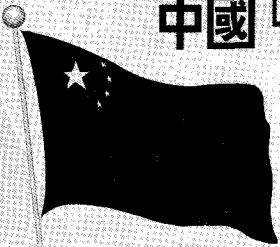


# 유통물류기업, 中國『환발해 지역』·『주강 삼각주』를 공략해야



## 2007년 본격진입을 목표로, 핵심역량 강화가 급선무

- ◇ 산업자원부와 대한상공회의소는 국내기업이 '04년 12월 11일부터 본격 개방되는 중국 유통시장에 효과적으로 진출하기 위한 방안을 논의하기 위하여
- '제2차 한중 유통물류민간협력 추진협의회'를 12월 8일, 그랜드 인터컨티넨탈 호텔에서 개최함
- ◇ 동 협의회에서는 산업자원부가 '04년도에 추진한 한중 유통 물류분야 협력 사업에 대한 성과 보고와 성공관대 학교 현대중국연구소에 의뢰(04.6.11월)수행한「중국의 주요권역별 유통물류 시장 현황 분석과 효과적 진출방안」연구 결과가 발표됨
  - ▶ 연구대상 중국의 주요 권역 및 13개 주요 도시
    - 장강삼각주 : 상해, 남경, 무석, 항주, 무한
    - 주강삼각주 : 광주, 심천, 복주
    - 환발해지역 : 북경, 천진, 대련, 청도, 심양
- 유통물류시장의 중국진출 방안에 대한 발표자로 나선 김용준 교수는 유통기업은 광주 중심의 주강 삼각주, 물류기업은 북경·천진 중심의 환발해지역을 공략하되 2007년 본격진입을 목표로 국내기업의 핵심역량 강화가 절실함을 지적함

- 중국정부가 지난 6월부터 시행한 '외국투자상업영역관리방법'에 따르면 '04년 12월 11일부터 외국법인의 단독투자가 가능해지고,
- 진출지역제한 및 점포 수 제한이 철폐되어 중국 유통산업은 2010년까지 매년 30%의 높은 성장을 할 것으로 전망됨
- 중국의 물류산업은 인프라가 낙후되어 있고 공급체계 운영 수준이 외국에 비해 낮아 제조원가 및 GDP 대비 물류비의 비중이 선진국의 약 2배 수준임
  - 중국의 경제성장과 더불어 2010년까지 매년 10%의 높은 성장이 예상됨
  - ▶ 제조원가 대비 물류비 비중(%) : 중국 25, 미국 10, 유럽 14.8
  - ▶ GDP 대비 물류비 비중(%) : 중국 18, 미국 10.5, 유럽 10.1
- 그러나, 중국 유통물류시장은 계획된 단계적 개방이 이루어져 이미 월마트, 까르푸, DHL, EXEL 등 다국적기업이 진출하였거나 중국 유통물류기업이 경쟁력을 확보한 상태임
  - 중국정부의 WTO가입과 산법령 공포 등 개방화 노력에도 불구하고, 개방관련 법규와 제도들이 아직 구체적 실행단계가 아니기 때문에 개방 추이 및 중국 정부차원의 실천 의지를 주시할 필요가 있음

▶ 다국적 유통기업 진출매장(개소) : 월마트 34, 까루푸 53, 맥도날드 595

□ 국내 기업들이 중국 유통물류시장에 진출하기 위하여는 글로벌 유통물류기업의 전략을 철저히 분석할 필요가 있음

- 글로벌 유통기업은 중국진출 이전 1~3년간 철저한 시장 및 상권 분석 후 중국시장에 진입하여
  - 매장 상품의 현지 소싱(Sourcing)을 원칙으로 하는 등 현지화 전략, 공익활동을 통한 기업이미지 제고, 선진화된 경영기법을 바탕으로 경쟁 우위 제고 노력을 기울이고 있음

○ 글로벌 물류기업들은 글로벌 네트워크와 정보기술을 강점으로 서비스를 제공하고 있으며, 다국적 제조기업의 물류서비스 통하여 역량을 확보한 이후 사업영역을 확장함

- 또한 상해, 광주, 심천 등 동부연해의 항구 도시에 물류거점을 확보함으로써 물동량을 확보하고, 자체 창고(Warehouse)는 대도시 중심으로, 중소도시에는 사무소를 운영하여 물류 흐름을 원활하게 함

□ 김 용준 교수는 시장규모(Scale), 시장성장율(Growth), 수익률(Profitability) 3대 요소 기반의 시장매력도 분석결과를 바탕으로 지역특색을 감안한 지역 차별화 전략이 필요함을 강조

- 유통기업은 광주 중심의 주강삼각주를 적극 공략하되 기존 업태보다는 서비스 프랜차이즈 형태의 전매점 및 on-line중심의 TV홈쇼핑 등 신유통업 중심으로 진출할 것을 제안
- 물류기업은 북경·천진 중심의 환발해지역을 적극 공략하되 한국 제조업과 연계된 제3자 물류, 창고업 등이 경쟁력이 있으므로,
  - 한국 제조기업과의 연계를 바탕으로 중국 비즈니스 기반



을 확보(2PL)한 다음, 이를 바탕으로 고객 및 거점을 확장해 나가는 전략(3PL)을 제안함

- 2007년 본격 진입을 목표로, 다국적기업 및 중국 로컬업체와의 경쟁을 대비한 한국기업의 핵심역량 강화가 급선무임을 지적

□ 한편, 산업자원부는 한중 양국 정부간 협력을 바탕으로 국내 기업의 중국진출을 지원하기 위하여

- 중국 상무부와 한중 유통물류 정책협의회 구성, 상호 투자 관련 협력, 표준·신기술 동향·정책 정보 교류 등에 합의하고,
- 이에 대한 후속조치로서, 유통투자조사단('04.7. 북경·상해·광주), 물류투자조사단('04.8. 천진·대련·심양)을 파견한 바 있으며,
- '05년에는 한중일 3국 유통물류백서 공동발간과 물류표준화 협력에 대한 구체적 협의와 한중 양국간 유통물류 투자조사단의 상호 파견 등의 사업을 추진할 계획임.