

기획특집

제주제품의 대중국 수출확대를 위한 제언

국제무역연구원 연구위원 이봉걸

세계경제의 성장엔진으로서 중국이 세계경제 질서의 중심이 되는 팩스 시니카의 시대가 빠르게 다가오고 있다. '검은 고양이든 흰 고양이든 쥐만 잘 잡으면 된다'는 등소평의 실용주의 사상으로 중국은 지난 30년동안 세계 2위의 경제대국, 세계 최대의 수출국, 세계 2위의 수입국, 세계 최대의 제조국 등 다양한 경제분야에서 새로운 강자가 되었다

J E J U D E V E L O P M E N T F O R U M

I. 서론: 팩스 시니카(Pax Sinica)의 시대의 도래

1. 경제대국 중국의 부상

글로벌 금융위기를 거치면서 미국을 비롯한 선진국 경제가 부진한 가운데 중국 경제는 가장 빠른 회복세를 보이며 글로벌 경제의 새로운 강자로 부상하였다. 2003년 미국의 투자은행인 골드만삭스는 중국경제가 2015년 일본을 추월하고 2040년경에는 미국을 추월할 것이라는 전망을 내놓았다. 당시로서 막연하면서도 실현가능성이 불가능해보이던 전망이었다. 하지만 2010년 중국이 예상보다 빠르게 일본을 제치고 미국에 이어 세계 2위의 경제대국으로 발돋움하면서 그 전망은 현실로 다가왔다. 2011년 미국은 1.7%의 성장률을 기록한 반면, 중국은 금융위기와 유럽 재정위기의 영향에도 불구하고 9.2%의 높은 성장률을 달성하였다. 2012년에는 성장률이 다소 둔화되었지만 8%대의 성장

을 무난하게 달성할 것으로 전망되고 있다.

중국이 가진 대내·외적 위협과 모순으로 중국이 지속적인 경제성장을 유지할 수 없을 것이라는 주장도 있을 수 있다. 2011년 말 현재 중국의 경제규모는 7조 2,989억 달러로 15조 944억 달러인 미국의 2분의1에도 못 미치는 정도여서 아직 미국과는 격차가 크다. 그러나 대부분의 전문가들과 연구기관들은 향후 중국경제가 연평균 6~8%의 높은 경제성장률을 유지하면서 이르면 2020년 늦어도 2030년 무렵에는 중국의 GDP가 미국을 추월할 것으로 전망한다.¹⁾ 중국이 세계 1위의 경제대국이 될 것이라는 것에는 시간에 대한 작은 이견만 있을 뿐 기정사실로 받아들이고 있다. 글로벌 금융위기를 거치면서 미국을 비롯한 선진국 경제가 부진한 가운데 중국이 보여준 성장속도와 기세를 보면 이러한 전망에 대한 믿음은 더욱 굳어지고 있는 양상이다. 세계경제의 성장엔진으로서 중국이 세계경제 질서의 중심이 되는 팩스 시니카(Pax Sinica; 중국 주도의 세계)의 시대가 빠르게 다가오고 있다.

2. 세계의 시장 중국

30년 전만 해도 중국은 세계경제사에서 잊어진 나라였다. 아편전쟁이후 청제국의 몰락과 대약진 운동, 문화혁명 등 공산당의 연이은 정책 실패로 중국은 '죽의 장막' 속에 가리어진 그저 가난한 대국일 뿐이었다. 중국이 세계경제에서 차지하는 비중은 미미했고 대외적 영향력도 크지 않았다. 그러던 중국이 '중국경제의 설계사'로 칭송받는 덩소평의 개혁·개방정책으로 '죽의 장막'에서 나와 30년 만에 세계무대에 우뚝 서게 되었다. '검은 고양이든 흰 고양이든 쥐만 잘 잡으면 된다'는 덩소평의 실용주의 사상으로 중국은 지난 30년동안 연평균 성장률 9.8%를 기록하며 세계 2위의 경제대국, 세계 최대의 수출국, 세계 2위의 수입국, 세계 최대의 제조국 등 다양한 경제분야에서 새로운 강자가 되었다.

지난 30년간의 중국의 성장을 한마디로 말하면 공업화로 이룬 성장이었다. 중국은 풍부하고 값싼 노동력을 기반으로 선진기업과 기술을 받아들여 공업화를 이루고 제조업을 발전시켰다. 특히 2001년 중국이 WTO가입이후 '세계의 공장'으로서 역할을 담당하면서 제조대국으로 부상하였다. 그 결과 1990년 3%에 불과하던 중국의 세계제조업 비중은 2010년 19.8%로 상승하며 19.4%를 차지한 미국을 제치고 세계 1위의 제조국으로 부상하였다. 또한 2010년

1) Global Insight에 의하면 2019년 명목GDP기준 중국이 미국을 추월

1,826만대를 생산하며 세계 최대의 자동차 생산국이 되었으며 2009년 기준 세계 1위 수출상품이 1,239개로 2위인 독일의 832개를 크게 넘어서는 수출대국으로 부상하였다.²⁾

‘세계의 공장’ 중국이 이제는 ‘세계의 시장’으로 전환하고 있다. 고도의 경제성장으로 국민소득이 급속하게 증가하였다. 2001년 1,000달러를 넘어선 중국의 1인당 GDP는 2006년 2,000달러를 넘어섰으며 2년후인 2008년에는 3,000달러를 넘어서며 새로운 소비시대의 시작을 알렸다. 일반적으로 1인당 GDP가 3,000달러를 넘어서면 산업화와 도시화가 가속화되고 소비지출이 늘어 구매력을 가진 내수시장을 형성한다는 것이다. 2011년 5,000달러를 넘어선 중국의 1인당 GDP는 2015년 10,000달러를 넘어설 것으로 전망되고 있다.



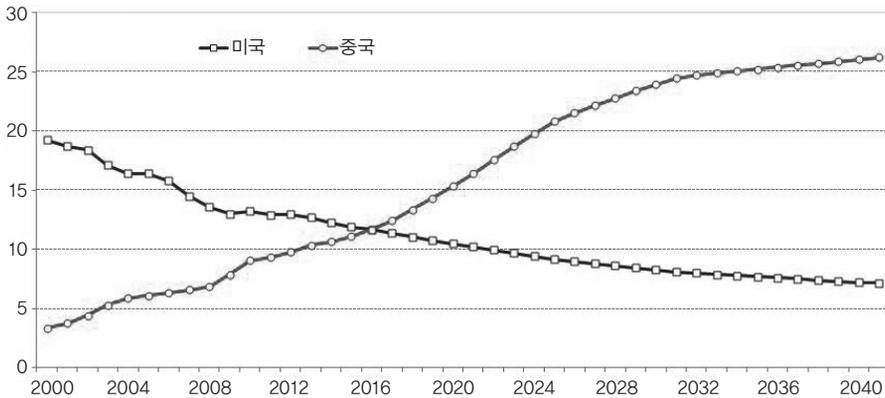
자료: Global Insight

중국의 향후 경제정책이 수출주도에서 내수중심으로 전환되면서 중국시장 규모는 더욱 확대될 것으로 예상된다. 2010년 10월, 17기 5중전회에서 중국정부는 향후 중국경제정책의 청사진이자 팩스 시니카로 나아가기 위한 대내적 전략인 12차 5개년(2011~2015년)계획을 발표하였다. 수출주도의 성장제일주의 경제정책으로는 지속적인 성장을 달성할 수 없고 내수중심으로 성장전략을 전환해야 한다는 것이 주요 내용이다. 개혁·개방이후 지난 30년 동안 중국정부 경제정책의 기본 틀이 ‘國富’에 초점을 맞춘 양적인 ‘경제성장’이었다면 앞으로 ‘民富’에 초점을 맞춘 질적인 ‘경제발전’을 추진하겠다는 것이다. 이를 위해 합리적인 소득분배와 함께 도시와 농촌간의 고른 성장, 민생을 위

2) 강석기(2011), ‘2009년 우리나라 세계 수출시장 점유율 1위 품목 조사’, 국제무역연구원, Trade Focus, Vol.10, No.31

한 의료개혁과 사회보장 시스템 강화 등이 기본 방향으로 제시되었다. 또한 팍스 시니카를 뒷받침하기 위해 내수확대, 민생 개선, 저탄소 성장, 7대 전략적 신흥 산업 육성 등 4대 키워드를 주요 실천과제로 선정하였다. 즉 산업구조 고도화를 위해 신성장산업을 육성하고 민생개선을 통한 소비수요를 창출하여 내수시장을 확대하겠다는 것이다. 이러한 중국의 경제정책 변화는 중국의 경제성장을 지속시키고 내수시장을 더욱 확대시킬 것이다. 경제전망기관인 Global Insight에 의하면 2016년 중국이 미국을 제치고 세계 최대의 수입국가로 부상하고 2040년이 되면 세계 수입에서 차지하는 비중이 26.2%로 증가할 것이라고 전망하였다. 즉, 2020년 이후 중국이 세계수입시장에서 차지하는 비중은 20%를 넘어서 지금까지 미국이 제공했던 시장보다 더 큰 시장을 제공하고 2040년이 되면 세계 수입시장의 1/4을 차지하는 ‘세계의 시장’이 된다는 것이다.

〈미국과 중국의 세계 수입시장에서 차지하는 비중 변화〉



자료: Global Insight

II. 제주도의 대중국 수출 현황

1. 제주도의 수출 현황

‘세계가 찾는 제주, 세계로 가는 제주’ 슬로건을 내건 제주특별자치도는 민선 5기 도정의 핵심 공약인 2014년 수출 1조원 시대를 열기위해 적극적인 수

출정책을 추진하고 있다. 수출진흥본부를 신설하고 제주수출 온라인 전자무역기반 구축, 수출시장 확대를 위한 국내외 마케팅 활동 강화, 부산 및 평택항 인근 제주공동물류센터 운영, 중국·일본 해외주재사무소 설치 등 해외시장 확대를 위한 해외전진기지 구축, 첨단제조산업 육성을 통한 산업경쟁력 강화 등 다양한 수출정책을 추진하고 있다. 그 결과 글로벌 재정위기 및 국내외 경제 불확실성 등 저성장 여건 속에서도 2011년 전년대비 1.78% 증가한 9,973.5만 달러 수출을 달성하였다.

〈최근 제주도 수출 실적〉 (단위: 천달러, %)

년 도	2007	2008	2009	2010	2011
금 액	57,830	83,299	87,384	98,042	99,735
증가율	1.9	44	4.9	12.2	1.7

자료: 한국무역협회

품목별로 보면 넉치, 해조류 등 수산물 수출이 전년대비 0.4% 증가한 반면, 화초, 채소, 과일 등 농산물은 전년대비 8.4% 증가하였다. 또한 이전기업의 꾸준한 수출증가와 신규기업의 수출개시 등으로 비중은 작지만 수송기계, 철강제품, 정밀화학제품 등의 수출이 전년대비 큰 폭으로 증가하였다.

〈최근 제주도 품목별 수출 실적〉 (단위: 천달러, %)

순 위	품목명	2010			2011		
		금액	증가율	비중	금액	증가율	비중
	합계	98,042	12.2	100	99,735	1.7	100
1	수산물	49,427	6.5	50.4	49,641	0.4	49.8
2	농산물	21,861	-5.8	22.3	23,696	8.4	23.8
3	가정용전자제품	12,374	82.7	12.6	12,710	2.7	12.7
4	수송기계	2,309	60.6	2.4	3,229	39.9	3.2
5	철강제품	573	-50.9	0.6	2,351	310	2.4
6	전자부품	2,326	45.1	2.4	2,033	-12.6	2
7	정밀화학제품	343	282.5	0.3	1,584	361.4	1.6
8	산업용전자제품	1,681	266.8	1.7	1,047	-37.7	1
9	의료위생용품	708	-4.9	0.7	630	-11	0.6
10	제자원료및종이제품	599	85	0.6	626	4.6	0.6

주: MTI 2단위 기준

자료: 한국무역협회

수출국가별로는 일본의 비중이 절대적으로 높은 가운데 미국, 카자흐, 홍콩 등으로의 수출이 큰 폭이 증가하였으며 아시아, 유럽, 북미, 중남미, 대양주, 아프리카, 중동 등 수출지역 또한 다변화가 이루어지고 있다.

〈최근 제주도 국가별 수출 실적〉 (단위: 천달러, %)

순 위	품목명	2010			2011		
		금액	증가율	비중	금액	증가율	비중
	합계	98,042	12.2	100	99,735	1.7	100
1	일본	62,561	2.8	63.8	63,409	1.4	63.6
2	미국	9,142	31.5	9.3	11,785	28.9	11.8
3	베트남	3,766	71.7	3.8	2,830	-24.8	2.8
4	카자흐	9	181.9	0	2,358	25,521.50	2.4
5	대만	1,569	47.8	1.6	2,224	41.8	2.2
6	홍콩	977	-19.8	1	1,908	95.3	1.9
7	중국	2,455	-1.5	2.5	1,670	-32	1.7
8	베네주엘라	1,426	12,286.60	1.5	1,456	2.1	1.5
9	영국	1,379	25.5	1.4	1,394	1.1	1.4
10	독일	946	37.1	1	1,044	10.5	1

자료: 한국무역협회

2. 제주도의 대중국 수출 현황

2011년 제주도의 대중국 수출은 전년대비 32.0% 감소한 167만 달러로 제주도 총 수출액 9,973.5만 달러의 1.7%에 불과하다. '세계의 시장'으로 전환하고 있는 중국 경제현황과 중국이 우리나라 총 수출의 약 1/4을 차지하는 최대 수출국임을 감안할 때 제주도의 대중국 수출실적은 극히 저조하다고 할 수 있다. 수출액 또한 2008년 306만 달러 수출을 기점으로 큰 폭으로 감소하고 있다.³⁾

〈제주도의 대중국수출 현황〉 (단위: 천달러, %)

년도	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
금액	1,300	782	2,080	3,057	2,492	2,455	1,670
증가율	24.9	-39.8	165.9	47	-18.5	-1.5	-32
비중	2.1	1.4	3.6	3.7	2.9	2.5	1.7

자료: 한국무역협회

품목별로 보면 음향기기, 무선통신기기 등 공산품의 수출이 증가하고 있지만 대중수출의 23%에 불과하며, 해조류, 농산가공품, 기호식품, 산식물, 어류 등 농·수산물에 대중수출 전체의 약 77%를 차지하고 있다. 이는 1차 산품이 주를 이루던 우리나라 1960년대 초 수출구조와 유사하며 90%가 공산품이 우리나라 대중수출구조와 상반된 산업별 수출구조를 보이고 있다.

〈제주도의 대중국 품목별 수출〉 (단위: 천달러, %)

순 위	품목명	2010			2011		
		금액	증가율	비중	금액	증가율	비중
	합계	2,455	-1.5	100	1,670	-32	100
1	해조류	305	409.3	12.4	444	45.4	26.6
2	농산가공품	281	62.9	11.4	309	10.2	18.5
3	기호식품	129	-90.9	5.3	201	55.4	12
4	산식물	763	672.8	31.1	167	-78.1	10
5	어류	265	1,253.80	10.8	150	-43.2	9
6	음향기기	67	-	2.7	83	23.8	5
7	인조단섬유직물	0	-	0	80	-	4.8
8	선박해양구조물및부품	0	-	0	64	-	3.8
9	무선통신기기	27	-	1.1	46	68.4	2.8
10	합성수지	0	-	0	38	-	2.3

주: MTI 3단위 기준

자료: 한국무역협회

〈한국과 제주도의 대중국 수출 상품별 구성 비교〉 (단위: 백만달러, %)

구 분	1961년(한국)	2011년(한국)	2011년(제주도)
총 계	41(100.0)	134,285(100.0)	1.7(100.0)
농산물	12(28.6)	676(0.5)	0.7(40.5)
수산물	8(19.2)	461(0.3)	0.6(36.5)
광산물	10(24.5)	11,426(8.5)	0(0.0)
공산물	11(27.7)	121,722(90.7)	0.4(23.0)

주: 1961년 통계는 한국의 대세계 수출임. MTI 2단위 기준

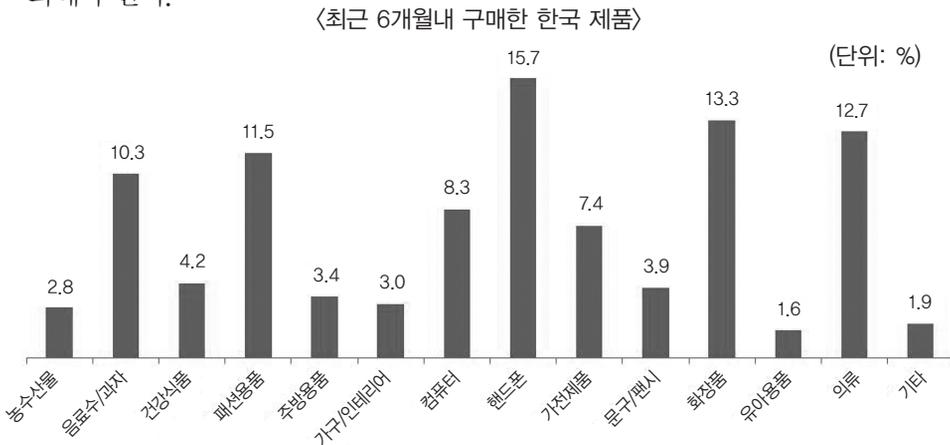
자료: 한국무역협회

3) 제주도의 경우 직수출과 간접수출을 모두 포함하여 전 수출기업을 대상으로 수출실적을 집계하고 있으며 국가무역통계는 수출 신고 시 제조자 중심의 직수출 실적을 집계하고 있음. 본 고는 국가무역통계를 기준으로 작성하였음

III 제주도의 대중국 수출 확대 방안

1. 중국시장 맞춤형 제품 개발

한국무역협회 국제무역연구원이 2011년 중국 14개 주요도시 실소비자 4,187명을 대상으로 한국제품 구매성향에 대한 설문조사 결과에 의하면 중국 소비자들이 최근 6개월 동안 구매한 한국제품은 핸드폰, 화장품, 의류, 패션용품, 음료수/과자 순인 것으로 나타났다.⁴⁾ 규모는 크지 않지만 한국 농수산물에 대한 소비도 증가하고 있다. 중국 소비자들의 소득이 높아지고 새로운 맛과 안전한 먹거리에 대한 국민적 관심이 높아지면서, 최근 5년간 중국의 농수산물 식품 수입 증가율은 22.8%로 동 기간 전체 수입증가율 15.8%를 상회했다. 따라서 향후 대중국 수출을 확대하기 위해서는 중국 소비자의 소비성향 변화와 수요를 면밀히 모니터링함으로써 중국 시장에 맞는 제품을 개발하고 상품화해야 한다.



자료: 한국무역협회 국제무역연구원

2. 친환경적 고급브랜드 가공식품 개발에 주력

최근 중국 소비시장에서 가공식품에 대한 수요가 급증하고 있다. 여전히 어류, 육류, 과일류 등 미가공식품들의 수입 비중이 높지만, 도시화와 서구화된

4) 이봉길(2011), '한국제품 인지도 분석을 통한 중국 소비시장 진출 방안', 국제무역연구원, Trade Focus, Vol.10, No.30

식습관의 확대로 제과제빵류, 낙농품, 알콜 및 음료 등 가공식품 중심으로 수입이 큰 폭으로 증가하고 있다. 중국 가공식품 시장에 진출하기 위해서는 중국 로컬브랜드와의 가격경쟁을 지양하고 고품질·고부가가치 식품 생산을 위한 R&D를 강화해야 할 것이다. 또한 식품첨가물에 대한 고급화와 친환경적이고 세련된 제품 디자인 연구 등을 통해 고급제품이라는 이미지를 확보하는 전략이 필요하다. 이를 위해 제주도의 청정 이미지를 부각시켜 친환경 제주 농수산 가공식품의 고급브랜드화를 추진해야 한다.

3. 영세기업들을 수출전문기업으로 연합

2011년 3/4분기 현재 제주도의 수출기업 113개사 중 1차 산업의 수출기업 수가 85개사로 63.9%를 차지하고 있으며 수출규모면에서도 100만 달러 이하의 영세기업이 114개사로 대다수를 차지하고 있다. 제주도 수출은 직수출보다는 간접수출의 비중이 높아 직수출만 감안할 경우 기업별 수출규모는 더욱 축소될 것으로 추정된다. 제주수출기업의 영세성으로 인하여 무역 부문에 대한 투자여력이 낮고 전문인력이 부족하기 때문에 중국시장 진출에 어려움을 겪고 있다.

따라서 동일한 목표를 갖고 있는 다른 업체들과 수출전문기업으로 연합하여 동일 브랜드 사용, 공동 마케팅 추진, 바이어 교섭력 제고 등 경쟁력을 제고하여야 한다.

〈수출규모별 기업현황〉

(단위 : 달러)

계	100만 미만	100-200만	200-300만	300-500만	500-700만	700-1천만	1천만 이상
133	114	6	4	3	0	0	6

주: 직접수출과 간접수출을 포함한 금액임

자료: 제주특별자치도

4. 제주방문 중국 관광객의 귀국 후 재구매 시스템 구축

한류의 확산으로 중국인들의 한국에 대한 관심이 증가하고 있는 가운데 2011년 제주도를 방문한 중국관광객수는 전년대비 40.4% 증가한 570,247명으로 제주도를 방문한 외국인의 54.6%를 차지하고 있다. 세계자연유산 등재,

세계지질공원 인증, 생물권보전지역 지정 등 유네스코 자연환경 분야 3관왕과 세계 7대 자연경관 선정 등으로 제주에 대한 인지도가 높아져 제주도를 찾는 중국 관광객이 지속적으로 증가하는 것으로 보여진다.

〈국가별 제주도 방문 외국인 관광객 현황〉 (단위: 명, %)

구분	년도	2010년	2011년	증감율	비중
	합계		777,000	1,045,637	34.6
아시아	일본	187,790	173,700	-7.5	16.6
	중국	406,164	570,247	40.4	54.5
	홍콩	11,793	26,601	125.6	2.5
	대만	40,867	31,661	-22.5	3
	싱가폴	31,405	55,927	78.1	5.3
	말레이시아	23,550	53,045	125.2	5.1
	기타	25,470	60,603	137.9	5.8
서구	미국	19,895	26,648	33.9	2.5
	기타	30,066	47,205	57	4.5

자료: 제주특별자치도관광협회

따라서 제주도를 찾는 중국관광객들이 ‘관심’이 ‘구매’로 이어질 수 있는 다양한 마케팅 전략을 을 강구하고 중국관광객을 대상으로 한 맞춤형 상품개발이 필요하다. 또한 온라인 쇼핑몰 구축 사업을 확대하여 제주를 방문했던 중국 관광객들이 중국 본토에서 제주제품을 보다 간편하고 저렴하게 구매할 수 있는 ‘중국 관광객 재구매 시스템’을 구축해야 할 것이다. **JDI**

참고문헌

- 박기임(2011), ‘한국식품의 대중국 수출 확대방안’, 국제무역연구원, Trade Focus, Vol.10, No.8
- 이봉걸(2011), ‘한국제품 인지도 분석을 통한 중국 소비시장 진출 방안’, 국제무역연구원, Trade Focus, Vol.10, No.30
- 강석기(2011), ‘2009년 우리나라 세계 수출시장 점유율 1위 품목 조사’, 국제무역연구원, Trade Focus, Vol.10, No.31
- 문익준(2011), ‘중국과의 경제교류 확대방안-제주지역 관점’, 제주발전연구, 제15호
- 한국무역협회 무역통계 (www.kita.net)
- 제주특별자치도관광협회 2011년 12월 입도현황 통계
- Global Insight