

## “장강삼각주 지역 물류업과 우리 기업의 진출”

KIEP 중국권역별성별연구단  
노수연 초청연구원



### 인터뷰 배경

세계 각국의 중국시장진출이 더욱 치열해지면서 ‘물류와 유통을 장악하는 자가 중국에서 성공한다’는 말이 나올 정도로 물류와 유통의 중요성이 커지고 있다. 한국물류업체로서는 드물게 초기 중국 물류시장에 진출해 성공적으로 영역을 넓혀가고 있는 범한판토스의 화중지역담당 겸 상하이 보세구 법인장인 김병록 부장은 ‘2008년도 상하이보세구 선정 10대 우수기업인상’을 수상하는 등 중국 물류시장에서 눈부신 활약을 보이고 있다. 김병록 부장과의 인터뷰를 통해 중국 및 장강삼각주 지역 물류업의 현황을 살펴보고, 진출을 희망하는 우리 기업들을 위한 조언을 들어본다.

Q. 한국 기업의 중국 및 장강삼각주 지역 물류업 진출 현황은 어떻습니까?

A. 현재 중국에는 범한판토스를 비롯해 대한통운, 글로비스 등 한국의 주요 대형 물류업체들이 모두 진출한 상황입니다. 중국은 WTO 가입 이후 지난 2004년을 전후하여 물류시장을 확대 개방하였는데, 이후 많은 물류기업들이 적극적으로 중국 시장에 진출하여 현재 장강삼각주 지역에도 약 150여개의 한국계 물류기업들이 활동하고 있는 것으로 파악되고 있습니다. 물론 중국내 로컬 대형 물류업체와 비교하기에는 아직 그 규모나 영향력이 미미하지만, 현재 네트워크(Network) 확장 및 경쟁력 제고를 위하여 노력하고 있습니다.

그 외에도 KMI(한국물류연구소)와 무역협회, KOTRA 등 관련 기관들이 상하이를 비롯하여 대도시를 중심으로 진출해 있으며, ‘소상품(小商品)집산지’로 유명한 저장(浙江)성 이우(義烏) 지역에는 통계에 잡히지 않는 많은 소규모 물류업체들이 존재하고 있습니다.

Q. 한국과 비교할 때 중국 물류시장의 가장 큰 특징은 무엇입니까?

A. 우선 시장의 규모가 거대합니다. 올해(2010년) 중국의 물류시장 규모는 약 7천억불 규모로 추정되며, 이는 중국 GDP의 15% 규모에 해당됩니다. 여기에 상대적으로 낙후된 내륙 물류 활성화를 위하여 매년 1천억 불 이상의 대규모 인프라(Infra) 투자가 진행되는 뜨거운 용광로 같은 시장입니다.

이처럼 거대한 규모에도 불구하고 상대적으로 통일된 룰(Rule)이 적용되지 않기 때문에 이에 따른 위험과 기회가 함께 존재하는 시장이라 말씀드릴 수 있습니다. 또한 지속적인 시장 개방정책을 통하여 외자기업의 활동 범위가 예전보다 넓어진 것은 사실이나, 아직까지

라이선스(License) 부분에서 보이지 않는 차별이 존재하고 있는 것도 사실입니다.

Q. 귀사는 올해로 중국 진출 만 12년째인 중견 기업으로서, 화북, 화중, 화남지역에 3개 사업부 운영과 상하이, 천진, 청도를 포함한 30여개 도시에 자체 물류 네트워크를 갖춰 전 방위 원스톱 물류서비스를 제공하고 있는 것으로 알고 있습니다. 중국 전국을 대상으로 사업 하시면서 혹시 지역별 차이점이 느껴지시는지요? 장강삼각주 지역은 어떻습니까?

A. 중국의 대표적인 대도시인 베이징과 상하이를 비교해 보면, 어떤 사안에 대한 정책 적용 여부를 문의할 때 베이징은 “看情况, 상황을 두고 보자”라는 답변이, 상하이는 “看规定, 규정을 확인해보자”라는 답변이 많다고 합니다. 정치·외교의 중심도시인 수도 베이징은 인맥과 그때그때 상황에 따른 자의적인 활용이 상대적으로 보편적인 반면, 금융과 무역의 중심지로 성장한 상하이는 정책(Policy)과 룰(Rule)이 우선되는 곳이라는 표현입니다.

일례로 상하이 지역은 매년 세관수사기관(緝私科)을 통한 기업의 불법 통관 행위 여부 감사가 정기적으로 시행되고 있는데, HS코드(국제통일상품분류체계, Harmonized Commodity Description and Coding System) 임의 적용 등의 사유로 감찰기관에 신고된 업체에 대하여는 로비 요청 자체가 감찰과로 이관되는 등 철저한 룰(Rule) 위주의 적용이 이루어지고 있습니다.

Q. 우리 기업이 적극 활용할 만한 중국의 물류 관련 정책이 있으면 소개해 주십시오.

A. 가장 대표적인 제도로 ‘보세물류원구(保稅物流園區, Bonded Logistics Park)’를 들 수 있습니다. 보세물류원구는 기존의 보세구와는 다른 형태로, 현재 중국 내에는 국가급 물류원구 15개가 존재하며 그 성격은 홍콩과 유사합니다. 즉 일반적으로 지불(payment)과 물자(material)가 같은 방향으로 이동하는 것이 원칙이지만, 물류원구에서는 제3자가 다른 화폐로 대금을 지급할 수 있습니다.

일례로 쑤저우(蘇州)보세물류원구에는 별도로 세관이 존재하는데, 이 지역에 들어오는 상품은 제3국으로의 수출이 되는 셈이기 때문에 부가가치세(VAT)가 차후에 환급되는 것이 아니라 처음부터 해외거래로 분류되어 부가가치세가 붙지 않는 시스템입니다. 따라서 만약 상하이시의 A사가 쑤저우보세물류원구에 물건을 팔면 이는 수출로 간주되고, 이를 다시 쑤저우의 B사가 산다면 국외수입으로 간주되어 비록 국내에서 모든 거래가 이루어졌음에도 해외수출입이라 면세 구매가 가능해지는 것이죠. 이와 같은 중국만의 독창적인 보세단지 제도가 언제까지 갈지는 미지수이지만, 한국 물류업체들도 이 제도를 적극적으로 활용하는 것이 유리하며 실제로 그렇게 하고 있습니다.

Q. 우리 물류기업의 중국 진출을 지원하기 위해 우리 정부가 어떻게 해야 할까요?

A. 과거 "동북아허브구상"이 발표되면서 2007~2008년경에 국외물류펀드 등을 통한 해외주

요거점에 대한 거점 확보 및 물류단지참여 등의 타당성 검토가 있었습니다. 얼마 전에도 국책연구기관 등을 중심으로 “중국 내수 물류단지 건설” 등에 대한 타당성 검토 등이 있었으나 실효적인 결과는 없는 것 같습니다. 개별기업이 나서기 어려운 대규모 인프라 확보 및 거점 확보 사업 등에 정부의 지원이 뒤따른다면 고무적인 계기가 될 수 있을 것으로 판단합니다. 또한 외국기업에 제한적인 중국 물류 관련 정책에 관한 정부차원의 해결책 마련과 관련 중국정부 기관에 대한 정책 창구 역할 등이 뒤따른다면 좋은 효과가 나올 것 같습니다.

Q. 향후 중국에 진출하려는 우리 기업들을 위해 특별히 해주고 싶으신 조언이 있으신지요?

A. 중국은 그 유구한 역사와 방대한 규모에서 볼 수 있듯이 그 시장을 한 마디로 정의할 수 없습니다. 중국에서 진출하고자 하는 지역시장에 대해 실증적인 태도에 입각해 충분한 사전 조사를 해야 만이 실패를 최소화 할 수 있음은 이미 많은 분들을 통하여 강조된 사항이라고 생각합니다. 진출 초기에 감내해야할 작은 실패에 대한 두려움을 떨쳐버릴 수 있다면 중국은 우리 한국기업에게 있어서 가장 매력적이고 새로운 성장의 기반을 제공하는 시장이 될 수 있다고 생각합니다.