

중국 내수시장 진출 성공사례와 유망산업 소개

- 윈윈차이나(주) 대표 승병근 -

<http://www.winwinchina.co.kr>

E-mail: winwinchina@gmail.com

Tel : 한국 02-3401-8662
011-243-2060
중국 86-1380-163-6587

저서 : 중국 내수시장과 通하라



Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

1. 중국 크린랩 소개

- (1) 중국 크린랩 현황
- (2) 중국 30개 거래처 현황

2. 성공요인 분석

- (1) 첫 단추를 잘 꿰어라
- (2) 3M (Material, Money, Manpower)
- (3) 대리점 방식은 거의 불가능
- (4) 화통점정 : 수금 100%의 위탁거래방식 개발

Part II. 중국 내수시장 유망산업 소개

1. WTO 이후의 중국 경제

- (1) 세계 최대의 경제권 부상
- (2) 중국 내수시장과 통하라

2. 블루오션 CHINA

- (1) 기회의 땅 중국
- (2) 중국에서의 한류
- (3) 중국에서 일본은 없다

3. 중국진출 유망산업 소개

4. 블루오션으로 뛰어들자

*별첨. 윈윈차이나(주) 소개

Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

1. 중국 크린랩 소개

(1) 중국 크린랩 현황

- 1993 ~ 1994년 : 기초조사 및 시장조사
- 1995년 1월 : 상해 크린랩(합작) 설립 (* 초기 자본금 : 100만 달러)
- 1997년 : 공장 건설 (12,000 평방미터), 판매 개시
- 1997 ~ 1999년 : 상해, 북경, 광주 영업소 개설
- 2008년 현황
 - 자본금 : 600만 달러
 - 매출액 : 1000만 달러 (매년 30% 이상 성장)
 - 중국 전역 30개 대도시 위탁거래처 확보(현재 45개 도시)
 - 북경(14) : 하얼빈, 심양, 연길, 장춘, 대련, 청도, 제남, 태원, 우루무치, 천진, 킬림, 랑방, 석가장, 서안
 - 상해(7) : 성도, 중경, 무한, 남경, 소주, 항주, 영파
 - 광주(6) : 심천, 동관, 장사, 곤명, 주해, 복주
- 중국 전지역 대형할인점에 입점한 3대 한국상품 중 하나임

1. 중국 크린랩 소개

(2) 중국 30개 거래처 현황



Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

2. 성공요인분석

(1) 첫 단추를 잘 꿰어라

철저한 기초조사

- 가능한 충분한 시간을 가지고 다각도로 사업 타당성 조사
- 현지 공관, 한국 기업들의 성공, 실패 사례 분석 검토 필요
- 경험이 많은 컨설팅 회사를 통한 심도 있는 상세 조사

타당성 검토

- 장,단기 사업 계획 철저 준비
- 판매 지역, 판매 대상, 판매 방법의 명확한 구분
- 당사 제품의 정확한 포지셔닝 확정
- 당사 제품의 경쟁력, 성공 가능성 확인

Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

2. 성공요인분석

(2) 3M (Material, Money, Manpower)

a. Material

1. 현지에 맞는 모델 개발과 기술 또는 가격 경쟁 우위에 있는 업종에의 집중

- 한국 제품이 동남아시아 제품 중 비교적 품질 및 가격경쟁력이 우수함
- 특허 나 상표 등록으로 기술 유출 방지 및 권리 확보
- 중국은 짝퉁 제품에서 세계 일류 상품까지 다양함

2. 틈새전략이 가능한 상품 및 가장 한국적인 상품 개발 필요

- 틈새 시장을 찾는 것이 매우 중요
- 한국이 강점을 가미하는 차별화가 가능한 산업
- 가능한 중산층 이상 또는 VIP 마케팅으로 승부
- 세계적 기업이 모두 경쟁하는 중국 시장에서는 정확한 포지셔닝 중요

2. 성공요인분석

(2) 3M (Material, Money, Manpower)

b. Money

1. 장기 투자 및 자금 계획 수립

- 장기적 투자 계획 수립이 성공 확률 증대
- 한번에 올인 전략이 아닌 가능한 분산 투자를 통한 위험 요소 경감
- 정상적 이고 합법적인 기업 경영 (Moral)

2. 선택과 집중 (주유소 습격 사건)

- 지역, 거래 방식, 거래처 집중
- 셀링포인트 집중 공략 방법 연구 (판촉, 광고)
- 브랜드 파워 구축 (중국은 비교적 브랜드 파워 약함)

Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

2. 성공요인분석

(2) 3M (Material, Money, Manpower)

1. 한국 책임자에 권한 부여 및 솔선수범

- 한국 본사에서 중국 현지 상황을 무시한 일방적 업무 지시는 위험
- 상명하복이 아닌 한국인 책임자의 모범이 필수

2. 현지인에 대한 교육과 인격적 대우 필요

- 현지 직원에 지속적인 교육 및 우수 사원 한국 초청견학
- 중국인의 강한 민족 자긍심 → 인격적인 대우 필요
- 현지의 우수한 중국인을 책임자로 육성이 필요

3. 200만 조선족 동포를 잘 활용하자.

- 한국만이 가지고 있는 무한한 인적 자원
- 체계적인 교육과 철저한 검증 후 책임과 권한 부여

c. Manpower

Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

2. 성공요인분석

(3) 대리점 거래 방식은 매우 위험

1. 판매대금 회수가 매우 어려움

- 중국은 전통적으로 유통업이 제조업 보다 우위에 있음 (예: 상하이방)
- 중국은 30 개 성으로 이루어진 독립된, 배타성이 강한 상권 형성
- 업종별 담합이 (카르텔) 일반화 되어 있음
- 특히 외국계 대형 할인매장의 바이어 등 업체의 횡포가 극심함

2. 중국은 대리점 거래 방식은 매우 위험 (중국 투자 실패의 33%)

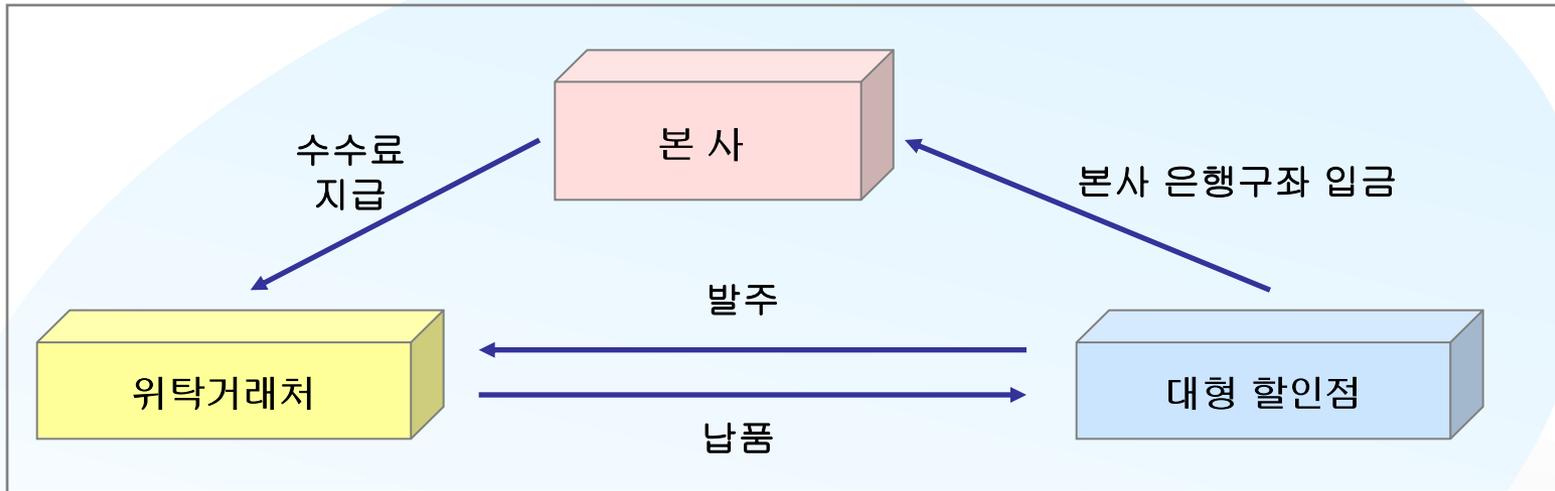
- ■ ■ ■ **부동산은 국가 소유** (소유권이 없고 사용권만 있음)
- 동산이나 현금 담보는 거의 불가능 신용거래가 대부분 차지

3. 처음부터 중국 전역의 총 대리점 권을 주는 것은 실패의 지름길

Part I. 중국 내수시장진출 성공사례

2. 성공요인분석

(4) 화룽점정 : 수금 100%의 위탁거래 방식 개발



▶ 위탁거래처의 역할

- 본사로부터 물품을 인수. 창고에 적재, 보관
- 대형할인점에서 주문이 오면 배송, 납품, 진열, 판촉
- 판촉직원 교육, 판촉 활성화 모색 및 대형할인점 순회
- 판매된 금액은 당사가 할인점으로부터 직접 입금 받아 위탁거래처에 약정된 거래수수료 송금

Part II. 중국 내수시장 유망산업 소개

1. WTO 이후 중국경제

(1) 세계 최대의 경제권 부상

인구	▪ 13 억명
경제규모	▪ 세계 4위의 경제대국 (2007)
총 GDP	▪ 4조 4천억 달러 (2008, 세계 3위)
1인당 GDP	▪ 3300달러 (2008) 1만 달러 이상 4개 대도시
GDP 성장률	▪ 연 10% : ('05)9.8% → ('06) 10.7% → ('07) 10.5%
구매력기준 GDP	▪ 7조 1000억 달러(2006, 세계 2위)
내수시장규모	▪ 약 1조 달러/Year (2007)
국내소비증가율	▪ ('05)12.9% → ('06)13.7% → ('07) 15%
소비시장예측	▪ 2015년 세계 2위의 소비시장(1위: 미국)
외환보유액	▪ 2조 달러 (2007년 세계 1위)
백만장자	▪ 100만불 이상 34만명(2007)
	중산층 6천만명 여유 구매력 1억명

Part II. 중국 내수시장 유망산업 소개

1. WTO 이후 중국경제

(2) 중국 내수 시장과 통하라

유통산업의 선진화

- 3차,4차 산업의 선진화
- 대형 할인매장, 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑의 발달

국가 차원의 지원

- 유통산업의 발달 없이는 성장이 어렵다고 판단
- 국가 차원의 조건 없는 적극 지원
- 세계 3위의 내수시장으로 발전

내수시장 진출 최적기

- 09년 정부에서 4조 위안 내수 시장 활성화에 투입
- 위안화 절상 등으로 시장 진입 최적기
- 한중 FTA 체결시 시장 경쟁력 배가

2. 블루오션 CHINA

(1) 기회의 땅 : 중국



- 한,중,일 동북아의 허브(Hub) -- 한국
절대적인 지형적 위치 (유사이래 최고, 최대의 기회)
샌드위치에 아닌 유리한 점을 살리는 적극적인 사고 필요
- 중국은 한국의 기술력을 필요로 함
- 중국, 한국의 영원한 이웃

틈새 시장도 엄청 크고 상당히 많이 있다

2. 블루오션 CHINA

(2) 중국에서의 한류

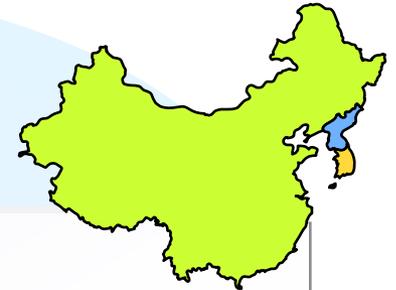


- 한국 브랜드 파워 20% up
- 엔터테인먼트 등 한국의 문화, 예술이 깊이 침투
- 한국에 대한 호의, 친근감
- 일부 양국의 맹 목적적인 국수주의, 이기주의에 문제
- 한류를 오래 유지시키고 발전시켜 나가도록 노력

막대한 광고 및 이미지 개선 효과

2. 블루오션 CHINA

(3) 중국에서 일본은 없다



- 중국에서 일본은 지는 해
 - 일본은 역사적 과오로 중국인들의 호감을 사기 어려움
 - 일본은 중국에서 스킨십 영업이 불가 (대리점 방식 고수)
 - 품질, 가격 경쟁력의 약화로 한국에 시장을 잠식 당하고 있음
- 일본의 기술우위 제품 → 한국의 소비자지향적 제품, 적절한 가격
- IT 분야
 - 처음부터 한국 상품이 우위를 차지하고 있음
 - 중국에서는 거의 경쟁 없이 독자적인 영역을 확보

세계 다국적 기업도 무섭지 않다

2. 블루오션 CHINA

(4) 취업 가이드



- 패러다임의 변화를 빨리 읽어라
세계 최대의 시장, 최고의 기회
중국의 회귀율
- 중국에서 취업을 위한 제언
대기업, 중소기업의 선택
한국, 중국, 조선족 동포의 SWOT 분석
영어는 기본 중국어는 필수 그리고 선택
- 부족한 2%를 채워라 (detail)
책임감
자신감
도전 정신

이웃 중국 시장은 엄청 크고 할 일도 많다

Part II. 중국 내수시장 유망산업 소개

3. 중국 진출 유망산업 소개

원부자재 납품, 판매업

- 세계의 공장인 중국에 진출 기회가 무수히 많음
- 한국의 기술력과 가격 경쟁력이 다른 나라보다 비교 우위에 있음
- 특히 일본이 차지하고 있는 소재, 부품 시장은 경쟁력이 뛰어남

의식주 관련산업

- 의 : 한류를 가미한 우수하고 창의적인 경쟁력 있는 한국 상품이 많음
- 식 : 한국적인 맛과 분위기를 최대한 살리는 고급형, 중급형 요식업
- 주 : 보일러 등 내부설비 판매업 및 아파트 인테리어 설계 및 장식업

생필품, 웰빙 산업

- 생활 용품 등 다양한 소비재 산업
- 화장품 및 여성 용품 판매업
- 각종 건강, 건강 보조 산업 및 웰빙 산업

환경산업, 자원 절약 산업

- 환경문제 관련기술/ 설비산업 (국가의 절대 정책)
- 자원절약 / 에너지 절약 기술 및 설비산업 (국가의 절대 정책)

4. 블루오션으로 뛰어들자!

한국은 동북아에서
중국과 일본 사이에 끼어
있는 샌드위치 형국?



중국이 우리에게 기회냐?
아니면 위협이냐?



**“한국은 위치적으로 중국과
이웃이 되어 행복한 나라이다.
우리는 그 결 불이라도
찍고 싶다.”**



회장

윈윈차이나(주)의 사업 영역



- √ 영업 자문 또는 경영자문
- √ 영업 및 판매 대행
- √ 중국 전역 영업망 개척, 대리점 개척
- √ 대리점 또는 거래처 소개
- √ 전국 물류 망 개척

- √ 창업에 필요한 각종 절차 및 인가 대행
- √ 헤드헌팅 및 리크루팅
- √ 각종 전시회 등 중요 사항 총괄 지원

- √ 한국 회사 영업 자문
- √ 한국 회사 경영 자문 등

SUCCESS

중국에서의
발로 뚫
실무경험

중국 30 개
대도시에
성공적인
영업망 구축

새로운
물류 시스템
구축의
경험 및 노하우

중국 크린랩
을 성공시킨
양업, 경영
노하우

한국 크린랩
을 성공시킨
영업, 경영
노하우

10년간 중국에서 성공 신화 창조

★ Contact Point : 02-3401-8662

011-23-2060

winwinchina@gmail.com