

호주 Griffth대-중국 북경대 공동주최 지식경제 Dialogue 참석

-장석인 선임연구위원(성장동력산업실)

- 출 장 자 : 장석인
- 출장목적 :
 - 1) 호주(Griffth대)-중국(북경대) 공동주최 지식경제 Dialogue 참석
 - 2) 중국 서비스산업관련 전문가 및 현지 진출기업 인터뷰
- 출장기간 : 2009. 3. 27 ~ 2009. 3. 31
- 출장지역 : 중국 북경

1. 현지 출장일정

일자	시간	일정
3월 27일(금)	11:40-12:50	인천 - 북경국제공항
	오후	북경대학 초청 리셉션 (북경대학)
3월 28일(토)	오전/오후	호주(Griffth대)-중국(북경대) 공동주최 지식경제 Dialogue 참석
3월 29일(일)	일	휴일
3월 30일(월)	오전	KOTRA 북경 IT센터곽정호 차장 면담
	오후	KOTRA 북경무역관천진물류센터 김광일 대표 면담 보건산업진흥원 북경사무소 윤주한 대표 면담 대한상공회의소 북경사무소 김종택 소장 면담
3월 31일(화)	오전	북경주재 한국대사관/대한상회 주최 세미나 참석
	오후	중국 북경주재 대사관 김경중 지경관 면담
	21:15-0:10	북경 → 인천공항

2. 지식경제 DIALOGUE 및 참석 결과

□ 지식경제 Dialogue 개관

일시: 2009년 3월28일 08:25-17:00

장소: 이하원

주요 국별 참석인사:

(호주)

Ian O'Connor (Vice Chancellor and President, Griffth University)

Michael Wesley (Director, Griffth Asia Institute, Griffth University)

Stephen FitzGerald AO (Principal of FitzGerald Consulting and
Chairman, Advisory Council, the Griffth Asia Institute)

O. Yul Kwon (Director, Director, Australian Centre for Korean Studies,

Griffth University) 외 5명의 교수

(중국)

Zhang Xinshen (Vice Minister of Education of the People's Republic of China)

Zhou Qifeng (President, Peiking University)

Hsin Kang Chang (Professor Emeritus of City University of Hong Kong)

Li Xin (Deputy Director, Division of America and Oceania, Department of International Cooperation, MOST) 외 다수의 중국학자 및 정부관료

(한국)

장석인 (산업연구원 서비스산업실장), 서중해(KDI연구위원), 이근창(한국지식 경영학회 회장, 성균관대 교수), 홍유수(글로벌 혁신경제연구소소장)

□ 지식경제 Dialogue 주요 논의 내용 및 논의 결과

- 1990년 중반 OECD와 World Bank를 중심으로 논의되던 지식경제와 지식사회에 대한 논의를 아시아-태평양 연안국가의 관점과 중국을 비롯한 신흥국가의 관점에서 새롭게 논의해 보기 위해 마련된 이번 논의는 크게 4세션으로 구성하여 진행

- 제1세션 주제는 미래의 아시아-태평양 연안국가의 지식자산, 제2세션에는 지식경제의 경쟁과 협력, 제3세션에서는 미래 지식 인프라 구축의 우선순위와 비용, 마지막 세션에서는 바람직한 지식 인프라 구축을 위해 필요한 정책구상을 논의

* 이번 Dialogue의 주요 논의배경과 논의결과에 대한 상세한 내용은 별첨 아시아-태평양 지식경제Dialogue Background Paper와 Outcome Paper의 상세내용 참조

3. 북경주재 대사관 및 대한상회 정보교류회 참관

□ 세미나 개관

일시: 2009년 3월31일 오전 오후 4세션

장소: 북경주재 한국대사관 회의실

주요 참석인사: 중국한국상회 박근태 부회장상무부회장 김종택 외
현지 기업인 다수와 이근동 경제공사, 한국대사관
김영만 상무관, 박인규 공사참사관, 안현순 환경관
등 대사관 직원 다수 참석

□ 정보교류회 주요 논의내용

- 동 정보교류회는 중국진출 한국기업인 모임인 중국한국상회 회원을 대상으로 대사관의 중국진출기업 지원의 일환으로 추진하고 있는 프로그램의 하나임.
- 이번 정보교류회는 (1) 중국양회의 주요 내용과 시사점 (박인규 공사 참사관) (2) 중국내수시장 개척방안(김영만 상무관), (3) 한국정부의 녹색성장 추진방향(안현순 환경관) 등 주요 현안에 대해 대사관 해당 분야 담당관들의 주제발표에 이어 참석자들의 질의응답으로 진행
- 중국양회는 매년 3월에 개최되며, 해당 년도 정부의 기본정책의 방향을 논의하는 회의로 우리나라의 국회에 해당
 - 금년도 중국양회의 주요 논의내용은 (1) 경제위기 극복방안 (2) 경제 위기 상황을 체제 모순에 직면할 수 있는 상황으로 인식, 취업, 위생, 사회보장 등에 대한 관심으로 사회안정 확보 (3) 중국특유의 대국주의 경제외교 개시 등이었음.
- 금년도 중국 양회의 논의는 과감한 내수확대 정책을 추진하여 글로벌 경제위기 상황에 대처하는 한편, 대내적으로는 위기극복의 자신감을 과시하면서 대외적으로는 경제대국으로 나설 수 있음을 천명한 것으로 평가됨.

- 공사참사관은 금년도 중국 양회의 우리경제 및 중국진출 현지기업에 대한 시사점은 다음과 같이 정리
 - 중국의 과감한 내수확대정책으로부터 틈새분야를 확보, 미래유망산업으로의 진출기회를 모색할 필요가 있음.
 - 중국의 경제위기 극복과정에서 나타날 수 있는 위안화 평가절상에 대응한 우리 기업의 대응방안 모색
 - 글로벌 위기극복과정에서 대두될 것으로 우려되는 무역보호주의적 경향과 관련, 한중 FTA를 호혜적 관점과 Win-Win관점에서 전략적으로 추진하는 방안에 대한 검토 필요

- 대사관 상무관은 중국내수시장 개척을 위해 최근 주목할 필요가 있는 분야로 차세대성장지역과 중국정부가 제시하는 유망분야, 중서부진출 확대에 따른 고속버스사업, 물류운송사업, 에너지 절약 및 CDM 프로젝트, 환경 및 IT 분야 시장 진출 로드쇼 등을 제시
 - 현재 대사관에서는 현지한국기업들의 중국내수시장진출을 측면지원하기위해 KOTRA를 통한 공동물류센터 설치 확대, 중진공의 내수시장개척컨설팅 강화, 유력유통망 매칭 상담회 등을 구상 중

- 정보교류회 참석 중견기업대표는 중소기업의 중국 내수시장 공략지원정책은 구체적으로 중국유통망과의 연계방안과 시스템을 제시할 수 필요가 있다는 점을 지적

- 정보교류회에서 발표된 정부의 저탄소 녹색성장 추진방향은 일종의 정부정책 홍보내용이므로 여기서는 구체적인 논의 내용은 생략함.

4. 주요 면담내용

(1) KOTRA 북경 IT센터곽정호차장

□ 주요 면담 내용

- Kotra 북경 IT센터는 게임기, 온라인, 모바일, 웹게임 등 소프트웨어와 콘텐츠 산업분야의 중국진출 한국기업의 중국시장 진출을 지원하기 위한 기관임.
- 플레이스테이션, 닌텐도의 예처럼 콘솔게임은 일본이 단연 우위이며, 온라인, 모바일, 웹게임 분야는 우리나라가 우위를 유지
 - 그러나 최근 중국이 온라인 게임분야에 있어 기획력을 제외한 개발, 운영면에서 급성장세 보이고 있으며, 상품 토착화, 현지화가 진행되는 한편, 콘텐츠 분야의 CP& SP를 외국계기업에 허용하지 않아 장기적으로는 게임 및 콘텐츠 분야의 외국계기업의 중국진출이 쉽지 않을 것으로 전망
- 그러나 당분간 한국의 중국시장 진출의 가능성이 큰 분야는 모바일 게임분야로 이는 이 분야가 고난도 기술을 요하지 않으나 현재 중국이 준비가 되지 않았고, 개발경험이 크게 부족하기 때문
 - 최근 3G-서비스가 허용됨에 따라 이와 관련된 부가서비스인 게임 개발 엔진, 검색엔진 분야도 진출가능 분야
- 최근 중국진출 게임 및 소프트웨어기업의 국내회귀현상이 두드러지는 바 이는 종전의 한국에서 기회, 중국의 저임금기반 개발하던 비즈니스 모델이 더 이상 작용하지 않기 때문인 것으로 분석
 - 중국위안화의 강세로 중국개발이점이 사라지고, 경우에 따라선 국내 개발자 임금이 오히려 더 저렴한 경우가 발생

- SI분야의 경우 기 진출한 삼성 SDS, LG CNS 등 대기업은 중국정부의 SW 아웃소싱 및 SW 집중지원정책으로 등으로 형성되고 있는 SI 시장을 적극 공략할 필요가 있음.
- 특히 최근 유망하거나 수주가능성이 큰 분야는 교통자동화시스템, 공공부문의 SW, 금융 분야의 회계처리 SW와 은행업무처리 SW 등임.
- 일부지역의 경우 은행업무의 디지털화가 미비하여 은행 간 이체에 2일이 소요되는 경우도 있으며, 서부지역의 경우 수수료가 타 지역에 비해 월등히 비싸고, 금융기관간 신용정보DB화가 되어있지 않아 신용조회가 불가능한 수준으로 은행운용시스템이 선진국에 비해 크게 뒤짐.

(2) KOTRA 북경 무역관 천진물류센터 김광일차장

□ 주요 면담 내용

- 중국진출 한국 대기업의 경우 독자적인 물류시스템을 구비하고 있거나 제3국수출을 위한 제조중심의 물류로 크게 어려움은 없으나, 중소기업의 경우 소규모 물류물량으로 인해 중국현지 물류회사로부터의 고액의 물류비용 부과를 감내할 수밖에 없는 상황
- 경우에 따라서는 국내의 저렴한 택배비와는 비교가 되지 않는 물류비를 부담해야하는 경우도 발생
- 중국 내수시장 진출 한국기업의 물류관점의 문제는 물량이 지나치게 작다는 점으로, 향후 이 문제를 근본적으로 해소하기 위해서는 무엇보다도 중국내 충분한 물량확보, 즉 선 시장 및 충분한 물동량 확보가 긴급 (중간단계에서는 중국 현지물류유통과의 제휴 불가피)

- 한국유통업체의 중국진출로 재고관리 및 물류기업의 중국진출의 가능성도 검토해 볼 수 있겠으나, 이 경우에도 역시 진출지역의 한국계 기업의 물류를 포함한 상당한 정도의 물동량 확보가 전제되어야 함.
- 따라서 물류분야의 중국진출은 현지 유통 및 물류시스템과 구조에 대한 면밀한 분석과 연구가 선행되어야 할 것임.
- 최근 중국에 진출한 이마트, CJ 등이 중국내 매장이 확대됨에 따라 매장과 매장간의 자체 물류시스템을 구축 중인 것으로 알려지고 있으며, 서울우유의 경우 청도를 북경지역 우유배달을 위한 특수냉장차를 이용한 물류시스템 구축에 관심을 보이고 있는 정도
- 현재까지 살펴 본 중국 물류유통의 특징은 업체 간 네트워크를 통해 수익을 나누는 구조라면 중국에 진출한 일본계 기업의 경우 물류 기업 간 네트워크를 통해 비용을 낮추는 반면, 한국계 기업은 기업 간 네트워크를 구축조차 못하고 있는 실정인 것으로 평가됨.

(3) 보건산업진흥원 북경사무소 윤주한 대표

□ 주요 면담 내용

- 최근 국내 의료산업 선진화 논의와 신성장동력 구상 시 한국 의료산업의 중국진출과 의료관광 등을 통한 중국인 환자의 국내유치에 대한 논의가 중국 현지 실정을 간과한 채로 진행되고 있는 것으로 판단
- 한국에서 의료관광의 대상으로 보고 있는 중국내 고소득층이 생각이상으로 층이 넓고 많지만, 이들 대부분이 미용, 성형, 피부를 제외하고는 한국의 의료수준과 내용, 우수한 병원과 의사에 대한 접근 방법조차 잘 모르고 있는 것이 현실임.

- 중국환자의 한국 유치의 경우도 개별 병원차원에 유치노력이 대부분으로 대단히 비효율적인 것으로 판단되며 상당수의 고소득층이나 외국계 중국거주인의 경우 홍콩, 싱가포르, 심지어 미국본토의 의료기관을 더 선호하는 것으로 알려지고 있음.
 - 또한 한국병원의 중국진출의 경우도 일부 의사가 주중에 며칠 중국을 방문치료 한 후, 귀국함으로써, 위급상황에 대한 대처방안이 미흡하여 의료서비스에 대한 신뢰성에 문제가 있는 것으로 평가되어 보다 새로운 관점에서의 중국 진출방안을 모색할 필요가 있음.
- 향후 의료서비스의 중국진출 또는 중국거주 외국계와 중국고소득환자의 한국의료기관 유치를 위해서는 인민병원 내 국제클리닉센터를 설립, 장기간에 걸쳐 한국의료기관의 우수성을 알리는 한편, 중국인 환자의 송출을 전담하고, 환자의 귀국 후 후속치료를 보장하는 식의 전담기관화를 추진하는 등의 새로운 방식을 검토할 필요가 있음.

(4) 대한상공회의소 북경사무소 김종택 소장 면담

□ 주요 면담내용

- 향후 중국의 내수시장 공략을 효과적으로 추진하기 위해서는 중국 전역에 대한 포괄적 접근은 뒤로 미루고, 특정성중심, 특정 품목 중심의 접근하는 방안의 검토 필요
- 또한 중국시장은 지역별 소득수준별 세분화되어 있거나, 특정지역의 경우 특정 제품중심의 클러스터 형성되어 있어, 중국내수시장의 공략은 이러한 중국시장의 특수성에 대한 이해를 기반으로 접근해야 함.

- 향후 중국시장의 효과적인 공략을 위해서는 기 중국진출 기업의 중국에 대한 전략적 가치에 대한 인식전환과 본사의 중국시장 공략에 대한 전략적 의지가 중요
 - 기 중국진출기업의 대부분이 중국을 생산기지로 간주하고 투자한 기업으로 생산기지의 콘셉트에서 벗어나지 못하여 중국시자의 개척의지가 약한 것이 문제
 - 본사의 중국시장 개척의지가 약한 것도 문제이지만, 제3국 수출위주 기업의 입장에서 중국시장 유통망 확보가 쉽지 않고, 상대적으로 물류비용이 높아, 중국시장을 포기하고 있는 것도 현실임.
- 중국시장에서의 성공조건은 높은 기술수준의 제품에 좋은 거래선(좋은 파트너)을 확보하는 것으로 이는 기본적으로 진출기업의 역량에 속한 문제임.
 - 좋은 거래 선은 중국내 유통망과 위탁판매도소매상 네트워크를 의미하며 이들은 일종의 수출입오퍼상과 같은 역할을 감당하는바 어느 정도의 리스크를 안고 판매이익을 나누어 갖는 방식을 긍정적으로 검토할 필요가 있음.
- 향후 우리나라 기업의 중국내수시장 진출을 효과적으로 뒷받침하기 위해서는 산업연구원과 같은 연구기관에서의 중국내 성별 업종별 시장과 유통구조, 물류시스템 등 시장특성과 중국시장의 세부 품목별 미시적 공급체인 및 부가가치 사슬 수준의 미시적 분석과 연구가 필요

(5) 중국주재 한국대사관 지경관/상무관

방문기관	면담자
중국주재대사관 지경관 일행	<ul style="list-style-type: none"> - 김경중(Minister Counsellor) - 김영만(2급 상무관) 배석

□ 주요 면담 내용

- 향후 한국의 대중국정책과 산업발전의 장기전략 구상 시 중국정부 (지방정부 포함)의 대한국관의 변화를 신중히 검토할 필요가 있음.
 - 2008년 올림픽 개최이후 중국의 세계위상의 변화, 글로벌 위기 극복과정에 나타나고 있는 중국의 거대 내수시장의 위력과 잠재적 성장성에 기초한 자신감 등으로 인해 한국경제와 한국산업의 중요성과 잠재력을 과소평가하는 경향이 대두
 - 중국시장은 향후 미국, EU, 일본시장을 합한 크기의 시장규모가 될 경제가 될 것으로 예상됨에 따라, 기술적으로 우위에 있는 국가의 외국계기업을 제외하고는 내국기업을 더 우선시
 - 심지어 중국경제 발전에 크게 기여한 FDI에 대해서도 거시 경제적으로 GDP증가에는 도움이 되지만 고용창출과 세금 면에서 큰 매력이 없는 것으로 간주하기 시작
- 한편, 한국의 경우도 지금까지의 대중국관, 대중국시장관을 벗어나고, 중국의 입장에서 새로운 관점에서 볼 수 있어야 함.
 - 의료기기의 경우 거의 모든 품목에 있어 한국제품이 중국제품에 비해 우위에 어떤 제품도 중국판매가 가능할 것으로 간주하나, 실제중국에서 잘 팔리는 품목은 안마기이며, 안마기의 경우도 20여 제품을 출시했으나 2-3개 안마기가 시장을 장악하는 결과를 초래 (한국의 입장과 관점에서 중국시장을 접근한 대표적인 사례)

- 중국의 대규모 내수시장과 외국계기업과 중국기업의 생산능력과 규모의 경제 등을 고려할 때 가격경쟁력 면에서 향후 한국기업은 중국과는 상대가 안 되며, 보다 앞선 기술력에 기초한 발 빠른 제품출시가 승부수
- 특히 중국은 수요 및 제품 스펙트럼이 최고급에서 최하급까지 매우 다양하므로, 대중국시장 공략연구에 있어 중국현지 시장의 특성과 소비자의 구매패턴 등에 대한 사전 심층연구가 필수
 - 한 예로 LG 생활용품인 치약의 경우 초기 저가품위주의 중국시장 진출은 완전 실패였으나, 고가 고급품으로 전환, 대성공을 거둠.
 - 건설중장비의 경우 중국이 필요로 하는 장비는 안전장치와 성역화장치를 갖춘 한국의 1억5,000만 원대의 고급제품이 아니라 단순기능의 5,000만 원대의 장비
- 따라서 향후 중국시장 진출과 관련한 연구에 지금까지의 중국과 중국시장에 대한 인기에서 완전히 벗어나는 것이 필요