

중국 경제성장의 핵, 도시화 정책과 우리기업의 대응

이창영(중국금융연구원, 대표)

작성일: 2013년 2월 18일

■ 지난 해 개최된 ‘중양경제공작회의’(2012.12.15~16일) 에서 도시화를 공식 언급함

- 매년 중국 공산당과 국무원 주최로 열리는 ‘중양경제공작회의’에서는 그 다음 해 중국의 거시 경제 정책의 기본적인 방향이 결정됨
 - 여기서 결정된 경제 정책의 기본 방향은 관계 부처 회의를 거쳐 구체적인 정책으로 실현됨
 - 매년 이 회의가 주목받는 이유는 중국 정부의 재정 정책과 금융 정책을 예상할 수 있기 때문임
- 금차 ‘중양경제공작회의’에서 주목할 점은 올해 처음 언급된 ‘도시화’ 정책이며 이를 바탕으로 내수 확대를 도모코자 함
 - 중국의 도시화율(전체 인구에서 도시인구가 차지하는 비중)은 51.3%(6억9천만 명)로 10년 전과 비교해 13.6%나 상승, 인구수로는 2억1천만명이 증가
 - 특히 2005년 이후 베이징과 상하이로 대표되는 ‘1급 도시’의 개발속도가 떨어지는 대신 중소도시 개발이 활발해졌고, 이런 붐을 타고 지방 도시화가 빠르게 진행됨
 - ‘중양경제공작회의’에서는 도시화 정책을 내수 확대의 최대 무기로 간주하고 있음
- 도시 인구의 급격한 증가는 인프라 투자의 증가를 의미하며 자금 조달 방식도 전환될 것임
 - 중국 정부는 철도, 도로, 교량, 기타 인프라를 확충하고 도시화 사업을 진행하고 있음. 이를 위해 2020년까지 우리 돈으로 약 7천2백조원을 투입할 계획임
 - 과거에는 정부의 입김을 받아야 했던 은행으로부터 단기 대출로 사업자금을 조달했지만 이번 중국 지도부는 과거 방식은 잘못된 것이며 반복하지 않겠다는 뜻을 내비침으로써 자금 조달방식의 전환을 천명함
- 125규획(2011~2015년)에 따르면 향후 직접금융시장의 비중을 대폭 확대하겠다고 밝힘
 - 향후 5년간 발행될 중국의 지방기업 채권 때문에 중국 채권시장은 세계3위로 올라설 예정임
 - CSRC(중국증권감독관리위원회)의 귀슈청(郭樹清)주석도 중국의 채권시장은 실물 경제의 수요보다 크게 뒤지고 있어 육성할 필요가 있다고 언급한 바 있음

- 향후 채권시장이 확대되면 중소기업과 소비자에 대한 자금공급이 늘어날 것으로 예상되고 있는데, 중국의 중소기업은 GDP의 65%, 세수의 50%, 고용의 80%를 차지하고 있음
- 농촌 인구의 시민화를 통해 중산층을 확대하고 지역 계층 간 격차를 축소하는 정책을 적극 추진 예정
 - 이를 위해 도시민의 생활수준을 높일 수 있도록 호적제도개혁, 세제개혁, 소득분배개혁 등이 추진되고 공공서비스를 비롯한 서비스업 발전에 박차를 가할 전망이다
- 인구대국 중국은 도시화를 향후 경제성장의 핵심으로 삼고 있음
 - 2020년까지 매년 서울 인구보다 많은 1,600만명의 농촌인구가 도시인이 되고, 인구 백만 이상의 대도시가 220여개에 달할 것임
 - 도시화의 진전에 따라 한국의 대중국 수출형태도 크게 변하여 선진국에 완제품을 수출하기 위한 중간재 중심에서 중국시장 공략을 위한 내수형 중간재 및 최종재로 전환될 전망이다

■ 소비구조는 양적으로 확대되고 질적으로 개선될 것임

- 도시화 진전, 사회보장제도 확산 등으로 소비가 크게 확대될 전망이다
 - 구매력이 높은 대도시와 주변도시가 연결되면서 대형 소비권역을 형성함
 - 사회보장제도 확충은 가계의 저축을 줄이고 소비 확대를 유도할 것임
 - 2020년 중국 민간 소비는 8.6조달러로 미국의 56.2% 수준으로 커질 전망이다

주요국 소비시장(민간, 정부)규모 추정

(단위: 조달러, 2011년 달러 기준)

구분	중국		일본		미국	
	민간	정부	민간	정부	민간	정부
2011년	2.4	1.0	3.5	1.2	10.7	2.5
2015년	4.5	1.6	3.9	1.2	12.6	2.6
2020년	8.6	2.8	4.5	1.4	15.3	3.0

자료: Global Insight

- 도시화의 진전과 소득증가로 필수품 위주의 소비행태인 '생계형 소비'에서 선택적 소비 비중이 높은 '향유형 소비'가 증가하는 추세로 전환
 - 전체 지출 중 식료품 비중이 감소하는 대신 외식비 비중은 증가, 특히 식품안전, 건강, 친환경 제품에 대한 관심이 증대되고 있음
 - 도시화의 진전에 따라 주택에 대한 수요가 증가하고 도시생활에 필요한 교통, 통신, 여가 및 문화생활 등에 대한 지출이 증가할 것임

■ 대중국 수출구조도 向글로벌에서 向중국형 수출로 전환될 것임

- 중국의 경제성장 방식이 수출과 투자위주에서 소비 및 내수 중심으로 전환됨에 따라 대중국 교역품목과 구조에 일대 변화가 예상됨
 - 제3국 수출을 위한 중간재 중심 수출구조가 중국 내수를 목표로 한 중간재 및 최종재로 재편될 전망이다(向글로벌에서 向중국형 수출로)
 - 또한 중국의 서비스 산업이 급격히 성장함에 따라 서비스 품목의 수출 및 투자가 급증할 것으로 예상됨
 - 식비 등 필수품에 대한 지출 비중이 줄어드는 대신 교통, 레저, 의료 등 여가 및 건강 관련 지출이 증가할 것으로 예상

■ 중국向 고급제품의 개발과 신시장 개척이 필요함

- 중국 소비시장 발달은 한국기업에게 새로운 판로 개척의 기회를 제공함
 - 중국 정부의 교통 인프라 강화와 문화산업 육성 등으로 여가산업의 높은 성장이 예상됨
 - 가짜 식품 범람 등으로 친환경, 건강 및 안전제품에 대한 관심이 고조됨
- 지역별로 도시화 정도가 차이가 있으므로 기존 대도시와 개발 중이거나 개발 예정인 도시에 따라 차별적 접근 전략이 필요함
 - 지난 10여년 이상 진행된 중서부 개발에 이어 ‘장지투(長吉道)개발’과 같은 동북 진흥이 본격화될 것으로 예상됨
- 최근 중국기업은 외국기업과 협력하여 자국시장에 공동으로 진출하는 추세임
 - 중국기업은 유명 외국기업과 협력하여 자국시장을 공략하는 모델을 선호함
 - 지난 해에는 중국기업이 한국 중형 패션업체들에 선투자한 후 한국기업과 공동으로 중국시장을 개척하는 경우가 빈번히 발생하였음

■ 도시화 진전에 따라 프로젝트 시장 진출에도 관심을 가져볼 만함

- 도시화 정책에 따른 스마트 시티 건설은 도시현대화 프로젝트 시장에 진출할 수 있는 기회를 제공하고 있음
 - 중국의 경우 스마트 시티 구축이 광범위하게 추진되고 있으나 우리 기업의 참여는 부진한 상황임. 이는 상당수의 프로젝트가 원칙적으로 중국기업을 원청자로 하는 입찰 방식이라는 점과 지방정부의 재정 문제로 민자방식으로 추진되는 경우가 많은 상황에서 우리 중소 규모의 기업이 단독으로 진출하기는 쉽지 않은 상황임
 - 그러나, 현지 프로젝트 참여 경험이 있는 중국기업과의 파트너십 구축이나 우리나라의 대중소기업의 연합을 통한 시장 진출 가능성은 열려 있는 상황임.
 - 따라서, 주요 권역별·도시별 프로젝트의 조사 및 발굴 바탕 위에 권역별로 발생

하는 프로젝트 시장 진입은 물론, 우리의 경험을 모델화하여 프로젝트를 역으로 중국 지방정부에 제안하는 방식의 프로젝트도 적극적으로 추진하여야 함

■ 권역별 환경+에너지 프로젝트 시장 진출도 모색할 필요가 있음

- 환경+에너지 관련 분야의 프로젝트는 우리나라가 중국보다 강점을 가지고 있으며, 더욱이 중국의 권역개발, 도시화가 진행되면 될수록 더욱 많은 환경+에너지 연관 프로젝트가 발생할 예정임.
- 환경+에너지 융합 분야에 대해 한중 간 협력, 기업 간 협력을 위해 기업은 물론 정부 및 유관기관에서도 관심을 갖고 정책적으로 적극적인 지원이 필요함

■ 중국시장을 둘러싼 경쟁심화와 합종연횡에 대비해야 함

- 중국시장 선점을 위한 대만, 일본 등 경쟁국의 행보가 가속화되고 있음
 - 일본은 독자적 중국 진출 외에 대만과 협력하여 진출하는 경우도 상당수임
 - 실제로 일본 편의점 체인 기업인 ‘세븐일레븐’은 대만의 ‘통이(統一)’그룹과 합작으로 진출한 바 있음(‘세븐일레븐’은 ‘통이’에게 상하이 지역 운영권 부여)
 - 대만의 경우 중국 및 세계 시장에서 경쟁력 제고를 위해 일본기업이나 중국기업과 협력을 확대하는데 매우 적극적임
 - 대만은 일찍부터 중국의 시장, 대만의 마케팅 능력과 제조기술, 일본과 미국의 첨단기술을 결합하는 ‘황금 삼각형 전략’을 범정부적으로 추진하여 왔음

■ 한국기업은 기술 우위 유지와 함께 ‘현지 완결형 시스템’을 구축하고 중국 정부 및 기업과 파트너십 강화에 주력해야 함

- 부품소재 등 핵심제품에 대한 지속적 투자로 경쟁기업 대비 기술우위를 지속할 필요가 있고 제품 기획부터 판매, 핵심인력을 포함한 ‘현지완결형 경영시스템’을 구축해 중국시장 진출을 가속화해야 할 것임
- 중국 정부의 중장기 발전계획과 전략방향을 주시하고, 중국 정부 및 기업과 파트너십을 강화해 사업진출 기회를 확보해야 함

(작성자: 중국금융연구원 이창영 대표)

(자료: 金融時報, 新華網, 中央政府門戶網, 人民日報,)