

한·중 서비스무역 촉진포럼 참석

- 박정수 연구위원(서비스산업연구센터)

I. 출장의 일반 사항

- 출장자 : 서비스산업연구센터 연구위원 박정수
- 출장지 : 중국 북경시
- 출장기간 : 2012년 5월 30일 ~ 2012년 6월 1일
- 출장목적 : 한·중 서비스무역 촉진포럼 참석 및 서비스업체 방문

II. 주요 출장 복명 내용

1. 제1회 북경 한·중 서비스무역 촉진포럼 참석

(1) 포럼 개요

- 주제 : 북경 국제서비스교역회 '한국 주제의 날' 행사의 일환으로 포럼을 개최하여 양국간 서비스무역분야 협력 촉진 및 발전방안 논의
- 일시 : 2012. 5. 31(수) 09:30-12:00, 북경국가회의센터
- 주최기관 : 중국 상무부, 한국 지식경제부

- 협력기관 : 중국 국제서비스무역조직위, 대한상공회의소(중국한국상회)

○ 참석자 : 서비스무역분야 한중 양국 정부 및 기업 대표

○ 행사내용

- 개회사 및 축사

(한국 지식경제부 대표/ 중국 상무부 대표)

- 양국 서비스무역 현황과 협력방향

(박정수 서비스산업연구센터 소장)

- 백년대계 - 교육

(박성엽 E-say English 대표)

- 재생에너지사업 발전 및 지속가능한 발전 촉진

(마용 북경 아오커루이핑기전기술 유한공사 총감)

- 창의적 콘텐츠 서비스의 시대

(김현욱 플래닝 코리아 이사)

- 중국 공예품 수출입 총공사 소개

(마오단 중국공예품수출입총공사 총경리)

(2) 발표의 주요 내용

□ 한중 서비스 무역현황

○ 세계시장에서 한중 서비스교역 현황

- 중국의 서비스교역은 2,870억 달러 규모로, 전체 시장의 4.5%

- 한국의 서비스교역은 1,300억 달러로, 전체 시장의 2.0%

○ 2000년대 한중 양국간의 서비스산업 무역규모는 지속적으로 확대

- 대중국 총 수출입 대비 서비스산업 비중은 각각 10.2%, 13.3% 수준

- 업종별 보면,

- 수출의 경우 운송서비스(61.8%), 여행서비스(15.9%)의 비중이 높으며, 사업서비스는 수출이 빠르게 늘어나는 추세를 보임
- 수입의 경우 사업서비스(49.8%), 여행서비스(24.4%)의 비중이 높으며, 사업서비스의 증가율이 높게 나타남

□ 한중 서비스산업의 협력방향

○ 양국 산업현황에 기반한 협력 필요성

- 자국의 산업경쟁력 제고를 추진하는 중국
 - “12.5 계획”을 통해 서비스산업의 경쟁력 제고 추진
 - 사회경제적 변화에 따라 서비스산업의 시장 확대와 다양한 서비스 수요 예상
- 시장의 글로벌화에 대응하려는 한국
 - 글로벌화되는 세계시장에 대응하며, 내수시장의 한계 극복
 - 일부 서비스업종에서 경쟁력 확보

○ 산업협력의 추진방향

- 양국 산업에의 이해를 전제로 한 협력 가능 분야 선정
 - 중국의 경우 “12.5 계획”을 통해 생산자 서비스와 소비자 서비스 육성 추진
 - 한국에서는 지식서비스 육성을 위해 R&D 등 다양한 형태의 지원정책 시행
- 협력 확대를 위한 제도적 틀 마련
 - 진입규제, 영업규제 등의 개선 노력
 - 양국간 투자환경 개선을 통한 투자 확대
 - 지식재산권 보호에 대한 양국간 공조 강화

※ 발표자료 첨부

2. 북경 롯데마트 방문

면담자 : 허승무 롯데마트 Finance Director

방문일정 : 5월 31일

주요 논의 내용

- 롯데마트는 진출 초기의 어려움에서 조금씩 벗어나 최근 몇몇 지점에서는 흑자를 보이고 있으며, 지점확장 계획을 세우고 있음.
- 우리나라 유통업체의 중국진출 성과가 아직까지는 부진한데, 이는 중국 유통시장의 법적·제도적 장벽 때문이기보다는 업체간 치열한 경쟁 및 국내 유통업체의 중국진출 전략 실패 등에 주로 기인함.
 - 2004년 말 중국 유통시장이 전면 개방된 이후 외국기업의 단독 출점이 가능해지면서 점포 개설 및 운영과 관련된 제도적 장벽이 없어졌을 뿐만 아니라, 중국 유통업체들은 정부의 가격통제를 많이 받아 외국업체보다 오히려 규제를 더 많이 받고 있음.
- 따라서 제도적 측면보다는 유통업체간 치열한 경쟁 및 국내 유통업체들의 중국진출 전략에 문제가 있는 것으로 보임.
 - 롯데마트 진출 지역은 대체로 동부 대도시 위주인데, 이 지역들은 이미 까르푸, 월마트 등의 글로벌 유통업체와 중국 본토 유통업체들이 선점하고 있는 상황이어서 이들과의 경쟁이 우리나라 유통업체에게 크게 부담으로 작용한 것으로 보임.
 - 대도시의 경우 임대료와 임금이 상대적으로 더 높게 상승하고 있는데, 이 같은 비용 상승도 유통업체의 수익성을 압박하는 요인이 되고 있음.