

## 중국의 유통업 현황 및 진출절차

### I. 중국 유통업 현황

#### 1. 유통업의 종류 및 구조

- 유통업은 무역업, 창고업 및 교통운수업, 체신통신업, 금융업과 요식업을 포함하며 아래와 같이 분류됨.

##### 가. 생산재 소유 형식에 의한 분류

- 유통업은 國有企業, 集體所有企業, 股彬企業, 私營企業, 中外合資企業 및 個體工商戶(개인기업)로 분류

- 國有企業과 集體所有企業이 유통업의 핵심이며, 기타 형식의 유통업은 최근 들어 크게 성장

- (1) 國有企業은 각종 상업형태의 주체로 중국 사회주의 시장경제 발전에 주도적인 역할을 담당. 국유기업은 시장조정, 물동량 조정, 시장수요 충족, 물가조정 억제, 물가안정 등 국가정책에 중요한 역할을 함.

- 현재 국유유통기업의 개혁은 사회주의 시장경제에 부응하여 현대화된 기업제도의 건립을 목표로 추진

- 기업 법인재산권의 명시화 작업을 통해 출자자 소유권과 기업법인 재산권을 완전분리. 기업법인은 기업재산에 대한 지배권, 사용권, 처분권을 소유함으로써 시장운영의 독립적이고 자주적인 경제실

체임.

##### (2) 集體所有企業

- 집체소유기업이란 다수의 노동집체가 투자, 설립한 후 그 생산재를 노동자가 소유하며 공동참여, 공동분배하는 일종의 공유제 경제개념

- 집체소유기업은 供合作商業, 合作商店, 新集體, 股彬合作社 등이 있음.

##### (3) 股彬企業(주식회사)

- 股彬企業은 현대기업의 경영제도 또는 경영방식임. 즉 주식을 발행한 후 분산된 자본이나 자금을 모아 경영하는 방식임.

- 股彬企業의 소유권은 우리나라의 경우 주식회사와 같이 각 주주에게 있으며, 최고의결기구는 주주총회이며 최고경영결정기구는 이사회로 이사장이 회사의 법정 대표

- 사회주의시장경제가 발전함에 따라 유통업계 股彬企業(주식회사)이 늘어나는 추세임. 현재 深圳, 上海 두 지역의 주식시장에 유통업 위주의 주식회사가 이미 60여개로 전체 상장기업의 1/10을 차지

##### (4) 股彬合作企業

- 股彬合作企業(주식합작기업)은 직원들이 부분적으로 공동출자하여 주주가 되는 동시에, 일정비율은 주식발행을 통해 자본을 조달하는 형태의 기업법인. 이는 노동자와

- 자본주가 직접적으로 결합된 사회주의 집체경제조직의 하나임.
- 股彬合作企業은 최근 중국의 기업 개혁 과정에서 나타난 기업형태로 재산권, 권리책임 등의 불투명, 정경유착, 관리상의 문제를 비교적 원만히 해결해 줄 수 있는 제도이며, 경영체제 전환을 추진하는 새로운 원동력임.
- (5) 合資合作企業
  - 합자합작기업은 서로 다른 소유자들이 연합 경영하는 상업조직의 형태로 개혁개방정책과 함께 발전됨.
  - 공동경영자가 생산재 및 이익을 공동으로 분배하며 독립채산제로 운영됨.
- (6) 私營企業
  - 사영기업이란 개인이 투자, 종업원을 고용하여 독립적인 경영을 하는 상업조직의 형태이며, 공유체 유통업체를 보완하는 역할을 함.
  - 1979년 개혁개방 이후 중국정부가 사영기업 경영을 허가하였는데, 대체로 종업원이 8인이상인 사업장을 말함.
- (7) 個體工商戶
  - 개체공상호는 1가구 1상점이 기본경영단위로 8인이하의 개인사업장을 말하며, 부부가 함께 하는 가게가 대표적임.

나. 유통업 구조에 의한 분류

- 유통업 구조에 의한 분류는 보통 4가지로 나눌 수 있음.
- (1) 상품 교환활동에 직접 참여하는 도매업과 소매업
- (2) 도·소매업에 서비스를 제공하는 운수, 창고, 가공 등의 업종으로 상품 유통에 없어서는 안될 보조업종
- (3) 상업활동에 간접적인 서비스를 제공하는 금융, 보험, 신탁 및 임대업 등
- (4) 음식서비스업

- 위와 같이 상품 교환활동에 직접 참여하는 도·소매업 이외의 업종들이 유통업과 따로 떼어 놓을 수 없는 중요한 구성 요소임.
- 이들은 유통업과 필연적인 관계가 있을 뿐 아니라 유통업과 함께 발전함.

2. 도매업과 소매업의 기본 상황

가. 도매업

- 도매업의 종류는 4가지로 나눌 수 있음.
- (1) 상업도매회사
  - 상업도매회사는 전문적으로 도매업에 종사하는 도매상이며 도매업에서 주도적인 위치를 차지함.
- (2) 생산업체 도매상
  - 이 형태의 도매상은 생산부서의 부속기구로 자기 공장에서 생산한 상품만을 전문적으로 취급. 이는 제조업체가 상품을 직접 판매하는 일종의 직판형태임.
- (3) 중개도매상 및 대리상
  - 중개 및 대리 도매상은 매매 쌍방 모두에 정보를 제공하여 매매 당사자간의 거래를 성사시킴으로써 매매 양측으로부터 수수료를 받음.
- (4) 소매점업 도매상
  - 소매업체가 내부적으로 도매업에 종사하는 경우로 일부 생산기업에 대한 전문 생산원료 공급형태나 비교적 원거리 지역을 대상으로 한 도매업 및 경영상태 개선을 위한 소매점업형, 일 반상품 도매 및 소매를 겸하는 기업형태가 점차 증가
  - 일부 국유 대형 소매상점의 도매거래액이 소매액의 10%~20%를 차지하고 있으며, 심지어 40%대를 육박하는 곳도 있음.
- 통계에 의하면 1995년말, 전문도매업체망은 이미 167만5천개로 종업

원 수도 1,157만명임.

- 國有와 集體 도매업 수는 각각 36.6만개, 41.9만개로 전국 도매업의 21.9%, 25%에 해당하며, 종업원수는 각각 581.3만명, 318.6만명으로 전국 도매업 종사자의 50.3%, 27.5%를 차지

○ 전국 도매 총거래액은 상품소매총액 4兆545억元の 79.8%인 3兆2,349억元임.

- 국유 도매업체 판매액은 2兆18억元, 집체기업 도매거래액은 8,370억元으로 전국 도매거래액의 68.1%, 25.9%에 해당하며, 전체적으로 국유, 집체기업의 도매거래액의 94%를 차지함.

○ 국유 도매업체 경영형태

(1) 총대리, 위탁총판매 형태가 전국에서 보편적으로 운영됨.

- 이들은 중국, 외국산 브랜드와 잠재력이 있는 시장 상품을 집중판매하여 판매액과 이윤면에서 큰 성장을 이룩함.

- 上海家電商業(그룹)회사 : 1995년에 29개 품목에 대해 총대리점 혹은 부분대리점을 운영하여 약 16억元 상당을 판매. 이 액수는 회사 총판매액의 50%에 해당하는 것으로 1,000억元の 이윤을 창출하여 1992년에 3.5억元에 달하던 적자국면을 반전시킴.

- 鄭州百文株株式有限會社 : 전국 1,000여개 우수상품 제조업체와 긴밀한 위탁총판매대리, 공상연계위탁판매망을 구축하여 현재 하남성 최대의 日用工商品 위탁판매업체로 성장. 1986년부터 매년 30%의 성장을 보이며서 1995년 4,130만元の 이윤을 획득.

- 이에 따라 많은 업체들이 총대리, 위탁총판매 형태를 운영

하기 시작함. 그들은 제조업체와의 관계에서 이익의 공동분담, 위험 공동분담 등의 원칙을 강조하는 동시에 신용과 공동이익을 중시

(2) 도매시장 설립

- 일부 국유 도매업체들은 계획경제 시절부터 갖고 있는 기존 창고시설을 이용하여 도매시장을 건설

- 이런 도매시장은 상인 유치를 통한 경영과 국유 도매업체가 직접 대리구매, 대리판매를 하는 형태로 운영됨.

- 이렇게 함으로써 국유 도매업체가 자체 경영으로 인한 자금 부족, 취급품목 부족문제 등을 다소 해결해 줄 뿐만 아니라 자산규모를 확대 할 수 있음.

(3) 중개상 업무 개발 및 브랜드 관리

- 일부 도매업체는 공장위탁을 받아 원자재 공급원을 확보해 주고 거래가 성사되면 계약에 따라 수수료를 받음. 또 다른 케이스는 소매업자 등 고객의 주문에 따라 특정 브랜드의 물건 공급원을 확보

(4) 배송서비스를 적극적으로 추진

- 일부 도매업체는 소매업자 수요에 따라 배송서비스 체제를 통해 판로가 확보된 물건을 공급

나. 소매업

○ 소매업 조직형태는 상품 매매 활동에 종사하는 백화점, 약국점, 식품점 등이 있음.

- 가공과 서비스 업무를 함께 제공하는 음식점, 레스토랑 등이 있음.

○ 경영 범위에 따라 전문점, 종합상점으로 분류되며 대·중·소형 상점 구분은 규모에 의한 분류임.

- 최근 몇 년동안 소매업은 빠른

발전을 거듭해 오면서 기존의 백화점, 종합상점, 전문점(양유, 부식, 방직품, 철물) 등 몇몇 전통형태 이외에 새로운 상업 형태가 많이 등장함.

- 영가의 고품질 상품과 편리함을 내세운 슈퍼마켓, 창고형 가게, 전문화 경영 방침을 추구하는 전문점(각종 브랜드의류, 가정용 전기, 자전거, 식품 등등), 우수 상품 판매점, 편의점 및 소평물, 무점포판매 등이 합리화 경영을 추구하면서 소매업을 구성함.

○ 통계에 의하면 1995년말, 1,329만 개의 각종 형태의 소매업체가 있으며, 2,995만명의 종업원이 종사하고 있음.

○ 소매업 발전 과정 중 연쇄점은 소매업체의 경영 규모화, 체계화, 조직관리의 현대화라는 차원에서 효과적인 방식이자 새로운 기업조직 형태

- 유형별로 연쇄점을 살펴보면 직영 연쇄점(정규 연쇄), 自願(독자, 연점 연쇄) 등이 있음.

- 직영 연쇄점이란 본사가 전액 출자하거나 지주회사를 설립하여 본사의 직접 관리하에 통일 경영이 이루어지는 것을 말함.

- 자원 연쇄점은 연쇄점 각각이 독립법인으로 각자의 자산소유권 관계는 변하지 않으며 본사 지도하에 공동 경영을 하는 방식임.

- 특히 연쇄점(또는 가 연쇄)은 연쇄상점이 본사와 계약을 체결하여 본사의 상표와 상호, 경영 기술 및 본사 개발 상품 등의 특허권 사용을 취득하는 것이며 경영권은 본사에 있음.

- 현재까지 전국에 700여개의 연쇄점 운영 회사가 있으며, 각종 형태의 연쇄점도 1만여곳에 이룸.

- 1996년도 판매액이 300억 원으

로 이 연쇄점 경영 방식의 판매액 성장폭은 전통소매업 성장 속도를 크게 웃돌아 국유기업의 새로운 이익 창출 업종으로 자리잡음.

- 上海華聯슈퍼마켓(회사)은 설립 3년동안 3차례의 큰 발전을 거듭하면서 94년도 24개의 점포수가 100여개로 늘어남. 96년도 매출액은 9억 원으로 1,800만 원의 이익을 창출. 매출액과 이윤은 94년과 비교시 7억 400만 원, 1,707만 원, 95년도 대비 4억 4,600만 원, 754만 원씩 각각 증가

○ 그러나 대형소매업체는 몇 년전의 고성장 판매, 고성장 수익을 기록한 후 최근에는 매출액과 수익 성장 속도는 떨어지고 있는 실정

- 전국 최대 소매업체 100여곳의 1995년 경영비용이 전년과 비교하여 0.17%가 축소되었으며, 판매 이윤은 성장은 고사하고 0.4% 하락

- 통계에 따르면 전국 150개 대형소매업체의 1995년도 이윤 31.4억 원은 94년에 비해 0.5% 줄어듬. 이중 70개 업체는 이윤이 전년도 수준에도 미치지 못함.

- 대형소매업체 판매액의 시장점유율도 매년 떨어지고 있음. 1993년도 전국 최대 100개 소매업체의 판매 순수익은 405억 원으로 사회 소비 품목 총판매액의 3.6%를 차지함.

- 94년도 순수익은 532억 원으로 전년과 비교 19.6% 성장을 이루었으나 사회소비품 총판매액은 0.3% 하락한 3.5%를 점유

- 95년도 순수익은 94년과 비교하여 15% 성장한 612억 원을 기록하였으나 소비품 총판매액은 0.4% 감소한 2.9%로 시장점유율이 지속적으로 하락하고 있음.

- 대형소매업체 매장의 판매, 수익, 시장점유율이 감소하는 요인은 새로운 대형 매장과 여러 형태의 연쇄점이 등장했기 때문이다.
- 이외 각종 슈퍼마켓, 창고형 매장, 전문점, 우수상품판매점 등 새로운 판매업체 등장과 발전, 외국 상품 및 소매업체 경쟁이 날로 치열해지는 것도 그 요인 중의 하나임.
- 외국 업체의 진출 금지 업종이었던 소매업이 1992년 개방되면서 북경, 상해 천진, 광주, 대련, 칭도 6개 도시와 심천, 주해, 산둥, 하문, 해남 5개 경제특구지역에서 시범적으로 중회합자 혹은 합작경영의 상업소매 기업 1개 내지 2개를 유치하자는 정신에 입각하여 현재 소수 몇개 도시와 특구 지역인 주해, 하문, 해남을 제외한 기타 도시와 특구에 국무원 정식 비준을 득한 중외합자 소매기업이 모두 진출해 있음. 기본적으로 모두 아시아 지역에서 진출한 것으로 그중 유일하게 홍콩·중국 유한회사만이 미국 회사가 참여

### 3. 중국 도매시장의 특성

- 상품 총판매액중 도매시장 거래액이 차지하는 비율 상승
  - 상품의 소비성질에 따라 생활용품 도매시장과 생산재 도매시장으로 구분. 사회주의 시장경제가 발전함에 따라 각 유형의 도매시장도 빠른 발전을 보이고 있음.
  - 통계에 따르면 중국에는 10만여개의 각종 상품시장이 있으며, 그 가운데 일정 규모 이상의 농부산물 도매시장 2,000여곳, 일용공상품 도매시장 1,000여곳, 생산재 도매시장 1,000여곳, 그리고 각종 기타

거래 시장이 수천 곳에 있음.

- 시장거래규모의 확대로 상품 총판매액중 도매시장 거래비율이 지속적인 상승. 몇몇 지역의 일부 도매시장을 대상으로한 조사에 의하면 96년 義鳥市소형상품시장 거래액 200億元, 상해寶山철강도매시장의 거래액 51億元, 華東스테인레스강센터도매시장 거래액 61億元, 북경건자재 도매시장 거래액 30億元 등으로 나타남.

- 유통 분야에서의 도매시장 역할이 날로 커지고 있으며 일부 도매시장 거래규모는 그 지역 혹은 동업종에서 눈부신 성장을 보이고 있으며 지역경제에 영향력이 큼.

- 義鳥市소형상품시장은 지역경제의 핵심 세력으로 성장하여, 義鳥市 재정수입 40%가 이 시장에서 충원됨. 이 시장이 성장함에 따라 현지 가공업, 음식서비스, 통신업, 교통운수업 및 용역시장도 발전함.

#### ○ 도매시장에서 판매되는 상품의 특성

##### (1) 생활용품 도매시장

- 생활용품 도매시장은 농부산물 도매시장과 일용공상품 도매시장으로 분류됨.

- 농부산물 도매시장의 취급품목은 양유, 육류, 가공류, 수산물, 야채, 건과류, 차잎, 면, 마, 토축산물 등임.

- 일용상품 도매시장은 담배, 술, 설탕, 방직품, 백화용품, 철물용품을 취급

- 한편 생활용품 도매시장에서 취급하는 품종 및 규격의 다양성 등으로 상품의 판매 특징 또한 다양함.

- 그러나 생산재 도매시장과 비교하면 소량(少量)거래, 거래 횟수의 빈번함, 거래의 민첩성 등의 특징이 있음. 특히 야채, 과일 및 수산물은 계절성과 신선

함, 多量の 현장거래, 짧은 도매 주기 등이 특징이며 대금결제는 현장에서 이루어짐.

(2) 생산재 도매시장

－ 생산재 도매시장은 철강재 시장, 전자재 시장으로 나뉨.

- 생산재는 생산에 사용되므로 합리적인 구매가 이루어지며 특히 공업의 생산의 연속성, 조화성 등은 생산재의 품종, 규격, 수량, 출하시기 등을 엄격히 조절해야 함.
- 이런 연유로 생산재 유통시장 거래는 생활용품 유통시장보다 더욱 치밀한 계획성을 요하며 현장에서 매매가 결정되는 물량이 많고 도매주기가 길며 대부분 계약이 선결조건인 것이 특징임.

○ 공상행정관리기관이 심의·확정한 기업명칭이 합영기업의 법정 명칭이 되며 중국법률의 보호를 받음.

○ 등기등록시 제출서류

- － 합영기업의 ‘이사장과 부사장’ 또는 ‘사장과 ’부사장’이 서명한 신청서 1부
- － 합영기업 비준 서류 및 증서사본
- － 타당성 연구보고서
- － 외국투자가 소재국이 발급한 영업면허 사본 또는 기타 유효한 증빙서
- － 합영기업 소재지 정부가 발급한 환경보호, 도시건설 관련 심의서류

나. 영업허가증 발급

○ 중외합영기업의 등기등록 신청서는 중국어와 외국어로 등기양식 3부를 작성하여야 함. 등기의 주요 내용은 기업명, 주소, 생산범위, 경영방식, 등록자본 및 합영 각 측의 지분, 회장, 부회장, 사장, 부사장, 혹은 공장장, 부공장장, 비준서류의 문서번호와 날짜, 직원총수, 근로자수 등임.

○ 합영기업의 계약정관은 중국 대외무역경제합작부 혹은 그 권한을 위임받은 정부기관의 비준을 거쳐 비준증서를 받은 후에야 효력을 발생한다. 등기등록시 공상행정관리국은 전국 인민대표회의나 국무원의 권한을 위임받지 않은 관계로 합법적 비준을 거친 합영기업의 계약, 정관을 재심할 수 없다. 단, 계약, 정관에 명확한 문제가 있을 경우에는 원래의 심의기관에 이의를 제기할 수 있으나 결정권은 심의기관에 있음.

○ 공상행정관리국은 법인서류의 진위를 검사하고 최후에 합영기업명을 심의·결정할 권한을 가진다. 문제가 발견되면 등기를 보류할 수 있으나 곧 관련심의기관과 연락을 취해야 함. 원칙적으로 문제가 없을 경우 등기 처리기간은 1개월을

## II. 중국 무역업 진출절차

### 1. 주요 유통업관련 규정

- 투자형태 : 합자 또는 합작으로 제한하고 독자진출은 불허
- 투자비율 : 중국측이 51%이상의 지분 및 주요 문제에 대한 결정권 보유
- 경영기간 : 30년이하로 제한
- 경영범위 : 백화점업과 수출입업으로 제한(도매업과 수출입대리업은 불허)
- 수입허용 : 중앙정부의 비준을 받은 합자백화점은 자체 수입권한을 보유하며 매출액의 30%이내에서 부분적 수입판매 가능(지자체 수입권한이 없음)

### 2. 등기등록

#### 가. 등기등록 절차

- 비준을 받은 합영기업은 비준일로부터 1개월이내에 공상행정관리국에 등기등록 수속을 하여야 하며 허가후 영업허가증을 발급받음.

- 초과할 수 없음.
- 등기신청 심의후 국가공상행정관  
리국의 서명과 날인이 된 영업허  
가증이 발급됨. 현재 국가 공상행

정관리국은 각성, 자치구 공상행정  
관리국에 권한을 위임하여 중외합  
영기업에 영업을 허가함.

(資料：韓中貿易 '97.6)