

우리나라 서비스기업의 대중국 진출전략 관련 조사

- 조현승 연구위원(서비스산업연구센터)

I. 출장개요

- 출장자: 조현승
- 출장국가: 중국 (북경)
- 출장목적: 우리나라서비스기업의 대중국 진출전략 관련 전문가 면담
- 출장기간: 2011.05.31 - 2011.06.02
- 방문기관

방문기관	면담자
재정무역경제연구소	Xia Jiechang(director of Department of Service Industry)/Liu Yi(Assistant Research Fellow)
북경삼성경제연구소	권성용 수석연구원
코트라 북경대표부	박한진 부관장, 문은혜 과장
롯데마트	김건식 과장

1. 재정무역경제연구소, Xia Jiechang(director of Department of Service Industry)/Liu Yi(Assistant Research Fellow)

경제의 서비스화와 중국의 서비스산업

질문

○ 세계적으로 경제의 서비스화가 진행 중이다. 한국에서도 서비스화가 큰 이슈인데, 한국 서비스산업의 약한 경쟁력이 문제로 지적받고 있다. 중국에서도 서비스산업의 비중이 높아지고 있는 것으로 알고 있다.

○ 중국경제의 서비스화에 대한 평가 및 전망은?

- 보다 구체적으로, 현재 중국서비스산업의 경쟁력을 전반적으로 평가하고, 글로벌 경쟁력이 있는 업종과 취약한 업종은 어떤 업종인가? 또한, 향후 경제의 서비스화가 어떻게 진행될 것인지 궁금하다.

○ 중국서비스산업 발전에 가장 큰 영향을 주는 사회트렌드는?

- 고령화, 도시화, 환경친화적 사회 등. 이 트렌드들이 영향을 주는 서비스 부문은?

답변

○ 중국에서 서비스산업의 부가가치 창출 비중은 44%이고 고용에서 차지하는 비중은 35%에 불과하므로, 아직 경제의 서비스화가 많이 진행되지 않은 상황이다. 경제의 서비스화가 시작단계에 있다고 할 수 있다.

○ 특별히 경쟁력이 있는 서비스업종은 존재하지 않는다. 다만, 비교우위를 본다면, 노동집약적인 전통서비스업의 비교우위가 높은 반면 지식서비스(S/W, 금융, 설계, IT 등)의 비교우위가 낮다.

○ 지금 중국은 고학력화로 인한 대졸실업자의 증가로, job mismatch가 심각하다.

중국정부의 정책변화

질문

- 중국 정부는 수출주도형에서 내수위주 성장으로 기조를 전환하고 있는 중으로 알고 있다. 또한, 양고일제 상품수출을 지양하고 고부가가치화를 목표로 하고 있다.
- 이러한 정책기조 변화로 어떠한 서비스업종이 수혜를 받을 것으로 예상되나?
 - 즉, 향후 전망이 밝은 서비스업종은 무엇인가?
 - 외국기업의 입장에서 중국진출 전망이 밝은 업종은 무엇인가?
- 외국 서비스기업 유치에서 중국정부 및 재계에서 특별히 선호하는 서비스업종이 있는가?
 - 중국이 유치하기를 원하는 한국 서비스기업이나 업종은?
- 중국은 시장경제가 성숙한 국가들에 비해 아직 국가의 역할이 더 크다고 볼 수 있다. 그러나 점진적으로 시장의 기능이 커질 것으로 예상하는 전문가들이 많다.
 - 이러한 변화가 향후 외국 서비스기업의 중국진출에 어떤 영향을 줄 것으로 예상하나?

답변

- 중국은 소득증가, 도시화, 고령화 등으로 내수가 서비스산업을 중심으로 크게 증가할 것으로 예상된다.
 - 중국사회과학원의 연구에 의하면, 도시인 한명의 소비량이 5명의 농어촌민 소비량과 비슷하며 도시화가 1% 진행되면 GDP 1% 증가 시 서비스산업의 비중이 0.8% 증가하는 것으로 조사되었다.
 - 보건 및 양로관련 업종의 수요도 크게 증가할 것으로 예상된다.

- 최근 도로 및 항만 등 사회간접자원에 대한 투자가 활발히 진행 중이며, 이에 따라 여행과 물류 등의 업종이 크게 발전할 것으로 예상된다.
- 중국의 젊은 세대는 기성세대와 소비패턴이 크게 다르다. 소비성 사치재에 대한 소비가 증가할 것이다.
- 중국정부가 정책적으로 육성하려는 서비스업종으로는 물류와 교통이 가장 대표적이다.
- 이 밖에도 문화, 공업설계, 여행서비스 등에도 투자를 계획하고 있다.
- 저탄소발전 및 에너지 절감과 관련하여 환경관련 서비스에 대한 투자도 증가할 것인데, 아직까지는 쓰레기분리수거를 통한 자원 재활용에 집중되어 있다 (즉, 아직은 초기 단계)
- 중국정부는 중국의 기간서비스를 당분간 외국 개방하지는 않을 것이다. (이는 중국뿐만 아니라 다른 국가도 비슷할 것이다)
- 금융, 통신, 전력서비스 등은 외국기업에 개방하지 않을 것이다.
- 한국기업에게는 문화산업과 건강(미용, 성형 등) 관련 업종의 진출을 기대하고 있다.
- 중국이 자국기업을 지나치게 보호하고 있다고 하지만, 유통서비스에서는 자국기업이 오히려 역차별을 받고 있다.
- 중국 유통기업은 물가안정 등의 이유로 강한 가격통제를 받고 있다.
- 고령화와 핵가족화

질문

- 세계적으로 고령화가 중요한 이슈이고, 한국에서도 고령화가 심각한 문제로 부각되고 있다. 중국에서도 1979년 시작된 1가구 1자녀 운동의 영향으로 조만간 고령화 문제가 경제 및 사회에 큰 부담으로 작용할 것으로 예상된다.

- 고령화가 중국경제 성장에 장애요인으로 작용할 것으로 예상하나?
- 만약 그렇다면, 이 문제에 대한 중국정부의 대응 방안은 무엇인가?
- 일반적으로 고령화가 많이 진행된 국가들은 연금과 같은 사회보험이 제도화되어 있다. 중국의 사회보험 관련 현황과 전망은?
- 또한, 민간보험(사보험) 시장은 어떠한 상황인가?
- 고령화가 국민경제에 여러 가지 측면에서 부담으로 작용하지만, 고령친화 산업과 같은 분야는 전망이 밝을 것으로 예상된다.
- 중국의 고령친화 서비스의 현황과 전망은?

답변

- 우선 고령화에 대한 전망 자체가 불투명하다. (특히, 고령화 속도)
- 고령화가 중국 경제발전에 걸림돌이 될 가능성은 많지만, 성장과 관련된 변수가 너무 많아 아직 전망하기에 이른 감이 있다. 10-20년 후에 평가가 가능할 것이다.
- 중국정부에서도 고령화와 관련된 문제에 많은 신경을 쓰고 있다.
 - 퇴직제도 변경(정년연장), 출산장려(1가구 1자녀에서 1가구 2자녀로), 양로보험 등 제도를 정비하고 있으며, 노동집약형에서 지식집약형 생산구조로의 전환을 꾀하고 있다.

□ 기타

질문

- 소득증가와 자녀수 감소로 인해, 교육관련 서비스가 크게 성장할 것으로 예상된다.
- 중국에서도 한국과 같이 사교육 열기가 높은가? 만약 그렇다면, 주로 어

는 분야에 대한 사교육이 가장 핵심적인가? (한국에서는 초중고 교과과목 전체 대상 사교육시장이 매우 크지만, 특히, 외국어 사교육의 비중이 높다)

○ 최근 중국에서 환경문제 및 지속가능한 발전(에너지 관련)에 대한 관심이 높아지고 있는 것으로 알고 있다. 따라서 환경 및 전력 관련 서비스의 전망이 밝은 것으로 알고 있다.

- 환경관련 서비스 중에서 중국정부가 특히 더 강조하는 분야가 있는가?

- 스마트그리드와 같은 전력관련 서비스에서 외국기업의 진입이 가능한 부분이 있는가?

답변

○ 중국에서도 사교육 열기가 높다. 예체능 뿐만 아니라 학교수업에 대한 보충학습 관련 사교육이 가구별이나 학원 등을 통해 활발히 진행 중이다.

- 고등학교 진학 이전에는 예체능과 올림픽수학(수학 경시대회) 관련 사교육의 비중이 높고, 고등학교 진학 이 후에는 대학 진학 관련 사교육의 비중이 높아진다.

○ 공공부문의 서비스는 자연독점의 가능성이 높다. 따라서 외국기업에 전면적 개방은 불가능하다.

- 다만, S/W는 AS 등의 문제로 인해 중국제품보다는 글로벌 경쟁력이 높은 제품을 구매하고 있다.

- 법률 회계 등에도 외국기업이 많다.

2. 북경삼성경제연구소, 권성용 수석연구원

- 질문지를 중국 재정무역경제연구소와 유사하게 작성하여 출장 1주일 전 송부하였으나, 각 질문별 답변보다는 전반적인 중국 서비스시장에 대해 설명하는 방식으로 답변하였음.
 - 중국 서비스산업이 아직 초기단계이므로 각 세부사항에 대한 답변이 어렵다는 설명이 있었음.
- 이하에서는 북경삼성경제연구소의 중국서비스산업에 대한 견해를 정리
- 경제의 서비스화와 중국의 서비스산업
- 아직 중국의 서비스산업은 미성숙 단계이며, 통계의 불확실성도 높은 상황임.
- 중국 정부의 서비스산업 관련 정책
- 중국 정부는 수출주도형 경제에서 내수중심의 경제로 전환을 시도하고 있음.
 - 2008년도 글로벌 외환위기 이후 이러한 정책기조가 더 강화됨.
- 중국 정부가 서비스산업에 대해 개방의 수위에 대해 매우 조심스럽게 접근하고 있음.
- 외국 기업이 중국에서 성공적으로 수익모델을 창출하기가 매우 어려운 상황임.
- 유망서비스 업종
- 전반적으로 서비스산업의 중국진출에 회의적임.
- 제조업 지원 서비스는 지속적으로 진출하여 수익을 창출할 수 있을 것으

로 예상됨.

- 대표적으로 물류서비스를 들 수 있음. 그러나 물류도 한국기업 내부거래와 중국 내수 물류로 구분할 경우, 중국 내수물류에는 진출이 어려움.
- 현대해상, 삼성생명, 삼성화재 등 국내 보험사들이 단체보험 위주로 매출을 올리고 있음.
 - 최근 중국의 낙후된 보험서비스에 경쟁을 유도하기 위하여, 보험시장을 부분적으로 개방할 수 있다는 관측도 있음.
 - 그러나 외국기업에 보험시장이 개방된다 하더라도, 우리나라 보험사가 글로벌 보험사와 경쟁하여 중국내수에서 큰 수익을 창출하기는 어려울 것임.
 - 결국 현재와 같이 국내기업을 대상으로 한, 단체보험 위주의 영업이 지속될 것으로 예상됨.
- 제조지원 서비스가 아닌 업종에서는 도소매·음식과 같은 유통업이 가장 활발할 것으로 예상됨.
 - 중국 유통업체는 정부의 가격통제가 강하여 상대적으로 외국기업의 진출이 용이함.
- 중국정부는 한국기업 중, 디자인과 문화콘텐츠 관련 기업의 투자에 관심이 높음.
 - 세려된 디자인을 통해 중국 공산품의 저가 이미지 탈출 등을 모색하고 있음.
 - 현재 중국의 문화산업은 중국의 다양한 콘텐츠(자연환경, 문화유적 등)를 상품화할 수 있는 기술이 부족하다는 인식이 강함.

3. 코트라 북경대표부 박한진 부관장, 문은혜 과장

질문

우리나라 서비스기업의 진출현황

○ 현재 가장 활발하게 중국에 진출하고 있는 서비스업종은 물류로 알려져 있으며, 온라인 게임을 포함한 문화콘텐츠와 유통의 일부분(홈쇼핑 등)도 성공적으로 진출한 것으로 알려져 있다.

- 이 밖에도 중국 성공적으로 진출하여 영업성과를 내는 업종이 있는가?

○ 각 업종의 진출 규모와 매출 규모 및 이익 수준을 개략적으로 집계 가능한가?

- 대형기업 위주의 업종과 중소기업 위주의 업종 등으로 구분이 가능한가?

답변

○ 국내기업 대상 물류, 음식 유통, 온라인 게임을 포함한 문화콘텐츠 외에는 사실상 없다고 보아도 무방할 수준임.

- 한국음식이 고가임에도 불구하고 중국소비자에게 인기를 얻어, 많은 요식업체가 중국에서 성공적으로 수익을 창출하고 있음.

- 롯데마트와 같은 대형 유통기업이 이익을 내고 있으나, 대부분의 서비스기업은 좋은 성과를 내지 못하고 있는 상황임.

○ 우리나라 기업의 진출규모 파악에 어려움을 겪고 있음.

- 현재 기업 대상 서베이 자료에 의존하고 있으나, 현재의 인력으로 정확하게 파악하는 것은 무리가 따름.

애로요인

질문

- 중국진출에서 많은 애로요인이 있는 것으로 알려져 있다.
 - 가장 큰 애로요인은 무엇인가? (중국정부의 규제 및 정책, 수출인프라 부족, 경쟁격화 등)
 - 물론 애로요인은 업종에 따라 다를 것으로 생각된다. 대표적인 업종과 사례는 어떤 것을 들 수 있나?
- 중국은 다른 국가에 비해 외국기업에 배타적이고 잠재규제(latent regulation)이 많은 것으로 알려져 있다.
 - 이러한 규제나 정책이 제조업과 서비스업에 다르게 영향을 주는가? (서비스업에 더 강한 제약요인으로 작용하는 부문은 어느 쪽인가?)
 - 이러한 규제에 가장 큰 영향을 받는 서비스업종은 무엇인가?
- 외국 기업에 대한 규제가 완화될 경우, 수혜를 많이 받을 업종은 무엇인가?
 - 예를 들어, 의료기관의 외국인 투자한도 제한이 없어질 것이라는 발표가 있었는데, 이 경우 우리나라 의료기관의 진출도 지금보다는 활발해질 것으로 예상된다.

답변

- 독립법인 설립으로는 다양한 규제와 경쟁을 극복하고 수익모델을 만들기 어려운 상황임.
 - 중국 및 다른 외국기업에 비해 중국시장에서 경쟁력있는 국내 서비스기업이 많지 않음.
- 또한, 중국의 규제는 파악조차 쉽지 않을 정도로 많고 다양함.
 - 예를 들어, 산부인과의 경우, 우리나라 의료기관에게는 분만 허가를 내주지 않아 수익창출이 불가능함 (자연분만은 3만 5천위안, 제왕절개는 5

만 5천위안으로 분만에서 큰 수익을 낼 수 있으나, 분만허가를 주지 않음)

- 중국의 서비스산업은 아직 충분히 성숙하지 않은 상황이며, 이에 따라 외국기업의 진출이 어려운 상황임.
- 특히, 제조업에 비해 전반적으로 경쟁력이 낮은 것으로 알려진 우리나라 서비스 기업의 중국진출은 제조업에 비해 부진할 수 밖에 없으며, 제조 지원 서비스 중심의 진출이 지속될 것임.

□ 향후 전망

질문

- 단기간(약 5년 이내)에 대규모 진출이 예상되는 업종은?
 - 삼성SD는 승차권발매 자동화시스템(AFC) 사업을 발판으로 향후 요금정산센터 등 연관사업과 주차관리 시스템, U-City 사업 등 SIE(Social Infrastructure Engineering) 관련분야로 사업 기회를 확대할 예정이라고 알려져 있다.
 - 이러한 수준의 대규모 기업의 현재 진출계획이나 향후 가능성은 어느 정도인가?
- 구체적인 내용이 아니더라도, 중장기적으로 (약 5년-10년 이후) 진출이 유망한 분야를 뽑는다면?
 - 예를 들어, 중국도 고령화가 빠르게 진행되므로 고령친화서비스가 유망할 것으로 예상된다. 그러나 우리나라의 인건비와 서비스기업의 경쟁력 등을 고려하면, 중국진출 전망이 반드시 밝지만은 않은 것 같다.
 - 우리나라 교육서비스나 의료서비스 등의 중국진출 전망은 어떠한가?
 - IT서비스에 대한 중국 내수는 크게 상승할 것으로 예상된다. 그러나 중국정부의 자국기업 우대가 매우 강하다는 점을 고려하면, 우리나라 기업에게 기회가 충분치 않을 수 있다. 삼성SDS의 사례에서와 같이, 우리나라

라 기업이 수익을 창출할만한 틈새시장을 찾는다면 어느 분야가 있나?

- 소득증가로 문화 및 레저에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 우리나라는 중국과 문화권이 같으므로, 상대적으로 미국이나 유럽 국가들에 비해 중국 내수시장에서 경쟁하기에 유리할 것이라는 추측도 있다. 그러나 한편으로는 중국 시장의 특수성(저작권보호 미흡, 문화적 배타성 등)으로 인해 많은 이익을 창출하기 어려울 것이라는 주장도 있다. 이 부분에 대한 생각은?
- 요즘 중국에서도 환경문제에 대한 정부의 관심이 높아지고 있다. (얼마전, 11차 5개년 계획에서 이미 2010년까지 GDP 단위당 에너지소모를 20% 감소시키는 목표를 설정한 바 있다) 이로 인해, 환경 및 에너지 관련 서비스가 유망하다는 추측이 있으나, 외국기업에 대해 배타적인 규제에 의해 우리나라 기업의 진출이 어려울 것이라는 주장도 있다. 이 부분에 대한 생각은?
- 북경과 상해에 가장 많은 한국기업이 진출해있다. 내륙(서부)개발과 함께 이러한 지역적 편중이 약해질 것이라는 주장이 있다.
 - 그러나 여전히 중국경제의 중심이 동부연안이고 구매력 격차가 축소되기까지는 긴 시간이 소요되므로 우리나라 기업의 진출은 북경이나 상해로 계속 집중될 것이라는 주장도 있다. 이 부분에 대한 예상은?

답변

- 중국에서 금융, IT, 전력서비스 등의 수요가 증가할 것으로 예상되지만, 이러한 분야를 외국기업에게 개방할 가능성은 매우 낮음.
- 또한, 교육 및 의료서비스와 고령친화서비스에 대한 수요도 증가할 것으로 예상되지만, 외국기업의 진출은 쉽지 않을 것으로 예상됨.
 - 단, 의료서비스나 건강관리 및 미용 관련 서비스에서는 합작형태로 진출 확대가 가능할 것으로 예상됨.
- 국내에서 중국시장에 대한 기대가 높으나, 외국기업의 중국 서비스시장

진출은 제조업에 비해 더 어려움.

- 제조업에 비해 규제가 많고 중국 소비자의 기호를 파악해야하므로, 제조업에 비해 진출이 더 어려움.
- 중국이 육성하려는 업종에 중국 기업과 파트너십을 활용하는 방안을 적극적으로 활용해야 기회가 있음.
- 최근 한류의 인기로 한국 문화콘텐츠에 대한 관심이 높아지고 있으나, 아직까지는 안정적인 수익모델 창출에 성공했다고 보기 어려움.
- 저작권 보호가 충분하지 않은 중국의 상황을 고려하면, 수익모델 창출이 쉽지 않을 것으로 예상됨.

4. 롯데마트, 김건식 과장

- 현재 한국 유통업체 중, 가장 성공적으로 중국시장에 진출하였음.
- 이마트 등 다른 업체들이 고전하고 있는 반면, 롯데마트는 많은 지점에서 이익을 창출하고 있음.
 - 매장도 지속적으로 확장하고 있음.
- 롯데마트가 성공적으로 진출한 가장 큰 이유로는 현지화 전략을 들 수 있음.
 - 기존 유통업체 M&A를 통해 중국진출을 시작하였기 때문에, 큰 어려움 없이 상품을 공급받을 수 있는 유통 채널을 확보하였음.
- 중국인의 기호에 맞는 매장 구성을 시도한 것도 성공요인임.
 - 상품의 구성이나 수량 등을 철저히 현지화 하였음. 이로 인해, 한국상품의 구성비는 낮은 상황임.
- 향후, 대도시뿐만 아니라 중소도시에도 적극적으로 진출할 것으로 예상된다.