

중국의 서비스수출전략과 한국의 대응방안

A Study on the Service Export Strategy of China and the Counter Plan of Korea

김미정(Mie-Jung Kim)

동국대학교 국제통상학과 강사

목 차

- | | |
|-------------------------|-------------|
| I. 서 론 | IV. 요약 및 결론 |
| II. 중국의 경제운용 변화와 문화산업동향 | 참고문헌 |
| III. 서비스수출전략과 한국의 대응방안 | Abstract |

Abstract

The world industry structure is characterized as service economics concerned with key words of global, information and culture. Developed countries have expanded a value-added of service economics along with rapid growth of service economics. In this change of economic environment in the world, China have converted their strategy of an economic management into coping with the industrial structure of service in the 11th 5-year plan.

The purpose of the paper, therefore, is to find out the new commerce strategy of China, and searching for the counter plan of Korea. Chapter 2 begins with the change of economic strategy in China and their cultural factors using service industry. Chapter3 deals with, from the basis of chapter 2, China's service export strategy to abroad and our counter plan that is able to export and expand Korean service and culture industry into China.

Key Words : New Trade Strategic, Service Industry Trade, China Trade Policies

I. 서 론

세계 산업구조의 변화는 국제화, 정보화 및 서비스화로 특징지어진다. 즉, 물질 및 자원이 중요한 하드경제구조에서 지식, 정보, 서비스의 소프트경제로 그 경제의 축이 이동하는 현상을 말한다. 이러한 경제의 소프트화는 인간의 창의력, 판단력, 분석 등을 도구로 하여 물질적 경제의 효율을 극대화시키는데 이용되고 있다. 따라서 서비스에 대한 부가가치 창출이 증대되고, 서비스에 대한 수요가 매우 빠른 속도로 확대된다. 즉, 경제의 서비스화가 이루어지는데 이는 시장에서 거래되는 서비스의 양이 증대됨과 아울러 거시적으로 보아 일국의 총생산액에서 점하는 서비스 생산의 비중이 늘어나는 것을 의미하며, 통상전략에 있어서도 새로운 전략을 요구하고 있다.

특히 서비스업의 생산성향상과 고용흡수력 증대를 이끌어온 선진국들의 서비스산업은 사업서비스업, 보건 및 사회 서비스업, 교육서비스업 등의 지식기반 서비스업이며, 이러한 지식기반 서비스업은 사회적 구조와 사람 중심의 산업으로 그 나라의 문화와 연계성이 깊다고 볼 수 있다. 즉, 서비스산업은 산업구조측면에서 운송, 통신, 금융 및 정보산업, 교육, 지적산업 등이며, 소비측면에서는 고객의 취미, 교육, 선호의 변화, 오락, 문화 및 복지 등의 욕구에 의해서 이루어진다.

중국 역시 최근 들어 경제운용전략 및 문화산업에 대한 재정립을 통하여 정부주도의 성장을 통해 빠른 산업구조의 고도화를 이룩하고 있다. 특히 2006년부터 시작되는 '제11차 5개년 계획'을 통하여 경제 및 사회발전 계획을 결정하고 산업구조고도화, 환경보호와 과학기술발전 등에 중점을 두고 있으며, 경제현대화 전략인 '운하(Canal)전략'을 통하여 지식경제, 첨단기술산업, IT산업 등에 빠른 시간내에 도달하기 위해 노력하며, 문화산업의 정비와 중화문화화를 확산시키기 위한 정비를 마친 상황이다.

이러한 경제운용전략의 변화를 통하여 서비스산업 분야의 효율성을 제고하여 서비스수출의 경쟁력을 확보하려고 한다. 이제 중국은 '오라. 중국으로'에서 '가자. 외국으로'으로의 구호를 통하여 해외직접투자와 서비스 수출 전략을 시도하고 있다. 따라서 한국의 중국에 대한 경제협력 전략 또한 변화가 있어야 할 것이다. 그러므로 본 연구에서는 중국의 경제운용 전략변화와 문화적 요소를 살펴보고 중국의 서비스수출전략에 대한 한국의 대응방안을 모색하여 중국과의 서비스시장에서 선점을 통한 국제경쟁력을 확보하는 데에 그 목적이 있다.

II. 중국의 경제운용 변화와 문화산업 동향

1. 중국의 경제운용 변화

1) '제11차 5개년 계획'의 의미

전국인민대표대회 10기 4차 회의가 3월 5일부터 3월 14일까지 개최되었다¹⁾. 이번 회의의 주요내용은 '2005년 정부사업보고 및 2006년도 계획'과 향후 5년간(2006-2010) 추진될 '11차 5개년 경제 및 사회발전 계획'이 결정되었다. 특히 2006년 경제운영과 관련, 긴축정책을 계속 실시하여 안정적인 성장유지를 목표로 설정하고, 산업구조 고도화·에너지절약 및 환경보호·과학기술 발전을 통한 발전동력 양성에 주력하기로 결정했다.

지금까지 중국의 '5개년 계획'은 중국경제와 사회발전에 뚜렷한 목표와 규범이 있도록 하였으며, 안정적인 사회 국면을 유지하는 동시에 국민들의 생활수준을 크게 향상시켰다. 제10차까지의 경제개발 5개년 계획을 실행하면서 중국의 경제와 사회발전은 눈부신 성과를 거두었다. 그러나 중국은 여전히 발전도상국가라는 사실은 변할 수 없으며, 따라서 중국의 발전전망에 대한 여러 가지 의견이 나오고 있으나, 중국은 자국의 경제발전에 전력을 다하고 국민의 소득 향상과 생활수준 개선을 위해 최선을 다하는 동시에 세계평화와 유지를 위한 노력을 게을리 하고 있지 않다.

행동이 말보다 앞서는 중국의 경제와 사회발전의 성공경험은 날이 갈수록 세계에서 보다 많은 관심의 대상이 되고 있다. 그리고 2006년부터 시작된 '제11차 5개년 계획'으로의 명칭의 변화이다. 제10차까지는 '계획'이었으나 제11차부터는 '계획'으로 바뀌었다. 이는 중국의 발전에 의미 있는 변화라고 할 수 있다. 계획경제시절, 중국은 계획을 통해 주요자원을 분배했기 때문에 각 항목의 지표가 매우 구체적이었다. 그러나 시장에서 자원을 분배하는 오늘날에는 계획의 중요 기능이 거시전략으로 변화했고, 계획 지표가 적을수록 좋으며, 전체적으로는 예측적·지도적 성격을 지닌다고 할 수 있다. 즉, 계획에서 계획으로 변화하면서 미시적·직접적이고 항목관리 위주의 특징에서, 거시적, 간접적이며 기획관리 위주의 특징으로 전환했다고 볼 수 있다.

제11차 5개년 계획은 중국 31개성과 자치구 및 직할시 그리고 홍콩, 마카오 특별행정구와 해외에 나가있는 중국유학생 등 421만명의 의견이 상당부분 반영된 것이다. 통계에 따르면 조사 참여자의 평균 연령이 29.7세이고, 전문대 이상 학력자가 67.6%라고 했다²⁾. 따라서 제11차 계획은 신중국 경제발전 역사상 미래의 발전계획에 대해 공모의 형태로 사회의 의견을 수렴하고 자문을 구한 최초의 시도라고 할 수 있으며 조화로운 사회건설이 목표라고 한다면 과학적 발전은 수단이라고 볼 수 있다.

1) 전국인민대표대회는 한국의 국회와 유사하나 권한이 더욱 포괄적이고 강력한 중국의 최고 권력기관이다.

2) 杜风, 中国是一五规划备爱期待, 金桥, 2005.12., p.13

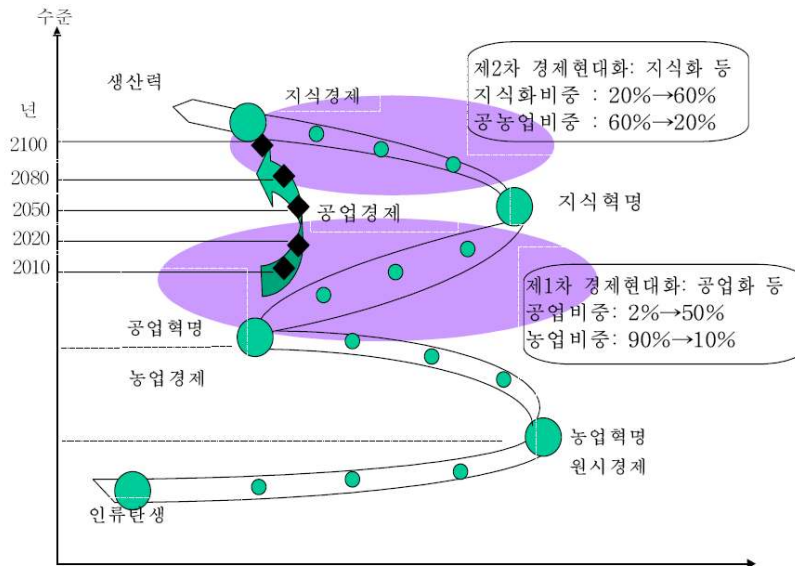
중국은 저렴한 노동력, 자본, 자연자원과 환경에 대한 의존도가 지나치게 높아 이전의 양적 성장에서 노동자의 자질과 과학기술의 발전에 의존하는 효율성 향상을 통한 발전으로의 전환을 의미한다고 할 수 있다. 즉 양적인 쾌속성장과 더불어 질적과 전략적인 성장도 함께 이루어 나가겠다는 의도이다.

지금까지 중국의 빠른 산업화는 아시아경제를 가장 역동적인 경제권으로 만들고 있으며, 높은 경제 성장률과 함께 1인당 국민소득도 50% 이상 증가 할 것으로 예상된다. 이는 구매력 있는 중산층이 빠르게 확산되어 삶의 질을 향상시키고, 거대한 소비시장으로의 도약을 예고한다고 볼 수 있다. 2005년에도 중국경제는 정부의 긴축 정책에도 불구하고 투자와 수출의 호조로 9%³⁾대의 높은 성장률을 기록했다. 따라서 중국의 경제는 이미 소프트경제로 들어섰으며, 향후 서비스산업의 발전이 빠르게 확대될 것으로 보인다.

2) 중국 경제 현대화 전략

중국은 ‘운하(CANAL) 전략’을 통하여 경제의 현대화전략의 시기를 앞당기려고 하고 있다. 운하전략이란 중국이 선진국(경제의 선진수준)을 따라 잡기 위해 걸어야 할 길과 그 변화를 지칭하며, 이를 ‘종합경제현대화전략’이라고도 한다. 선진국들이 위치한 ‘지식경제’와 개발도상국들이 위치한 ‘공업경제’에 시간적 흐름에 운하를 개통해 그 길로 빠른 경제적인 도약을 이루겠다는 전략이다([그림2-1] 참조).

[그림 2-1] 중국의 운하(CANAL) 전략



자료 : 무역연구소, 「中國現代化報告 2005」의 의미와 시사점, 2005. 5. 27, p. 6.

3) 정상은, 중국경제 연착륙할 것인가? 삼성경제연구소, 2005. 10. 12., p.1.

‘공업화’와 ‘지식화’, ‘1차경제현대화’와 ‘2차경제현대화’를 동시에 진전시키면서, 점차적으로 ‘지식화’와 ‘2차경제현대화’로 나아가 선진국 수준의 지식산업화된 국가를 건설하겠다는 계획으로, 이러한 경제현대화 달성을 위한 중국의 전략산업은 첨단기술산업, IT 산업, 문화산업이다(<표2-1> 참조). 중국의 경제현대화를 위한 지주산업과 전략산업은 주로 서비스산업으로 구성되어 있다.

기초산업으로는 농업의 현대화, 신도시건설사업, 물류산업 및 신뢰성 있는 상업 등이며, 지주산업으로는 일반 제조업의 시설현대화, 금융서비스업, 지식형 서비스업 등이며, 전략산업으로는 첨단기술산업, IT산업, 문화산업 등에 주력하겠다는 전략이다. 이러한 운하전략을 통하여 중국경제의 현대화를 빠르게 진행될 것이며, 현재에도 빠른 성장을 보이고 있다.

이와 같이 이미 중국은 경제의 현대화를 위해서는 서비스산업의 경쟁력이 가장 중요하다는 것을 인지하고 이제는 서비스수출에 대한 발판을 마련하였다고 볼 수 있다. 중국의 해외투자액은 2005년 69억 위안으로 2004년 대비 25.8%의 증가율을 보이고 있다.⁴⁾ 또한 첨단기술산업과, IT 산업, 문화산업, 그리고 금융서비스업, 지식형 서비스업, 물류산업 등에 있어서 독자적인 표준을 마련하기 위한 기술개발과 인적자원의 투자가 활성화되고 있다.

<표 2-1> 중국경제현대화 운하전략의 산업구조

분 류	사 업 군
기초산업	현대농업, 건축업, 교통운수업, 상업 등
지주산업	일반 제조업, 금융서비스업, 지식형 서비스업 등
전략산업	첨단기술산업, IT산업, 문화산업 등

자료 : 무역연구소, 전게서, p. 3.

이미 중국시장은 경쟁력을 갖춘 국제기업이 진출해 있고, 서비스업의 고성장이 이루어지고 있는 상황이다. 현재 한국의 경쟁상대는 중국경제 전체가 아니라 중국경제의 가장 발전한 지역이다. 현재 북경, 상해, 심천, 천진 등은 이미 세계적인 경쟁력을 갖춘 도시로 성장하였으며, 동부 연안지역의 주요 도시들도 2020년경에는 한국과 비슷한 규모로 성장할 것이다. 즉 한국의 파트너는 1인당 GDP 1,000달러 미만의 개발도상국이 아닌 최고 수준의 IT 인프라를 갖추었고, 다국적기업이 모여드는 금융, 무역의 중심지이면서, 매우 저렴한 노동력을 가진 국가라는 것을 전제하여야 한다.⁵⁾

중국은 경제 현대화 전략을 채택하면서 금융, 유통, 정보통신, 첨단기술, 정보화, 환경, 지식 등 서비스산업 분야의 효율성제고에 집중하고 있으며, 2006년은 중국이 WTO 가입 이후 유예되었던 금융시장 개방을 실시해야 하는 해이기도 하다. 따라서 중국정부는 서비스산업에 대한 관심과 그 경쟁력 제고에 대하여 ‘세계화’를 통하여 서비스산업의 발전과 국제경쟁력 우위를 확보하려고 할 것이다.

4) 中國統計公報, 政府工作報告, 2006. 3. 5.

5) 무역연구소, 전게서, p. 4.

2. 중국의 문화 산업 및 요소

서비스산업의 중요성이 가시화되면서 사회적 구조와 사람중심의 산업으로 그 나라의 문화와 연계성이 점점 깊어가고 있다. 중국의 문화산업은 역사가 짧고 산업화 정도가 낮은 수준으로 최근에서야 관련 법률과 시스템이 도입되고 있으며, 문화산업 관련 서비스 시장도 차츰 개방되고 있다. 특히 문화산업의 특성상 중국정부의 외국제품에 대한 규제가 매우 까다로운 상황이며 지적재산권 보장제도도 아직 미흡한 수준이다. 따라서 중국의 문화적 동향을 살펴보아야 할 것이다.

이는 현대는 생활의 복잡성이 증가하고 정보의 밀도가 높아져 중앙집권적인 계획경제를 펼치기가 극히 어려워지고 있다. 지של향적인 자본주의가 이룩한 막대한 부가 이제 보편적이고 평등한 권리를 추구하는 자유주의체제의 산실역할을 한다. 많은 나라가 민주주의와 자유시장제도를 구축하는데 어려움을 겪고 있다.

주어진 하나의 사회적 틀 내에서도 풍요의 정도나 사회적·정신적 삶의 만족도에는 사회에 따라 차이가 있을 수 있다. 자유주의 정치·경제제도가 그 생명력을 얻기 위해서는 건강하고 역동적인 시민사회⁶⁾가 필요하다고 믿을 것이다. 시민사회는 또한 거꾸로 가족의 삶의 수단이다. 사람들은 시민사회가 가족에 부여하는 이 수단을 통해 자신의 문화 속에서 사회화되고, 보다 넓은 사회 속에서 살 수 있게 해주는 기술을 얻으며, 사회의 지식과 가치를 세대에 걸쳐 물려줄 수 있게 된다.

따라서 지식산업으로 갈수록 시민사회의 번성여부는 국민의 기질, 관습, 도덕에 달려있는 바, 이런 특성의 의식은 문화에 대한 의식과 존중심을 키움으로써 배양될 수밖에 없다. 문화의 중요성은 각 나라가 지닌 특수성의 한계를 넘어서 세계경제와 국제질서의 영역으로 확대되고 있다. 세계는 문화충돌의 시대로 접어들고 있으며, 문화적 차이에 의한 경쟁이 창조적 변화로 이어지면서 국제적 질서에 문화가 직간접적인 영향력을 행사하는 가장 결정적인 분야는 역시 경제일 것이다. 이는 경제는 가장 근본적이고도 역동적인 사회성의 각축장이다. 개인이 조직내에서 자신의 필요를 충족시키기 위해 일하는 동안, 일터는 개인의 사적인 삶에서 끌어내어 보다 넓은 사회적 세계로 연결시켜준다.

그러므로 경제활동은 사회적 삶의 중대한 국면을 반영하며, 사회를 구성하는 다양한 규범과 규칙, 도덕률 등의 관습에 의해 그 틀이 짜여진다. 따라서 한 국가의 복지와 경쟁력은 하나의 지배적인 문화적 특성, 즉 한 사회가 고유하게 지니고 있는 신뢰의 수준에 의해 결정된다는 사실이다.

지난 세대는 경제원리의 가정은 합리성과 이기적인 인간 행동이 그 기본모델이었다면, 지금은 거기에 문화적 요인을 고려하지 않은 경제논쟁은 오도될 수밖에 없다. 산업정책을 수립하는 일 자체에서 문화가 차지하는 역할이 크며, 특히 산업정책에 요인을 줄 수 있는 문화적 요인이 동아시아에서는 권위에 대한 문화적 태도를 들 수 있다. 따라서 중국의 경제동향을 문화적 측면에서 살펴볼 필요가 있다.

중국은 문화산업이라는 용어를 1994년에 상용하기 시작하였으며, 90년대 후반에 본격적으로 시장이

6) 기업, 자치협회, 교육기관, 클럽, 노동조합, 매스미디어, 자선단체, 종교단체 등.

형성되었다. 중국의 개혁개방 이후 중국경제는 제조업을 중심으로 발달하기 시작하여 문화산업을 포함한 서비스의 산업 역사가 짧아 현재 과도기에 있지만, 중국은 2006년인 올해부터 서비스 시장의 전면 개방과 더불어 일찍부터 대비하기 위해 정부가 본격적으로 서비스산업 육성에 나서고 있으며, 문화 산업의 중요성도 인지하여 그 체계를 잡아가고 있는 상황이다.

중국정부는 2003년 7월 문화부, 광과전시(廣播電視)총국, 신문출판총국, 국가통계국 등 관계 당국이 모두 참여하는 “문화산업 통계연구 프로젝트팀”을 운영하고 있다. 여기서 2004년에 문화산업을 체계적으로 분류하였으며, 크게 문화서비스와 문화관련 서비스로 나뉘며 문화 활동과 관리방법에 따라 9가지로 정리하였다. 이는 핵심층, 외부층, 관련층 3가지(7)로 분류하였다

중국의 문화산업규모는 2003년 기준 중국의 문화 및 문화관련 산업의 생산액은 433억불로 당해연도 GDP(11.62조위안)중 3.2%를 차지했다.⁸⁾ 중국의 3차 산업 생산액의 4.4%에 해당하는 것으로 나타났다. 2003년 문화관련 산업의 취업인원은 1,247만명으로 전체 취업인구의 1.7%에 해당한다.

중국의 문화산업은 역사가 짧고 산업화 정도가 낮은 수준으로 최근에서야 관련 법률과 시스템이 도입되고 있으며, 문화산업 관련 서비스 시장도 차츰 개방되고 있다. 특히 문화산업의 특성상 중국정부의 외국제품에 대한 규제가 매우 까다로운 상황이며 지적재산권 보장제도도 아직 미흡한 수준으로 한국의 문화상품의 시장 진출에 대한 제약 요인은 여전히 많은 상황이다.

문화적 요소에 있어서 중국은 국토가 방대하고 13억이 넘는 인구에 56개 소수민족이 있는 만큼 중국의 문화적 특성을 일의적으로 고찰하기는 쉬운 일이 아니다. 특히 중국사회는 기존 전통적 문화에서 중국공산당 혁명에 의한 공산주의 문화와 개혁개방정책이후의 디지털시대의 도래 및 글로벌화에 동참함에 따라 기존의 문화적 질서가 크게 변모하고 있다.

중국은 한국과 마찬가지로 유구장대한 문화를 가지고 있다. 그러한 문화는 공산주의 혁명과 개혁개방이후 중국의 사회가 내부적 질서를 재편하고 있다는 점이다. 중국은 사회주의에 기인한 철저한 실용주의를 가지고 있다. 여기에 자본주의와 결합하여 혼합된 실용주의는 중국적 합리주의로 발달되었다.

한중양국은 모두 동양의 유교문화권을 배경으로 하면서 역사를 공유해왔다. 그러나 지정학적으로 볼 때 중국은 광활한 대륙을 배경으로 하고 있지만 한국은 반도문화를 배경으로 하고 있다는 점에서 차이가 있다. 이에 따라서 한국은 즉각적이고 빠른 반응을 중심으로 결속력과 협동심을 배경으로 발달한 문화를 가지고 있으며, 중국은 넓은 대륙에 여러 문화를 흡수하고 응용하며, 천천히 반응하면서 수용하는 문화를 갖게 되었다. 이러한 문화의 주요 요소를 비교하면 다음과 같다(<표2-2> 참조).

중국의 위와 같은 문화적 배경은 개혁개방주의를 선포한 이후에 양적인 성장을 가져왔으며, 만만디와 실용주의 철저한 합리주의에 따라 내실을 다지고 준비할 수 있게 하였다. 서방세계보다 뒤늦은 자본주의를 채택하였으나, 시장경제의 원칙을 잘 이해하는 사회구조라고 볼 수 있다. 특히 사고방식에 있어서 논리적, 이해타산 분명, 분석적인 문화와 타문화의 수용 및 응용은 향후 중국의 서비스수출에

7) 협의의 개념으로 문화산업은 핵심층과 외부층을 언급하며, 관련층까지 포함하는 문화산업은 광의의 개념.

8) Kotra, 동북아 한류와 문화상품 시장, p.83, 2005.

있어서 중요한 성공적 요인으로 작용할 것이다. 즉, 이러한 문화의 요소는 중국의 경제발전에 크게 기여하였으며, 향후 서비스산업, 지식산업으로의 산업구조화를 견인하는 문화가 될 것이다.

〈표2-2〉 한중 문화의 주요 요소 비교

구분	중국	공통	한국
시간관념	만만디	유·불·도의 권 동양문화 권위중시 한자사용 혈연 및 지연 중시 젓가락 사용 빈부격차문제 : :	빨리빨리
지리적 배경	대륙문화		반도문화
규모 (전 부문)	대규모 문화(국토·인구)		소규모 문화(국토·인구)
생활문화	개인주의(미국형)에 근접 밖으로 표출하는 문화에 근접 (상담시 본심 표출꺼림) 현실주의, 실용주의, 합리주의, 낮은 신뢰성		집단주의(일본형)에 근접 안으로 삼키는 문화에 근접 결속력, 협동심, 높은 신뢰성
의사결정	시간적 여유 신중함과 의심		조급함(쉽게 믿어버림) 선입견 의존
사고방식	논리적, 이해타산 분명, 분석적 수용 및 응용		감정적, 정서발달 배타적
경제분야	비시장경제국(NME) 정경일체, 관민일체		시장경제국 정경분리
민족성 문화교류	다민족문화(소수민족문화) 한류	단일민족문화 화류	

자료 : 이승영, “문화적 접근을 통한 21세기 동아시아 교역확대방안”외 기타 자료 정리.

Ⅲ. 서비스수출전략과 한국의 대응방안

1. 중국의 서비스수출 전략

1) 경제개혁발전모형 평가를 통한 서비스 수출전략

지난 20년간 중국은 지속적인 발전을 이룩하였고 세계의 주목을 받기에 충분하였다. 세계는 중국의 경제성장을 중국 기적론과 중국 붕괴론의 극단적 견해를 펼치면서 주목하였다. 그러나 중국은 자체적

으로 개혁발전성공 여부를 판단하는 기준을 일시적인 경제성장뿐만 아니라 계속성장을 하기 위한 기초를 튼튼히 하고 미래경제의 지속발전을 촉진시키는 것으로 보아야 한다고 강조했다.

중국은 지속적인 경제발전의 방해요인을 외국인 투자와 기술에 과도하게 의지한다는 것을 들고 있다. 개혁개방이래 중국의 무역은 급속히 발전하고 동북아시아의 경제거점으로서의 역할을 하고 있다. 그러나 중국은 이러한 성장에 대하여 다음과 같은 우려를 하고 있다.

첫째, 중국 첨단기술분야의 수출은 중국주재 외국기업이 주도하고 있다는 것이다.

둘째, 중국기업은 선진국으로부터 디자인, 부품, 생산설비 등을 수입에 의존하고 있다.

셋째, 중국기업들은 단지 기술을 받아들이고 전과함으로써 세계적인 경쟁기업이 될 가능성이 없다는 것이다.

위와 같은 이유들로 중국은 미국이나 일본의 기술경제속국이 되는 것을 상당히 우려하고 있는 입장이다. 특히 선진국의 정치개혁요구에 대해서 강력한 반론을 제기한다. 현재 인도나 브라질은 선진국이 요구하는 정치제도이지만, 중국이 인도나 브라질보다 현재 제기된 많은 경제적 문제점을 잘 해결하는데 정치개혁을 요구하는 것을 이해할 수 없다는 입장이다.

따라서 중국의 경제학자들은 중국의 경제 변화 중에서 사회성질은 변화 하느냐, 그리고 이 변화를 어떻게 보느냐 하는 것에 많은 관심을 갖고 있다. 첫째, 중국은 계획경제에서 시장경제로 가는 국가이다. 즉, 중국의 개혁은 계획경제에서 시장경제로 가는 과정이다. 이런 과정에서 국가 대신에 시장은 자원의 주요배치자이다. 즉, 중국은 다른 사회주의국가들과 단지 방향, 목표 등은 본질상 구별이 없고 다른 것은 바로 속도, 절차, 효율 등이라고 할 수 있다.

둘째, 중국은 정부주도 경제발전국가이다. 국가가 경제발전을 고속성장에 기여할 수 있도록 주도적 역할을 했다는 것이다. 필요한 정책을 유효하게 추진하고 고속성장률의 목표를 세우고 실현했다. 이는 기존의 사회주의 국가의 경험보다는 동아시아 국가의 발전계획을 응용한 부분이라고 할 수 있다. 동아시아의 국가와의 차이는 사회제도가 아니고 경제발전 정도이다.

셋째, 중국은 자본주의 국가라 할 수 있다.⁹⁾ 중국은 20년 동안 시장화 개혁과 점차 진전된 사유화 과정을 통해서 기본적으로 사유재산권을 기초로 고용과 노동을 지탱하는 시장경제가 형성되었다고 할 수 있다. 중국은 ‘특색있는 사회주의’ 대신에 ‘특색있는 자본주의’로 가고 있다. 물론 일본학자나 서방의 학자들이 인정하지 않을 수 있지만, 이미 중국에는 빈부의 격차가 심해지고 있다. 이는 자본주의 경영방식을 승인하고 도입하였기 때문이다. 여기에 하나 더 첨부하자면, 중국은 사회주의도 자본주의도 아니라고 할 수 있다. 이러한 논쟁은 중국이 공산당 체제하의 정치제도를 가지고 있기 때문일 것이다.

중국은 현재 빠른 고속성장 속에서 국외의 평가에 상관없이 사회적 충동을 피하면서 미래의 강력한 파워를 가진 중국을 기획하고 있다. 특히 강대국으로 가기위한 과학적인 발전관을 가지고 자원의 효율성을 극대화하는데 초점을 맞추고 있다. 거기에서는 중국식의 경제발전 모델을 찾으려고 노력하고 있

9) 路愛國, 中國改革發展的成敗得失, 中國社會科學院世界經濟政治研究所, 2005. p.8.

으며, 이제 중국화를 위하여 노력중이다. 그리고 그 중국화된 발전모형을 통하여 접근하기 쉬운 국가들을 대상으로 직접 해외투자를 통한 서비스수출의 확대전략을 구상하고 있다.¹⁰⁾

2) 전략적 서비스무역정책 배경

1995~2005년에 WTO 회원국이 중국을 상대로 실시한 반덤핑, 반보조, 세이프가드, 특별세이프가드 조사가 716건에 달했다. 중국은 연속 10년간 반덤핑 조사 대상국 1위로 꼽혔으며, 이와 관련된 손실이 매년 무려 300억~400억 달러에 달했다.¹¹⁾ 중국사회과학원 공업경제연구소의 한 전문가는 “새로운 무역보호주의의 성행은 중국대외무역의 외부환경을 일정부분 악화시켰다. 이에 중국은 앞으로 무역관리 정책체계를 단계적으로 구축해야 한다”라고 지적했다.¹²⁾

국제경쟁이 심화되면서 특히 첨단기술 분야에서 선진국간 경쟁이 치열해지고 있으며, 전략적 무역정책을 선택하는 선진국 및 신흥 산업국가들이 갈수록 늘어나 새로운 무역보호주의의 핵심정책으로 꼽히고 있다. 이러한 새로운 무역보호주의의 성행으로 중국기업들의 해외시장 개척이 더욱 어려워졌으며, 이는 중국의 대외무역 외부환경을 악화시키는 요인으로 작용하고 있다. 중국기업들은 반덤핑, 반보조, 각종 세이프가드, 기술노사 등 무역장벽에 부딪쳐 막대한 손실을 입고 있으며, 무역마찰 발생의 절정기에 접어들었다. 1996년부터 2004년까지 미국은 중국에 대해 ‘미국관세법 337조’에 따라 36건의 조사를 벌였으며, 이는 해당 조항관련 조사의 23%를 차지하는 수치이다. 반면, 개도국들은 주로 반덤핑 등 전통적인 수단을 사용하고 있는데, 이 중 인도, 아르헨티나, 남아프리카, 터키 등 국가들은 1995년부터 중국을 상대로 총 178건의 반덤핑 조사를 벌였으며, 이는 중국이 받은 전체 반덤핑 조사의 41%에 달하는 수치이다.¹³⁾

이 밖에 무역마찰이 갈수록 심해지면서 중국의 대외경제 리스크가 거시경제에 반영되기 시작했다. 미국은 중국제품에 대해 무역제재를 실시하던 것에서 위안화 환율, 對중국 투자, 기술 수출 등 분야에 대해 전면적으로 압력을 가하기 시작했다. 그리고 EU가 중국제품에 대해 빈번하게 장벽을 설치함에 따라 EU 기업과 중국기업 간의 갈등도 심각해지는 추세를 나타내고 있다.

따라서 새로운 무역보호주의의 성행은 중국 대외무역의 장기적, 안정적 발전에 불리하며, 중국경제 운영에 있어 외부 리스크 증대를 가져왔다. 향후 5~10년은 중국이 무역대국에서 무역강국으로 전환하는 중요한 단계이다. 그러므로 끊임없이 변화하고 있는 국제환경에 대해 중국은 대외무역 발전전략의 조정을 서두르고 있으며, 무역관리 정책체계를 구축하고 있다.

무역관리 정책은 무역자유와 무역보호 두 가지 특징을 모두 가지고 있어 대외무역이 국가경제 발전

10) 선이후난(先易後難) : 상대적으로 진출이 용이한 나라는 집중적으로 공략하고, 진출이 어려운 나라는 서서히 공략한다는 전략.

11) 新華社, 2006. 4. 5.

12) 新華社, 2006. 4. 5.

13) 新華社, 2006. 5. 18.

에서 차지하는 전략적 지위를 한층 높이며, 국가는 법제화 정책수단을 이용하여 대외무역 관리를 진행할 수 있다. 아울러 양자간, 다자간 국제 경제협력에 적극 참여하여 자국과 타국의 경제무역정책을 잘 조율해 자국의 국제협상 능력을 높이기 위해 노력하고 있다. 이를 통해 중국기업 및 산업 특히 첨단기술 산업의 국제경쟁력을 향상시키는데 최선을 다하고 있다.

3) 산업구조 고도화 및 서비스업 경영효율 제고 전략

중국은 지속가능한 경제성장을 위하여 준비하여 왔으며, 거기에 서비스산업의 확대전략도 함께 구상하여왔다. 우선 공업구조 역시 고도화를 선택하여 하이테크산업의 빠른 발전을 가져오고 있다. 일정규모 이상 공업기업의 하이테크산업 생산증가율은 19.8%로 높은 증가를 보이고 있다

또한 서비스산업도 지속적인 성장을 이룩하고 있다. 특히 기술개발과 획득을 위한 기업 해외진출전략으로 2005년 해외투자액은 69억 위안으로 전년대비 25.8%의 증가율을 보이고 있다.¹⁴⁾ 2006년 경제운영방향은 2005년에 이어 지속적인 긴축정책의 실행으로 투자증가율의 안정과 국내소비의 확대를 통한 거시경제의 안정적인 성장유지를 목표로 하고 있으며, 산업구조조정 고도화, 에너지 절약 및 환경보호, 과학기술발전을 통한 국가발전 동력 양성에 역점을 두고 있다. 특히 과학기술발전을 통한 국가발전 동력구축을 위하여 국가독자연구 체제구축, 기업의 R&D 투자 장려, 과학기술 연구인력 배양을 위한 국가차원의 지원 등을 체계적으로 하고 있다.

산업구조고도화추진 강화를 통하여 생산효율이 떨어지는 산업의 구조조정, 하이테크 산업의 지속발전, 장비제조업 진흥, 서비스업 발전 추진 등이다. 자원절약과 환경보호를 통한 경제성장 방식전환도 추진하고 있다. 에너지 절약, 재생가능경제발전, 생태환경건설 및 환경보호 강화를 위해 적극 노력하고 있으며, 천연림 보호강화와, 인공림 사업지속 확대 및 수질오염 예방에도 최선을 다하고 있다.

GDP 단위당 에너지 소비율 4% 내외로 하향조절을 목표로 하여 이는 선진기술, 설비, 높은 에너지 이용효율을 갖추어야 하며, 에너지 소비율이 높은 기업은 필히 개혁을 해야 한다. 이는 새로운 생산방식으로 생산효율성 제고에 의한 발전을 의미하는 것으로 산업구조 고도화 조정의 의지를 시사하는 것으로 나타났다.

특히 외국기업과 중국기업이 동시에 수익을 얻을 수 있는 win-win 대외개방전략을 실시하였다. 첨단 기술상품 위주의 수출입 상품구조 조정을 통한 가공무역 위주의 대외무역 성장방식 전환과 지속적이고 적극적인 외국자본 유치, 첨단 산업 투자확대를 통하여 해외투자지원, 해외투자관련정책, 법률법규 및 보장체제 구축 및 협력, 감독체제 정비를 하고 있다.

그리고 교육우선 발전 전략을 위해 사회사업을 확대하고 있으며, 사회안정유지를 위해 취업과 사회 보장체제를 강화하고 있다. 특히 안전생산관리 강화, 기업이 책임지고, 정부가 지원하는 원칙의 안전관리에 정부투자가 시행되고 있는 상황이다.

14) 中國統計公報, 政府工作報告, 2006. 3. 5

재정정책면에서도 농촌, 첨단기술산업 및 교육육성을 위해 지출을 늘릴 계획이라고 한다. 특히 과학 기술 발전을 위해 2005년보다 19.2%증가한 716억 위안을 투입할 예정이다. 과잉투자 방지를 위해 장기 건설국채 발행규모를 2005년보다 200억 위안 축소한 600억 위안으로 상정했으며, 경상건설 투자부문은 100억 위안 증가하였다.¹⁵⁾

또한 중국은 서비스시장 개방을 통하여 자금 및 기술도입과 동시에 경제체제 정착을 통해 장기적인 독점경영에 따른 저효율 및 낮은 서비스품질 등 중국 서비스시장의 폐단을 제거하고, 서비스업의 경영 효율을 제고할 것이다. 이를 위하여 중국은 단기계획으로 투자방향, 투자구조조정, 외국자본의 사용수준을 제고하고, 경제체제를 서비스산업으로 개혁하기 위한 정책을 추진 중이며, 중기계획으로는 재정, 금융, 외환시장의 개방화를 통한 경쟁력을 강화하기로 하였으며, 중대형 건설프로젝트와 과학기술개발을 위한 최선의 노력을 경주하고 있다.

물론 단기적으로는 서비스산업의 전반적인 발전수준이 낮을 뿐 아니라 노동 및 자연자원에 비교우위가 집중되어 있고 자본집약형 및 기술집약형 서비스부문의 발전은 낙후되어 있어서 서비스산업의 치열한 국제경쟁속에서 심각한 시련을 겪을 것이다. 그러나 장기적으로는 외국기업의 직접투자가 일부 서비스업에서의 정부독점과 다양한 국유제 구조를 타파하여 기업 개혁에 유리하며, 기업지배구조가 개선을 가속화시켜 서비스업의 합리화와 경영효율제고를 가져올 것이다. 따라서 중국정부는 서비스업의 적극적인 개방화를 통하여 서비스산업의 합리화 촉진과 지식집약형 및 기술집약형의 발전을 촉진하여 경쟁력을 제고하기 위한 전략을 구사할 것이다.

특히 부유층과 저소득층이 구분되고 있고 사회적 안전망을 확충하기 위하여 고소득층의 소비구조를 서비스산업 쪽으로 끌어들이는 정책을 실시하고 있는 상황이다. 요식업 및 서비스업으로의 품질의 개선을 통한 소비를 지속적으로 증가시키고 있다. 특히 도시주민들이 외식문화와 관광산업을 확대하고 있으며, 교육문화, 오락서비스 부문에 대한 선택적 소비의 기회를 늘려주고 있다. 또한 정보통신 및 디지털제품 등에 대한 소비도 꾸준히 증가하는 추세이다.

4) IT 산업의 수출 및 해외진출 전략

최근 중국의 IT 기업은 원가우위 및 기술경쟁력 제고에 따라 중국 IT산업의 해외진출이 본격적인 궤도에 오르고 있다. 중국은 해외선진 IT업체들의 합작회사 및 연구소 설립증가와 이로 인한 중국 업체로의 기술이전 가속화 등이 중국 IT기업의 경쟁력 제고에 크게 기여한 것으로 평가된다. 이는 개혁개방이후 중국정부가 지속적으로 추진해왔던 시장과 기술을 바꾼다는 정책의 성과가 가시화되고 있음을 의미한다. 이와 함께 통신시장을 비롯한 주요 IT 시장의 성장정책, 중국 주요 IT 기업의 해외주식시장 상장에 따른 자금의 유입, 중국정부의 적극적인 지원 등이 중국 IT 산업의 해외진출을 촉진하는 요인으로 작용하고 있다.

15) 中國統計公報, 政府工作報告, 2006. 3. 5.

중국 IT 산업의 수출전략은 상대적으로 진출이 용이한 인도, 파키스탄, 브라질 등 신흥시장을 집중적으로 공략하는 선이후난(先易後難)으로 특징지어진다. 또한 해외시장 진출시 표적 시장의 메이저 업체의 경쟁사와 전략적 제휴를 통해 현지시장으로 진출하는 특징을 가지고 있다. 이를 통하여 솔루션을 공동 개발하고, 첨단지식 및 기술습득을 목적으로 자체 연구개발센터를 설립하는 등 지식습득형 해외직접투자를 확대하고 있다. 여기에는 정부기관의 대대적인 정책성 자금지원이 뒤를 받치고 있는 상황이다.

또한 WTO 가입 이후 중국정부가 적극 추진하는 기업의 해외진출 장려 전략이다. 세계의 공장이 되기 전까지 중국경제의 대외구호는 ‘와라 중국’으로 있었으나 외국인 직접투자가 기하급수적으로 늘고 기업들도 뉴욕과 홍콩 등 주식시장에 상장하여 과거 자금과 기술이 없던 시절과 달리 자금이 넉넉해 지자 사정이 달라졌다. 중국정부는 기술력과 자원 확보를 위해 기업들의 해외진출을 적극 장려하고 있다. 현재 중국의 구호는 ‘가자 세계로’이다. 근래 중국기업의 해외진출이 급속히 증가하는 이유이다. 현재 중국기업의 쌍용자동차, 지엠대우 지분의 인수와 미국전자제품 유통업체의 인수, 프랑스 톰슨사의 가전부분의 인수 등이 이에 속한다. 이러한 해외기업의 인수합병을 통하여 선진응용기술과, 경영전략, 서비스 관련 노하우를 습득하여 지속적인 서비스수출 전략을 구사하고 있다.

5) 서비스무역 관련 법제정비

2006년 3월8일 중국 상무부는 상표, 저작권, 특허, 해관보호 등 4개분야의 지적 재산권 침해행위 조사와 처벌을 강화한다는 내용의 ‘2006 지적재산권 보호 행동계획’을 발표했다.

첫째, 상표법, 상표대리관리조례 등 관련법 제정 및 수정

둘째, 특허대리조례, 특허심사지침 수정, 특허법 3차 수정방안 마련

셋째, 미디어제품의 지적재산권 보호를 위해 해적판 DVD 생산라인 폐쇄, 불법 미디어제품 발행·복제 기업단속 등.

넷째, 지적재산권 행동요강 제정 및 실시 등이다.

또한 물권법, 감독법, 돌발사건 대응법을 제정하고 의무교육법 등을 수정하였다. 회사법수정을 통하여 선진기업제도 구축, 사회주의 시장경제 발전을 위한 제도적 기틀 마련, 증권법 수정을 통해 증권거래 개선, 금융리스크 방지, 투자자 권익 보호 등을 도모하며, 물권법 초안의 심의 및 수정을 통해 공유제를 주요로 다양한 소유제 발전을 위한 기초를 마련하고, 국유자산 유실을 방지하며, 치안관리처벌법 및 공증법 제정을 통해 사회관리 및 공공서비스 관련 법률을 개선할 것이며, 반독점법이 시행되어 외국자본의 중국인수에 대해 엄격한 제한과 감독 관리를 강화할 전망이다.

중국은 대외정책에 있어서 ‘평화공존 5원칙’에 기초하여 전방위의외교를 추진해 갈 것이다. 즉, 기존 국제질서를 수용하는 가운데 자신의 실익을 최대화하는 이른바 ‘두르러지지 않게 발전하는’ 전략을 추진해 갈 것임을 천명하였다. 구체적으로는 발전도상국가와의 협력 강화, 주변국가와의 선린 및 지역협력 외교 견지, 선진국과의 갈등 최소화 및 협력확대, 다자외교 천명함으로써 미국을 중심으로 한 서방

선진국과 협력하되 다른 국가 및 지역과도 관계를 강화하겠다는 의사를 표명하였다.

중국은 이미 오래전부터 중국투자 외자기업으로부터 경영과 기술분야에 대한 학습효과를 축적해 왔고, 상당수 기업의 해외진출 등을 통하여 선진기술 도입 노력에 노력을 기울여 왔기 때문에 중국의 기술경쟁력을 높여줄 것으로 판단된다.

2. 한국의 대응방안

1) 중국 서비스수출전략에 따른 대응방안

한국과 중국과의 경제교류는 이제 새로운 패러다임에서 확대되어야 한다. 중국의 경제·사회환경 변화를 잘 읽어야 한다. 지금까지 주로 중국과의 경제교류는 상품의 이동이나 노동비 차이를 통한 제품 가격의 저렴화를 위한 투자로 이루어졌다. 그러나 이제는 자본과 사람의 이동을 통한 서비스무역을 확대하여야 한다.

중국은 이미 서비스산업의 중요성을 인지하고 서비스산업의 개방화와 체질개선을 통하여 국제경쟁력을 갖추기 위해 노력하고 있다. 또한 중국의 급변하는 소비자 트렌드에 대한 파악과 양보다는 질을 위한 차별화된 브랜드 이미지 구축, 시장세분화를 통한 마케팅전략과 유통채널을 수립하고, 내수시장 확보를 위한 철저한 현지화 전략이 필요하다. 또한 중국의 내수시장 확보를 위해서는 제품인증과 특허권 및 상표권의 등록은 필수라고 할 수 있다.

이와 같이 우리나라가 서비스 부문을 중심으로 중국과 새로운 경제교류를 확대하기 위해서는 다음과 같은 전략이 필요하다.

첫째, 중국의 경제현대화 전략에 집중하여 진출하여야 한다. 중국은 시장경제 체계를 더욱 확대 발전시킬 것을 천명하였다. 특색 있는 자본주의로의 형성에 합의를 하고, 중국식의 경제발전 모델을 찾으려고 노력하고 있으며, 이 노력의 결과로 경제현대화 운하전략을 구성하였다. 따라서 한국은 중국이 가려고 하는 지식산업화된 국가의 건설에 함께 동참하여 다른 경쟁국보다 우위를 가져야 할 것이다. 이를 위해서는 중국 남동해안의 지역의 선진화된 도시 뿐만이 아니라 서부 대개발 산업에도 적극적으로 진입하여 지분확보에 노력하여야 한다.

둘째, 정부규제의 철폐를 통한 서비스 산업의 경쟁력 제고가 필요하다. 중국의 전략적 무역정책의 배경에는 심화되는 무역통상마찰에 적극적으로 대처하겠다는 의지이다. 즉 WTO 원칙, 자국법 기준의 국제조약, 지역경제기구의 회원국 이익보호 등을 통하여 무역보호주의와 무역자유주의를 함께 실현하겠다는 의지이다. 서비스시장은 글로벌화에 의하여 개방될 수밖에 없으며, 개방을 통한 서비스산업의 경쟁력을 확보하고 이를 다시 수출하는 것이 가장 효과적인 방법이라고 할 수 있다. 서비스산업의 인프라로 매우 중요한 요소가 개방과 경쟁이다. 우리나라의 서비스무역 수지는 지속적으로 적자를 기록하고 있다. 사업서비스 부분의 경쟁력이 낮은 주원인은 경쟁 제한적인 정부규제이다.

따라서 정부규제의 철폐를 통한 서비스산업의 경쟁력제고가 필요하다. 아울러 주도적이고 선제적인 서비스시장 개방을 적극 검토하여야 한다. 이를 통하여 국내 서비스기업들의 대형화, 전문화를 이루어야 한다. 영세한 기업규모는 생산성이나 대외경쟁력을 약화시키는 주요원인이 되기 때문이다. 이러한 경쟁력을 통하여 중국과의 서비스무역에 있어서도 우위를 점하여야 한다. 앞에서 살펴보았듯이 현재 중국은 서비스 시장의 중요성을 깨닫고 적극적인 외자유치에 나서고 있으며, 서비스산업의 개방을 추진하고 있다.

국내 서비스체질 강화를 위하여 경쟁촉진 및 규제완화 등의 법제도 정비와 서비스 기업들의 자체적인 혁신노력을 유도하여 금융, 세제, 교육 등의 지원책을 마련하여야 한다. 또한 서비스산업 부분은 고객의 니즈, 서비스의 질, 기술인프라 등의 영역에서 시장을 예견하고 고객의 니즈에 맞는 비즈니스 프로세스를 매개로 하여 B/S를 강화시켜야 한다. 이러한 재구성을 통하여 국내서비스 산업의 경제력 제고와 함께 고부가가치화를 실현하여 효과적인 대응책을 마련하여야 한다. 이러한 국내의 경쟁력 있는 서비스산업은 중국으로의 진출이 가능하며 이를 통하여 더욱 경쟁력을 확보하게 될 것이며, 중국의 서비스산업을 선도할 수 있다.

셋째, 지식기반의 전문서비스업을 육성하여야 한다. 서비스산업이 국민경제에서 차지하는 중요성은 정보통신기술을 이용한 소프트웨어분야, M&A를 비롯한 금융보험서비스, 법률, 경영컨설팅, 건축 및 토목설계, 엔지니어링 서비스 등 산업경제 전반의 경쟁력 강화를 지원하는 기식기반 서비스 분야에서 더욱 커질 것이다. 이는 현재 대부분 선진국 기업들이 주도하고 있다. 따라서 중국과의 경제협력력을 통하여 기업의 내부역량을 축적하고 외국업체의 용역참여시 국내업체들과의 컨소시엄 등을 의무화하는 방안을 고려하여야 한다.

넷째, 정부차원의 경제협력이다. 지금까지 한국은 유무상원조를 통해서 중국의 경제발전에 기여하였다. 이후에도 지속적으로 황사, 조립 등 환경보호, 교육, NGO 지원 등 호혜적인 분야를 위주로 원조가 추진되어야 한다. 또한 현재 중국은 신농촌개발과 서부대개발의 정책을 가지고 있다. 따라서 지속적으로 인프라 투자를 위한 건설이 이루어질 것이다. 따라서 한국정부는 이에 대한 유무상 원조를 통하여 국내 기업들이 내부역량을 강화시킬 수 있도록 기업들의 적극적인 참여를 유도하고 이를 통하여 향후 중국지역의 투자다변화를 할 수 있는 기반을 마련해 주어야 할 것이다.

중국경제의 지속적인 경제발전은 한국의 경제에 긍정적인 효과를 미친다고 할 수 있다. 중국과의 경제교류 확대를 통하여 한국은 경제성장률 상승 및 고용증대 효과 등을 얻고 있다. 따라서 한중교류는 이제 근시안적인 인건비 등 저렴한 생산요소 비용만을 이용하려고 해서는 한계에 부딪히게 될 것이다. 따라서 한중양국의 동반 경제성장을 위하여 안정적인 국제 분업구조와 향후 지속적인 경제성장을 위한 한중경제교류로 발전해야 할 것이다.

이러한 한중 경제교류를 위해서는 한중 FTA를 적극 추진하여 전면적인 자유교역시스템을 갖추도록 하고 고부가가치 완제품 중심의 브랜드파워가 있는 제품의 수출구조로 전환을 하여야 하며, 이를 위한 서비스산업의 진출이 체계적으로 이루어져야 할 것이다. 또한 인적교류 및 지식화된 서비스무역을 통하여 투자 및 수출지역의 다변화가 일어나야 할 것이다.

2) 중국의 문화적 요소에 기인한 대응방안

경제성 분석을 목적으로 한 문화의 연구는 1990년대 초반부터 많은 연구들이 이루어지기 시작하였다. 경제 강대국들이 가격경쟁력보다 비가격경쟁력의 중요성을 인지하기 시작하면서, 그리고 다국적 기업이 거대화되면서 문화적 특성과 이문화에 대한 연구들이 활성화되기 시작하였다.

이러한 상황에서 이제 한류라는 이름으로 한국의 문화가 조금 빛을 발하기 시작했다. 그러나 문화 확산의 중요성을 알고 있는 각 국가의 문화관련 통상마찰은 점점 심화되고 있는 상황이다. 문화는 자체로서의 경쟁력과 해외시장의 정치, 경제적 상황, 사회에 미치는 영향이 크다. 또한 문화의 확산을 통한 국가의 소프트파워가 크게 작용한다. 따라서 중국의 서비스시장수출 전략에서 문화적 접근 방안이 체계적으로 이루어져야 한다.

상품 가운데 높은 부가가치를 갖는 것은 최종재이며, 최종재 중에서도 인간의 가치와 숨씨가 들어간 문화상품이 가장 부가가치가 높다고 할 수 있다. 세계의 명품들을 살펴보면 모두 그 나라의 고유한 문화가 체화되어 있다. 소비자는 상품의 필요성과 함께 그 자체에 체화되어 있는 문화를 함께 소유함으로써 만족도를 높이는 것이다. 이렇게 각 상품에 체화되어 있는 그 나라의 고유문화가 프리미엄 상품을 만들어내고, 이를 소비하는 소비자들의 만족감을 극대화 시키고 있다. 또한 프리미엄 최종재를 만들어내기 위해서는 문화와 과학기술이 함께 해야 한다.

한국이 잠재력을 갖고 있는 소프트(soft) 산업을 차세대 성장동력으로 육성하기 위하여 문화부문과 IT 인프라 및 중국의 넓은 시장에 대한 키워드를 효과적으로 활용하고 결합하여 중국과의 협력적 가치체계를 구축함으로써 지속적이고 안정적인 성장을 도모할 수 있도록 전략적 대안을 도출해야 한다.

한국은 5,000년 이상의 장구한 역사 속에서의 고유한 문화와, 정보통신기술에 있어서의 잠재적 경쟁력을 갖추었으며, 한류의 영향으로 전통산업까지 그 특수를 맞이하고 있는 상황이다. 또한 바로 인접한 곳에 거대소비시장으로 급성장하고 있는 중국이 있다. 게다가 동북아시아 경제통합을 위한 논의도 끊임없이 제기되고 있다.

경제의 중요성이 이제 하드중심에서 지식, 정보 및 서비스로 대표되는 소프트중심의 경제로 변화되었으며, 경제의 소프트화는 다시 무형의 지식 및 정보를 재료로 하여 인간의 창의력, 판단력, 분석력 등을 도구로 산업구조 자체의 효율을 극대화시키는 산업으로 변화시켜가고 있다.

이러한 세계의 급격한 산업패러다임의 변화는 한국에 있어서는 새로운 경제발전의 동력이 될 수 있다. 한국이 보유한 자원이라면 오랜 역사에 근거한 문화적 아이콘과 풍부한 인적자원이라고 할 수 있다. 또한 잠재력을 가지고 있는 소프트 산업을 차세대 성장 동력으로 육성해야 한다. 이를 위해 역사, 전통, 감성, IT 인프라를 효과적으로 활용하고 결합할 수 있는 국가차원의 전략 설정과 역량집중이 요구된다. 그러나 여기에는 주변국가와의 전략적이고 협력적인 가치체계의 구축이 함께 이루어져야 한다. 개발된 문화산업의 제품을 어떻게 응용하고, 수출하고, 지식 및 문화를 확산시킬 것인가에 대한 전략이 필요하다.

이러한 전략의 일환으로 중국문화의 주요 요소 등을 응용하여야 할 것이다. 첫째, 중국과 한국은 공통적으로 가지고 있는 문화 요소들이 많이 있다. 장구한 역사와 생활의 기본 도덕인 유불선의 동양문화권, 한자사용, 권위중시, 젓가락 사용, 빈부의 격차문제 등이 어렵지 않게 중국으로의 접근을 가능하게 할 것이다. 이는 5000년 이상의 역사 속에서 서로의 문화를 수용하고 창조한데서 온 것이라고 생각된다. 따라서 한국의 정제된 문화요소가 중국에 자연스럽게 스며들 수 있도록 해야 한다.

둘째, 생활문화에 있어서 중국은 개인주의, 신중함과 의심, 현실주의, 실용주의와 중국적인 합리주의를 표방하고 있다. 이는 한국이 중국과의 협상을 어렵게 하는 요소이다. 그들이 대화에는 과장이 심하며, 시간적 여유를 가지고 고려하겠다는 표현으로 협상의 어려움을 피해나가며, 협상시에는 본인의 BATNA(best alternative to negotiated agreement) 뿐만 아니라 상대방의 BATNA까지도 철저히 고민하여 협상력을 높인다. 따라서 중국과의 협상시에 다양한 대안과 그 대안들에 대한 실용성과 명분을 살려 나가야 한다.

셋째, 사고방식에 있어서 중국의 타문화에 대한 수용은 논리적, 이해타산, 분석적 사고에서의 수용이며, 이러한 요소를 통하여 응용하는 것이다. 한국은 다분히 감정적이고 정서가 발달되어 있어서 수용에 대하여 인정받았다고 생각하지만, 그때부터 중국은 새로운 창출을 준비하고 있다. 따라서 지속적인 지식의 창출이 한국에게는 필요하고, 배타적 수용태도를 견지해야 한다.

넷째, 이러한 문화적 요소에서 추출될 수 있는 한, 정, 풀이, 난장판, 어우리집 등을 응용하여 창의적 요소와 결합하여 기술의 활용단계를 거쳐서 고급화된 프리미엄 상품과 서비스를 개발하여 한-중국 상호보완적이고 협력 가능한 가치체계를 구축하고 이를 통하여 아시아권에 확대될 수 있는 모형을 창출하여야 한다.

다섯째 교육부문에 대한 진출로서, 자유로운 생각과 창의와 개성을 존중하는 인적자원개발이 이루어져야 한다. 교육의 환경이 통제일변도가 아닌 개인의 의견과 개성을 존중하고 양성화하는 방향으로 나아가야 한다. 앞에서도 언급했듯이 서비스산업의 근원은 사람이다. 따라서 개개인의 활발한 혁신 지향적 사고가 서비스산업의 고부가가치를 가능하게 할 것이다. 또한 현재 중국에는 한류의 바람이 소용돌이치고 있는 상황이다. 따라서 문화콘텐츠의 수출과 더불어 한국의 고유한 요식업 및 관광업 등의 동반진출과 더불어 브랜드력이 있는 상품의 수출도 함께 제고될 것으로 보인다.

특히 중국의 경우 현재 교육·문화, 오락서비스 등의 소비욕구가 점차 확대되고 있는 상황이며, 한 자녀 가지기 정책으로 자녀의 교육열이 높아지면서 청소년뿐만 아니라 성인교육 및 재교육 등 사회교육 관련 시장이 새로운 교육시장의 영역으로 확대되고 있다. 또한 고소득층의 소비를 유발하기 위한 유인정책으로 오락서비스산업 분야가 점점 넓어지고 있다. 따라서 한국에서 개발된 인력양성개발 및 문화콘텐츠는 유용하게 중국에서 현지화 될 수 있을 것으로 사료된다.

한국이 중국과 일본의 강대국 사이에서 그들의 경제적 이익과, 정치적, 문화적 장애요인을 이해시키는 진정한 조정자가 되기 위해서는 한국이 먼저 그들 두 나라를 알고 한국 역시 힘의 비교우위를 갖추어야만 가능할 것이다.

이러한 향후 동북아 경제시장통합을 위한 선결조건으로써 자국의 정확한 위치를 인지하고 중국의 알리는 노력 속에서 경쟁력의 가치체계를 잡아가기 위해서는 현재 한국이 가지고 있는 비교우위적 요소를 적극 활용하여 한중의 협력적 가치체계를 만드는 것이 그 목적이다. 이것이 현재는 문화부문에서 한류가 지속적으로 중국의 일반 대중 속으로 확산되고 있으며, 한국의 문화콘텐츠상품과 문화관련 파생상품이 중국에서 인기를 끌고 있다는 사실이다. 따라서 이러한 연구를 통하여 한중국의 협력적 가치체계를 구축한 후, 일본이나 중국은 자국의 정치적, 경제적 중심의 대동아의 실체를 없애고, 진정한 동북아시아의 공동체를 지향하게 될 것으로 사료된다.

IV. 요약 및 결론

중국은 이미 경제성장의 목표를 바꾸어 양보다는 질적인 향상을 위해 주력하고 있으며, 안정성장보다 더불어 분배에 주력하고 있다. 또한 투자 증가세를 적절히 통제하고 소비수요의 확대를 위해 노력하고 있으며, 특히 서비스산업을 소비 진작의 주요수단으로 삼아 공공 또는 독점서비스산업의 시장진출과 각종규제를 완화하였다. 특히 ‘제11차5개년 계획’을 통하여 서비스산업에 있어서 중요한 경쟁력인 인적 자원의 확보를 위한 교육, 의료 및 사회보장, 인프라구축, 법률·법규 등 공공지출을 확대하고, 신농촌 운동¹⁶⁾ 추진으로 농민 수입의 확대를 도모하고 있는 상황이다.

따라서 한국은 중국과의 경제협력에 있어서 서비스무역을 확대하여야 할 필요성이 있다. 중국은 거대한 대륙에 여러 가지 개발계획을 가지고 있으며, 경제발전의 수준을 연해지역의 경제특구에서 서부 쪽으로 이끌어가면서 개발해 나가고 있는 상황이다. 또한 투자 역시 서부지역을 중심으로 유지하고 있으며, 각종 산업지구와 사회기간망도 서부와 연계에 중점을 두고 있는 상황이다.

그리고 중국의 경제 현대화 전략은 ‘운하(canal) 전략’을 통하여 시간을 앞당기려 하고 있다. 운하전략의 산업구조로는 지주산업과 전략산업을 이용하려고 한다. 따라서 한국은 중국이 준비해온 지식경제로의 이행에 협력과 시장 진입을 할 수 있는 연구와 더불어 어떠한 접근방법을 가지고 중국과의 경제협력에서 선점을 차지하여야 할지에 대한 전략을 세워야 할 것이다.

기술과학의 발달은 21세기의 경쟁력을 사람중심으로 움직이고 있다고 보아도 과언이 아니다. 사람이 경쟁력의 근원이 될 수 있는 서비스산업은 이제 각 나라에서 경제의 꽃으로 피어나고 있는 것이다. 자본과 노동의 물질 투입증대를 통한 제조업 중심의 성장은 이제 한계를 보이고 있으며, 여기서 퇴출된 노동자를 서비스산업의 육성 및 고부가가치화로 끌어들이고 있는 것이다. 즉 지식기반의 경제는 서비스산업의 비중이 높아지는 것이고, 이는 소비자의 욕구를 증대시키며 소비자는 욕구의 만족을 위하여 프리미엄서비스를 제공받으려고 한다. 그러므로 프리미엄서비스를 제공하기 위해서는 개방과 수용 및

16) 한국의 새마을 운동을 벤치마킹하였다.

창출을 통한 서비스중심의 통상이 기반이 되어야 한다.

따라서 한국은 규모의 경제 확보, 개방을 통한 경쟁 및 협력, 지식기반 전문서비스업 육성, 인력개발을 위한 프로젝트를 실시하고 중국의 문화요소에 대한 지속적인 연구와 적용을 통하여 중국과의 교류와 협력에 최선을 다하여야 할 것이다. 이와 같은 노력을 통하여 중국의 서비스시장 뿐만이 아니라 아시아에서의 서비스수출에 있어서 우위를 점하여야 할 것이다. 이제는 더 이상 저임금을 위한 투자가 아니라 프리미엄 서비스 산업으로의 투자를 통하여 중국의 경제현대화 전략과 지식기반산업으로의 산업고도화에 함께하는 안정적인 지속적 경제성장을 도모하여야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 강경훈 외 6인, 「문화무역론」, 두남, 2002.
- 장두용, 「탈공업화가 성장과 경기변동에 미치는 영향」, 산업연구원, 2003.
- 장재성, 「미국의 IT산업과 실리콘밸리의 문화」, 한국무역학회 「2002 전국무역학자대회 학술발표논문집 (국제경영분과)」, 2002.
- 고정민, 「한류지속화를 위한 방안」, 삼성경제연구소, 2005.
- 김미정, 「e-비즈니스 문화요인에 관한연구」, 동국대학교 박사학위논문, 2003.
- 삼성경제연구소, 「수출활로를 모색 중인 문화콘텐츠산업」, 2006.
- 성동규, 「한류, 문화경쟁력제고로 연결하려면」, 나라경제, 2006. 1.
- 이승영, 비교경영론 : 조직행위와 문화, 법문사, 1995.
- 임학순, 「창의적 문화사회와 문화정책」, 진한도서, 2003.
- 정상은, 「중국경제 연착륙할 것인가?」 삼성경제연구소, 2005.
- 한국무역협회, 한국무역통계 품목별 수출입, [http : //stat.kita.net/main/stat/main.jsp/](http://stat.kita.net/main/stat/main.jsp/), 2005.
- KOTRA, 「동북아 한류와 문화상품시장 동향」, 2005.
- 무역연구소, 「중국현대화보고 2005」의 의미와 시사점, 2005. 5.
- 한국문화콘텐츠진흥원, 「문화콘텐츠산업의 경제적 파급효과」, 2004.
- 路愛國, 中國改革發展的成敗得失, 中國社會科學院世界經濟政治研究所, 2005.
- 社會科學院, 「中國現代化報告會2005-經濟現代化研究」, 2005.
- 中國互聯網絡信息中心, 「中國互聯網絡發展狀況統計報告」, 2006. 1.
- 中國統計公報, 政府工作報告, 2006. 3. 5.
- 杜風, 中國是一五規劃備愛期待, 金橋, 2005. 12, 2006. 1, 2, 3, 4, 5.