

## 산업연구원-중국사회과학원재경전략연구원 세미나

- 김숙경 부연구위원(서비스산업연구센터)

### 1. 출장 개요

- 출장지: 중국 북경
- 출장기간: 2012년 10월 24일 ~ 10월 27일
- 출장자: 부원장, 박정수(연구위원, 서비스산업연구센터),  
김홍석(연구위원, 서비스산업연구센터),  
김숙경(부연구위원, 서비스산업연구센터)

### 2. 출장 목적

- 산업연구원(KIET)과 중국사회과학원재경전략연구원(NAES-CASS)이 공동 개최하는 국제세미나 참석
  - 주제 발표자로 참석
- 한국콘텐츠진흥원 북경사무소 및 북경 유통업체 物美(Wumart) 방문

### 3. 출장 주요내용

#### 1) 산업연구원-중국사회과학원재경전략연구원 세미나

- 주제: 한중 서비스산업 발전모델 비교·연구(Conference on Comparison & Reference of Korean-Sion Service Industry Developing Model)
- 장소: 중국사회과학원재경전략연구원 회의실
- 일시: 2012년 10월 26일 (금요일)
- 세미나 일정

|  |   |  |
|--|---|--|
| 09:00 - 09:30                            | Opening ceremony  |  |
| Host: Shi Dan(Vice President, NAES-CASS) |   |  |
|  | <b>Opening Remarks:</b><br>Ha Byung Ki(Vice President, KIET)<br><b>Group Photo</b>                        |  |
| 09:30 - 11:00                            | Speech  |  |
|  | Kim Hong Seuk<br>(Research Fellow, Service industry Research Center of KIET)                              | The Current Situation and Future Development Direction of Korea Business Serviced Industry |
|  | Yao Zhanqu<br>(Associate Research Fellow, Deputy Director of Service Economy Research Section, NAES-CASS) | Experiences and Prospects of Opening up Changes in Chinese Services Industry               |
|  | Kim Suk Kyung<br>(Associate Research Fellow, Service industry Research Center of KIET)                    | Structure Change and Development Tasks in Korean Retail Industry                           |
|  | Xia Jiechang<br>(Assistant President,   | Government and Market Role Defining in the Development Process of Service                  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | NAES-CASS)   | Industry: Theory and Empirical Research                                      |
| 11:00 - 11:20   | Tea Break  |  |
| 11:20 - 11:40   | Speech   |  |
|   | Park Jung Soo<br>(Director of Service Industry Research Center of KIET)  | Impediments and New Policy Direction in Korea's Service Industry Development |
| 11:40 - 12:00   | Remarks  |  |
|   | Wang Xiaohong<br>(Associate Research Fellow, Academy of Macroeconomic Research of NDRC)<br>Li Yongjian<br>(Associate Research Fellow, Service Economy Research Section, NAES-CASS) |  |
| 12:00 - 12:20   | Duscuss  |  |
| 12:20 - 12:30   | Closing Ceremony   |  |
| <b>Host: Cho Yong-sam(Beijing chief representative, KIET)</b> |  |  |
|   | <b>Closing Statement:</b><br>Xia Jiechang<br>(Assistant President, NAES-CASS)  |  |

## 2) 한국콘텐츠진흥원 북경사무소 방문

### 개요

- 방문일시: 10월 25일 10:00-12:00
- 면담자: 한국콘텐츠진흥원 북경사무소 수석대표 강만석
- 주소: 북경시 조양구 광화로 광화서리 1호 한국문화원 4층

□ 주요 면담 내용

< 방송 >

○ 최근 수입드라마에 대한 규제 정책 시행

- 2012년 2월 13일 광전총국은 “광전총국이 발표한 해외 영화드라마 수입 및 방영관리 강화에 관한 통지”를 통해 해외 영화 및 드라마 수입에 대한 규제조치 발표
  - 고화질 해외 드라마를 우선으로, 편당 50회를 넘지 않아야 하며 황금 시간대(19:00-22:00)에는 방영 금지
  - 해외 영화 및 드라마는 해당 방영채널의 일일 영화/드라마 총 방영시간의 25% 초과 불가
- 수입드라마는 일부 위성TV가 높은 시청률을 꾸준히 유지하는 수단인데, 수입드라마 제한령은 한국드라마 등 해외로부터 드라마 수입량을 줄이는 효과를 초래할 것으로 예상

○ 방송산업 현지화를 위한 전략

- 2009년 8월 광전총국이 ‘방송 제작-송출 분리 개혁의 착실한 진행에 관한 의견’을 하달하였는데, 이러한 제작-송출 분리 개혁을 활용할 필요
- 인터넷 등 기타 미디어 매체에서 온라인 동영상 사이트가 빠른 성장세를 보이는 등 뉴미디어 시장이 확대되는 상황을 적극 활용할 필요
- 광둥성 주장삼각주 지역인 ‘미디어 특구’를 적극 활용할 필요
- 중국의 경우 소비자의 선택보다 정부의 선택이 사업의 진입 가능 여부를 결정하는 만큼 중국 정보와의 소통을 통한 윈윈전략의 추구가 중요

## < 영화 >

### ○ 영화산업 현지화를 위한 전략

- 영화의 경우 중국 영화정책에 대한 정확한 이해가 성공적인 진출을 위해 가장 중요
- 외국 회사나 개인이 직접 영화를 제작, 배급할 수 없고 반드시 중국측 파트너와 전략적 합작 방식으로 중국에 진출해야 하므로 중국측 파트너 선택이 중요
- 내용 심의와 관련하여 중국 정부에서 정식 문건으로 규정한 심의 규제 내용을 정확히 파악하는 것과 함께 중국의 문화적, 정서적 코드에 대한 파악도 중요
- 앞으로 현지화를 통한 진정한 의미의 합작 모델을 연구할 필요
  - 중국의 문화, 정서 등 중국시장에 맞는 소재 개발
  - 분장제 수입편수 증대
  - 중국 현지화 진출에 필요한 네트워크 구축
- 정부 차원에서는 한중 양국 정부 간의 협정을 통한 규제 완화 등의 노력 필요
  - 영화투자: 양국 지원이 공동 투여된 작품에 대한 제한 사항 완화
  - 영화배급: 양국간 확대된 특별 쿼터 시행 또는 실질적인 무역 불균형 해소 방안 실시
  - 극장사업: 양국간 동등한 조건 확보

### ○ 문화콘텐츠산업 현지화를 위한 정부 역할

- 중국 정부관료의 경우 사업자와 직접 접촉하는 경우는 매우 드물며 정부 등 공공기관과 접촉하는 경우가 대부분
- 이런 점을 고려하여 한국의 문화체육관광부 등 관련 공공기관이 중국에서 문화콘텐츠산업의 현지화를 저해하는 명시적·암묵적인 규제의 완화

를 위해 꾸준히 중국 정부와 접촉할 수 있는 상시적 채널을 확보하는 것이 중요

### 3) 북경 유통업체 物美(Wumart) 방문

#### □ 방문 개요

- 방문일시: 10월 25일 14:00-16:00
- 면담자: 점장 鄭伊翔
- 주소: 北京市大興區旧宮鎮西路1号、3号

#### □ 주요 면담 내용

- 북경 物美(Wumart) 개요
  - 북경 최대의 중국계 민영 소매기업으로, 베이징, 톈진, 허베이 등에서 슈퍼스토어(대형마트)와 미니마트(중소규모 슈퍼마켓 및 편의점)를 운영
  - 2011년 말 기준 총 매출은 전년 대비 15.1% 증가한 164억 위안(2조 8,940억 원), 이 중에서 임대료 등 기타 수익을 제외한 매출 규모는 146억 위안(2조 5,700억 원) 수준
  - 매장 수는 2011년 말 기준 총 519개로 슈퍼스토어 127개, 미니마트 392개

|                | 슈퍼스토어 | 미니마트 | 총 매장 수 | 지역               |
|----------------|-------|------|--------|------------------|
| Directly-owned | 122   | 275  | 397    | 베이징, 톈진, 허베이, 저장 |
| Franchised     | -     | 80   | 80     | 저장               |
| Managed        | 5     | 37   | 42     | 톈진, 상하이, 강소      |
| Total          | 127   | 392  | 519    |                  |

○ 物美(Wumart)의 주요 성장 요인

- 로컬기업의 이점이 크게 작용
  - 도시별 소득수준, 소비행태 등 유통기업의 운영에 매우 중요한 지역 상황에 대한 파악에서 외국계 유통기업보다 유리
  - 物美의 경우 지역별 특성에 따라 대형마트 또는 소형슈퍼마켓의 입점을 결정하고 있으며, 북경의 경우에도 10개 지역으로 구분하여 매장규모, 배치, 구성 등을 차별화

○ 物美(Wumart)의 유통구조

- 物美은 과일, 야채 등 신선식품의 비중이 상대적으로 높은 유통기업인데, 이들 식품의 경우 직거래 20%, 베이징 소재 최대 도매시장인 신파디도매시장에서의 매입 80%로 조달
- 반면, 외국계 유통기업의 경우 상당수가 중간상을 통해 신파디도매시장에서 거래하고 있어 物美이 신선식품에서 우위 확보 가능

○ 중국 유통업체(物美) 입장에서 본 한국 유통기업의 장단점

- 롯데마트의 경우, 제품 구색 및 가격경쟁력과 관련하여 민생제품(기름, 쌀, 면류)에서 우위를 보이고 있으나 생선 등 신선식품과 일용잡화류에서는 열위
  - 한편 까르푸는 일용잡화에서 우위를 보이고 있는데, 이는 상당부분 buying power의 차이에 기인
- 한국 유통기업이 아직 뚜렷한 성과를 보이지 못하는 주요 이유는
  - 중국의 지방정부들이 로컬 유통기업들을 지원하고 있어 외자계 기업들이 상대적으로 차별받고 있기 때문(까르푸는 중국이 외자 유통기업을 유치하려고 시도하던 초기에 가장 먼저 중국에 진출하였기 때문에 중국정부의 신임을 받고 있으며 좋은 관계를 맺고 있음.)
  - 현지 공급선 확보에서 상대적으로 어려움을 겪고 있음. 특히 3선 도시의 경우 시장이 표준화되어 있지 않기 때문에 진출에 더욱 큰 어려움이 있을 것임.

○ 중국 유통시장의 전망 및 고려사항

- 향후 대형마트가 재래시장을 점점 더 대체할 것으로 전망되는데, 이는 대형마트가 보다 엄격한 안전기준을 준수하고 있고 또 신용카드 사용이 가능하기 때문
- 또한 온라인쇼핑 역시 향후 빠른 속도로 성장할 것으로 전망
  - 다만, '체험'을 중요하게 여기는 중국인의 소비행태를 고려했을 때 비식품류는 온라인 쪽이 빠르게 성장하겠지만, 신선식품류는 직접 보고 구매하는 방식이 여전히 선호될 것임.