

우리기업, 중국진출전략 패러다임 변화 필요

곽복선 교수
(경성대학교 중국대학)

- 내수시장 확대, 일반무역 확대의 중국정책방향과 부합되는 방향으로 전환 필요
- 독자위주에서 중국기업과의 파트너십을 중시하는 방향으로 패러다임 바꾸어야

■ 우리나라의 중국진출: 중소기업의 독자투자 위주 진출 패러다임

- 관련 자료에 따르면 2013년3월말 현재 중국에 진출한 우리기업(현지법인)은 누계 22,579개사로 해외진출기업수의 41.7%를 점유하고 있음.
- 이중, 중소기업이 차지하는 비중은 53.1%(개인기업과 개인 포함 시 93.6%)로 중소기업의 비중이 압도적으로 높은 상황임. 우리나라의 해외총투자에서 차지하는 중소기업의 비중이 48.7% 인 것을 감안하면 대중투자가 중소기업 위주로 이루어져있음을 알 수 있음. 반면 대기업 진출비중은 6.3%에 그쳐 해외총투자에서 차지하는 대기업 비중에 훨씬 못 미치는 상황임.(<표1>참조)
- 투자지분비율별 기업의 투자 현황을 보면 우리기업의 대중국진출은 독자기업이 절대 다수인 73.1%를 차지하고 있음. 이는 해외총투자에서 독자기업이 차지하는 비중보다 5%p이상 높은 것으로, 중국기업과 합자하면 망한다는 그 간의 속설과 우리기업의 중국기업과의 약한 협력관계를 보여주는 수치로 해석됨.(<표2>참조)

<표1> 우리기업 성격에 따른 중국진출 현황(2013년3월말 누계)

주투자자규모	신규법인수 (개사)	구성비 (%)	투자금액 (천\$)	구성비 (%)	투자평균 (천\$/개사)
(대중국투자)					
합계	22,759	100.0	40,599,027	100.0	1,784
대기업	1,429	6.3	25,450,879	62.7	17,810
중소기업	12,076	53.1	13,135,462	32.4	1,088
개인기업	2,427	10.7	523,442	1.3	216
개인	6,799	29.9	1,482,781	3.7	218
기타(비영리단체 등)	28	0.1	6,463	0.0	231
(해외총투자)					
합계	54,628	100.0	220,454,750	100.0	4,036
대기업	6,379	11.7	166,258,989	75.4	26,063

중소기업	26,608	48.7	46,144,662	20.9	1,734
개인기업	3,642	6.7	998,551	0.5	274
개인	17,926	32.8	5,922,205	2.7	330
기타(비영리단체 등)	73	0.1	1,130,343	2.8	15,484

자료원:한국수출입은행

<표2> 우리기업 투자규모별 중국진출 현황(2013년3월말 누계)

투자비율	신규법인수 (개사)	구성비 (%)	투자금액 (천\$)	구성비 (%)	투자평균 (천\$/개사)
(대중국투자)					
합계	22,759	100.0	40,599,027	100.0	1,784
10%미만	72	0.3	132,207	0.3	1,836
10%이상~50%미만	2,734	12.0	2,771,822	6.8	1,014
50%	1,029	4.5	2,131,483	5.3	2,071
50%초과~100%미만	2,286	10.0	8,900,079	21.9	3,893
100%	16,638	73.1	26,663,436	65.7	1,603
(해외총투자)					
합계	54,628	100.0	220,454,750	100.0	4,036
10%미만	631	1.2	4,939,534	2.2	7,828
10%이상~50%미만	7,750	14.2	22,830,105	10.4	2,946
50%	2,684	4.9	5,814,111	2.6	2,166
50%초과~100%미만	6,528	11.9	29,204,779	13.2	4,474
100%	37,035	67.8	157,666,221	71.5	4,257

자료원:상동

■ 중국시장의 질적인 전환기-->기존 패러다임의 효력 끝나가고 있음

- 이러한 중소기업, 독자투자 위주의 우리기업의 중국진출패턴은 중국내수 시장이 크지 않았고, 가공무역이 중시되었던 중국의 경제구조 속에서는 충분한 장점을 가지고 있었고, 우리나라의 대중교역의 급속한 확대에 지대한 공헌을 하였음.
- 그러나 중국시장은 다음과 같이 변화하고 있음.

① 중국의 경제정책이 12.5기간(2011-2015)들어 본격적으로 대외 의존형에서 대내 의존형으로 전환되었으며, 이를 바탕으로 권역개발과 도시화를 통한 지역정책을 주요 성장동력으로 삼아 내수확대를 기반으로 한 경제성장을 강력히 추진하고 있음.

② 중국정부가 7대 23개 분야의 전략적 신흥산업 육성, 10대 전통산업 구조개선, 2,000여개의 산업클러스터 형성, 문화창의산업, 서비스산업 육성 등 양적 성장 구조에서 질적으로 업그레이드된 구조로 전환하려는 산업정책을 지속 추진함.

③ 경쟁력있는 세계적인 대기업 육성, 각 분야별로 구조조정을 통해 규모와 경쟁력을 갖춘 유수기업 중점 육성, 중국내수시장의 규모경제화 추진을 통해 내실있는 기업성장 정책을 추진하고 있음 (포춘 선정 500대 기업에 불과 몇 년 전까지 만해도 10여개에 못 미치던 중국기업이 2012년에 대거 70여개가 진입할 정도로 이미 중국기업들의 규모와 경쟁력은 빠른 속도로 확대되고 있음.)

④ 그동안 저가 노동력을 바탕으로 한 저부가가치 가공무역위주의 무역패턴에서, 고부가 가치, 첨단산업제품 위주의 일반무역 패턴으로 전환을 적극적으로 꾀하고 있음.

- 중국시장이 질적인 변환기에 접어들었으며, 이러한 상황에서 우리나라 중소기업의 독자투자위주의 (거기에 가공무역위주의) 중국진출 패러다임은 그 유효성이 효력을 다해가고 있는 것으로 보임.

■ 중국기업과의 주동적 파트너십 구축 패러다임으로 전환 필요

- 연간 영업수입 한화 40억 원 이상의 33만 여개 제조업기업을 포함하여 1,300여만 개의 각종 기업이 존재하고 있고, 43만 여 외자기업이 활동하고 있는 중국은 시장의 규모와 유통구조의 복잡성으로 인해 중소기업이 품질과 기술만으로는 공략하기는 간단치 않은 시장임.
- 특히, 모든 분야에서 규모의 경쟁이 치열해지고 있는 중국시장에서 그동안 중국 내수시장 진출보다는 가공무역을 기반으로 한국이나 제 3국을 주요 영업대상으로 삼았던 중소 독자투자기업의 경우 노동비용 급상승, 세계시장의 침체 등 생산판매여건의 악화와 더불어 중국내자기업과 비교해서 적은 규모와 현지 시장에 대한 접촉점의 부재(부족)로 중국의 대내외 시장에서 어려움을 겪고 있음.
- 규모면에서 우리중소기업의 몇 배 내지 몇 십 배도 넘는 중국의 중견그룹이나 대기업들이 기술력있는 우리기업들을 접촉하는 사례가 있는데 (필자가 상담해 주거나 접촉하게 되는 한국중소기업들이 들려주는 사례에 따르면 환경오염물질 처리, 금속구조, 디자인, IT, 자동차부품, 의료기기(관리) 등 다양한 분야에서 중국기업의 파트너십제외가 있음) 우리기업들은 상대 기업의 규모와 향후 기술의 도용 문제로 뒤로 물러서는 사례가 대부분임.
- 그러나, 내수경험이 적고 물류유통망이 부재하며 판매처가 적은 우리중소기업들이 소비규모로만도 매년 5천억 달러 이상씩 커지고 있는 중국시장에 제대로 진출하려면 중국기업과의 파트너십 없이 단독으로 공략하기는 어려운 시대가 되었

다는 점을 명확히 인식하여야 함. 특히 중국정부의 기업규모화 전략과 기업간 합종연횡이 활발히 일어나고 있는 중국시장에서 중소기업의 단독 진출 전략은 상당한 어려움을 내포하고 있음.

- 중소기업으로서는 기술도용문제, 유통망 장악문제, 확고한 협력관계 유지문제 등 다단계의 방어장치를 마련하는 것이 규모와 인력면에서 상당히 어려운 과제임에는 틀림없지만, 문제는 시장자체가 규모와 질에 있어 모두 급격한 변화를 보이고 있기 때문에 이제는 중소 독자진출의 방식이라는 진출 패러다임으로는 어렵고 중국의 유수기업과의 파트너십 구축을 통한 시장진출이라는 패러다임으로 전환이 요구사항이 되고 있다고 할 수 있음.
- 이러한 패러다임 전환을 위해서는 무엇보다도 우선 개별기업의 경영마인드의 적극성을 제고하여 기업의 중국진출전략 수립 시 중국기업과의 파트너십 구축을 주요 사안으로 다루어야 하며, 정부나 유관기관 역시 단순한 마케팅 지원차원을 넘어 중소기업이 협력파트너로 삼을 수 있는 기업들에 대한 조사연구, 사례연구와 파트너링을 할 수 있게 지원하는 플랫폼 구축이 시급한 상황임.

(작성자: 광복선 교수, 경성대학교 중국대학)

(자료:중국경제신식망(www.cei.gov.cn),한국수출입은행, KOTRA 홈페이지 등)