

연구과제명: 중국 유통서비스업의 발전 전망 및 활용방안- 통신판매 유통을 중심으로

■ 연구책임자

이 승 신 부연구위원

■

윤창인 초청연구위원

이장규 선임연구위원

여지나 전문연구원

배승빈 연구원

■ 연구의 필요성 및 목적

□ 중국 정부는 산업구조 고도화의 목표에 맞추어 고부가가치 제조업의 발전과 더불어 서비스업의 발전을 적극 육성하고 있으며, 대외개방을 통해 경쟁력 향상을 추구하고 있음.

□ 특히, 중국의 유통업은 도·소매업에 대한 개방을 확대한 2004년 이후 해외 유명 대형 유통기업들의 중국 진출이 본격화되며 더욱 발전하고 있음.

□ 최근 들어서는 온라인 판매, TV 및 온라인 홈쇼핑, 우편판매 등 ‘통신판매’의 발전이 가속화 되며 유통환경이 빠르게 변화하고 있음.

□ 최근 우리나라의 對中수출 부진 문제의 해소를 위해서는 중국 내수시장 진출이 필요하며, 이를 위해서는 중국내 유통망을 확보하는 것이 매우 중요함.

- 대기업의 경우 자체적으로 유통망 확보가 원활이 이루어지고 있는 반면 중소기업의 경우 어려움을 겪고 있음.

□ 통신판매의 경우 유통비용이 상대적으로 낮아 중소기업의 활용 가능성이 높을 것으로 판단되며, 정책적으로 지원이 필요한 부분으로 사료됨.

□ 이에 본 연구에서는 중국의 유통서비스업 중에서도 통신판매 분야에 대한 현황, 제도 및 발전전망에 대한 분석을 통해 통신판매 업체의 진출 확대 및 제조업체의 유통망 활용 가능성을 평가하고 정책적 시사점을 도출하고자 함.

■ 선행연구 현황 및 선행연구와 본연구의 차별성

구 분	선행연구와의 차별성		
	연구목적	연구방법	주요 연구내용
주요 선행 연구	1 -과제명: 한·중 FTA 협동연구(서비스 분야) -연구자(년도): 이장규 외(2008) -연구목적: 한·중 FTA 체결을 대비하여 한·중 FTA 서비스 부문에 대한 연구를 통해 한국의 주요협상 이슈 발굴 및 대응방안 연구	-문헌조사 -문헌연구 -통계분석	-서비스산업의 경제적 위상 -한·중간 서비스 교류 현황 및 중국의 FTA 전략 -중국의 기 체결 FTA 서비스부문 협정문 및 양허안 분석 -한·중 양국경제의 서비스화 현황 -한·중 FTA 서비스 부문에 대한 효과 -주요 협상 이슈 및 정책제언
	2 -과제명: 중국의 3대 신유통 현황 및 활용방안 -연구자(년도): 김용민(2006) -연구목적: 새로운 유통시장에 대한 정보제공	-문헌연구	-중국의 3대 신유통 현황 및 전망 o TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑, 방문판매 -우리기업의 진출전략
	3 -과제명: 중국의 전자상거래에 관한 연구 -연구자(년도): 강영문(2006) -연구목적: 중국 전자상거래의 특징을 분석하여 한국 전자상거래업체의 중국진출 전략을 제시	-문헌연구	-중국의 전자상거래 고찰 -중국 전자상거래의 문제점 -한국기업의 진출전략 본 연구
본 연구	-본 연구는 중국의 유통서비스업 중에서도 통신판매 유통에 대해 시장 현황, 기업분포 현황, 관련 정책 및 제도 분석과 업체 사례 조사를 통해 우리나라 관련 기업의 진출과 제조업체의 활용방안을 모색해보고자 함.	-문헌조사 -현지조사	-중국의 통신판매 시장 현황 및 제도 분석 -중국 진출 우리기업에 대한 사례 조사 -제조업체 및 통신판매업체를 대상으로 통신판매 관련 수요 및 애로 사항에 대한 조사를 실시 -통신판매분야에서 우리기업이 진출 가능한 분야 및 제조업체의 활용방안 등 정책 제언에 도움

■ 주요 연구내용

□ 중국 유통서비스산업의 현황 및 발전 전망

□ 중국 통신판매 시장 현황 및 발전전망

- 온라인 유통, TV 및 온라인 홈쇼핑, 우편 판매 시장의 현황

□ 중국의 통신판매 유통 관련 제도 및 정책

우리기업의 진출 현황 및 경영 상 애로사항

- 제조업체 및 통신판매업체를 대상으로 통신판매서비스 수요 및 애로사항에 대한 설문 또는 방문 조사

업종별 현황, 제도 환경에 대한 분석을 통해 통신판매 서비스 분야에서 진출이 가능한 분야 및 유통경로로서의 활용방안

- 정책적 지원방안 등 정책제언 도출

<목차(안)>

제1장 서론

1. 연구배경 및 목적
2. 중국의 유통 서비스업 현황 및 전망

제2장 중국의 통신판매 시장 현황 및 전망

1. 통신판매 시장 현황
 - 온라인 유통
 - TV 및 온라인 홈쇼핑
 - 우편 판매
2. 기업 분포 현황 및 전망
 - 중국 현지기업
 - 한국기업
 - 외국기업

제3장 중국의 통신판매 분야 정책 및 제도

제4장 통신판매 시장에서의 우리기업 진출 사례

1. 기업설문 및 방문조사
2. 진출 및 경영상 애로사항

제5장 요약 및 정책제언

1. 진출 가능 분야 및 활용방안
2. 정책적 지원 방안

연구추진방법

세부추진일정

◦2009년 3월 : 연구추진심의회 개최

- 2009년 6월 : 1차 전문가 간담회
- 2009년 9월 : 연구중간심의회 개최
- 2009년 10월 : 2차 전문가 간담회
- 2009년 11월 : 연구결과심의회 개최

본 연구는 문헌조사 외에 현지조사를 병행

◦유통서비스 및 통신판매업 관련 국내외 문헌, 통계자료, 정책발표문등 자료의 수집 및 분석

◦중국내 주요 통신판매중사 기업(한국 및 외국계기업)의 사례 발굴, 제조업 중사기업의 해당서비스 수요조사 그리고 중국정부의 관련 정책을 조사하기 위해 중국 및 해당국 현지 조사를 실시

■ 관련부처 및 국정과제 관련성

◦관련부처

- 지식경제부

◦국정과제 관련

NO	국정지표	국정과제
1	활기찬 시장경제	지식기반 서비스산업 육성

■ 기대효과

통신판매 서비스분야의 현황 및 제도 환경의 이해를 바탕으로 한국의 통신판매업체 및 제조업체가 진출 가능한 분야를 발굴하는 것은 대중국 수출 부진 및 현지 진출기업에 대한 지원책 마련에 도움이 될 것임.

통신판매 업체 및 제조업체에 대한 설문 및 방문 조사를 통해 실제 상황을 반영한 연구로서 정책적으로 보다 유용한 자료로 활용이 가능할 것임.

■ 연구기간

2009. 2. ~ 2009. 12.