Global Business Report 07-028 | 2007. 07. 27

[한중 수교 15주년]

중국투자기업 경영성과 평가와 전망, 그리고 한중 FTA Grand Survey 2007

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

[한중 수교 15주년]

중국투자기업 경영성과 평가와 전망, 그리고 한중 FTA

Grand Survey 2007

□ 조사 목적

○ 한중 수교 15주년을 맞아 중국투자기업의 경영성과를 종합 평가하고 최근 환경 변화에 따른 향후 경영 여건을 조망함

○ 핵심현안인 한중 FTA에 관한 투자기업계의 인식을 파악해 기조사한 중국기업의 한중 FTA 인식과 비교 분석함

□ 조사 기관 : KOTRA, 삼성경제연구소, 한국경제신문사

□ 조사 기간 : 2007.6.21~7.12[3주간]

□ 조사 방법 : KOTRA 중국지역 8개 무역관이 직접 인터뷰, 우편, 전화, 팩스 등으로 실시

□ 표본 기업 : 3,325개사(2005/2006 해외진출 한국기업 디렉토리 수록)

□ 응답 기업 : 595개사(표본 기업 수 대비 17.9%)

□ 분석 방법 : SPSS 13.0 통계 패키지

CONTENTS

목 차

총괄 요약 / 1

Ⅰ. 일반자료 / 3

3 요약
4 1. 권역별 입지 분포
4 2. 업종별 구성
5 3. 진출년도(시기별) 구성
6 4. 소재지 특성별 입지
6 5. 투자 규모 및 형태
7 6. 매출액의 지역별 구성
8 7. 중국투자 동기

Ⅱ. 경영성과 평가 / 10

10 요약
11 8. 진출 당시와의 환경 변화
13 9. 현재 경영 상황
15 10. 매출 이윤율과 신장률
17 11. 투자초기와 비교한 중국시장 점유율
18 12. 위앤화 장기 평가절상의 영향
19 13. 투자 만족도

Ⅲ. 향후 전망 / 24

24 요약
25 14. 성장과 긴축정책
26 15. 중국경제, 한국에 기회인가 위기인가
28 16. 중국진출 환경 전망
30 17. 향후 중국투자 방향

Ⅳ. 한중 FTA 인식과 전망 / 32

32 요약

총괄 요약

KOTRA가 한중 수교 15주년을 맞아 실시한 삼성경제연구소, 한국경제신문과 공동 기획한 '중국투자기업 경영성과 및 전망 설문조사'(Grand Survey 2007) 결과는 낙관론과 비관론이 교차하는 중국 내 경영환경의 복잡한 현실을 그대로 보여주고 있다.

약 60%의 기업이 진출 당시보다 기업 환경이 개선된 것으로 생각하며 흑자기업(45.5%)이 적자기업보다 2배 이상 많은 것으로 조사됐다. 또, 중국의 긴축정책이 장기화될 것으로 내다보면서도 고성장 기조는 상당기간 지속될 것으로 보고 있다.

그럼에도 향후 중국진출 환경 전망에서는 54.7%의 기업이 '나빠질 것'으로 예상해 '좋아질 것'이라는 전망(23.2%)을 훨씬 앞섰다. 중국경제가 한국에 미치는 영향에 대해 절반가량이 '기회와 위기 병존'이라는 반응을 보였으나 기회론(20.8%)보다 위기론(28.2%)이 많은 것으로 나타났다. 전반적으로 이제까지의 경영 성과에 대해서는 만족하면서도 향후 전망은 비관 쪽에 가까운 것이 중국투자기업의 인식이다.

이런 상황에서 향후 투자를 확대하겠다는 기업이 59.4%로 축소(7.5%)보다 월등히 높게 나타난 것은 주목할 만한하다. 철수 의사를 밝힌 기업은 전체의 0.8%에 불과하다. 비용 상승 및 규제성 입법 등 최근의 환경 변화를 '돌파경영'(Breakthrough)으로 극복하겠다는 의지의 표현으로 해석된다. 기업들은 향후 중국진출에서 꼭 필요한 요소로 '기술력에 기초한 내수 브랜드 전략'을 꼽고 있다.

한중 FTA는 지지율(58.7%)이 반대율(8.4%)을 압도하고 있다. 협상개시 시기는 1~3년 후를 희망하는 의견이 가장 많았다. 기업들은 한중 FTA가 대중국 수출 및 영업액에 대체로 긍정적인 영향을 미치고 중국기업보다 한국기업의 수혜 폭이 클 것으로 내다보면서도 '별로 달라지지 않을 것'이라는 반응도 적지 않았다.

KOTRA와 삼성경제연구소는 이번 설문결과와 최근 중국의 환경변화 등을 종합해 새로운 진출 전략을 마련하고 9월 개최하는 대업계 세미나에서 밝힐 예정이다.

I. 일반자료 (문항 1~7)

요 약

□ 설문에 응한 595개 사의 권역별 입지 분포는 우리 기업의 중국 투자지역 분포와 대체로 일치함

○ 산동 30.3%, 화북 24.7%, 화동 21.3%, 화남 10.6%, 동북 7.4%, 내륙 5.7%

□ 응답 기업의 업종별 구성은 제조업 397개 사(66.7%), 서비스업 198개 사 (33.3%)

○ 제조업은 전기전자, 섬유, 일반기계 등 17개, 서비스업은 도소매, 물류 등 8개 세부 업종으로 구성

□ 기업들의 진출년도는 1985~2007년까지 23년에 걸침

○ 통계 분석을 위해 기업 진출년도를 1985~1992년(4.0%), 1993~1997년 (13.4%), 1998~2002년(20.2%), 2003~2007년(62.4%) 등 4개 단위로 묶어 시기별 경영성과 분석을 시도

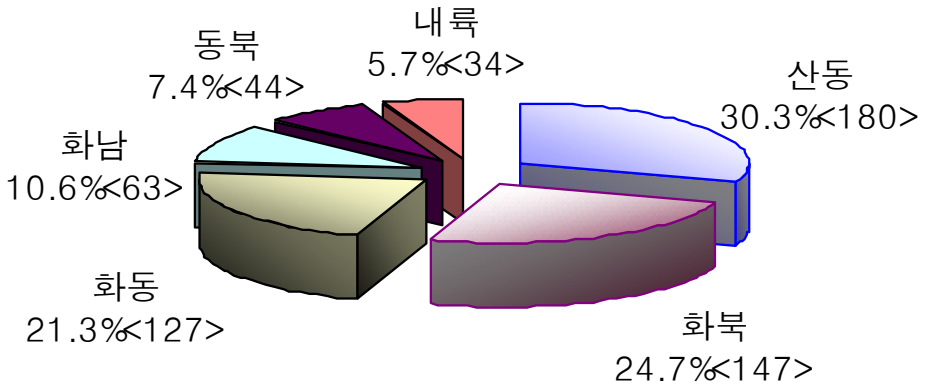
□ 권역별 입지 외에도 도심, 교외, 개발구(공업원구·보세구) 등 특성별 입지로도 구분함

○ 이는 특성별 입지에 따라 경영 흑자 또는 적자 상황이 어떻게 다르게 나타나는지를 분석하기 위함

□ 이 밖에 투자 규모, 합자(작) 또는 독자 여부, 매출액의 지역별 구성, 중국 투자 동기 등을 중심으로 기업 기초자료를 파악함

1. 권역별 입지 분포

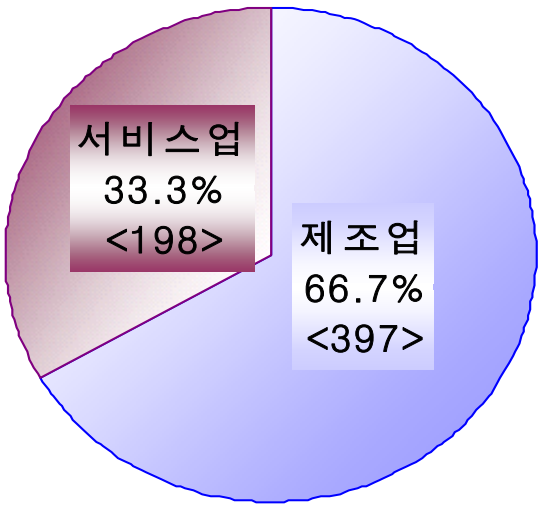
〈圖-1 권역별 입지 분포〉



주 : 595개 사 응답, < >안 수치는 기업 수

2. 업종별 구성

〈圖-2 업종별 구성〉



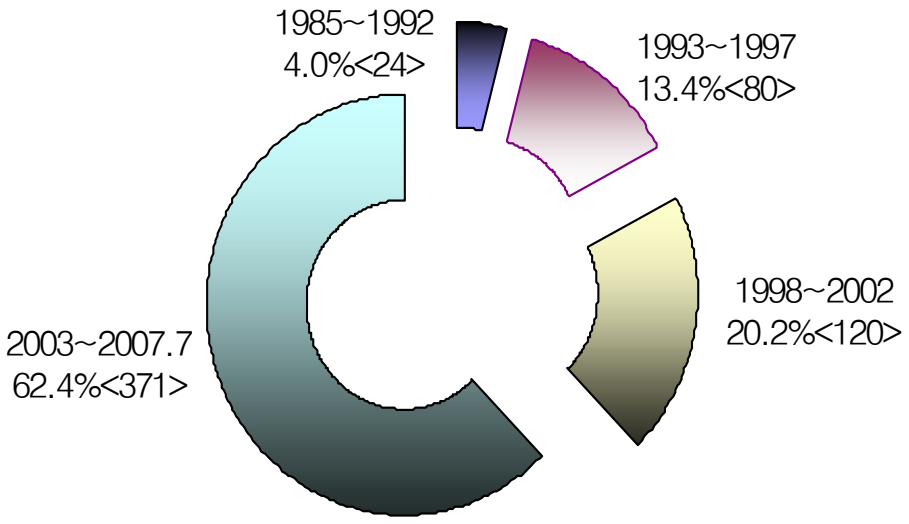
주 : 595개 사 응답, < >안 수치는 기업 수

〈表-1 세부 업종 구성〉

제조업 : 17개		서비스업 : 8개	
(1)식품가공 2.9%	(2)섬유 및 어패럴 6.9%	(18)금융.보험 1.3%	(19)도소매 6.1%
(3)종이, 펄프, 목제품, 가구 0.8%		(20)물류 4.5%	(21)정보처리. S/W 2.7%
(4)가죽.신발.가방 1.8%		(22)통신 1.2%	(23)컨설팅 3.5%
(5)의료, 화장품 2.7%	(6)고무.플라스틱 3.5%	(24)요식, 호텔 2.5%	
(7)생활용품.잡화 3.4%	(8)요업, 도기 0.5%	(25)기타 서비스업 11.4%	
(9)비철금속 1.2%	(10)금속제품 6.6%		
(11)일반기계 6.4%	(12)전기 전자 10.9%		
(13)수송기기 1.2%	(14)정밀기기 1.2%		
(15)철강산업 1.3%	(16)화학, 석유제품 3.2%		
(17)기타 제조업 12.3		* %는 전체 응답기업 수 대비 비율	

3. 진출년도(시기별) 구성 *85.8%가 진출한지 2년 이상 경과

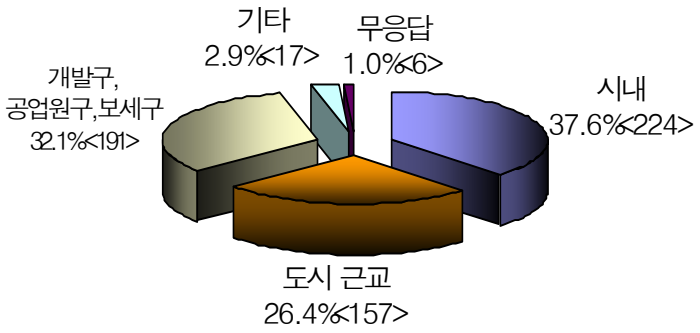
〈圖-3 중국진출년도 구분〉



주 : 595개 사 응답, < >안 수치는 기업 수

4. 소재지 특성별 입지

〈圖-4 소재지 특성별 입지 분포〉



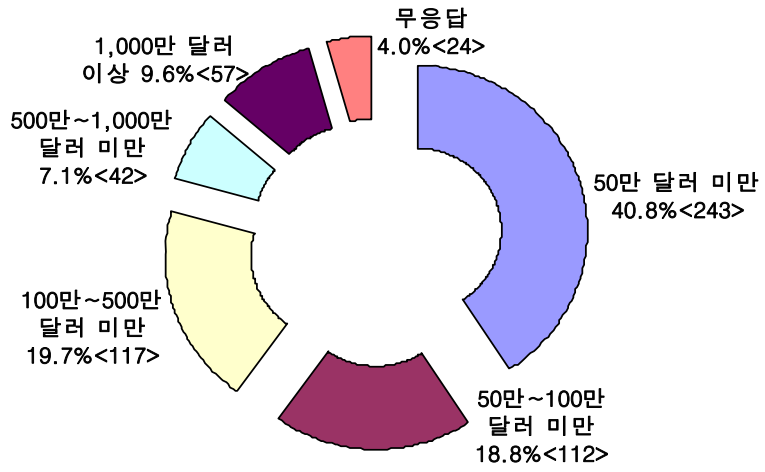
주 : 595개 사 응답, < >안 수치는 기업 수

5. 투자 규모 및 형태

□ 소액투자 위주... 100만弗 미만 59.6%, 1,000만弗 이상 9.6%

○ 투자금액은 50만 달러 미만 40.8%, 50만~100만 달러 미만 18.8%, 100만~500만 달러 19.7%, 500만~1,000만 달러 7.1%, 1,000만 달러 이상 9.6%의 비율을 보임(무응답 4.0%)

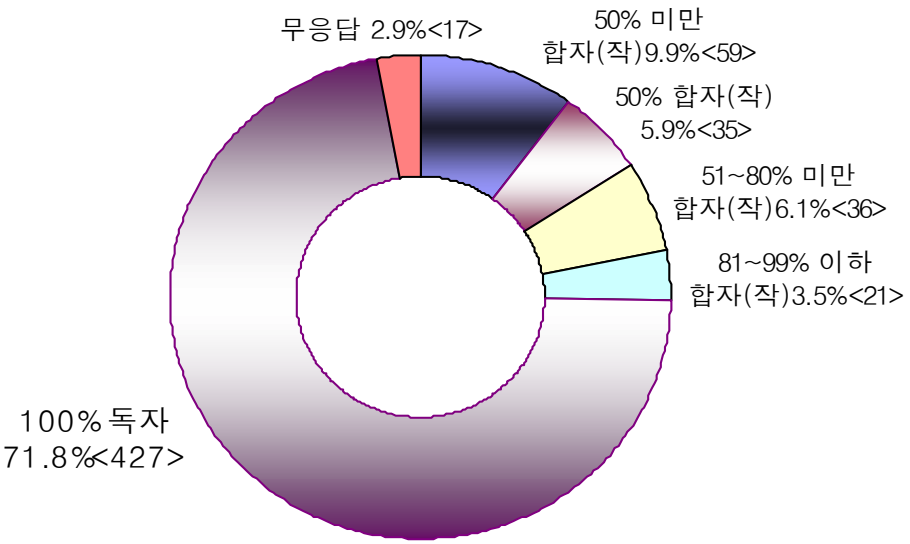
〈圖-5 투자 금액별 구성〉



주 : 571개 사 응답, < >안 수치는 기업 수

□ 독자경영 비율 71.8%

〈圖-6 한국 측 투자지분 비율〉



주 : 578개 사 응답, < >안 수치는 기업 수

○ 71.8%가 독자 형태로 진출했으며 이어 50% 미만 합자(9.9%), 51~80% 미만 합자(6.1%), 50:50% 합자(5.9%), 81~99% 이하 합자(3.5%) 등의 순임(무응답 2.9%)

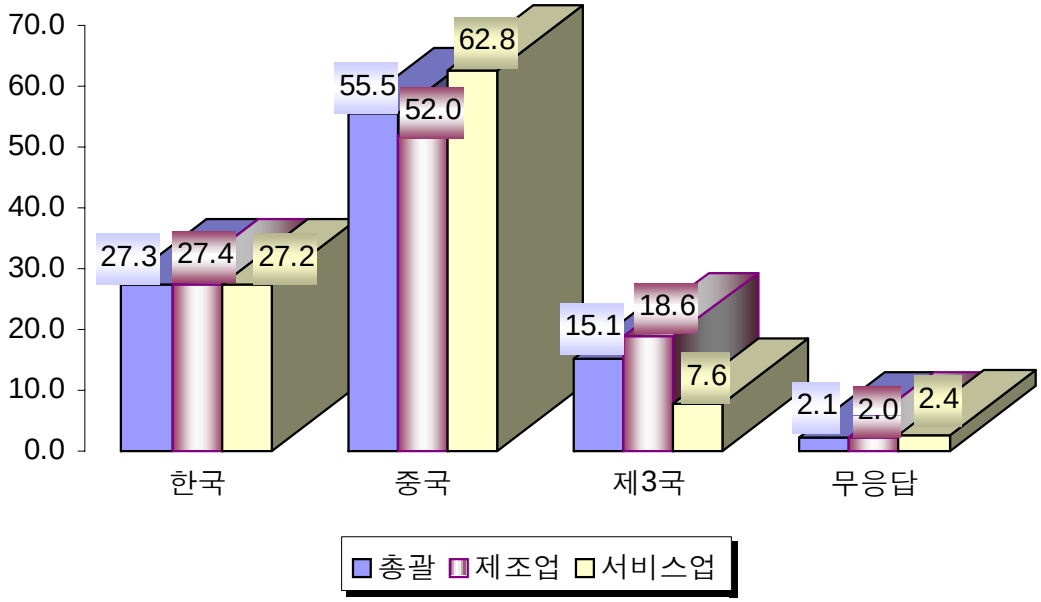
6. 매출액의 지역별 구성

□ 중국 내 매출 비중 55.5%로 단연 높아

○ 매출액의 지역별 구성은 한국(27.3%), 중국(55.5%), 제3국(15.1%)으로 중국이 단연 높게 나타남

- 이전 Grand Survey 결과를 종합할 때, 중국 내 매출 비중은 41.7%(2005년) → 47.6%(2006년) → 55.5%(2007년) 등 해마다 큰 폭으로 상승하고 있음

〈圖-7 매출액의 지역별 구성〉



주 : 1,676개 복수 응답

○ 지역별 매출 비중은 제조업과 서비스업에서도 유사하게 나타나고 있으며 서비스업의 경우 중국 내 매출 비율이 60%를 넘어섬

7. 중국투자 동기

□ 내수시장 공략-저임 노동력-한국 내 경영환경 악화 順

○ 38.4%의 기업이 내수시장 공략을 위한 적극적인 목적으로 중국에 진출함

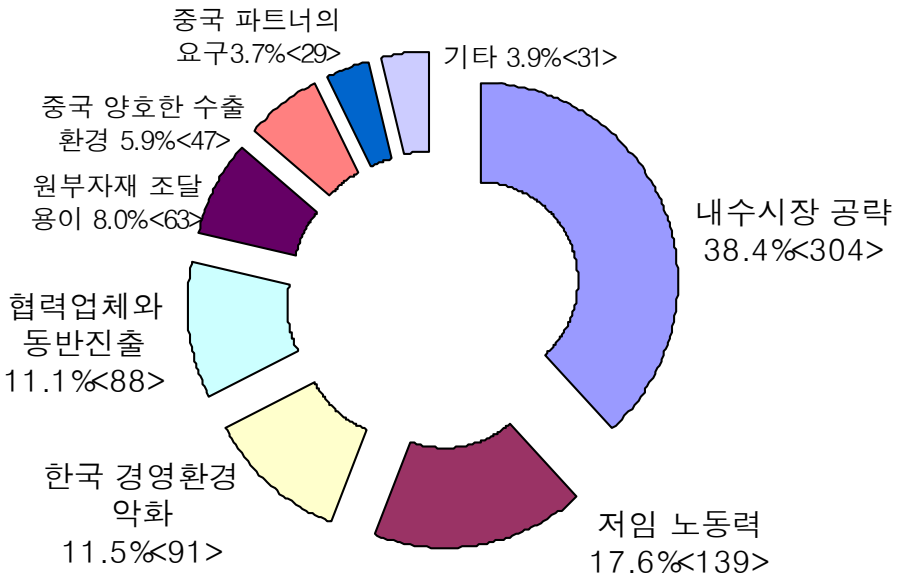
- '저임 노동력 활용'(17.6%), '한국 내 경영환경 악화'(11.5%), '협력업체와의 동반 진출'(11.1%) 등도 일정한 비율을 보이고 있음

- 그러나 '원부자재 조달 용이성'(8.0%)을 비롯해 '중국의 양호한 수출 환경'(5.9%), '중국 파트너의 요구'(3.7%) 등은 한 자릿수의 응답 비율을 기록함

○ 2004년 Grand Survey에서는 '내수시장 공략'과 '저임 노동력 확보' 동기가 각각 26.8%와 25.8%의 비율로 조사된 바 있음

- 2004년 이후 최근년도 진출기업의 경우 내수시장 공략에 치중하고 있고 저임 노동력 활용의사는 줄어들고 있음을 의미함

〈圖-8 중국투자진출 동기〉



주 : 792개 복수 응답, < >는 응답 수

II. 경영성과 평가 (문항 8~13)

요 약

□ 투자진출 당시와 비교한 기업 환경 변화에서 '개선됐다'는 응답(59.4%)이 '악화됐다'는 반응(25.0%)보다 많음

○ 제조업보다 서비스업에서 '개선됐다'는 응답이 상대적으로 높음

○ 환경 개선요인으로는 '제품·서비스 경쟁력 강화', '중국 직원 생산성 향상' 등이 꼽혔고 악화요인은 '임금 상승'과 '경쟁격화' 등임

□ 현재 경영 상황은 흑자(45.5%)가 적자(20.9%)보다 현저하게 높고 초기 진출기업일수록 흑자 비율이 높게 나타남

○ 또한 개발구, 공업구, 보세구 입지 기업이 타 지역 소재 기업보다 흑자 경영을 하고 있는 것으로 조사됨

□ 최근년도 연평균 매출액 신장률(약 15%)보다 평균 매출 이윤율(약 10%)이 낮은 것으로 나타남

○ 최근 원자재 가격 및 인건비, 조세부담 상승에 따른 고비용 구조로 순익 증가율이 매출액 증가세를 따라가지 못하고 있기 때문

○ 투자초기와 비교한 중국시장 점유율은 소폭 증가한 것으로 집계됨

□ 위앤화의 장기적인 평가절상 추세는 당장 충격적인 수준은 아니지만 수출기업에게는 갈수록 부담이 커질 것임

○ 제조업에서 부정적 영향을 우려하는 반응이 상대적으로 높음

□ 투자 만족도 평가에서는 전반적으로 '만족' 비율이 30%선이나 '보통'이라는 반응이 40~50%선에 달해 중국이 매력 일변도의 투자대상지는 아님을 반영함

○ 기업 성장성과 투자동기 달성도에서는 최근 진출기업일수록 만족 정도가 상대적으로 낮게 나타남

8. 진출 당시와의 환경 변화

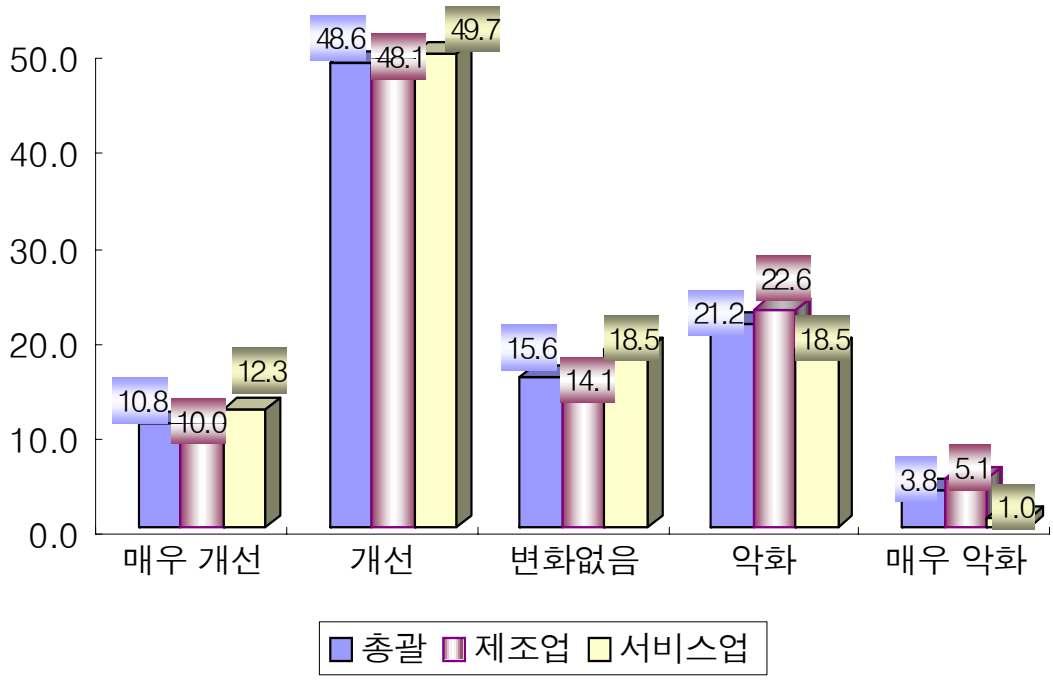
□ 서비스업 환경 개선 뚜렷

○ 투자진출 당시와 비교해 기업 환경이 '매우 개선'(10.8%) 또는 '개선'(48.6%)됐다는 응답 비율(59.4%)이 '악화'(21.2%) 또는 '매우 악화'(3.8%)됐다는 반응(25.0%)보다 2배 이상 높음

- 업종별로는 제조업에서 '악화' 또는 '매우 악화'됐다는 응답이 상대적으로 높은 반면, 서비스업은 62.0%가 '개선' 또는 '매우 개선'된 것으로 평가하고 있음

- 이 같은 현상은 최근 중국 내 인건비 등 비용 상승, 가공무역 금지품목 확대, 노동관계법 강화 등으로 제조업 경영 여건은 까다로워지고 있으나 서비스업은 신규 시장 확대, 정부의 장려 정책 등으로 인해 기업 체감 환경이 상대적으로 호전되고 있기 때문인 것으로 풀이됨

〈圖-9 진출 당시와 비교한 환경 변화〉



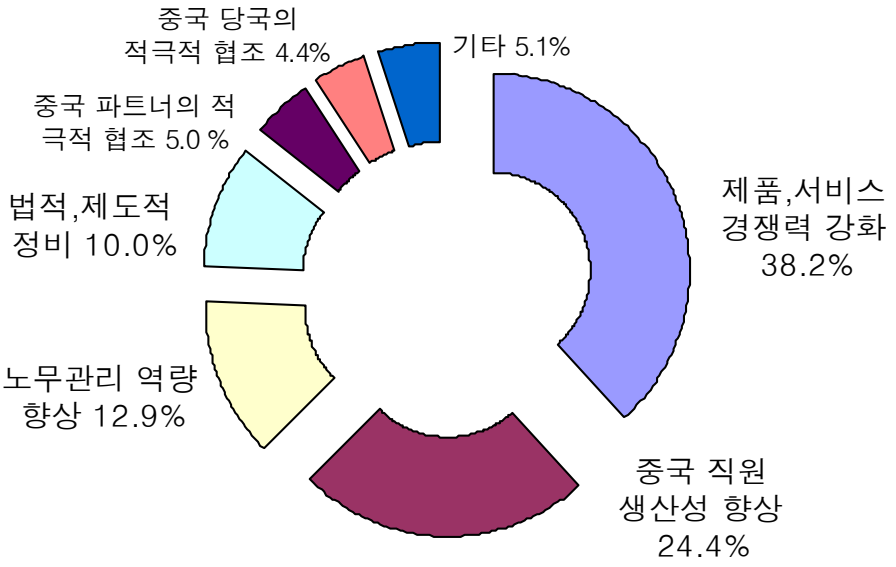
주 : 584개 사 응답

□ 환경 개선요인은 제품 및 서비스 경쟁력 향상 때문

○ '기업 환경이 개선됐다'고 보는 요인으로는 '제품 및 서비스 경쟁력 강화'(38.2%), '중국 직원의 생산성 향상'(24.4%) 등이 주로 꼽힘 *복수 응답

- 최근 중국의 노동관계법 재개정이 급물살을 타고 있는 가운데 '(기업의) 노무관리 역량 향상'으로 기업 환경이 개선됐다는 응답은 12.9%에 불과해 향후 이 분야에 대한 집중적 노력이 필요함

〈圖-10 기업 환경이 개선됐다고 보는 이유〉



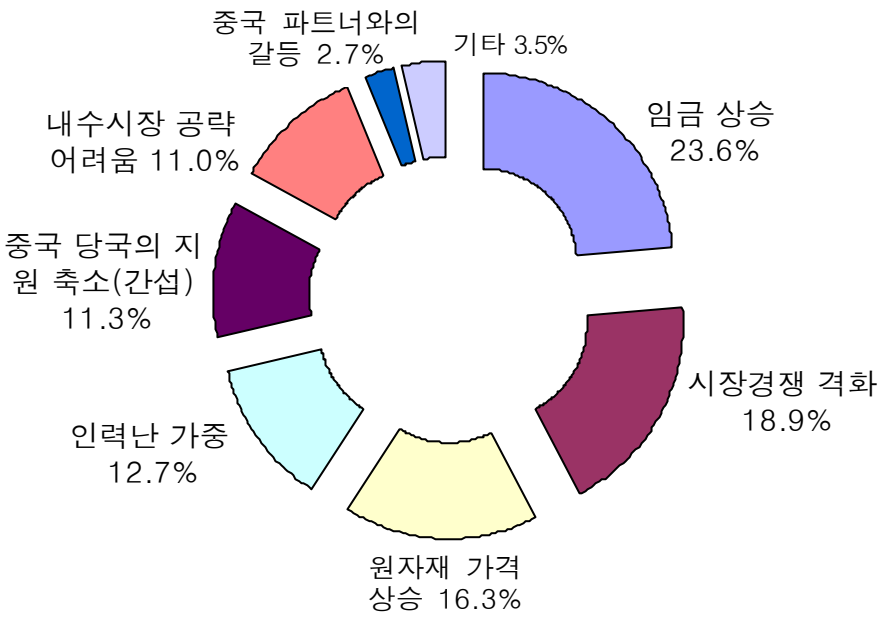
주 : 536개 복수응답

□ 임금 상승에 시장경쟁 격화로 기업 환경 악화

○ 기업 환경 악화요인에서 중국투자기업들은 '임금 상승'(23.6%), '시장경쟁 격화'(18.9%), '원자재 가격 상승'(16.3%) 등으로 어려움을 겪고 있는 것으로 조사됨

- '중국 당국의 지원 축소 또는 간섭'(11.3%), '내수시장 공략의 어려움'(11.0%), '중국 파트너와의 갈등'(2.7%) 요인은 상대적으로 낮게 나타남

〈圖-11 기업 환경이 악화됐다고 보는 이유〉

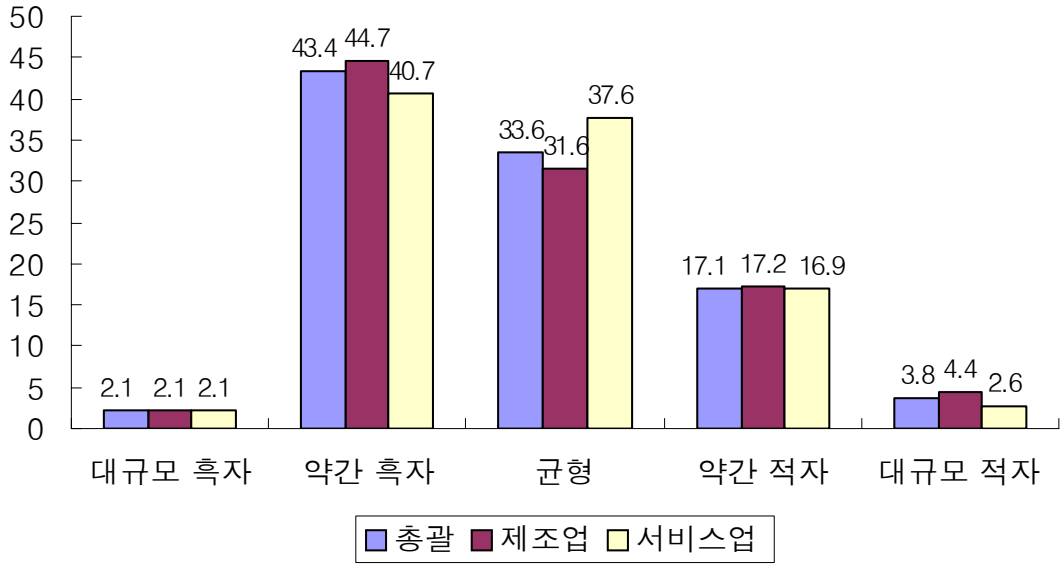


주 : 692개 복수응답

9. 현재 경영 상황

□ 흑자(45.5%) 〉 적자(20.9%)

〈圖-12 현재 경영상황에 대한 평가〉



주 : 578개 사 응답

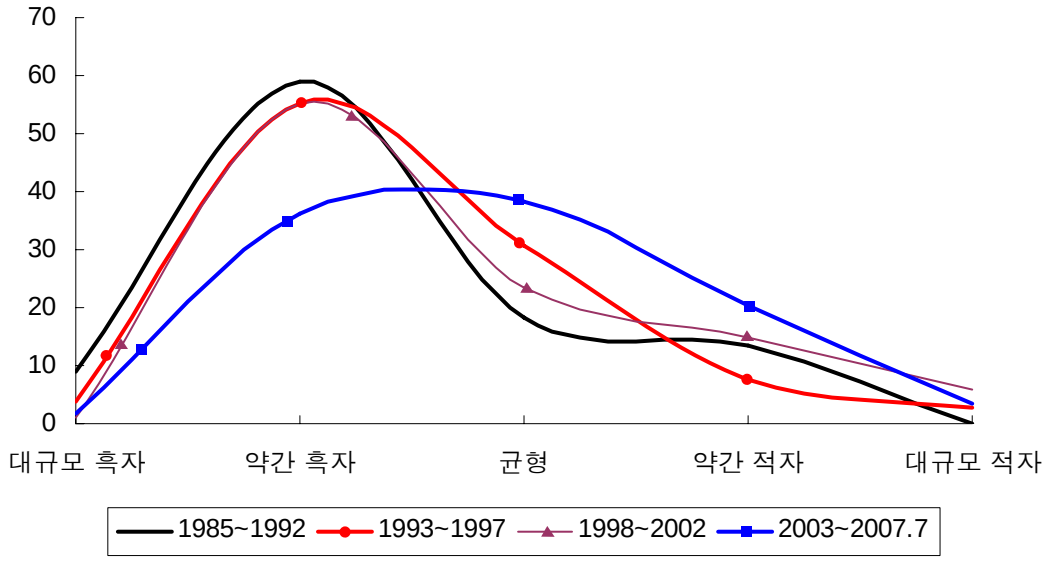
○ 현재 경영 상황에 대해 응답한 578개 기업 가운데 45.5%가 흑자(약간 흑자 43.4%, 대규모 흑자 2.1%)로써 적자 비율(약간 적자 17.1% 및 대규모 적자 3.8% 포함해 20.9%)을 2배 이상 초과한 것으로 조사됨

- 33.6%는 수지 균형상태라고 응답

○ 흑자 또는 적자의 경영 상황은 제조업과 서비스업 등 업종별로도 유사한 분포도를 보임

□ 초기 진출기업일수록 흑자 비율 높아

〈圖-13 진출 시기별 경영상황 평가〉



주 : 578개 사 응답

○ 위 그래프에서 1985~1992년 진출 기업은 뚜렷한 좌상향 곡선인데 반해 2003~2007년 곡선은 평균값을 중앙으로 하여 좌(흑자)·우(적자) 대칭에 가까운 정규분포(normal distribution)를 보임

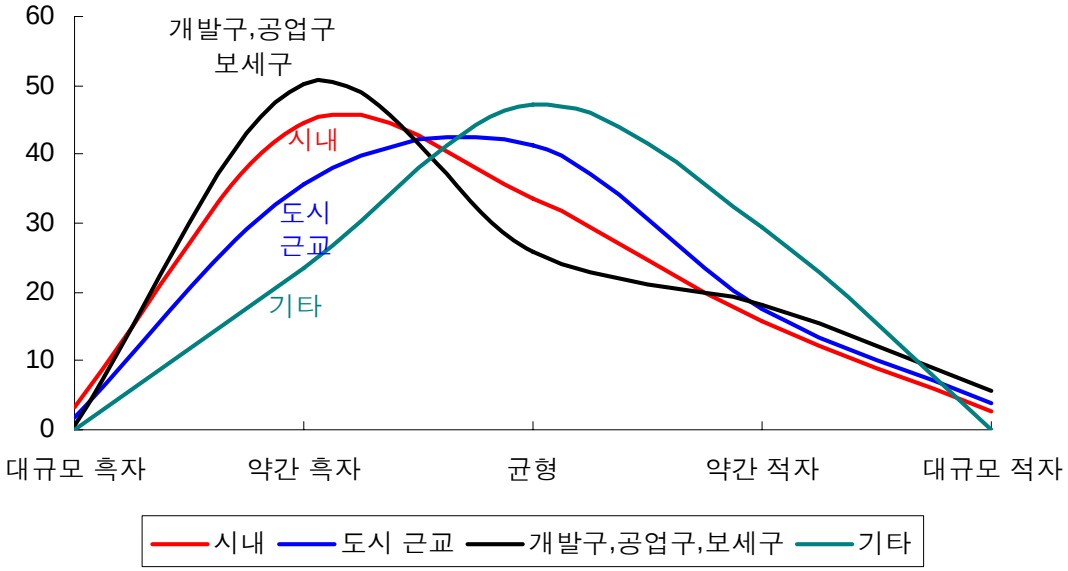
- 좌상향(左上向)에 편중될수록 흑자 비율이 높고 정규분포에 가까울수록 수지 균형에 접근하며 우상향(右上向)에 편중될수록 적자 비율이 높음을 의미함

○ 진출시기별 경영 상황에서 초기 진출기업일수록 '대규모 흑자' 또는 '약간 흑자'의 비율이 높게 나타남을 알 수 있음

□ 개발구 소재기업 흑자 비율 높아

○ 진출 시기별 경영상황 평가에서와 마찬가지로 분포도를 이용해 소재지 특성별 입지(시내, 도시근교, 개발구·공업구·보세구 등)에 따른 경영 상황을 분석한 결과, 개발구·공업구·보세구 소재 기업들의 흑자 비율이 가장 높은 것으로 나타남

〈圖-14 소재지 특성별 입지에 따른 경영 상황 평가〉



주 : 578개 사 응답

10. 매출 이윤율과 신장률

□ 매출액 대비 평균 이윤율 10% 내외

○ 투자기업의 최근년도 매출액 대비 평균 이윤율을 -50% 미만, -40%, -30% … 0% … 30%, 40%, 50% 등의 구간으로 구분해 조사한 결과, 중국투자기업들은 평균 10% 내외의 매출 이윤율을 기록하고 있는 것으로 파악됨

- 통계 분석을 위해 -50% 미만을 1로 대치(代置)하고 -40%(2), -30%(3), … 0%(6), 10%(7), 20%(8), 50% 초과(11)로 함

- 아래 표에서 N은 개체 수(응답 수)이며 Min, Max, Mean은 각각 최소값, 최대값, 평균값임

- 응답 기업 565개 사 총괄은 물론 업종별, 연도별 분석에서는 7내외의 평균값을 얻어 중국투자기업의 매출액 대비 평균 이윤율은 10% 내외인 것으로 평가할 수 있음

〈表-2 매출액 대비 평균 이윤율〉

	N	Min.	Max.	Mean
총 괄	565	1	11	6.9929
업종별				
- 제조업	377	1	11	6.9125
- 서비스업	188	2	11	7.1543
년도별				
- 1985~1992	22	6	10	7.0000
- 1993~1997	76	3	11	7.2895
- 1998~2002	117	2	11	7.0427
- 2003~2007	350	1	11	6.9114

주 : 565개 사 응답

□ 연평균 매출액 신장률 약 15%

○ 매출액 대비 평균 이윤율과 같은 방법으로 기업들의 최근년도 연평균 매출액 신장률을 조사한 결과, 총괄 평균값 7.5851을 얻음(총 568개 사 응답)

- 이는 투자기업들의 연평균 매출액 신장률이 약 15%임을 의미함

- 제조업(7.4961)보다 서비스업(7.7059)의 평균값이 높게 나타나 서비스업 기업의 성장세가 보다 양호함을 추론할 수 있음

○ 연평균 매출액 신장률(약 15%)보다 매출액 대비 평균 이윤율(약 10%)이 낮게 나타난 것은 최근 원자재 가격·인건비·조세부담 상승으로 고비용 구조가 가속화되면서 순익(net profit) 증가율이 매출액(total sales) 신장률을 따라가지 못하고 있기 때문으로 분석됨

〈表-3 연평균 매출액 신장률〉

	N	Min.	Max.	Mean
총 괄	568	1	11	7.5651
업종별				
- 제조업	381	1	11	7.4961
- 서비스업	187	3	11	7.7059
년도별				
- 1985~1992	22	6	11	7.6818
- 1993~1997	76	2	11	7.4868
- 1998~2002	117	2	11	7.3675
- 2003~2007	353	1	11	7.6402

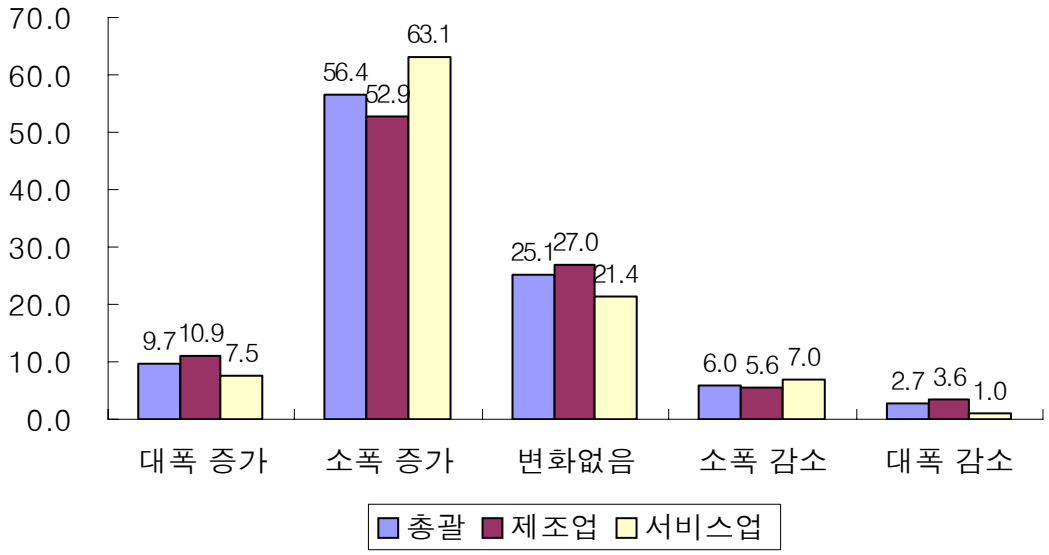
주 : 568개 사 응답

11. 투자초기와 비교한 중국시장 점유율

□ 시장점유율 증가세 뚜렷

○ 투자진출 초기와 비교한 현재의 중국시장 점유율은 '소폭 증가'했다는 반응이 절반을 넘어섰고 '감소' 비율은 미미함

〈圖-15 투자초기와 비교한 시장점유율 변화〉



주 : 546개 사 응답

- '소폭 증가' 응답은 총괄 56.4%, 제조업 52.9%, 서비스업 63.1% 등으로 높게 나타난 반면, '소폭 감소' 또는 '대폭 감소' 응답률은 한자리 수에 그침

12. 위앤화 장기 평가절상의 영향

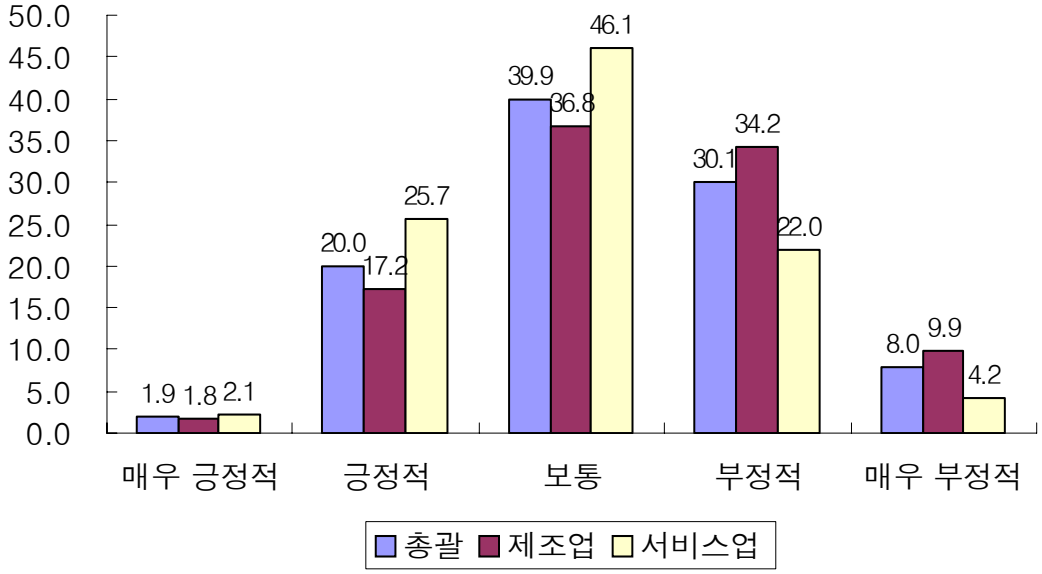
□ 아직은 충격 수준 아니나 수출기업엔 갈수록 부담 클 듯

○ 위앤화의 장기적인 평가절상 추세가 경영에 미치는 영향에 대해 약 40% 내외의 기업이 '보통'이라고 응답해 위앤화 환율 변동으로 인해 당장 충격 수준의 영향은 받지 않고 있는 것으로 보임

- 그러나 전체적으로 '부정적' 또는 '매우 부정적'이라는 응답이 '긍정적' 또는 '매우 긍정적' 이라는 응답 비율보다 높게 나타난 가운데 제조업 기업에서 부정적 의견이 보다 높게 나타난 점에 유의할 필요가 있음

- 위앤화 환율이 2007년 7월 13일 현재 대미 달러당 7.5731위앤을 기록하고 있으나 연말까지는 7.2위앤대로 하락할 것이라는 전망이 나오고 있는 상황에서 수출실적이 많은 제조업 기업들은 갈수록 환리스크 노출 범위가 커질 것임

〈圖-16 위앤화의 장기적 평가절상에 따른 영향〉

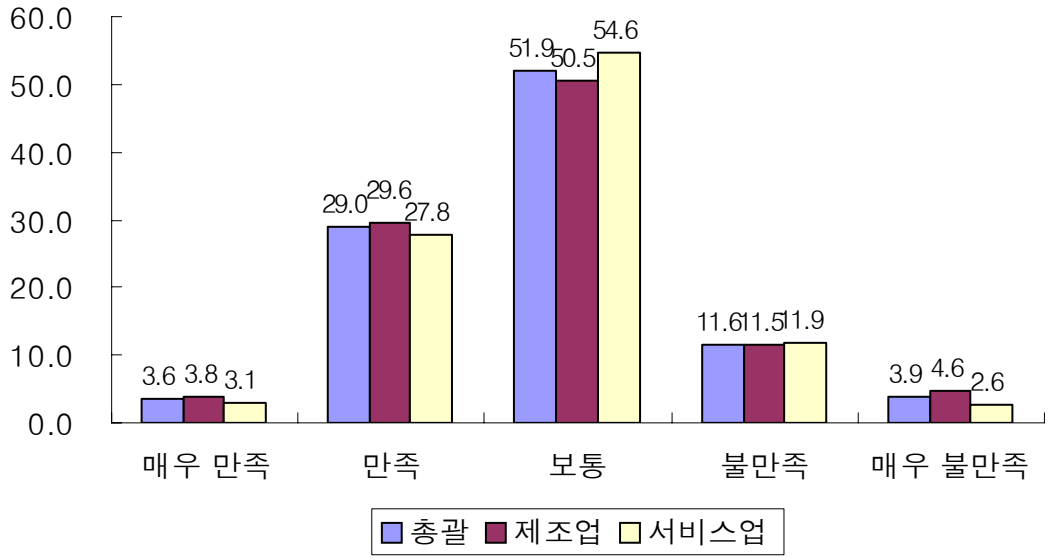


주 : 574개 사 응답

13. 투자 만족도

□ 기업 성장성 대체로 만족 수준

〈圖-17 기업 성장성 평가(총괄 및 업종별)〉



주 : 586개 사 응답

○ 총괄 분포는 물론, 업종별(제조업 및 서비스)로도 '만족'과 '보통'에 약 80%의 응답이 집중돼 기업 성장성에 대해 대체로 만족 수준인 것으로 평가됨

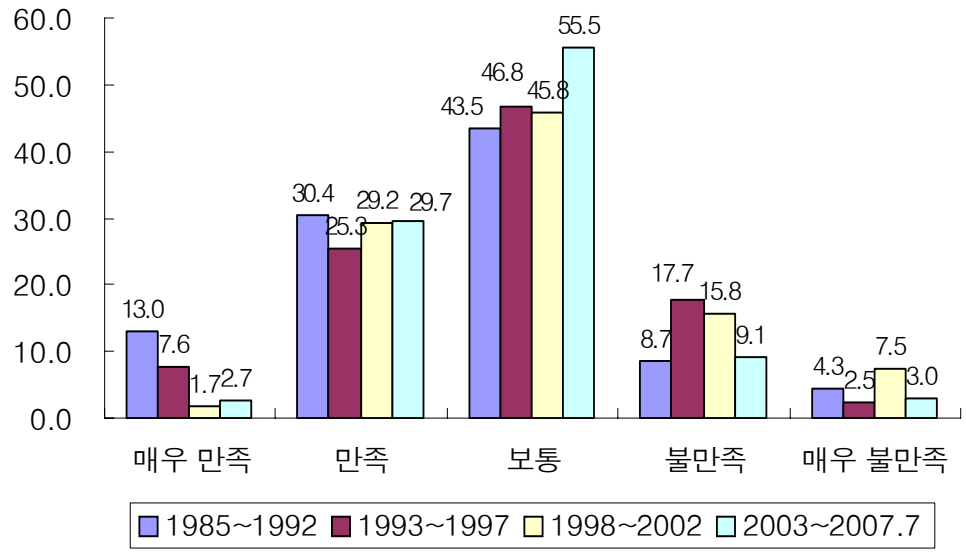
- '매우 만족'과 '불만족', '매우 불만족' 응답은 많지 않음

○ 진출 시기별 기업성장성 만족도에서도 업종별과 유사한 분포임

- 1992년 이전 초기진출 기업일수록 높게 나타났고 2003년 이후 최근 진출 기업의 경우, '보통'이라는 응답 비율이 절반을 넘어섬

- 이는 최근 진출기업일수록 경영기반이 정착되지 않아 만족도에 있어 관망적인 태도를 보이고 있기 때문인 것으로 풀이됨

〈圖-17 기업 성장성 평가(진출 시기별)〉



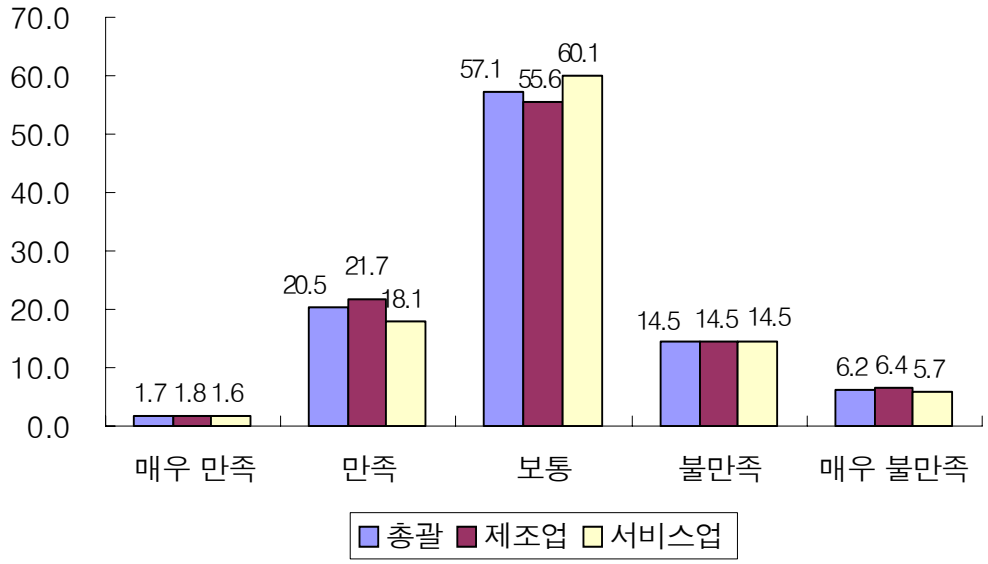
주 : 586개 사 응답

□ 기업 수익성에도 대체로 만족

○ 수익성도 성장성과 유사한 분포를 보이고 있음

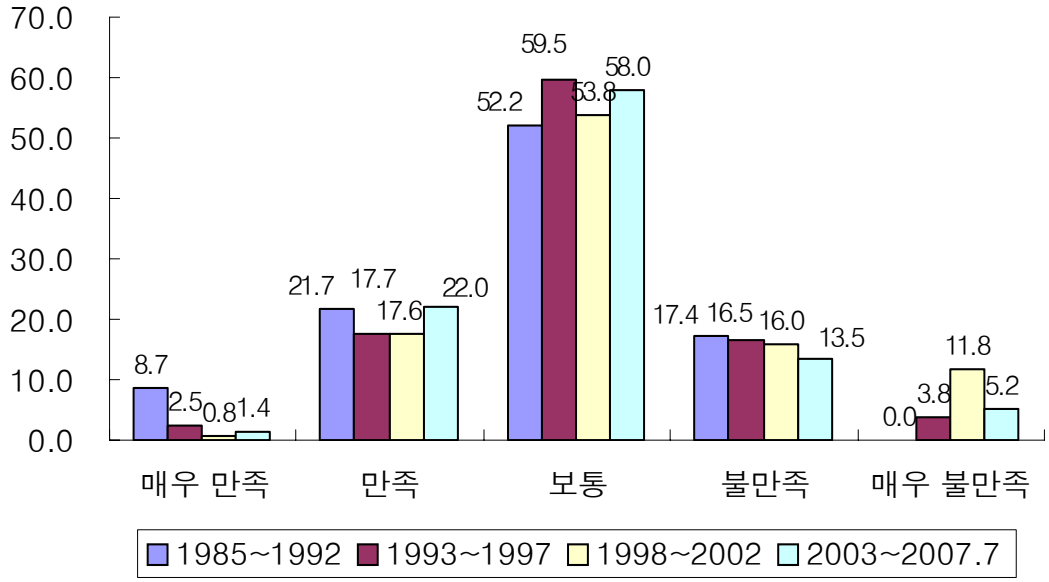
- 업종별, 진출 시기별로 모두 '보통'이라는 반응이 60%이며 '만족'과 '불만족'이 대체로 비슷한 비율로 나타남

〈圖-18 기업 수익성 평가(총괄 및 업종별)〉



주 : 585개 사 응답

〈圖-19 기업 수익성 평가(진출 시기별)〉

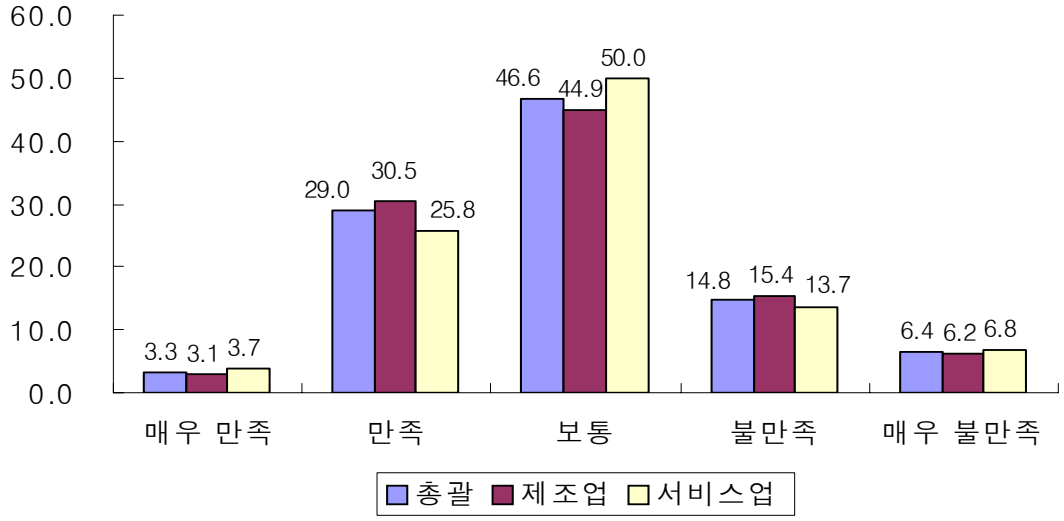


주 : 585개 사 응답

□ 투자동기 달성도

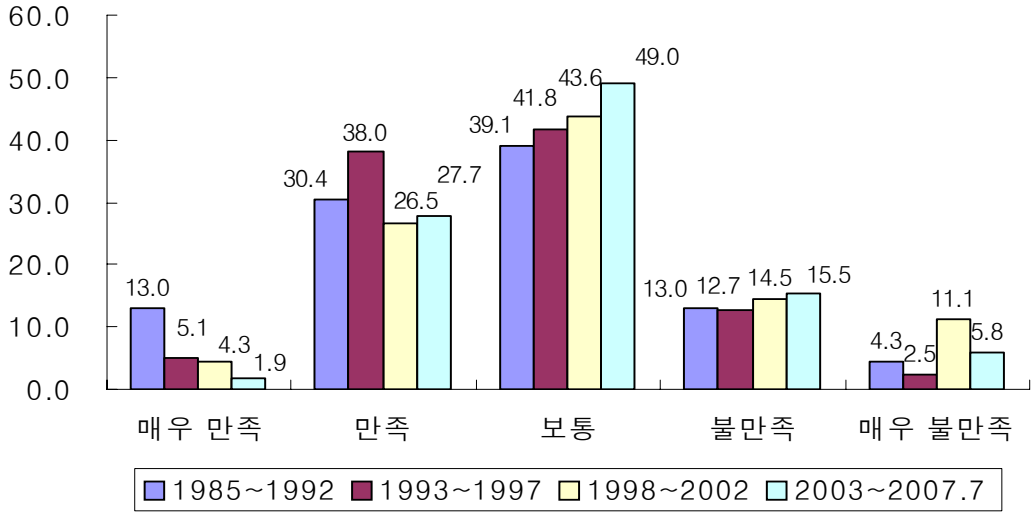
○ 투자동기 달성 여부에 대해 32%가 '만족' 또는 '매우 만족'하며 이는 '불만족' 또는 '매우 불만족' 응답률(21.2%)을 넘어선 수준임

〈圖-20 투자동기 달성도 평가(총괄 및 업종별)〉



주 : 580개 사 응답

〈圖-21 투자동기 달성도 평가(진출 시기별)〉



주 : 580개 사 응답

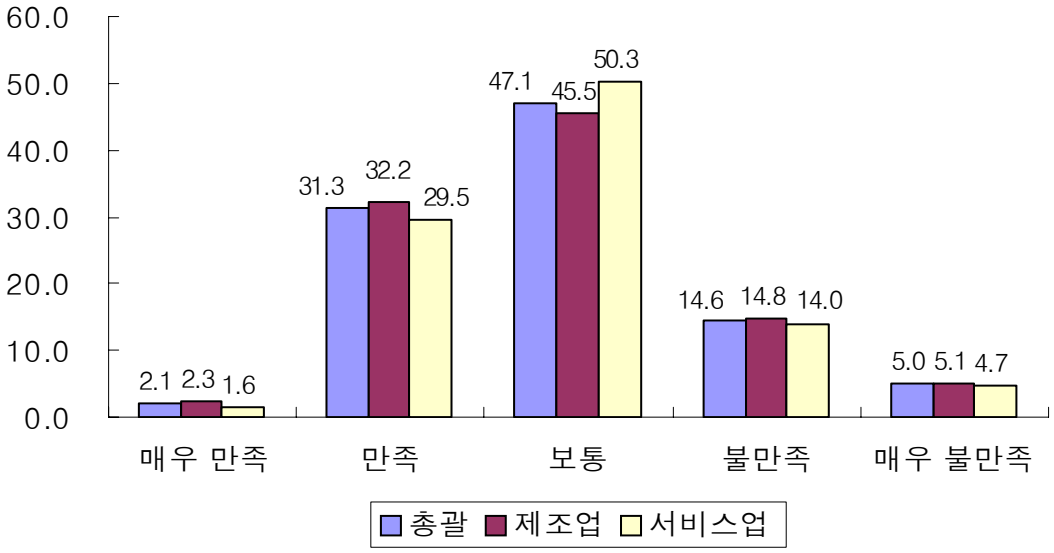
○ 진출 시기별로 '매우 만족' 및 '만족' 응답 비율을 살펴본 결과, 1985~1991년(43.4%), 1993~1997년(43.1%), 1998~2002년(30.8%), 2003년 이후(29.6%)로 나타나 최근 진출 기업일수록 투자동기 달성도를 낮게 평가하고 있는 것으로 조사됨

- 이는 최근년도 중국 내 비용 상승 및 각종 규제성 법규 확대 추세에 따른 현상인 것으로 풀이됨

□ 전체 만족도(총평)

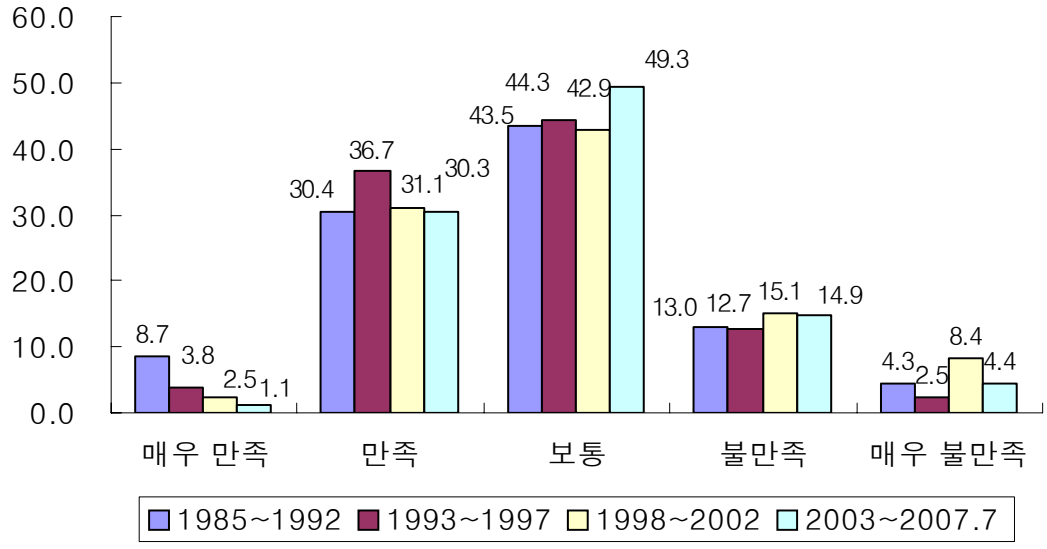
○ 전반적으로 '만족'이 30%선이나 '보통'이라는 반응이 40~50%대에 달해 중국이 매력 일변도의 투자대상지만은 아님을 반영함

〈圖-22 전체 만족도 평가(총괄 및 업종별)〉



주 : 584개 사 응답

〈圖-23 전체 만족도 평가(진출 시기별)〉



주 : 584개 사 응답

III. 향후 전망 (문항 14~17)

요 약

□ 기업들은 중국이 긴축정책을 장기화하면서도 상당 기간 고성장을 지속할 것으로 인식하고 있음

○ 88.4%가 긴축정책이 1년 이상 갈 것으로 전망하며 "고성장 기간이 10년 이상 갈 것"이라는 응답률도 44%로 비교적 높게 나타남

□ 중국경제가 한국에 기회인가 위기인가에 대해 절반가량이 '기회와 위기 병존으로 중립적'인 의견을 냈으나 기회로 보는 시각(20.8%)보다 위기로 보는 시각(28.2%)이 많음

○ '기회' 시각은 중국의 거대시장 기능 지속, 세계시장 진출의 거점 기능 등에 착안하며 '위기' 시각은 중국이 세계시장에서 한국을 추월하고 한국 내 산업공동화 심화될 가능성을 우려하고 있음

□ 향후 중국진출 환경 전망은 나빠지거나(48.6%) 매우 나빠질 것(6.1%)으로 보는 견해가 54.7%로 높게 나타남

○ 이 같은 비관적 견해는 서비스업(44.9%)보다 제조업(59.7%)에서 더욱 높아 최근 중국 내 제조업 경영환경 악화 추세를 반영함

○ 환경이 나빠질 것으로 보는 이유는 '중국의 저비용 구조 상실', '한국의 기술우위 상실', '중국의 성장이 한국에 위협이 될 것' 등의 순으로 높은 응답률을 보임

□ 이처럼 중국진출 환경 전망에 대해 부정적 견해가 많지만 투자를 확대하겠다는 반응이 59.4%로 '축소 반응'(7.5%)보다 월등히 높게 나타남

○ 철수 의사를 밝힌 기업은 전체의 0.8%에 불과하며 2005년 설문에서도 '철수 고려' 반응은 1.4%에 그친 바 있음

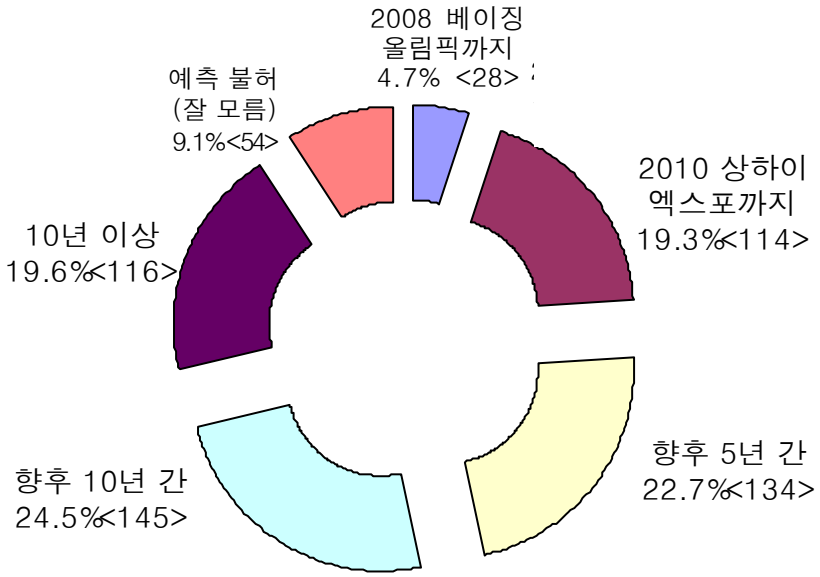
□ 기업들은 향후 중국진출에서 꼭 필요한 요소로 '기술력에 기초한 내수 브랜드 전략'을 꼽고 있음

14. 성장과 긴축정책

□ "고성장 최소 10년 이상 간다" 44%

○ 일각에서 2008년 베이징올림픽 이후 중국경제의 버블이 표면화되면서 성장 동력에 영향을 미칠 것이라는 주장이 제기되고 있으나 투자기업들은 중국의 성장 가능성을 긍정적으로 보고 있음

〈圖-24 중국의 고성장 지속기간 전망〉



주 : 591개 사 응답

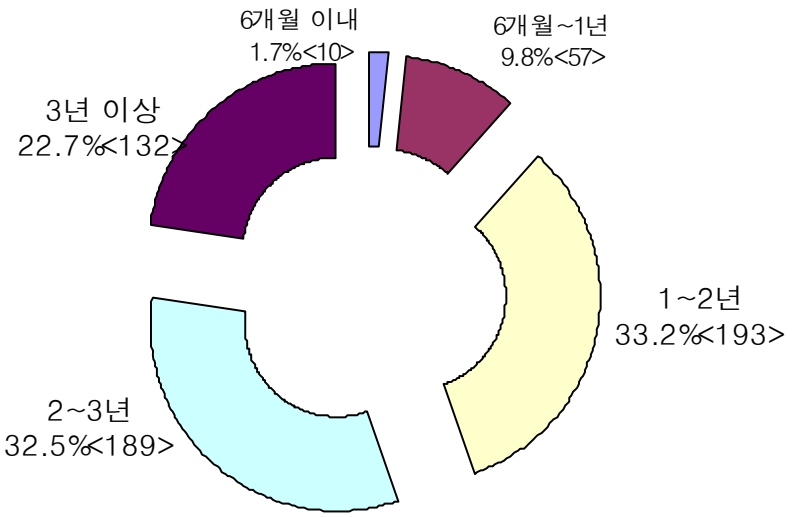
- 현재의 고성장세가 2008년까지 지속될 것이라는 전망은 4.7%에 그친 반면, '향후 10년 간', '10년 이상' 등에 대해 각각 24.5%와 19.6%의 높은 비율을 보여 44.1%가 최소 10년 이상 갈 것으로 내다보고 있음

□ 긴축정책 장기화 전망 우세

○ 현재 추진 중인 강도 높은 긴축정책의 지속시기 전망과 관련, 1~2년 33.2%, 2~3년 32.5%, 3년 이상 22.7% 등으로 조사돼 88.4%가 긴축정책이 1년 이상 갈 것으로 보고 있음

- 이는 대부분의 중국투자기업들이 긴축정책이 장기화될 것으로 인식하고 있음을 의미함

〈圖-24 중국의 긴축정책 지속기간 전망〉

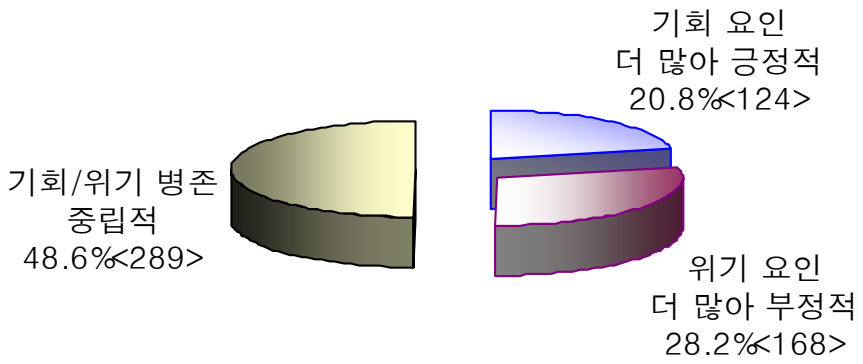


주 : 581개 사 응답

15. 중국경제, 한국에 기회인가 위기인가

□ "기회(20.8%) 〈 위기(28.2%)"

〈圖-25 중국은 한국에 기회인가 위기인가〉



주 : 581개 사 응답

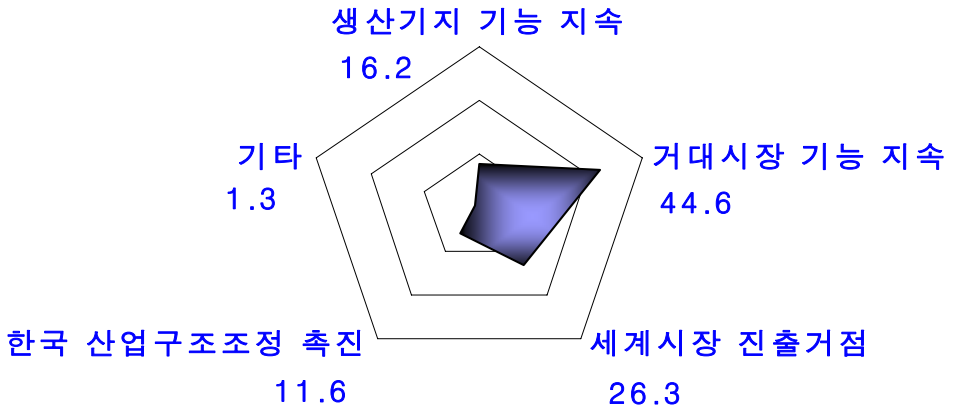
○ 중국경제가 한국에 있어 기회인가 위기인가라는 문항에서는 '기회와 위기 병존으로 중립적'이라는 응답이 약 절반(48.6%)으로 나타남

- 그러나 '기회가 많아 긍정적'이라는 응답(20.8%)보다는 '위기가 많아 부정적'(28.2%)으로 보는 시각이 많은 것으로 조사됨

□ 거대시장 요인엔 긍정적이나 "중국에 추월당할 수" 우려도

○ 기업들은 중국에 대해 '거대시장 기능이 지속'되고(44.6%) '세계시장 진출의 거점이 될 것'(26.3%)이라는 점에서 중국 경제의 성장이 한국에 긍정적이라고 보고 있음

〈圖-26 중국경제가 한국에 긍정적인 이유〉

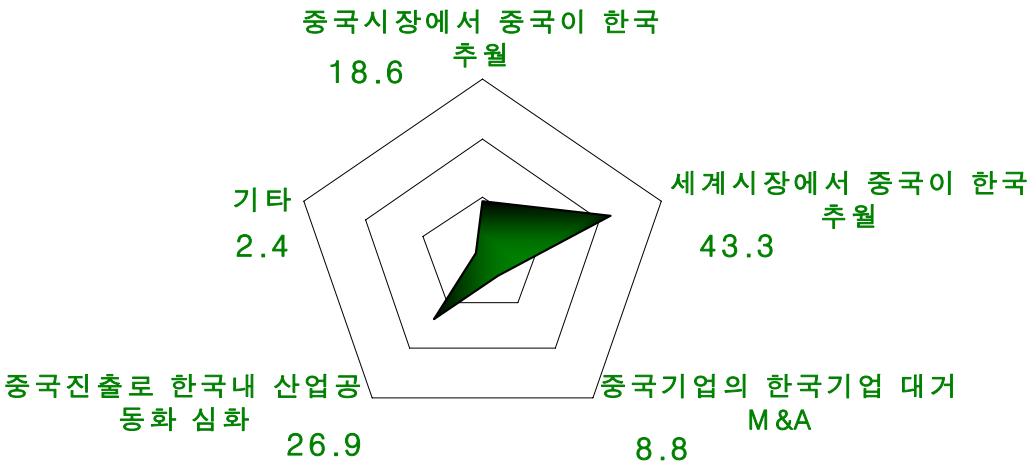


주 : 395개 복수 응답

- 그러나 중국이 '세계시장에서 한국을 추월'하고(43.3%) 기업들의 '중국진출로 한국 내 산업공동화가 심화될 것'(26.9%)이라는 점에서는 부정적 반응을 보임

- 중국이 한국기업을 대거 M&A할 것이라는 응답은 소수에 그침

〈圖-27 중국경제가 한국에 부정적인 이유〉



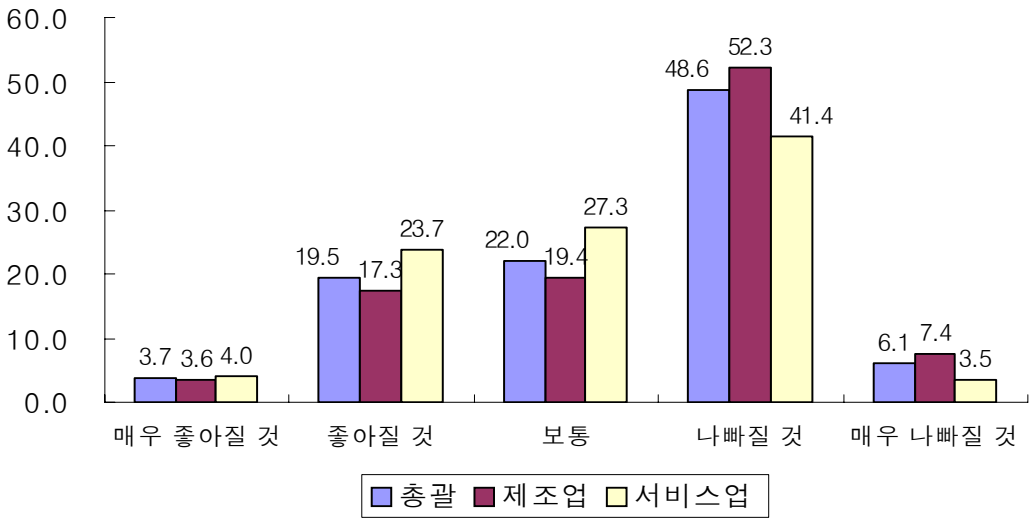
주 : 457개 복수 응답

16. 중국진출 환경 전망

□ "지금보다 나빠질 것" 50% 넘어

○ 향후 중국진출 환경이 지금보다 나빠지거나(48.6%) 매우 나빠질 것(6.1%)으로 보는 견해가 54.7%로 나타남

〈圖-28 향후 중국진출 환경 전망(총괄 및 업종별)〉



주 : 595개 사 응답

- 비관적인 견해(나빠지거나 매우 나빠질 것)는 서비스업(44.9%)보다 제조업(59.7%)에서 더욱 높게 조사돼 최근 중국 내 제조업 경영환경 악화 추세를 반영함

○ 중국진출 환경이 지금보다 좋아지거나 매우 좋아질 것이라는 반응은 각각 23.2%(총괄), 20.9%(제조업), 27.7%(서비스업)에 그침

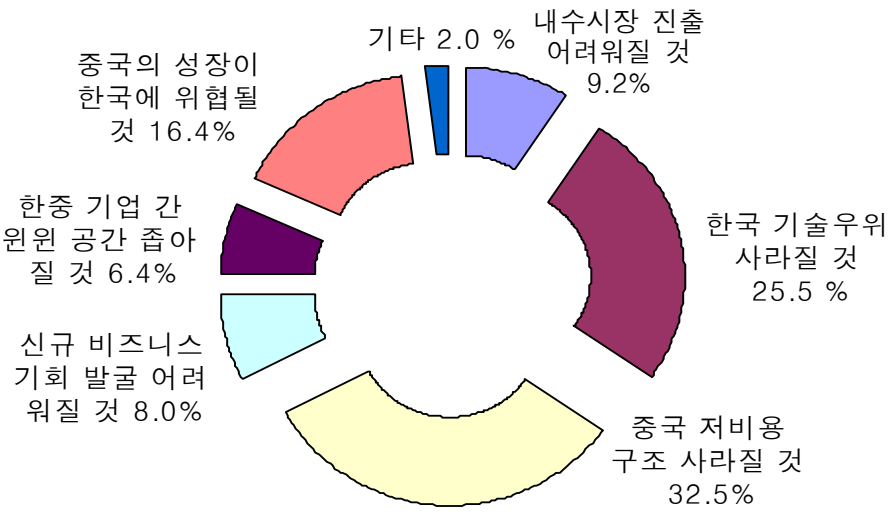
- 제조업보다 서비스업에서 긍정적인 반응 비율이 높게 나타남

□ '저비용 구조 상실'이 가장 큰 문제

○ 향후 중국진출 환경이 나빠질 것으로 보는 이유는 '중국의 저비용 구조가 사라질 것'(32.5%), '한국의 기술우위가 사라질 것'(25.5%), '중국의 성장이 한국에 위협이 될 것'(16.4%) 등의 순으로 높게 나타남

- 내수시장 진출과 신규 비즈니스 기회 발굴이 어려워지거나 한중 기업 간 공생(윈윈) 공간이 좁아질 것이라는 응답은 각각 소수에 그침

〈圖-29 중국진출 환경이 나빠질 것으로 보는 이유〉



주 : 750개 복수 응답

17. 향후 중국투자 방향

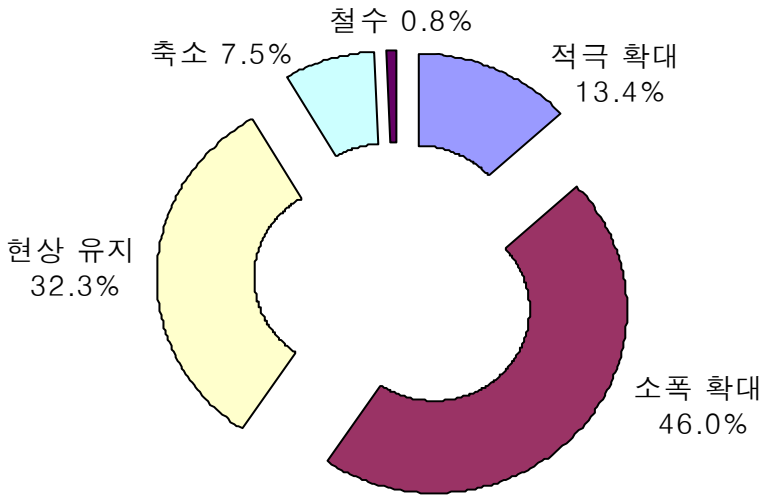
□ 진출 환경 나빠져도 투자는...확대(59.4%) 〉 축소(7.5%)

○ 기업들은 향후 진출 환경에 부정적 견해를 갖고 있음에도 중국투자는 '적극 확대'(13.4%)하거나 '소폭 확대'(46.0%) 하겠다고 밝혀 축소하겠다는 반응(7.5%)보다 월등히 높게 나타남

- 철수 의사를 밝힌 기업은 0.8%에 불과함

- 2005년 Grand Survey에서도 '철수 고려' 반응은 1.4%에 그쳤음

〈圖-30 향후 중국투자 방향〉



주 : 589개 사 응답

○ 이 같은 결과는 중국 내 제조업 환경변화로 인해 많은 진출기업들이 '탈(脫)중국'을 고려하고 있다는 일부의 주장과는 다른 것임

- 16번 문항에서 내수시장 진출과 신규 비즈니스 기회 발굴이 어려워질 것이라는 응답이 소수에 그쳤음을 감안하면 투자를 확대하겠다는 기업들은 단순 가공생산 보다는 내수시장 진입 확대를 염두에 두고 있는 것으로 해석됨

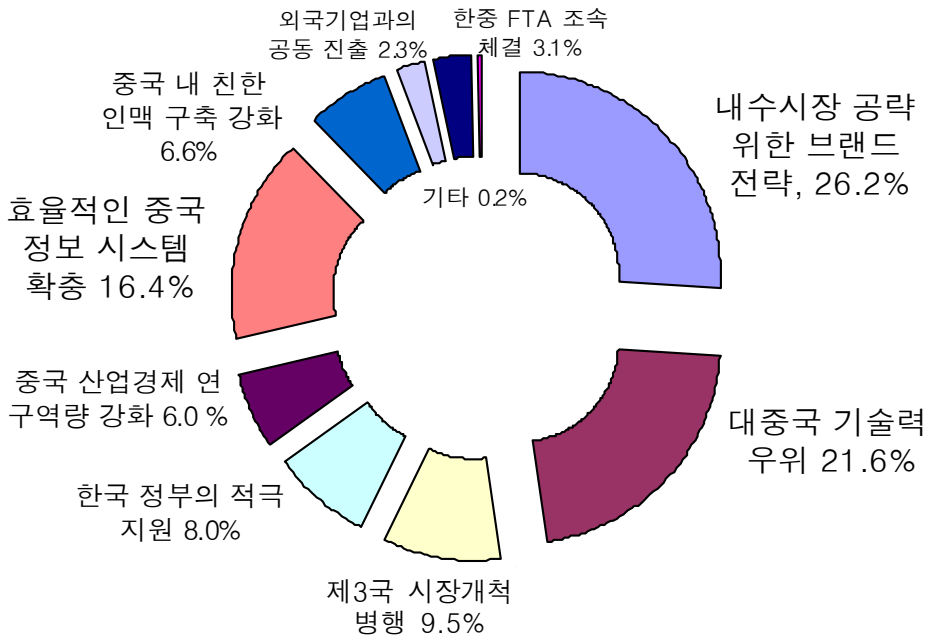
□ 기술력에 기초한 내수 브랜드 전략이 관건

○ 향후 중국진출에서 꼭 필요한 요소와 관련, 기업들은 '내수시장 공략을 위한 브랜드 전략'(26.2%), '대중국 기술력 우위'(21.6%), '효율적인 중국 정보시스템 확충'(16.4%) 등의 순으로 꼽고 있음

- 이는 기업들이 중국진출 성공의 관건이 기술력에 기초한 내수 브랜드 전략에 달려 있다고 인식하고 있음을 뒷받침하는 것임

○ '제3국 대체시장 개척노력 병행'(9.3%), '중국 내 인맥구축 강화'(6.6%), '한중 FTA 조속 체결'(3.1%) 등은 소수 응답에 그침

〈圖-31 향후 중국진출에 꼭 필요한 요소〉



주 : 1,250개 복수 응답

IV. 한중 FTA 인식과 전망

요 약

□ 중국진출 한국기업들의 한중 FTA 지지율(58.7%)은 반대의견(8.4%)보다 월등하게 높게 나타남

○ 이는 KOTRA 상하이무역관이 실시한 '중국기업의 한중 FTA 인식과 전망' 설문조사(2007.4) 결과 나타난 중국기업의 지지율 및 반대 의견(각 93.8%와 0%)과 비교하면 대조를 보임

○ 한국기업의 한중 FTA 지지율은 제조업보다 서비스업에서 소폭 높게 나타남

○ FTA 지지 이유는 '기업협력 확대', '중국 수입관세율 인하' 등임

○ FTA 반대 이유로는 '중국의 수입관세율 인하효과가 미미할 것'이라는 응답(30.2%)이 가장 많았음

□ 협상개시 희망 시기는 '1~3년 후'가 45.1%로 가장 높고 '1년 내'(32.5%), '즉시'(11.9%), '3년 후'(10.5%) 등임

○ 중국기업의 경우 '즉시'가 56.7%로 단연 높고 '1년 내'(29.8%), '1~3년 후'(12.4%), '3년 후'(1.1%)로 나타나 한국기업보다 조기추진을 희망하고 있음

□ FTA 우선 순위에 있어서는 미묘한 인식 차이가 발견됨

○ 한국기업은 '한중 FTA 우선'(48.7%), '한중일 동시 추진'(33.5%), '한일 우선 추진'(14.8%), '중일 우선 추진'(3.0%)로 반응함

○ 중국기업은 '한중 FTA 우선'(59.0%), '한중일 동시 추진'(29.2%), '중일 우선 추진'(10.1%), '한일 우선 추진'(1.7%)로 반응함

○ 자국을 제외한 기타 양국간 우선 체결을 가장 원하지 않음을 의미

□ 한국기업들은 한중 FTA로 중국기업보다 한국기업이 보다 큰 혜택을 받을 것으로 생각하고 있음

○ 대중국 수출 및 영업액에 대체로 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상하면서도 '변화 없을 것'이라는 반응도 문항별로 30~40%에 달함

□ 한중 FTA 지지 여부 : 찬성(58.7%) 〉 반대(8.4%)

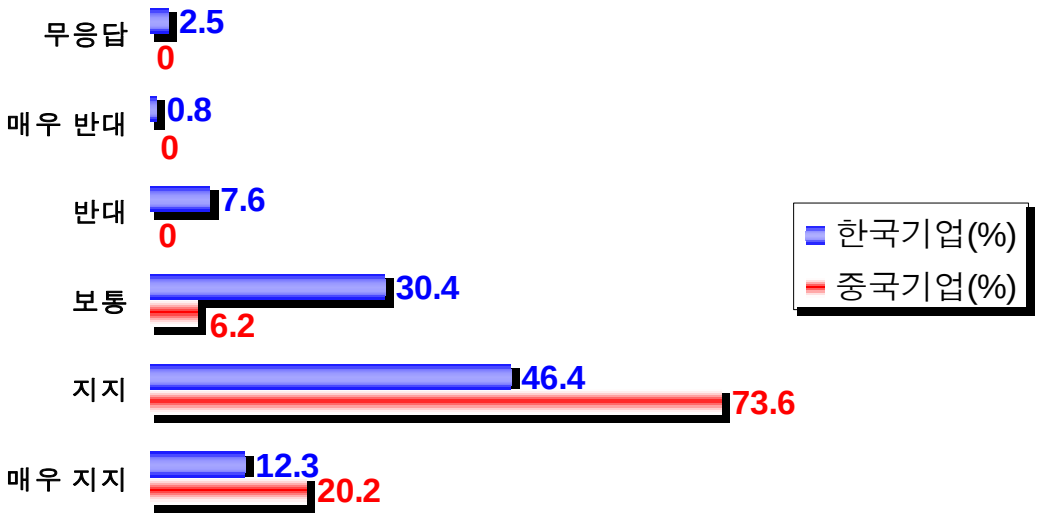
○ 중국진출 기업들은 한중 FTA 추진에 대해 '매우 지지' 12.3%(73개 사), '지지' 46.4%(276개 사)로 응답해 58.7%(349개 사)의 찬성률을 보이고 있음

- 30.4%(181개 사)가 '보통' 이라는 의견을 냈으며 '반대' 또는 '매우 반대' 입장은 8.4%(50개 사) 임

○ 한국기업들의 이 같은 반응은 KOTRA 상하이무역관이 2007년 4월 중국 7개 도시 178개 중국기업들을 대상으로 실시한 '중국기업의 한중 FTA 인식과 전망' 설문조사 결과와 대조를 보임

- 당시 설문에서 중국기업들은 한중 FTA 추진에 대해 '매우 지지' 20.2%(36개 사), '지지' 73.6%(131개 사)로 응답해 93.8%(167개 사)의 절대적인 찬성률을 보였고 '반대' 또는 '매우 반대' 입장은 하나도 없는 것으로 조사됨

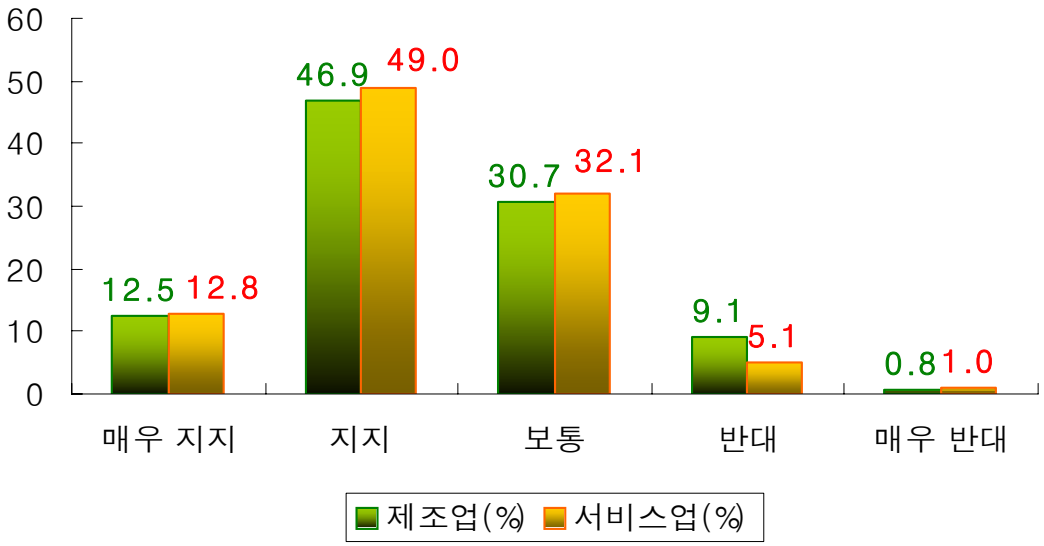
〈圖-32 한국기업과 중국기업의 한중 FTA 지지 여부 비교〉



주 : 한국기업(595개 사 응답) 수치는 Grand Survey 2007 설문결과 기준이며 중국기업(178개 사 응답) 수치는 상하이무역관의 2007년 4월 설문조사 기준임

○ 한국기업의 한중 FTA지지 여부는 업종별로는 제조업과 서비스업이 유사한 응답 분포를 보이고 있는 가운데 서비스업의 '지지' 또는 '매우 지지' 비율이 소폭 높게 나타남

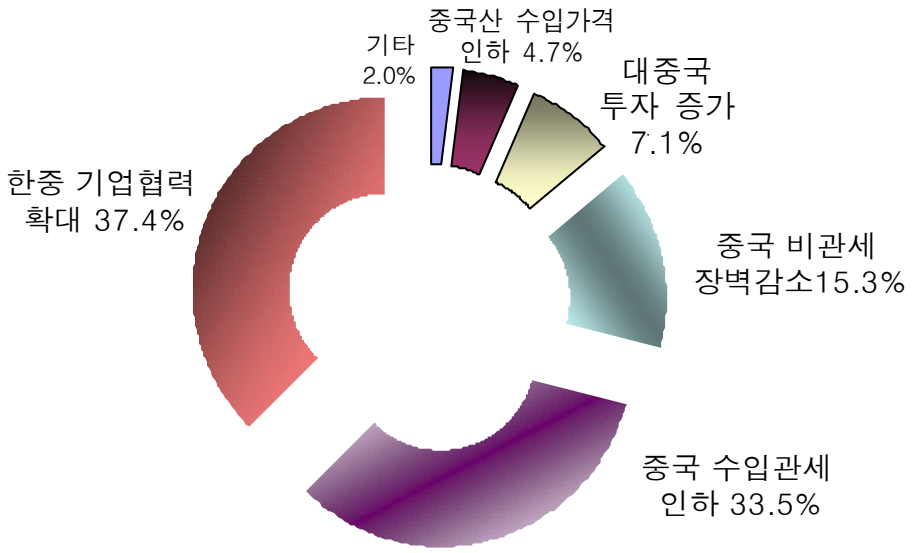
〈圖-33 한국기업의 업종별 한중 FTA 지지 수준〉



주 : 580개 사 응답

□ FTA 지지 이유는 한중 기업 협력 확대, 中 수입관세율 인하 등

〈圖-34 한국기업의 한중 FTA 지지 이유〉



○ 한중 FTA 지지 이유에 대해 '한중 기업협력이 확대될 것이기 때문'이라는 응답이 37.4%로 가장 많았고 이어 '중국의 수입 관세 인하'(33.5%), '중국의 비관세장벽 감소'(15.3%), '대중국 투자 증가'(7.1%)의 순으로 조사됨

- '중국산 수입가격 인하' 때문이라는 응답은 4.7%에 그침

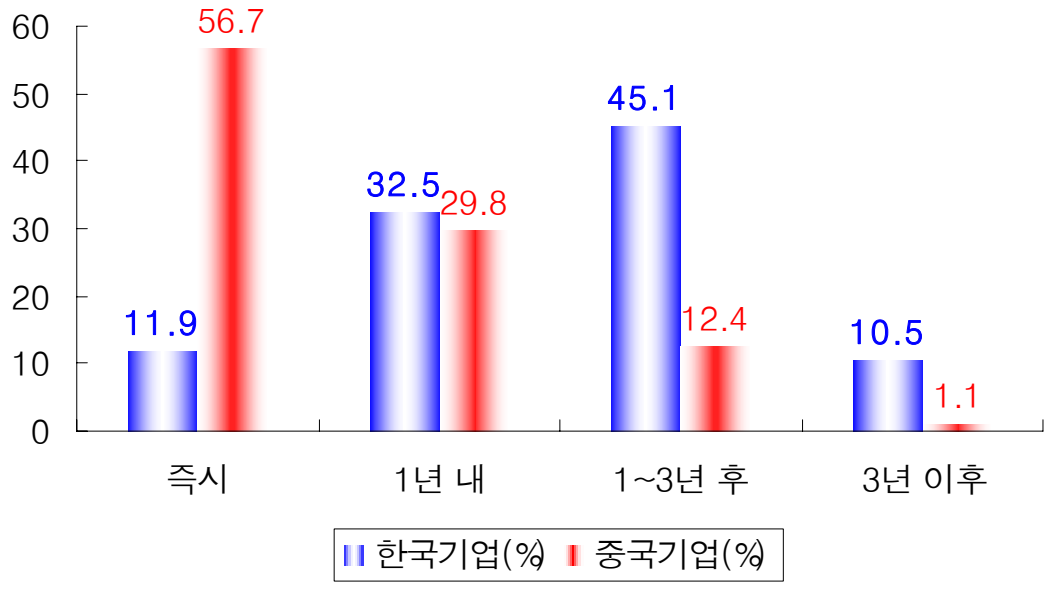
□ FTA 협상 개시 시기는 "1~3년 후" 45.0%

○ 한중 FTA 협상 개시 희망 시기는 '1~3년 후'가 45.1%로 가장 높게 나타났고 이어 '1년 내'(32.5%), '즉시'(11.9%), '3년 이후'(10.5%)의 순으로 조사됨 <428개 사 응답>

○ 2007년 4월 '중국기업의 한중 FTA 인식과 전망' 조사에서 중국기업들은 '즉시'(56.7%), '1년 내'(29.8%), '1~3년 후'(12.4%), '3년 후'(1.1%)의 순으로 응답한 바 있음

- 한국기업보다 중국기업들이 조기 추진을 희망하고 있음

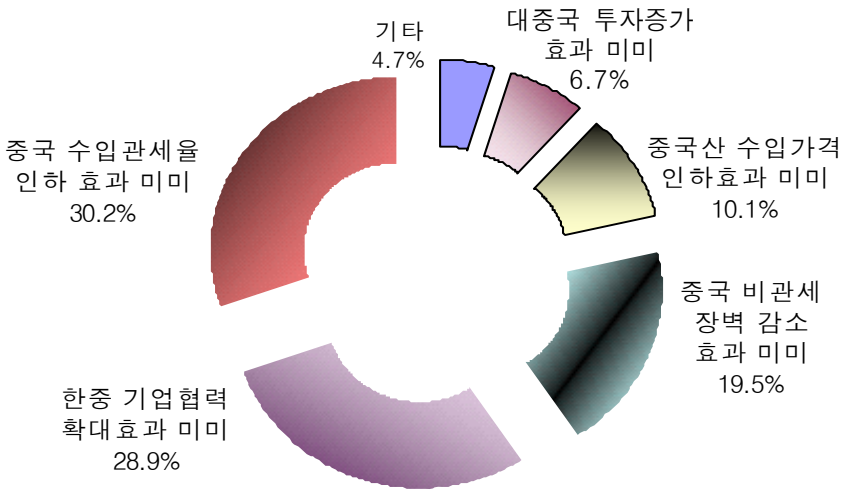
〈圖-35 한중 FTA 협상 개시 희망 시기〉



□ FTA 반대 이유는 "中 수입 관세율 인하효과 미미할 것"

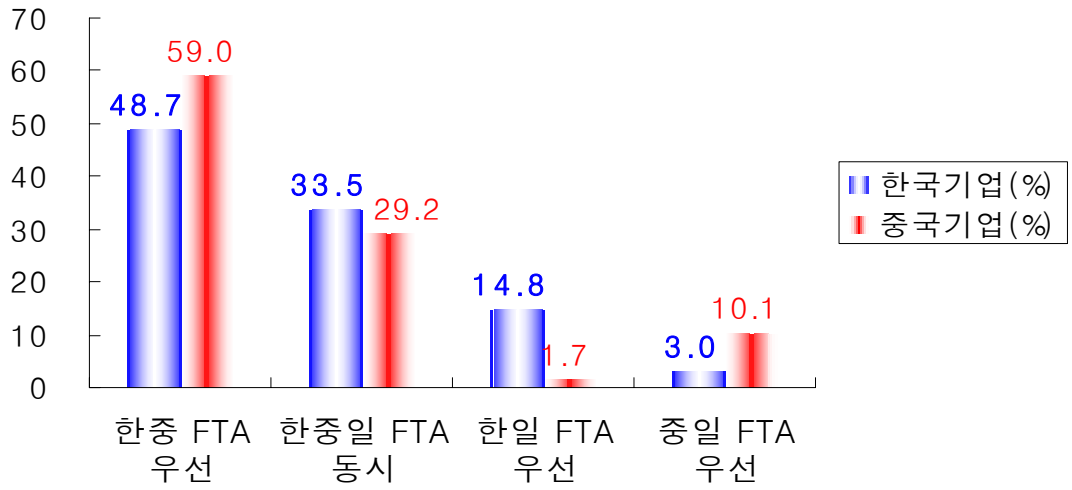
○ 한중 FTA 반대 이유 의견은 '중국의 수입 관세율 인하 효과 미미'와 '한중 기업협력 확대효과 미미'가 각각 30.2%와 28.9%로 높게 나타남

〈圖-36 한중 FTA 반대 이유〉



□ "동북아 FTA는 '한중일' 보다 '한중' 먼저 해야"

〈圖-37 동북아 지역 FTA 우선 순위(총괄)〉



주 : 한국기업(540개 사 응답) 수치는 Grand Survey 2007 설문결과 기준이며 중국기업(178개 사 응답) 수치는 상하이무역관의 2007년 4월 설문조사 기준임

○ 동북아 역내 FTA는 '한중 FTA'를 먼저 해야 한다는 응답 비율이 48.7%로 가장 높게 나타났고 이어 '한중일 FTA 동시 추진'(33.5%), '한일 FTA 우선 추진'(14.8%) 순이며 '중일 FTA 우선 추진'은 3.0%에 그침

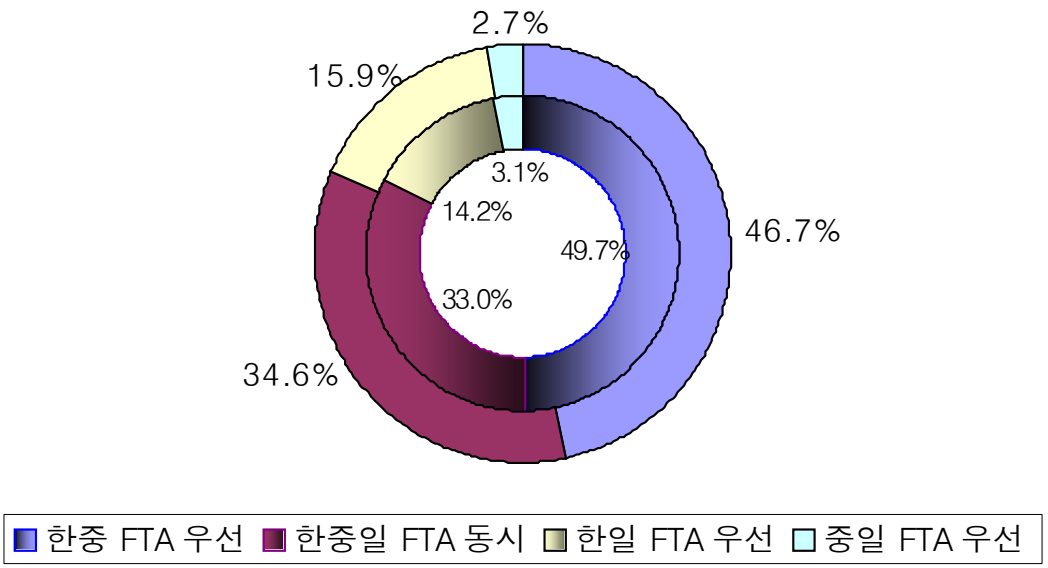
○ 중국 기업들이 인식하는 역내 FTA 우선 순위도 비슷한 순서로 나타남

- 그러나 중국 기업의 경우, '한일 FTA 우선 추진' 응답 비율이 1.7%에 불과함

○ 중국 내 한국기업과 중국기업들은 양국간 FTA 우선 추진을 가장 선호하면서도 동북아 3국간 역내 FTA 구도에서 자국을 제외한 기타 양국(중일 또는 한일)간 FTA 우선 체결은 가장 원하지 않는 시나리오임을 알 수 있음

○ 업종별 역내 FTA 우선 순위는 FTA 지지 여부에서와 마찬가지로 제조업과 서비스업이 큰 차이 없는 응답 분포를 보임

〈圖-38 동북아 지역 FTA 우선 순위(업종별)〉



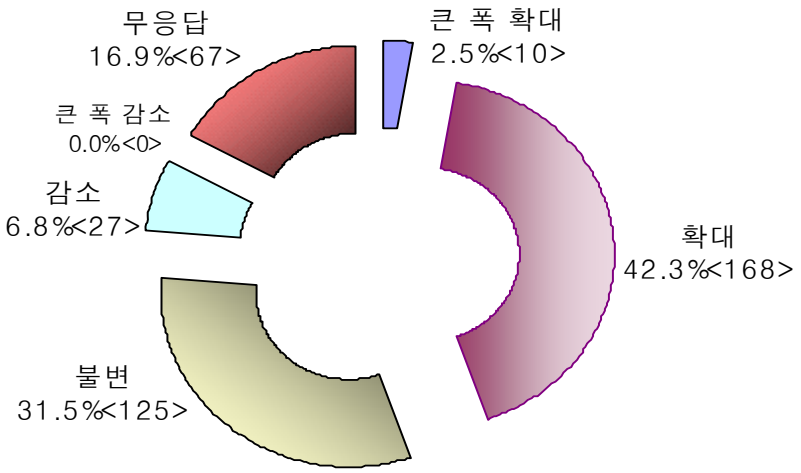
주 : 제조업(안쪽 원) 358개 사, 서비스업(바깥쪽 원) 182개 사 응답

□ '대중 수출 확대' 전망 우세 속 '변화 없을 것' 전망도 많아

○ 제조업 기업 397개 사 가운데 한중 FTA 체결로 대중국 수출이 확대될 것이라는 응답 비율이 44.8%(큰 폭 확대 2.5%, 확대 42.3%)로 절반을 넘지 않은 것으로 조사됨

- '불변'(변화 없음) 응답 비율도 31.5%로 비교적 높게 집계됨

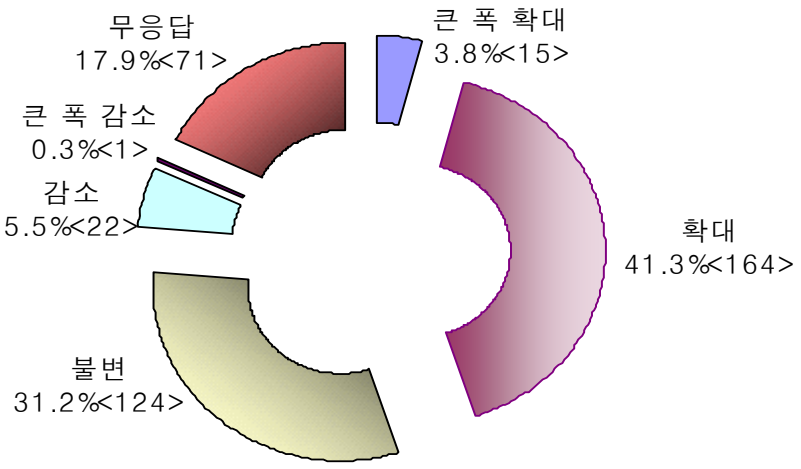
〈圖-39 한중 FTA 체결 후 대중 수출 전망(제조업)〉



주 : 397개 사 응답

○ 한중 FTA 체결 후 대중국 수입이 확대될 것이라는 전망 비율도 45.1%(큰 폭 확대 3.8%, 확대 41.3%)로 대중국 수출 확대 전망 비율과 비슷한 수준을 보임

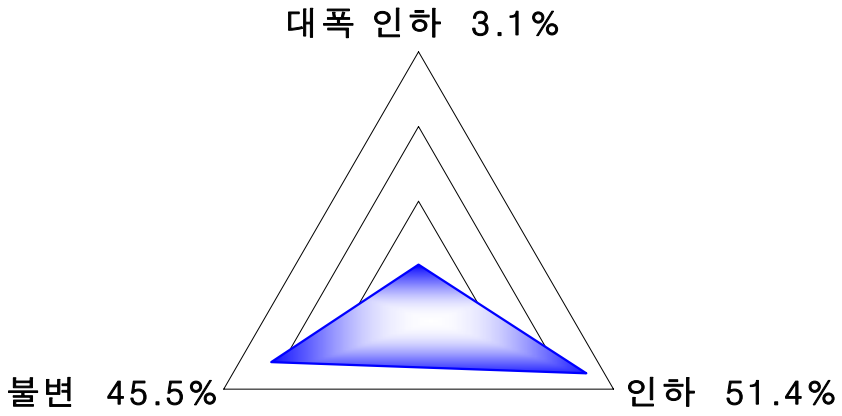
〈圖-40 한중 FTA 체결 후 대중 수입 전망(제조업)〉



주 : 397개 사 응답

○ 제조업 기업들은 한중 FTA 체결 후 대중국 수출 단가가 인하될 것으로 전망하는 비율이 54.5%(대폭 인하 및 인하 포함)로 절반을 넘었으나 '변화 없음'(불변) 비율도 45.5%나 됨

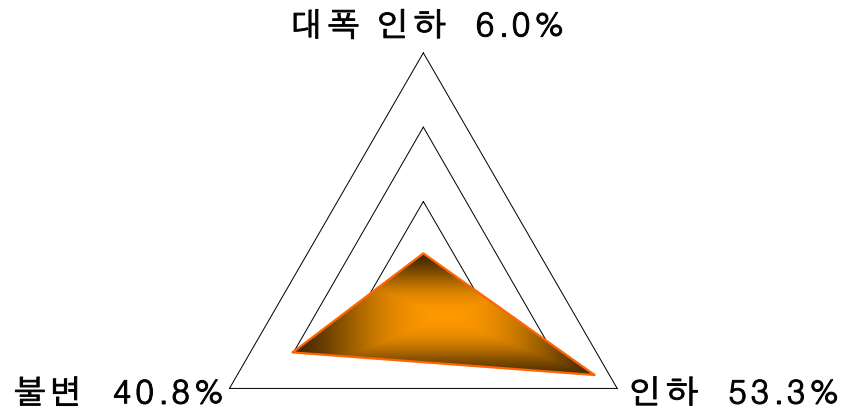
〈圖-41 한중 FTA 체결 후 대중 수출단가 변화(제조업)〉



주 : 397개 사 응답

- 대중국 수입단가 변동 전망과 관련, 응답 기업 319개 사의 비율은 '대폭 인하' 6.0%(19개 사), '인하' 53.3%(170개 사), '불변' 40.8%(130개 사) 등으로 나타남

〈圖-42 한중 FTA 체결 후 대중 수입단가 변화(제조업)〉



주 : 397개 사 응답

□ 한중 FTA 수혜자는 中투자 한국기업, 한국 내 한국기업 順

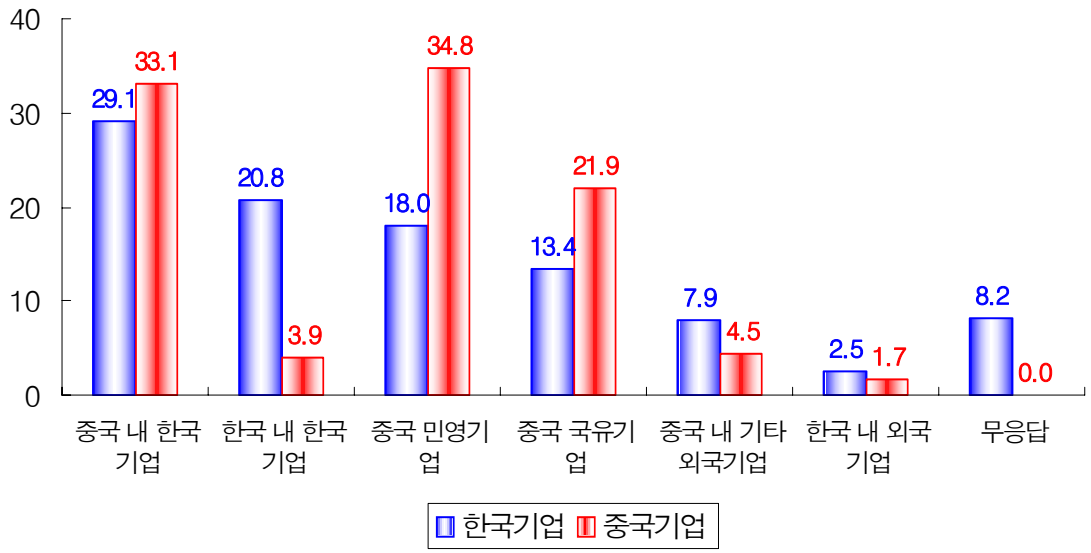
○ 한중 FTA 체결로 가장 이득을 보는 기업군에 대해 중국투자 한국기업들은 '중국 내 한국기업'(29.1%), '한국 내 한국기업'(20.8%)인 것으로 인식하고 있음

- 이어 '중국 민영기업'(18.0%), '중국 국유기업'(13.4%), '중국 내 기타 외국기업'(7.9%), '한국 내 외국기업'(2.5%), 무응답(8.2%)의 순으로 조사됨

- 가장 이득을 보는 기업군이 한국기업(중국 내 한국기업+한국 내 한국기업)일 것이라는 전망(49.9%)이 중국기업(민영기업+국유기업=31.4%)일 것이라는 응답보다 높게 나타남

○ 2007년 4월 중국기업을 대상으로 한 동일 문항의 설문에서 중국기업들은 '중국 민영기업'(34.8%), '중국 내 한국기업'(33.1%), '중국 국유기업'(21.9%) 등의 순으로 응답해 양국 기업들의 인식에 다소 차이가 있음을 알 수 있음

〈圖-43 동일 업종에서 한중 FTA 체결로 가장 유리해질 기업〉

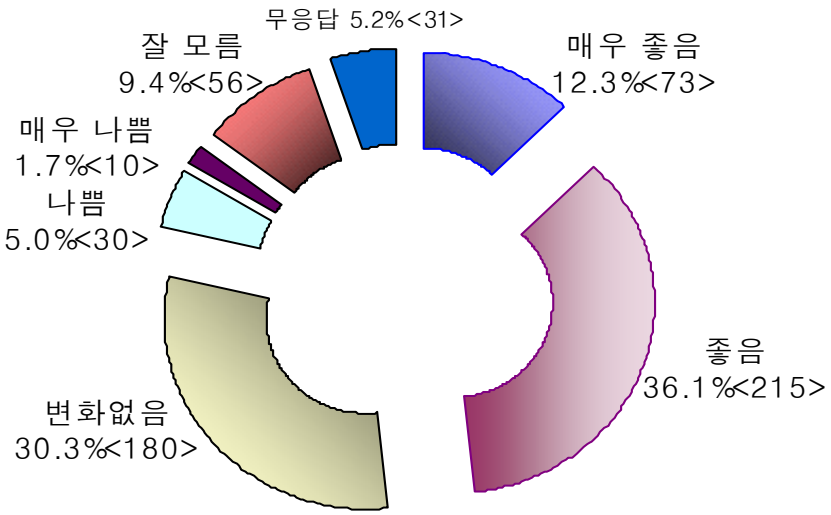


주 : 595개 사 응답

□ FTA 체결이 영업에 미치는 영향 : 48.4%가 긍정 평가

○ FTA 체결이 자사 영업액에 미치는 영향에 대해 '좋음'과 '매우 좋음' 응답 비율이 각각 36.1%(215개 사)와 12.3%(73개 사)로 높았지만 '변화 없음' 응답도 30.3%(180개 사)로 조사됨

〈圖-44 한중 FTA 체결이 영업액에 미치는 영향〉



주 : 595개 사 응답

2007년 KOTRA 발간자료목록

Global Business Report

번 호	제 목	발간일자
07-001	세계 바이오에너지 개발동향	2007.2
07-002	일본 히트 상품 속에 숨은 키워드	2007.2
07-003	2010, 중국 비즈니스 이정표 : 3가지 의문과 제안	2007.2
07-004	2007년 중국의 외자기업 관련 주요 신규법규와 시사점	2007.2
07-005	대미수출 부진원인과 한미FTA 활용 방안	2007.3
07-006	중남미 신정부 출범과 시장 진출 방안	2007.3
07-007	북핵 사태 해결 이후 북-EU 경제 관계의 향방	2007.3
07-008	일본의 지적재산 강화전략 및 시사점	2007.3
07-009	엔화 동향 및 우리 기업의 대응전략	2007.3
07-010	한미 FTA체결에 따른 대미수출 유망품목 및 진출전략	2007.4
07-011	러시아의 WTO 가입에 따른 시장환경 변화	2007.4
07-012	2007년 美무역장벽보고서를 통해 본 한미 FTA 협상 평가와 시사점	2007.4
07-113	멕시코 수출. 산업 진흥제도(IMMEX/PROSEC)의 이해	2007.4
07-014	EU 가입 3주년, 신규 회원국들의 경제변화 추이	2007.4
07-015	중국기업의 한중 FTA 인식과 전망	2007.5
07-016	발칸국의 투자진출 여건 분석	2007.5
07-017	러시아 오일머니, 어디로 가고 있나	2007.5
07-018	WTO 가입 후 베트남 섬유산업 환경변화 및 우리기업의 대응전략	2007.6
07-019	대중수출 품목구조 변화와 주요 요인	2007.6
07-020	해외무역관에서 바라본 2007년 하반기 수출전망	2007.6
07-021	인도 소매유통시장 현황과 전망	2007.6
07-022	북중변경무역현황과 전망	2007.6
07-023	M&A를 통한 중국 진출 전략	2007.6
07-024	미래를 위한 준비, 중동의 탈석유화 정책	2007.6
07-025	중국 증치세 환급률 인하의 영향과 전망	2007.7
07-026	숫자로 보는 미국경제 현주소	2007.7
07-027	아세안을 잡아라1 - 아세안 주요시장 수출유망 품목	2007.7

무공자료

번 호	제 목	발간일자
07-001	2007년 지역별 진출확대 전략	2007.1
07-002	2007 미리보기	2007.1
07-003	2006년 중국 지재권 백서	2007.2
07-004	2006 외국인 투자주간 행사 결과보고서	2007.6
07-005	2006년도 북한의 대외무역동향	2007.6
07-006	유럽 완성차 기업의 미래형 자동차 개발현황 및 Tier1.2 동향 조사	2007.6
07-007	브라질 비즈니스 가이드	2007.6
07-008	중국투자실무가이드/증보판	2007.7
07-009	2007 외국인 투자기업 경영환경 애로조사 보고서	2007.7
07-010	2007 외국인 투자기업 생활환경 애로조사 보고서	2007.7
07-011	일본의 국가 브랜드 육성전략	2007.7
07-012	중국 투자핵심가이드	2007.7
07-013	대만 투자핵심가이드	2007.7
07-014	일본 투자핵심가이드	2007.7
07-015	베트남 투자핵심가이드	2007.7
07-016	인도네시아 투자핵심가이드	2007.7
07-017	캄보디아 투자핵심가이드	2007.7
07-018	인도 투자핵심가이드	2007.7
07-019	태국 투자핵심가이드	2007.7
07-020	필리핀 투자핵심가이드	2007.7
07-021	방글라데시 투자핵심가이드	2007.7
07-022	말레이시아 투자핵심가이드	2007.7
07-023	미얀마 투자핵심가이드	2007.7
07-024	아랍에미리트 투자핵심가이드	2007.7
07-025	이집트 투자핵심가이드	2007.7
07-026	나이지리아 투자핵심가이드	2007.7
07-027	알제리 투자핵심가이드	2007.7
07-028	미국 투자핵심가이드	2007.7
07-029	캐나다 투자핵심가이드	2007.7

07-030	브라질 투자핵심가이드	2007.7
07-031	멕시코 투자핵심가이드	2007.7
07-032	독일 투자핵심가이드	2007.7
07-033	폴란드 투자핵심가이드	2007.7
07-034	체코 투자핵심가이드	2007.7
07-035	슬로바키아 투자핵심가이드	2007.7
07-036	헝가리 투자핵심가이드	2007.7
07-037	루마니아 투자핵심가이드	2007.7
07-038	터키 투자핵심가이드	2007.7
07-039	러시아 투자핵심가이드	2007.7
07-040	카자흐스탄 투자핵심가이드	2007.7
07-041	우즈베키스탄 투자핵심가이드	2007.7

설명회자료

번 호	제 목	발간일자
07-001	2007년 세계시장 진출전략설명회	2007.1
07-002	Post-China 투자진출 전략 설명회	2007.3
07-003	한미 FTA를 활용한 미국시장 진출전략 설명회	2007.4
07-004	발칸국 투자유망 프로젝트 설명회	2007.5
07-005	중국 투자환경 이렇게 바뀐다!!!	2007.5
07-006	한미 FTA 활용, 산업별 대미진출전략 설명회	2007.6

작성자

◈ 박한진 (상하이무역관)

Global Business Report 07-028

Grand Survey 2007
중국투자기업 경영성과 평가와 전망, 그리고 한중 FTA

발 행 인 | 홍 기 화
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2007년 7월
주 소 | 서울시 서초구 염곡동 300-9
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright ⓒ 2007 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.