

중국에 진출하는 의료, 헬스케어 업체라면 누구나 겪게 되는 5가지 어려움

Standard 의료, 중국, 중국사업, 중국진출, 중국파트너, 헬스케어



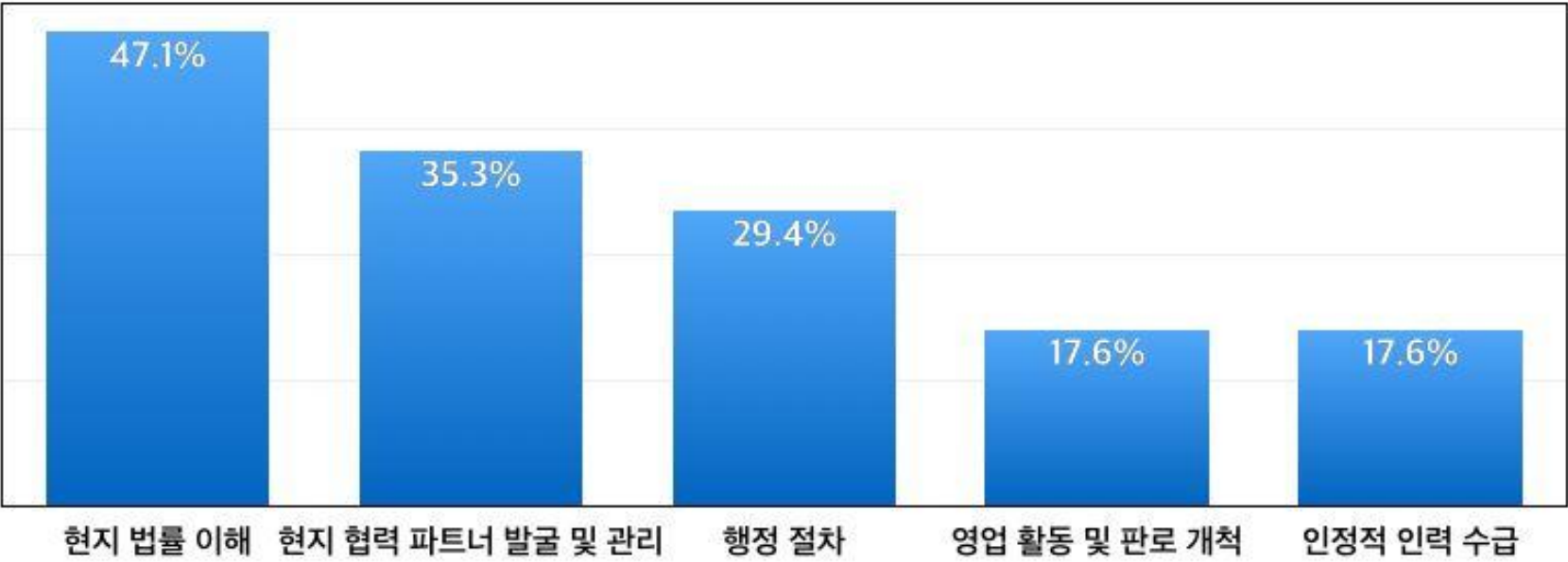
중국인 매력적이다. 꾸준한 경제성장과 더불어 엄청난 규모의 내수 시장은 전 세계 기업들로 하여금 중국에 빠져들게 한다. 중국과 지리적 문화적으로 가깝고, 선진기술과 우수한 상품을 가지고 있는 우리나라 기업들도 중국을 목표로 하여 진출에 열을 올리고 있다.

하지만 중국에서 비즈니스를 해 본 사람들은 한결같이 '중국은 어렵다.'고 토로한다. 한중수교 이후 수많은 기업이 중국과 비즈니스를 해왔음에도 2015년 오늘까지 '중국은 어렵다.'고 말할 수밖에 없는 이유는 무엇일까?

1. 법률과 행정절차에 대한 이해 부족

마치 부부의 이혼사유 중 1위가 '성격차이'인 것처럼 한국과는 사뭇 다른 중국의 법률 체계와 행정절차는 중국과의 결혼생활(비즈니스)를 어렵게 한다. 중국은 지역에 따라 법률의 해석과 적용에 차이가 있다. 잘 알려진 사실임에도 진출 시 법률문제에 대해 충분히 준비하지 못해 문제에 봉착하는 경우가 많다. 한국무역협회 조사에 따르면 중국에 진출한 우리나라 의료기관이 진출 초기 겪는 애로사항 중 '현지 법률에 대한 이해'가 가장 많았고, 그 다음이 행정절차에 대한 어려움이었다.

■ 중국 진출 초기 애로사항 BEST 5



중국 진출에 필요한 법인 설립이나 투자 관련 법률에는 집중하는 반면, 세무와 노무 관련 법률과 마케팅 진행에 필요한 행정절차에 대한 준비가 상대적으로 부족한 경우가 많다. 세무와 노무, 그리고 마케팅 관련 행정 부분은 실제 운영에 직접 연관되어 있기 때문에 진출에 대한 계획을 수립하는 단계에서부터 철저하게 준비하고 학습되어야 한다.

이 부분에서 준비가 부족한 상태로 중국이라는 낯선 환경에서 비즈니스를 진행하면 난관의 연속이고, 관공서에 행정처분의 벌미를 제공하는 상황이 발생한다. 중국 정부도 자국민의 건강과 생명에 영향을 미치는 의료, 헬스케어 분야에서는 법률 적용이 까다롭기 이를 데 없다. 우리나라 대기업이 투자한 병원도 결국 세무관련 이슈로 중국 행정기관의 괴롭힘(?)을 당하다 중국에서 철수했었다. 노무와 세무, 그리고 마케팅과 관련된 이슈를 챙겨줄 확실한 아군을 두고, 중국에서 비즈니스를 하는 내내 철저히 관리하려는 태도가 반드시 필요하다.

2. 자금 문제

중국에서 자리 잡고 정상적인 운영이 되기까지 평균 3년 정도 걸린다. 아이러니하게도 진입 후 3년 안에 철수하는 경우가 제일 많다. 한국에서 아무리 철저하게 준비했다고 하더라도 법률과 문화, 그리고 언어가 다른 나라에서 비즈니스를 하려면 일정 적응기간이 필요하다. 준비기간에는 보이지 않았던 틈새와 중국인이 필요로 하는 서비스들을 발견하는 시점도 대략 이 즈음이다. 중국인의 눈으로 시장을 바라 볼 수 있는 경험이 축적되는 최소한의 시간이다.

하지만, 진출 후 단기적 성과에 급급한 나머지 자금을 마케팅에 과도하게 소진하여 정작 자금이 필요할 때 투자하지 못해 중국에서 현지화에 실패하는 경우가 많다. 자금 운용에 대한 중장기적 계획의 필요성을 강조하는 이유가 여기에 있다. 사업 계획이야 중국에 들어가는 순간부터 수정을 거듭하지만, 일단 초기에는 중국에서 숨만 쉴 정도로 자금을 아끼며 버텨야 한다는 것을 인지하고 있어야 한다. 중국에서는 의욕이 과욕으로 바뀌는 것을 경계해야 한다.

3. 기술 및 디자인 도용

중국을 남의 디자인, 기술을 도용하는 데 거리낌이 없다. 애플, 삼성과 같은 글로벌 기업의 디자인과 기술도 내놓고 쓰는 상황에서 '우리 제품은 쉽게 못 베긴다.', '우리 특허는 쉽지 않다.'는 자신감은 중국에서 만용일 뿐이다. 중국은 상표, 디자인, 상표 모두 속지주의*와 선출원주의*를 원칙으로 하기 때문에 중국 진출을 결심했다면 서비스와 제품에 대한 상표, 디자인, 특허 등에 대한 중국내 등록을 진행하는 것이 필요하다. 도용은 막지 못해도, 도용에 따른 법적 대응을 할 수 있는 가장 기본적인 조치다.

- 속지주의(屬地主義): 한국에 등록된 상표일지라도 중국에서 상표권을 획득하지 않으면 중국에서 법률 보호가 되지 않음

- 선출원주의(先出願主義): 가장 먼저 출원한 사람에게 권리를 부여하는 제도

보통 서비스와 제품 개발 후 중국 진출을 알아보는 과정에서 중국 쪽 회사와 접촉하는 경우가 있는데, 가능한 중국 쪽 접촉 전에 관련 등록을 마무리하는 것이 좋다. 특히 헬스케어 기기의 경우 프로세스와 제공되는 정보의 활용에 대한 노하우를 중국 회사가 파트너십 협의를 핑계로 정보만 얻은 후 도용해 버리는 경우가 비일비재하다.

4. 현지 파트너십

최근엔 합자나 합작형태가 아닌 100% 외자법인 형태로 중국에 진출하는 사례가 많지만, 그래도 중국 쪽 네트워크를 도와줄 현지 파트너는 절실히 필요하다. 다만, 중국 진출을 위한 나름의 계획이 명확해진 이후에 파트너십을 맺을 회사를 리서치할 것을 권한다. 중국 진출이 급한 나머지 중국 쪽 네트워크부터 찾게 되면 자칫 중국 파트너사에 끌려다닐 가능성이 높아진다. 3번에서 말한 것처럼 기술 및 디자인을 도용당할 위험은 물론, 내 서비스와 제품이 중국에서 제 색깔을 내기 어려워질 수도 있다. 서로 도움을 주고받을 수 있는 회사를 찾으려면 우선 내가 무엇을, 어떻게 하겠다는 것이 분명해야 한다.

또한, 파트너십을 맺기 전에 실사를 포함한 2차, 3차에 걸친 검증 작업이 필요하다. '믿을만한 사람이 소개해줬다.'던가 '회사 오너가 판시가 장난이 아니다.'가 파트너십을 맺는 이유가 되어서는 곤란하다.

의료기관은 합자 혹은 합작 형태로 진행되는 경우가 많은데, 대부분 한국 쪽에서 의료진과 의료기술을 지원하고, 중국 쪽 파트너사가 운영과 인허가 문제를 담당한다. 이런 형식은 초기 진출에는 도움이 되지만 한국 의료기관이 중국 의료시장을 제대로 파악하고 병원을 운영하는 데 필요한 노하우를 습득하는 데 제약으로 작용하기 때문에 협의 단계에서부터 염두에 두고 있어야 한다.

5. 중국의 자국 업체 보호

알리바바, 바이두, 샤오미 등이 오늘날의 모습으로 성장하기에는 중국의 자국 업체 보호가 절대적이었다 해도 과언이 아니다. 실제 중국에서 비즈니스를 하다 보면 분명 같은 서류인데도 중국인이 하면 되고, 외국인이 하면 허가가 안 나오는 경우를 겪게 된다. 말이 안 되는 상황인데도 중국에서는 말이 된다. 내 사람을 더 챙기는 중국 특유의 문화에서 생기는 일이지만, 중국에서 비즈니스를 하겠다고 마음을 먹었다면 어쩔 수 없이 수용해야 할 부분이다.

중국이 자국 업체를 보호한다면 하루라도 빨리 현지화를 완성해서 이것을 역이용해야 한다. 의로서비스 불균형과 공공의로서비스 개선이 절실한 중국의 상황을 볼 때 의료, 헬스케어 분야의 비즈니스는 이 혜택을 보다 수월(?)하게 누릴 수 있다.

지금까지 중국에 진출한 한국의 의로서비스 분야를 보면 대부분 성형과 미용에 집중되어 있다. 중국인의 소득증가로 수요가 있는 시장이지만, 중국 정부 차원에서의 관심에서는 다소 거리가 있다. 게다가 중국 현지에서 교류가 소극적이고, '한류' 혹은 '한국식 의료 서비스'를 마케팅의 일환으로 사용하는 것도 조심해야 한다. '한류'와 '한국식 의로서비스'는 잘 사용하면 약이지만 자칫 독으로 돌아온다. 중국인들에게 '우리는 외국에서 왔다'는 것만 강조하면 현지화는 어려워진다.

중국에 진출하기 전에 중국 현재 의료, 헬스케어 분야에 중국 정부가 절실한 부분이 어디인지 찾아야 한다. 한국은 병원 예약 시스템이나 전염병과 성인병 예방 및 관리 시스템을 비롯하여 보건의료에 대한 교육 노하우 등 중국이 필요로 하는 것을 많이 가지고 있다. 이들을 활용한 기술과 서비스, 그리고 제품 등으로 접근해야 한다. 그리고 '한류'보다는 주변 의료기관과 긴밀하게 소통하면서 해당 지역의 보건, 의료시스템 속에 합쳐지려는 자세가 필요하다.

중국인들로 하여금 '우리 것'이라는 생각이 들게 하는 데 성공한다면 중국에서의 성공은 눈 앞에 있을 것이다.