

세계경제의 신 성장엔진, BRICs를 주목하라

브릭스(BRICs)는 브라질(Brazil), 러시아(Russia), 인도(India), 중국(China)의 머리글자를 따온 것이다. 이 신조어를 선보이며 미국의 투자은행 골드만삭스는 브릭스 4개국을 향후 세계경제 성장을 주도할 중심축으로 제시하였다. '각 대륙의 최대 인구국가'라는 공통점을 가진 브릭스 4개국의 움직임은 그간 '중국'에만 눈과 귀를 집중하고 있던 우리에게 더 크게 눈을 뜨고 세계를 바라볼 것을 주문하고 있다. '지구촌 경제의 다크호스'로 부상한 브릭스 4개국의 시장동향과 진출전략 등에 대해 알아보자.

골 드만삭스는 2003년 10월, '브릭스와 함께 꿈'이란 보고서를 통해 '앞으로 50년 후 이들이 미국, 일본과 함께 G6(선진 6개국)이 될 것'이라고 전망했다. 브릭스가 장기적으로 세계 경제의 성장축을 변화시킬 지에 대해선 비관적 시각도 있다. 하지만 현재 미국 중심의 경제체제가 유럽과 아시아 등으로 다극화될 것으로 예상되며, 이에 따른 대외 경제정책과 세계 경영전략이 재편되어야 할 필요는 분명히 있다.

또하나 우리가 브릭스에 주목해야 하는 이유는 우리경제는 통일되기 전까지 내수보다는 수출에 의존할 수밖에 없다는 사실이다. 올해 카드 대란 등으로 경제가 활력을 잃은 가운데서도 수출 호조를 보인 것은 미국뿐만 아니라 중국이 있기에 가능했다. 브릭스의 부상은 한국에겐 새로운 시장이 열리고 있음을 의미하는 것이다.

성공적인 브릭스 개척 위해서는 치밀한 진출전략 마련해야

현재 우리나라에서 대(對)브릭스 수출은 2003년 408억달러로 총수출 대비 21%를 차지하고, 1993~2003년 기간 중 연평균 17.7% 증가하였다. 투자는 2004년 5월말 현재 1만여 건, 101억달러로서 우리나라 전체 해외투자 건수의 48%, 투자액의 21.7%를 차지하고 있다. 올해 KOTRA가 160개 사를 대상으로 '브릭스 진출계획 및 애로사항'에 대해 설문조사를 한 결과에 따르면, 응답기업의 50% 이상이 브릭스지역 수출에 대해 낙관적으로 전망하면서 수출·투자에 관심을 표명하였다. 브릭스지역 진출을 원하는 동기는 4개 지역 모두 현지시장 개척이 가장 많았고, 그 외에 중국은 인건비 절감, 여타 국가는 제3국시장 진출 교두보 확보를 꼽았다.

또한 진출시 애로사항으로는 시장정보 부족 및 바이어 발굴, 신용도

조사 곤란을 공통적으로 지적하였다. 이 설문조사에 따르면 효과적인 진출을 위해 업계는 현지 시장정보 제공 및 시장개척단 파견 확대, 현지 지원기관 확충 및 지역 전문가 양성 등을 건의하였다.

성공적인 브릭스시장 개척을 위해서는 국가별 수출유망품목을 중심으로 사전에 시장특성에 맞는 치밀한 진출전략을 마련되어야 한다. 브릭스 국가는 잠재력이 큰 수출유망시장이지만 인프라·시장구조·상거래관행 등에서 기존 선진국시장과는 다른 특성을 가지고 있다. 그러므로 우리 벤처기업들이 이들 국가에 수출하거나 투자할 경우에는 국가별 시장특성에 맞춰 수출유망품목을 중심으로 사전에 치밀한 전략을 수립한 후 진출하여야 한다. 간략하게나마 각 나라별 시장동향 및 효과적 진출방안에 대해 살펴보자.



물라정부 수립 후 경기회복 청신호

브 라 질

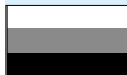
브라질의 강점은 세계 5위의 국토면적과 소비인구, 풍부한 천연자원, 중남미 최고 공업국가, 활발한 FTA추진 등을 꼽을 수 있다. 반대로 약점은 막대한 외채, 빈부격차, 관료주의, 인프라 미발달, 산업간 불균형, 복잡한 세제 등이다. 최근 브라질 경제는 2003년 마이너스 성장을 기록했으나 4/4분기부터 경기회복 조짐을 보이기 시작, 올해는 3.5% 성장할 것으로 예상된다. 2003년 물라정부가 들어선 뒤 투자자의 신뢰가 회복되면서 전년 대비 21%나 수출을 늘리며, 사상 최대 규모인 248억달러의 무역수지 흑자를 기록했다는 점은 브라질 경제의 잠재력을 보여준다.

우리나라 진출현황을 보면, 대브라질 수출은 지난 4년간 감소세를 보이다가 브라질 경기회복에 힘입어 올해는 5월말 현재 작년동기 대비

38.1%가 증가하였다. 앞으로 우리나라 수출유망품목은 IT장비, 기계·전자·자동차부품, 금형·펌프·베어링 등 기계요소, 보안장비, 플랜트 등이다. 투자부문에서는 IT·가전·자동차 등의 수요증가로 작년 하반기부터 증가하여 올해 1월말 현재 39건, 2억8000만달러 수준이다.

브라질 시장의 특성으로는 다국적기업들에 의한 시장지배, 고기술분야의 상대적 취약성, 큰 소득격차로 인한 고가와 저가시장의 양분, 외상거래 선호, 까다로운 소비자보호법 등이다.

브라질 진출시 현지 유명전시회에 꾸준히 참가하고, 원거리의 약점을 극복할 수 있는 보세창고를 운영하고, FTA의 효과적 활용과 지방상권과 플랜트시장을 적극 공략하는 것이 중요하다. 또한 현지언어 구사 인력의 양성과 바이어들의 외상거래 선호경향에 맞춰 거래조건에 융통성을 부여하면서 신용사고에 철저히 대비하는 것도 필요하다.

 **국제유가가 경제성장률을 좌우**
러 시 아


1998년 금융위기로 -5.3% 성장을 해왔던 러시아는 1999년 이후 2003년까지 연평균 6.7%의 고성장을 유지하고 있다. 국제유가의 빠른 회복을 바탕으로 올해에도 6% 이상의 성장이 전망된다. 물론 이는 러시아경제의 약점이기도 하다. 수출의 50%를 넘는 높은 석유산업 의존도로 국제유가 등락 수준이 향후 러시아경제의 성장률을 좌우할 전망이다.

이러한 러시아경제의 호조를 바탕으로 우리의 대 러시아 수출은 2003년 55.7%가 증가하고, 투자도 2003년말 현재 141건, 2억달러 수준이다.

러시아시장의 특성을 권역별로 나눠 살펴보면, 유망시장으로 부상하고 있는 서부러시아는 소비계층의 양극화가 심화되고 있고, 개발 프로젝트 발주가 활발하다. 이 지역의 수출유망품목으로는 통신, 자동차·부품, 기계·플랜트, 섬유직물, 식품가공·포장원료 등이다.

동북아 경제권과의 협력이 확대되고 있는 극동러시아 쪽은 제조업 기반이 취약하고, 비정상적 거래관행과 인구분산으로 인해 시장수요 결집이 곤란하다는 취약점을 안고 있다. 수출유망품목은 건설·건축자재, 생필품, 중소형 플랜트·기계설비 등을 꼽을 수 있다.

러시아시장의 경우는 거래당사자와의 인간관계가 중요시되는 만큼 대면(對面)상담을 하도록 하고, 외상거래를 지양하고 현금·T/T 방식의 소량다품종 거래에 적극적으로 대응하는 것이 중요하다.

 **IT산업 고성장으로 선진국 직행 예상**
인 도


인도는 1990년대 중반 이후 IT기술산업의 높은 성장세에 힘입어 고성장을 기록하고 있다. 2000년 이후 연 3~5.5%씩 성장하고 있으며, 2003년에는 농업생산, 외국인 직접투자 및 설비투자 호조로 6.4%에 이르는 고성장을 한 것으로 집계된다. 세계적인 불황에도 불구하고 고성

장을 계속하는 것은 임금이 낮고 영어를 구사할 수 있는 노동력, 정부의 IT산업 지원정책 등에 힘입은 것으로 분석된다.

우리나라의 대 인도 수출은 2003년 현지투자기업용 원부자재와 휴대폰을 중심으로 100% 이상 증가하고 있다. 또한 플랜트 분야에서는 수주누계 7위국이나, 올해 들어 대규모 프로젝트 수주에 힘입어 플랜트 수주 1위국으로 떠오를 것으로 예상된다. 투자는 제조업에서 대기업과 중소기업체제의 동반 진출이 이루어지다가 최근 은행·자원개발 등으로 다각화되고 있는 추세이다.

인도시장의 특성은 소득불균형과 소비의 양극화가 심화되고 있고, 토착 브랜드에 대한 선호도와 관세·비관세 장벽이 높다는 것이다. 소매유통망이 낙후되어 거점 지역별로 상권이 뚜렷이 구분되고 폐쇄적인 경제부문이 많이 유지되고 있다.

인도로의 수출유망품목으로는 IT(하드웨어 및 통신, 소프트웨어), 자동차부품, 섬유, 기계·중소플랜트, SOC 조달 등이며, 진출시 가장 중요한 점은 가격과 신뢰감 획득이다. 가격에 민감하기 때문에 수출시 경쟁사보다 가격경쟁력을 확보하고, 기업과 상품의 인지도를 높이면서 사후관리에 대한 신뢰감을 주는 것이 중요하다. 투자진출시에는 우리나라 대기업 자동차의 성공사례를 토대로 치밀한 투자여건 사전 조사와 인도-아세안간 FTA에 따른 영향을 고려할 필요가 있다.

 **고속 성장하는 세계의 공장**
중 국

우리가 가장 오래 만나온 브릭스인 중국은 연 9%대의 초고속 성장세를 지속하면서 2003년 세계 3위의 수입대국(수입규모 4128억달러)으로 부상하였다. 전세계 500대 기업 중 450개가 중국에 진출해 있으며, 내수시장 규모가 5550억달러에 달하는 등 중국은 세계의 공장이자 세계의 시장으로 변모하고 있다.

우리의 진출현황을 살펴보면, 2003년부터 우리의 최대 수출대상국이 자 무역흑자국으로 부상하였다. 중국 수입시장 점유율은 2004년 5월말 현재 11.1%이다. 우리 기업의 투자가 9912건, 88.8억불에 달하는 우리나라의 최대 투자대상국이다. 그러나, 투자 내용면에서 산동성과 동북3성에 편중(전체 대중국 투자의 41.8%)되고 제3국 수출형 투자에 집중되고 있다.

중국의 경우 화동권(상해, 강소성, 절강성), 화북권(북경, 천진, 허베이), 화남권(광둥성, 홍콩, 마카오) 등 지역별로 시장특성과 수출유망품목이 다르므로 이를 감안하여 화동권에서는 한류(韓流)를 활용한 내수시장 공략과 다국적기업과의 협력, 화북권에서는 첨단기술과 부품위주의 시장공략, 화남권에서는 중국 내륙시장 진출에의 교두보를 활용하는 것이 바람직하다.

〈자료출처 : KOTRA 'BRICs 시장진출 설명회'〉