이 대폭 개선됨.
- o 인민은행의 데이터에 따르면 1분기 국내 주문 및 수출 주문 지수가 전년동기대비 각각 53.1%, 50% 상승함.

2.



: CEIC;

가

가

- 원자재 가격 및 임금 상승에 직면해있음. 원유, 면화 가격은 고공행진 중이며 화학섬유 및 방직원료 가격 상승을 부추겨 방직기업의 비용 상승 압력이 거세짐.¹⁾

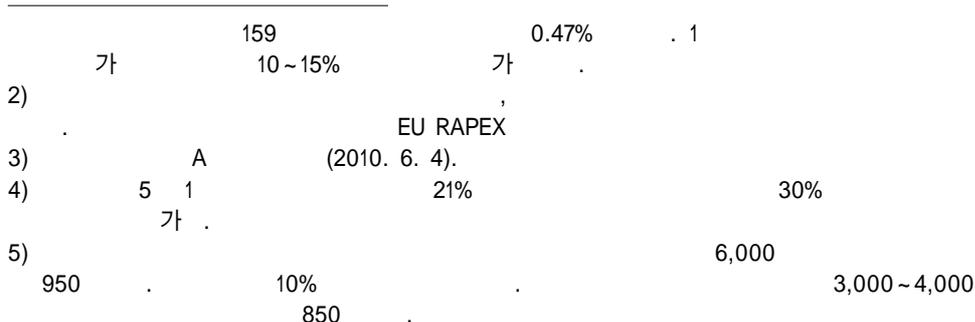
1) 2009 680 70 가
 2009 25%, 가 35% , 1~2
 가 20.69%가 가 464 4,500 . 1~2

- 글로벌 금융위기 이후 보호무역주의의 영향을 받고 있으며 국제 무역장벽 또한 수출기업의 난제임.²⁾
- 게다가 위안화 절상 압력이 커지고 있어 기업이윤을 더욱 잠식할 전망이다.
- o 현재 방직업의 평균이윤율은 3~5%에 불과하고, 일부 기업은 3%에도 못 미치며 단기 오더나 소액 오더를 중심으로 영업하고 있음.³⁾

가

- 근로자의 자살사건으로 촉발된 폭스콘 사태는 두 차례의 임금인상을 통해 일단락을 맺음.
- o 지난 6월 2일 900위안에서 1,200위안으로 30% 인상하였으나 일주일도 안 되어 10월 1일부터 2,000위안으로 인상한다고 발표함.⁴⁾
- 폭스콘 사태는 주강삼각주 지역의 연쇄적인 임금인상을 야기하고 있음.
- o 6월 6일 타이완 전자회사인 메리(Merry Electronics, 美律) 선전공장의 일부 노동자들이 파업을 함으로써 생산라인의 10%가 멈추었고, 8일 오후 파업문제는 협의조정을 거쳐 정상 회복한 상태임.⁵⁾
- o 타이완 기업 AOC(冠捷科技)도 ‘올해 초 이미 15%의 임금인상이 이뤄졌는데 다시 15~20% 인상을 고려중’ 이라고 밝힘.
- o 의류업체인 쉬르(旭日) 역시 임금인상을 준비 중이라고 밝혔으며, “폭스콘이 올렸는데 다른 기업들이 따라가지 않는다는 게 말이 되냐”고 반문함.

- 주강삼각주 지역의 일부 기업들은 자동화율 제고를 통한 생산성 향상 등의 조치를 강구



중이며, 중장기적으로 생산라인을 내륙 도시로 이전시킬 계획임.

- 폭스콘은 “내륙 도시로 또는 인도 등 해외로의 생산라인 이전도 검토하고 있다”면서 “인도의 경우 구미 선진국 바이어들과 가깝고 인건비가 낮다는 매력이 있다”고 밝힘.⁶⁾
- HP 노트북 OEM 업체인 Invetec(英業達)은 내륙으로의 이전을 서두르고 있으며 충칭 공장은 11월 양산에 들어갈 예정임.
- 둥관에 위치한 타이완 기업 Delta(台達)전자는 후난성 천저우(郴州)에 새로운 공장을 세워 일부 생산라인을 이전 중임.
- 홍콩 상공회의소의 조사결과에 따르면 주강삼각주 지역에 있는 8만 개 홍콩 기업 중에서 37.3%가 전부 또는 일부 생산능력을 이전할 계획을 가지고 있으며, 63% 이상은 광둥성을 떠날 의향이 있다고 밝힘.⁷⁾

가

- 광둥성 수출가공기업은 과거 단순하게 위탁가공을 통한 수출에 의존하던 경영방식에서 탈피하여, 중국 내수시장 진출 및 확대를 위해 가공기업의 법인화를 추진하고 있음.

2. 수출가공기업의 내수시장 진출: 지원정책 및 사례 분석

가. (東莞) 가

가

- 2009년 기준 둥관시 외상투자기업 수는 1만 4,600여개이며 삼자기업 수는 7,900여개, 내료가공기업은 6,700여개임.
- 투자 지역별로 보면 홍콩과 타이완 기업이 1만 2,600여개로 전체 외자기업의 86%를 차지하며, 누계투자액은 499억 달러로 전체의 83%를 차지함.

6) 『中國評論新聞網』(2010. 6. 9), 「 : 가 」.
 7) 『中國評論新聞網』(2010. 6. 9), 「 」.

- 둥관시는 10억 위안의 기금을 조성하여, 기술혁신을 제고시켜 경쟁력을 높이는 기업들에게 인센티브를 부여함.
- 기업의 R&D 센터 설립이나 본부 설립을 지원하고 자체브랜드 구축, 국내외시장 개척, 선진기술 도입, 에너지 절감 등을 유도함.
- 2009년 R&D 센터를 설립한 둥관시 외상투자기업수는 84개로 전년대비 16배가 늘어났으며, 특허보유수는 1만 건을 돌파하여 59.6% 증가하여 중국 전체에서 2위에 랭크됨.
- 또한 가공무역기업 전환 서비스센터를 설립하여 내료가공(來料加工)기업의 삼자기업으로의 전환, 즉 법인화를 유도함.⁸⁾
- 2009년 삼자기업으로 전환한 기업 수는 517개로 2008년의 4.2배에 달함.
- 국내외시장에서 안정적인 주문량 확보를 위해 기업에게 금융서비스를 제공함.
- 신용이 우수한 중소기업과 가공무역기업에게 대출지원 관련 서비스를 원스톱으로 제공함.
- 특히 5,000만 위안 규모의 과학기술대출리스크준비금을 설립하여 관련 기업의 대출을 지원함.⁹⁾
- 홍콩무역발전국과 공동으로 국내외에서 박람회 개최하고, 기업의 내수시장 진출을 위한 마케팅을 지원함.
- 둥관시정부와 홍콩무역발전국은 계약을 체결하여, 홍콩무역발전국의 마케팅 경험을 이용하여 전시서비스 및 마케팅 정보를 제공함.
- 또한 월마트와 공동으로 수출기업의 내수시장진출 워크숍을 개최하고 중소도시에서 “둥관 외국기업상품판매주간(東莞外貿商品展銷周)”을 개최함.
- 알리바바와 제휴를 통해 2,300여 개 가공수출기업이 전자상거래시장을 통해 내수시장에 진출하고 있으며 둥관시 정부는 1년간 드는 비용을 전액 보조함.

8) (三資) 가

9) (2010. 7. 12).

- 2009년 등관시 외상투자기업의 내수판매액은 1,541억 위안으로 내수판매총액의 30%를 차지하였으며 이는 전년대비 2.7%포인트 증가한 수치임.
- 지난 6월 18~21일 제2회 광둥성 외상투자기업제품 내수박람회(廣東外商投資企業產品(內銷)博覽會, 이하 외박회)가 개최되었으며 참여업체 수는 1,058개, 부스는 2,500개가 설치되었음.
- 표준부스 2,500개 중에서 60%는 등관시의 외상투자기업에 배정하며 이외의 부스는 참가기업에게 무료로 제공함.
- 주요 전시제품은 가전, 신발의류, 선물완구, 주방용품, 가구악세서리, 욕실건축자재, 일용품 및 식품 등임.
- 통계에 따르면 총 8,400여명의 바이어들이 참여하였으며 박람회 연인원수는 12만 명에 달함.

5,369 , 539 3,000
10%, 6% 가 .10)

- 등관시 소재 기업의 거래액은 123억 6,000만 위안으로 전체 거래액의 22.9%를 차지함.
- 거래액 기준으로 가전제품은 187억 위안, 식음료는 44억 위안, 의류 및 장식은 36억 위안으로 전체 거래액의 34.7%, 8.2%, 6.7%를 차지함.
- 이는 전통업종의 최종 소비재가 여전히 내수시장의 주요 품목임을 보여준다고 하겠음.
- 외박회는 그동안 외국에 눈을 돌렸던 광둥성 외자기업과 국내 바이어, 특히 대형 유통 기업을 연결시켜 외상투자기업의 내수시장 진출 확대를 도모함.
- 월마트, 까르푸, TESCO, 매트로 등 유명 유통업체 바이어들이 대거 참여하였으며 100개 부스를 설치하여 일대일 상담구매를 진행

10) (<http://www.dgetb.gov.cn>).

1) 실패 사례: A기업

A

- A기업은 연간 매출액 2억 위안에 달하는 중견 의류업체로 OEM 위탁생산방식에서 탈피하여 내수시장 진출을 시도함.
- o 이를 위해 자체 브랜드를 개발하여 전국에 100여개 직판점을 개설했지만 자금난 때문에 부도가 남.
- A기업은 중국 내수시장에서 통용되는 상품대금 결제방식, 진입비용 등 ‘잠재적 규칙(潛規則)¹¹⁾’에 대한 이해가 부족해서 실패한 대표적인 사례임.
- o 수출기업이 해외시장을 선호하는 이유는 신용장 방식을 채용하여 대금지불이 제때 이뤄지기 때문임.
- o 하지만 국내 유통업체의 회계기일은 2~3개월이 기본이고, 판매가 부진할 경우 퇴출되기 일쑤임.¹²⁾
- o 이 밖에 수출기업의 제품이 진열대에 오르기 위해서는 고액의 입장료를 지불해야 하며 실제 내는 비용은 계약서에 약정된 비용을 초과하는 경우가 많음.¹³⁾
- o A기업 총경리는 유통업체의 관행적인 결제방식에서 벗어나고자 무리하게 직판점 개설에 나서면서 자금난으로 도산하였다고 회고함.
- 수출기업은 국내의 판매망, 브랜드 구축에 있어서 제로에 가깝기 때문에 내수로의 전환을 위해서 기업의 조직 개편 및 인력 재배치가 필요함.
- o 수출기업의 조직구조는 기술, 생산, 회계, 세관 파트 등 단순구조인데 반해 내수로 확대할 경우 시장조사, 광고, 마케팅 등으로 복잡해짐.

11) (潛規則)

12) A ‘6+3+1’ 60%, 30%, 10%
가

13)

2) 성공 사례: B기업¹⁴⁾

B R&D , ,

- 금융위기에 대응하기 위해 적극적으로 R&D 투자를 늘리고 신제품을 개발하는 등 기술로 승부함.
- o R&D 센터 설립을 통해 발전 토대를 마련하고 신제품 출시로 새로운 이윤을 창출함.
- o 2007년 B기업의 R&D 투자규모는 1,500만 위안으로 전체 매출액에서 차지하는 비중은 5.9%에 달하였으며, 2008년에는 1,700억 위안을 더 투입하여 전체 매출액 대비 6.12%에 달함.
- 과학기술 인재 양성을 위한 인력관리 제도를 운영함.
- o “핵심인재를 떠나보내지 않으며, 필요한 인재를 꾸준히 영입하며, 미래 인재를 키우는”이라는 슬로건 하에 과학기술 인재배양에 힘을 기울임.
- 로컬 대기업과의 협력을 통해 안정적인 내수시장 기반을 확보함.
- o B기업은 광전자소재 영역에서 Lenovo, Kongka, Changhong, ZTE, Skyworth, TCL 등 로컬대기업들과 협력관계를 유지하면서 안정적인 내수시장 기반을 확보함.
- o 2007년 매출액은 2억 5,407.4만 위안이며 그 중 내수시장 매출액은 1억 4,073만 위안으로 전체 매출액의 55.4%를 차지하였으며, 2008년 매출액은 2억 8,245억 위안으로 내수시장 매출액 비중은 66.5%(매출총액 1억 8,788만 위안)를 차지함.
- 지방정부 정책을 효과적으로 이용하여 재정적 지원을 이끌어냄.
- o 2005년 8월 기술연구센터를 건립하면서 광둥성 과학기술청으로부터 80만 위안, 2008년 둥관시 과학기술국으로부터 산학연구기금 40만 위안, 2007년 기업연구개발지원 프로그램을 신청하여 364만 위안을 지원받음.

14) B 2003 7 (,), 1,459 , 1,000 . 2008 가 , 2005 .

3. 시사점

가 .

- 대내외적 불확실성이 커짐에 따라 생산·수출 중심의 비즈니스 모델에서 내수시장 진출로의 비즈니스 모델 전환이 시급한 과제임.
- 하지만 수출가공기업은 국내시장 개척, 자체 브랜드의 연구개발, 마케팅 등에 대한 전환비용이 늘어나며, 대금회수에 대한 리스크가 따름.
- o 유통단계의 운영구조 및 메커니즘은 여전히 효율적인 개선이 이뤄지지 않아 수출가공기업의 내수 전환은 진척이 더딜 수밖에 없음.
- o 특히 중국 내수시장에서 통용되는 거래방식, 상품대금 결제방식, 진입비용 등 ‘잠재적 규칙(潛規則)’은 내수시장 진출을 모색하는 수출가공기업의 최대 난제임.
- 따라서 내수시장 진출을 목표로 하는 기업의 경우 장기적인 계획을 가지고 자체 브랜드 개발, 유통시장 개척 등에 필요한 진출 비용을 고려해야 함.

가 .

- 중국 정부는 저부가가치 산업을 퇴출시키는 산업구조조정으로 하이테크 산업 유치에 주력하고 있어 R&D 투자를 통한 기술혁신, 인력관리, 적극적인 내수시장 진출 전략이 필요함.
- o 원가 절감을 위해 진출한 부품조립 가공기업의 경우 내수시장 공략만이 최선은 아니며 중국 내륙지역 또는 해외이전도 고려할 필요가 있음.
- o 따라서 대기업이나 기술경쟁력을 구비한 중견기업을 제외하고는 내수시장 진출이 어려울 것으로 판단됨.
- 한편 내수시장을 타깃으로 하더라도 중국산 원부자재의 부실로 인해 한국산 제품수요가 클 것으로 예상됨에 따라, 광둥성 지역 내수공략은 진행 중에 있다고 평가되며 중소기업의 기술개발 및 자금지원 등 우리정부의 중장기적인 정책적 지원이 필요함. **KIEP**