

한·중 FTA 전자상거래 협정의 주요쟁점과 활용과제

권순국
경북대학교 경제통상학부

Legal Issues and Policy Implications of Electronic Commerce Chapters of the Korea-China FTA

Soon-Koog Kwon

School of Economics & Trade, Kyungpook National University

요약 중국은 세계에서 가장 큰 전자상거래 시장으로서 중국 온라인 소매시장은 미국보다 약 40% 크며, 양국은 전세계 전자상거래 시장의 55% 이상을 차지하고 있다. 한·중 FTA는 한중 양국의 상품, 서비스의 전자상거래 확대와 국가간 전자상거래 활동을 촉진시킬 것이다. 한국산 소비재는 기술과 품질 측면에서 중국시장에서 경쟁우위를 가지고 있기 때문에 FTA 혜택을 향유할 수 있다. 본 연구는 한·중 FTA 전자상거래 협정문의 주요쟁점을 검토하고 이를 바탕으로 한국 상품의 전자상거래 수출확대를 위한 활용과제에 대해 문헌연구를 중심으로 살펴보았다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다. 한국 상품의 전자상거래 수출확대를 위해서는 한·중 FTA 전자상거래 협정의 후속협상에 대한 준비와 전자적 전송물의 분류에 대한 대비를 하여야 한다. 그리고 전자인증과 전자서명에 있어 양국의 상호인정이 필요하며, 전자상거래 분쟁해결을 위한 제도의 마련과 한국 상품의 전자상거래 수출확대를 위한 전략의 수립 등이 필요하다.

주제어 : 한중 FTA, 국가간 전자상거래, 전자적 전송물, 종이없는 무역, 온라인분쟁해결

Abstract China is the largest e-commerce market in the world. The Chinese online retail market is almost 40% larger than the US, and together these markets account for more than 55% of worldwide e-commerce. The Korea-China FTA is likely to facilitate e-commerce activity between the two countries, as well as trade in the goods and services that enable e-commerce. Korean consumer goods can enjoy the benefits of the FTA because it has a competitive advantage in the Chinese market in terms of technology and quality. The purpose of this study is to examine legal issues of e-commerce chapters of the Korea-China FTA and policy implications. Results of the study show that several implications based on the export vitalization of cross-border e-commerce of Korean products are offered. The Korean government needs to do the following: prepare for the subsequent negotiation of the e-commerce agreement, prepare for the classification issue of electronic transmissions, require mutual recognition of electronic authentication and electronic signatures, prepare for e-commerce dispute settlement mechanism and establish of strategies for the export vitalization of e-commerce.

Key Words : Korea-China FTA, Cross-border E-Commerce, Electronic Transmissions, Paperless Trading, Online Dispute Resolution

Received 2 August 2015, Revised 11 September 2015
Accepted 20 October 2015
Corresponding Author: Soon-Koog Kwon
(Kyungpook National University)
Email: kskt2@knu.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

한·중 FTA는 2005년 7월 민간 공동연구, 2007년 3월 산관학 공동연구를 시작으로 2012년 5월 1단계 협상, 2013년 10월 2단계 협상을 거쳐 2014년 한·중 정상회담에서 협상 타결을 선언한 후 2015년 2월 가서명과 6월 정식 서명 되어 현재 국회비준 동의 등 발효절차만 남겨둔 상태이다.

정부가 대외경제연구원(KIEP) 등 주요 연구기관을 통해 실시한 “한·중 FTA 영향평가”에 따르면, 한·중 FTA가 발효될 경우 10년간 실질 GDP는 0.96% 추가 성장하고, 소비자 후생은 약 146억 달러 개선되며, 고용은 53,805개의 새로운 일자리가 창출되는 것으로 나타났다.

한·중 FTA를 계기로 한국은 중국이라는 거대·성장 시장을 제2의 내수시장으로 선점할 기회를 확보하게 되어 경제의 새로운 활력소와 미래 성장 동력을 확보하게 되었다. 이러한 중국시장을 확보할 수 있는 다양한 전략 가운데 하나로 전자상거래를 통한 한국 상품의 수출을 들 수 있다.

전자상거래를 통한 해외직접구매(해외직구) 규모는 전 세계 전자상거래의 약 14%(약 440억 달러)수준에 달하며, 미국, 영국, EU, 일본 등 다수 국가의 소비자들이 해외직구를 통해 물품을 구매하는 것으로 조사되고 있다.

중국을 한국 입장에서 제1의 교역상대국이자 소비재 시장규모가 빠른 속도로 증가하고 있는 국가, 인터넷사용자 수와 전자상거래 시장규모가 확대되고 있는 국가로서 약 11.8%의 국가간 전자상거래 비중을 보이고 있다.

현재 한국 정부는 전자상거래를 통한 한국 상품의 수출을 확대하기 위해서 유관기관과 협력하여 다양한 지원 계획을 수립하여 기업의 전자상거래 수출 확대를 도모하고 있다.

한·중 FTA와 관련된 주요 연구를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 한·중 FTA가 특정산업에 미치는 영향과 이에 대한 대응방안으로 최재섭(2012)[1]은 유통산업에 대해, 최해범·신성식(2012)[2]은 수산부문에 대해, 이상호·김충실(2013)[3]은 농업부문에 대해, 장은정(2014)[4]은 관광 서비스 분야에 대한 연구를 하였다. 그리고 한·중 FTA 협상에서 논의될 수 있는 관련 조항과 이에 대한 협상방향 및 대응방안으로 서민교·김희준(2012)[5]은 무역기술 장벽에 대해, 유예리(2012)[6]는 투자협정에 대해, 손성문

(2013)[7]은 중국의 위생검역에 대해, 정재완(2013)[8]은 농수산물식품의 원산지규정에 대해, 이신규(2014)[9]는 농산물분야의 협상에 대한 연구를 하였다.

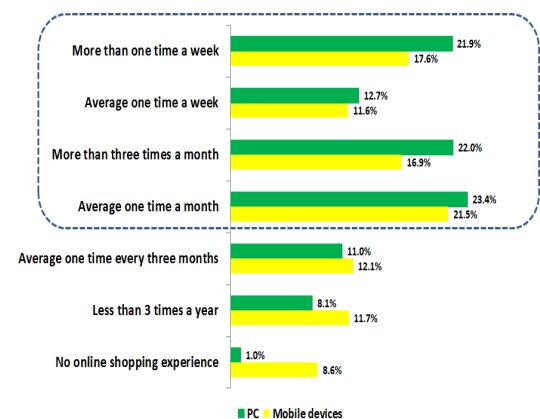
이러한 선행연구와 달리 본 연구는 한국 상품의 대중 전자상거래 수출을 확대하기 위해 중국의 전자상거래와 해외직구 현황 및 한·중 FTA 협정문의 전자상거래 장(chapter)을 중심으로 협정의 주요쟁점과 향후 전자상거래 수출확대를 위한 협정의 활용과제에 대해 살펴보고자 한다.

2. 중국의 전자상거래와 해외직구 현황

2.1 중국 전자상거래 시장의 현황

중국은 세계에서 가장 큰 전자상거래 시장으로서 중국 온라인 소매시장은 미국보다 약 40% 크며, 양국을 합칠 경우 전세계 전자상거래 시장의 55% 이상을 차지한다. 중국의 전자상거래 총거래량은 2007년 약 70억 달러에서 2014년 약 4,250억 달러로 급성장했고, 2016년에는 13.6% 성장할 것으로 예측된다[10].

중국의 인터넷 이용인구는 2014년 말 현재 6.5억 명으로 미국의 2.3배 수준이며, 인구대비 이용률은 47.6%로 급격히 상승하고 있다. 이러한 인터넷, SNS의 이용 활성화로 소비와 유행 트렌드의 확산에 시차가 없어지고 있다[11].



Source: iResearch Report(2015), 2015 China Online Shopper Report

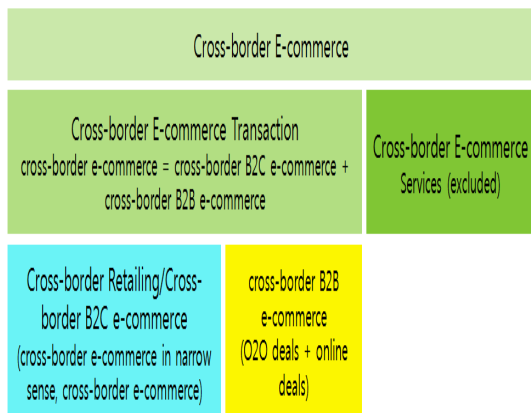
[Fig. 1] Online shopping frequency with pc and mobile devices in 2014

그리고 중국의 온라인 쇼핑인구는 2012년 2억 4,200만 명에서 2014년에는 3억 5,000만 명으로 증가하였다. 2014년 기준 중국 인터넷 사용자의 약 80%가 최소 1개월에 1회 이상 온라인 쇼핑을 하는 것으로 나타났는데, PC를 이용한 구매 빈도수가 80%로 모바일 기기를 이용한 구매 빈도수 67.6% 보다 많은 것으로 나타났다.

중국 전자상거래 시장의 성장은 중국인 전체의 소비액을 증대시킬 뿐만 아니라 소매시장이 열악한 중소도시 소비자들의 구매력도 촉진시키는 등 양적인 측면에서 비약적으로 성장한 것은 사실이지만 질적인 측면 역시 성장을 하였다고 판단하기는 무리가 있다. 즉, 통신망의 확장 문제, 데이터 분석 역량 및 물류인프라의 부족, 조세문제, 불공정 거래행위, 온라인 소비자 피해 증대, 국제결제의 어려움 등 전자상거래 기반과 제도개선의 문제가 발생하고 있으므로 이에 대한 개선이 필요한데, 최근 중국 상무부 등이 이를 해결하기 위한 다양한 정책을 마련하고 있다[12]. 향후 중국은 온라인 소매시장 측면에서 전세계 어떤 국가보다 매력적인 시장이 될 수 있으므로 한국 기업은 이를 적극적으로 활용하여야 한다.

2.2 중국의 해외직접구매 현황

현재 전세계적으로 국가 간 전자상거래(cross-border e-commerce), 즉 해외직접구매(해외직구) 또는 해외직접판매(해외역직구)가 확대되고 있다. 전자를 전자상거래 수입, 후자를 전자상거래 수출이라 부르기도 한다[13].



Source: iResearch Report(2015), 2014 China Cross-border E-commerce Report

[Fig. 2] Definition of cross-border e-commerce

이러한 국가간 전자상거래는 전통적인 무역거래와 비교했을 때 관련 기업의 국제무역사슬 단계를 단축시켜 거래과정에서 발생하는 분쟁의 감소와 수익의 증가 등을 기대할 수 있다.



Source: iResearch Report(2015), Rearrangement of Researcher

[Fig. 3] Comparison between traditional foreign trade and cross-border e-commerce

중국 해외직구(하이타오, 海淘)족의 구매액은 2014년 중 1,400억 위안(227억 달러)에 달하여 연평균 85% 증가하였다. 글로벌 전자상거래 결제기업인 페이팔(payment)에 따르면, 중국의 해외직구족은 2018년에 3,600만 명에 달하고, 소비액은 2013년 대비 5배 증가한 1,650억 달러에 이를 것으로 나타났다.

최대 구매대상국은 미국이며, 홍콩, 말레이시아, 네덜란드, 한국, 덴마크, 일본, 대만, 영국, 스웨덴으로부터의 해외직구도 많은 편이다. 주요 구매품으로는 유아, 뷰티, 식품류의 비중이 높은 편인데, 유아용품은 분유, 유아식품, 기저귀 등을, 뷰티용품은 스킨케어, 색조화장품, 기능성화장품 등을, 패션은 핸드백, 여성의류, 구두 등을 주로 구매하였다[11].

티몰글로벌(Tmall Global, 天貓國際)에 따르면, 중국 소비자들의 중국 내 인터넷 쇼핑을 통해 소비하는 월평균 금액이 약 400위안(약 64달러) 정도라면, 해외직구의 경우 월평균 약 160~800달러까지 소비하는 해외직구족의 비중이 전체 소비자의 약 61%를 차지하는 것으로 나타났다.

3. 한·중 FTA 전자상거래 협정의 주요쟁점

3.1 전자상거래 협정문의 구조

한·중 FTA 협정문은 서문(preamble) 및 총 22개의 장(chapter) <부속서 포함>으로 구성되어 있는데, 세부적으로 상품분야와 관련된 6개 장, 서비스 및 투자분야와 관련된 5개 장, 규범 및 협력분야와 관련된 6개 장, 총칙 분야의 5개 장 등이다. 특히 중국이 기체결한 FTA 최초로 전자상거래, 금융, 통신 등을 독립 장으로 포함시켰다.

이러한 협정문 중 전자상거래 장은 전자상거래 촉진을 위한 실체적 조항 5개와 목적, 분쟁해결 배제 등의 형식적 조항 4개 등 총 9개 조항으로 구성되었다. 실체적 조항은 전자적 전송에 대한 무관세 관행 유지(제3조), 전자인증·서명(제4조), 개인정보보호(제5조), 종이없는 무역(제6조), 협력(제7조) 등이고, 절차적 조항은 일반조항(제1조), 다른 장과의 불합치시(inconsistency) 다른 장 우선(제2조), 정의조항(제8조), 분쟁해결절차 적용 배제(제9조) 등이다.

주지할 점은 한·중 양국간 전자상거래 관련 이슈가 발생할 경우 기존 부처별 양자채널이나 WTO 등 국제기구가 아닌 FTA 이행위원회를 통한 FTA 차원의 이슈 해결 방안 모색이 가능하다[13].

3.2 전자상거래 협정문의 주요쟁점

3.2.1 다른 장과의 관계

한·중 FTA 협정문 제13.2조는 “이 장과 다른 장들 간에 불합치가 있는 경우, 그 불합치의 한도 내에서 다른 장들이 우선한다”고 규정하고 있다. 즉, 협정문의 다른 장과 전자상거래 장이 불합치시 다른 장을 우선적으로 적용함을 명시하고 있다.

3.2.2 전자적 전송물에 대한 무관세

한·중 FTA 협정문 제13.3조는 “각 당사국은 전자적 전송물에 대한 현재 세계무역기구(WTO)의 관세 미부과 관행을 유지할 것이다.”라고 규정하고 있다. 즉, 전자적 전송물에 대한 무관세 관행은 ‘세계무역기구 발리 각료회의 결정(WT/MIN(13)/32-WT/L/907)의 전자상거래 작업계획’ 제5항과 합치되게 유지되며, 동 사안에 대한 WTO 각료회의 결정의 어떠한 변경과도 합치되게 관행을 조정할 권리를 유보할 수 있다.

3.2.3 전자인증¹⁾ 및 전자서명²⁾

한·중 FTA 협정문 제13.4조는 “어떠한 당사국도 서명이 전자적 형태로 되어 있다는 근거만으로 법적 효력을 부인하는 전자서명을 위한 법규를 채택하거나 유지할 수 없으며, 각 당사국은 특별한 경우 전자서명을 위한 국내 법률을 유지한다”고 규정하고 있다. 특히 전자서명을 위한 국내 법률 유지와 관련하여 전자상거래의 당사자가 적절한 전자서명과 인증 방법을 상호 결정하는 법률의 경우, 한국은 인증의 방법이 자국의 국내법에 따라 공인된 기관에 의하여 일정한 성능 기준을 충족하거나 증명되도록 요청될 수 있다. 그리고 중국의 경우는 전자거래의 전자서명이 제3당사자에 의하여 증명되기 위하여, 인증서비스는 합법적으로 설립된 인증서비스 공급자에 의하여 제공되어야 하며 그러한 공급자는 자국의 국내법에 따라 공인된 당국에 의하여 승인되어야 함을 명시하고 있다. 일례로 전자금융거래, 전자처방전 등과 같은 특정 분야의 거래에 대해서는 관련 법령에 따라 특정 전자인증수단을 요구할 수 있다[14].

3.2.4 전자상거래상의 개인정보 보호

한·중 FTA 협정문 제13.5조는 “각 당사국은 전자상거래 이용자의 개인정보 보호를 보장하는 조치를 채택 또는 유지하고, 전자상거래상의 개인정보 보호에 관한 정보와 경험을 공유한다”고 규정하고 있다.

개인정보 보호와 관련하여 한국은 전자문서 및 전자거래기본법(제12조)과 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(제4장)에서 구체적인 내용을 규정하고 있다. 이에 반해 중국은 2012년 4월 ‘공공 및 상용서비스 정보시스템에 대한 개인정보 보호 가이드라인’을 수립하여 시행하고 있는데, 동 가이드라인에 명시된 개인정보에는 신원, 재산, 가족 사항, 이메일, 브라우징 기록 및 검색 행태 등에 관한 정보가 포함되어 있다. 그러나 법적인 구속력을 갖고 있지 않다는 점에서 한계가 있다[15].

- 1) 전자통신 또는 전자거래의 무결성과 보안을 보장하기 위한 전자서명에 관여한 당사자들에 대하여 신빙성과 신뢰성 검증을 제공하는 절차 또는 행위를 말한다. 한·중 FTA 협정문 제13.8조
- 2) 데이터 메시지에 있거나 첨부되거나 논리적으로 결합되어 있는 전자적 형태의 데이터로서 데이터 메시지에 관한 서명자를 확인하고 그 서명자가 그 데이터 메시지에 포함된 정보를 승인하였음을 나타내는 데 이용될 수 있는 것을 말한다. 한·중 FTA 협정문 제13.8조

3.2.5 종이없는 무역

한·중 FTA 협정문 제13.6조는 “각 당사국은 무역행정 문서³⁾가 대중에게 전자적 형태로 이용 가능하도록 노력하며, 전자적으로 제출된 무역행정문서를 종이형식의 그러한 문서와 법적으로 동등한 것으로 수용할 가능성을 모색한다”고 규정하고 있다. 종이형식의 무역행정문서의 경우 국제특송 등의 송부 과정에서 시간과 비용이 소요되는 반면, 전자 무역행정문서는 온라인으로 추가 비용 없이 실시간 송부가 가능하다[14]. 따라서 전자 무역행정문서를 활용한 전자무역의 확대는 양국의 무역과정에서 발생하는 시간과 비용을 줄여 무역원활화에 기여할 수 있다.

3.2.6 전자상거래에 관한 협력

한·중 FTA 협정문 제13.7조는 “양 당사국은 법과 규정, 규칙과 기준, 우수 관행을 포함하여 전자상거래와 관련된 사안에 관한 정보와 경험의 공유, 전자상거래의 발전을 증진시키기 위한 연구 및 훈련 활동에서의 협력, 사업의 교류, 협력 활동 및 전자상거래 공동사업 장려, 협조적인 방식으로 전자상거래의 발전을 증진하기 위한 지역 및 다자 포럼에 능동적으로 참여한다”고 규정하고 있다.

향후 전자상거래분야에서 한국과 중국 기업간의 협력과 정부간 협력이 이루어질 경우 동 분야에서 양국의 국제경쟁력이 제고될 수 있다. 현재 한국의 온라인쇼핑몰 판다코리아닷컴과 중국 웨이하이항그룹은 온라인 직거래상의 통관과 해상물류 문제를 해결하기 위한 ‘국제전자상거래 합작 의향서’를 체결하였고, 인천과 웨이하이시 간에 한·중 FTA 시범지구를 만들어 전자상거래, 무역, 서비스 등의 협력사업을 추진하기로 하였다.

3.2.7 분쟁해결의 적용 제외

한·중 FTA 협정문 제13.9조는 “어떠한 당사국도 이장에서 발생하는 어떠한 사안에 대하여도 제20장(분쟁해결)을 이용하지 아니한다”고 규정하고 있다. 한·중 FTA 협정문 제20.2조의 분쟁해결절차의 적용범위는 협정에서 달리 규정한 경우를 제외하고, 협정의 해석 및 적용 관련

3) 상품의 수입 또는 수출과 관련하여 수입자 또는 수출자에 의하여 또는 그를 위하여 작성되어야 하는 것으로서 당사국이 발행하거나 관리하는 양식을 말한다. 한·중 FTA 협정문 제 13.8조

모든 분쟁 또는 협정불합치 조치, 협정의무 불이행에 적용된다. 이러한 분쟁해결 장에 따른 절차의 적용이 배제되는 경우는 위생 및 식물위생조치(제5장), 무역에 대한 기술장벽(제6장), 전자상거래(제13장), 경쟁(제14장), 환경과 무역(제16장), 경제협력(제17장) 등이다.

4. 한·중 FTA 전자상거래 협정의 활용과제

4.1 전자상거래 협정의 평가

한·중 FTA의 경우 전자상거래 협정이 독립된 장으로 체결된 FTA중 디지털제품을 포함한 전자상거래 분야에 대한 규정들이 더욱 발전된 형태를 보이고 있는 한·미 FTA 전자상거래 장과 비교했을 때 몇 가지 문제점을 빼고는 유사하게 협상이 체결되었다[13].

〈Table 1〉 Comparison between Korea-China FTA and Korea-US FTA EC Chapters

Korea · China FTA	
Article 13.1	General
Article 13.2	Relations to Other Chapters
Article 13.3	Customs Duties
Article 13.4	Electronic Authentication and Electronic Signatures
Article 13.5	Protection of Personal Information in Electronic Commerce
Article 13.6	Paperless Trading
Article 13.7	Cooperation on Electronic Commerce
Article 13.8	Definitions
Article 13.9	Non-Application of Dispute Settlement
Korea · US FTA	
Article 15.1	General
Article 15.2	Electronic Supply of Service
Article 15.3	Digital Products
Article 15.4	Electronic Authentication and Electronic Signatures
Article 15.5	Online Consumer Protection
Article 15.6	Paperless Trading
Article 15.7	Principles on Access to and Use of the Internet for Electronic Commerce
Article 15.8	Cross-border Information Flows
Article 15.9	Definitions

현재 전세계 다수의 FTA에서 전자상거래 분야를 독립된 장으로 다루는 이유는 인터넷에는 국경이 없으나, 전자상거래는 각 교역 당사국들이 전자상거래를 어떻게, 그리고 어느 정도 규제할 것인지 등에 따라 교역에 영향을 미치기 때문이다. 즉, 지역무역협정 당사국간 혹은 국제적 조율 없이 각국이 개별적으로 전자상거래 관련 규범 작업을 추진할 경우 전자상거래를 통한 무역활성화가

저해될 수 있기 때문이다[16].

한국의 기체결 FTA(발효 11건, 정식서명 4건)중 전자상거래 협정이 독립된 장의 형태를 하고 있는 발효된 FTA로서는 싱가포르(제14장), 페루(제14장), 미국(제15장), 캐나다(제13장) 등이 있으며, EU(제7장 서비스무역·설립 및 전자상거래)의 경우는 서비스 및 투자 장에 포함되어 있다. 그리고 타결된 FTA로서는 콜롬비아(제12장)와 베트남(제10장) 등이다.

한·중 FTA 전자상거래 협정의 세부적인 평가는 다음과 같다. 첫째, 전자적 전송물에 대한 비차별 대우, 즉 WTO의 기본정신인 내국민대우(national treatment)와 최혜국대우(most favored nation treatment) 원칙[17], 온라인 소비자 보호 등과 같은 쟁점 등을 협정에 포함시키지 않았다. 비차별 대우와 관련하여 한·미 FTA의 경우 어떠한 당사국도 일부 디지털제품에 대하여 다른 동종의 디지털제품에 부여하는 것보다 불리한 대우를 부여할 수 없다고 규정하고 있다.

둘째, 전자적 전송물에 대한 무관세 방침의 경우 WTO 각료회의 결정을 따르고 있는데, 이는 전세계 국가들이 체결한 FTA에서 나타나는 보편적 조향으로 볼 수 있다. 향후 WTO 차원에서 전자적 전송물이 상품과 서비스 중 어떤 것으로 결정되느냐 따라 관세 문제가 결정되도록 하였다.

셋째, 전자인증과 전자서명에 대해 한중 당사국은 디지털 인증서 및 전자서명의 상호인정을 위하여 노력하고, 사업 분야에서 디지털 인증서의 사용을 장려하기로 하였다.

넷째, 종이없는 무역, 즉 전자적 서류제출을 통한 사전 수입신고가 가능하며, 이를 통해 물품 도착 즉시 반출이 가능하도록 하여 보세창고 이용료 및 통관 시간을 절감할 수 있게 되었다.

마지막으로 전자상거래에 관한 한중 당사국의 협력을 통하여 상대국이 보유하고 있는 우수한 경험을 공유하게 되어 양국 전자상거래 분야의 발전에 기여할 수 있는 계기를 마련하였다.

4.2 전자상거래 협정의 활용과제

4.2.1 전자상거래 협정의 후속협상 준비

한·중 FTA를 통하여 한국의 전자적 전송물과 소비자 등의 전자상거래 수출을 확대하기 위해서 이번 FTA 협

상에서 논의되지 않은 전자적 전송물에 대한 비차별대우 문제, 온라인 소비자 보호 문제, 양국의 소비자가 전자상거래를 위한 인터넷 접근과 이용에 있어 자유로운 선택을 보장하는 문제 등을 후속협상에서 반영될 수 있도록 하여야 한다.

그리고 전자상거래를 통한 특송화물의 면세제도와 관련하여, 한국 정부는 한·중 FTA 협상과정에서 해외역직구를 고려하여 중국 측에 특송화물의 면세제도 도입(기준금액 200달러)을 지속적으로 요구하였으나, 이에 대해 중국 측은 자국 제도와의 차이 및 기체결 FTA 사례 등을 이유로 면세조항의 도입 불가 입장을 고수하여 최종적으로 면세금액을 명시하지 못하였다. 향후 한국 상품의 전자상거래 수출 활성화를 위해서는 특송화물에 대한 면세조항을 포함시키고, 관세의 면세금액을 상향조정하는 방향으로 차기 개정협상을 준비하여야 한다[13].

4.2.2 전자적 전송물의 분류 대비

전자적 전송물이 상품이나 서비스이냐에 대해서는 1998년 이후 WTO에서 계속 논의를 하고 있으나 아직까지 결론이 나지 않고 있다[18]. 이러한 전송물이 상품으로 분류된다면 관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT: General Agreement on Tariffs and Trade)의 적용을 받게 되고, 서비스로 분류된다면 서비스무역에 관한 일반협정(GATS: General Agreement on Trade in Services)의 적용을 받게 된다.

전자적 전송물에 대하여 EU에 비하여 경쟁력을 지닌 미국은 보다 자유로운 교역 환경을 원하나, EU는 국가별로 시장접근과 내국민대우를 달리할 수 있는 서비스로 분류하여 GATS가 적용되어야 한다는 주장을 하고 있다. 이는 전자적 전송물에 대한 경쟁력 차이에 따라 자국의 입장을 결정하고 이를 합리화시키는 주장이 대립되고 있는 실정이다[16].

따라서 한중 양국이 동 전송물에 대해 상품과 서비스 중 어떤 것으로 분류되기를 원하며, 양국의 분류가 불일치 될 경우 한국의 관련 산업에 미칠 영향에 대한 대응책을 마련하여야 한다.

4.2.3 전자인증과 전자서명의 상호인정

한국의 전자서명법 제27조 2에 의하면 “정부는 전자서명의 상호인정을 위하여 외국정부와 협정을 체결할 수

있고, 협정을 체결하는 경우에는 외국의 인증기관 또는 외국의 인증기관이 발급한 인증서에 대하여 이 법에 의한 공인인증기관 또는 공인인증서와 동일한 법적 지위 또는 법적 효력을 부여하는 것을 그 협정의 내용으로 할 수 있다”고 규정하고 있다. 그리고 중국 전자서명법 제26조에서도 “국무원 정보산업주관부서는 유관 협의내용 혹은 대등한 원칙에 근거해 심사검토를 거친 후 중화인민공화국 국경외의 전자인증서비스 공급자가 국외에서 발급한 전자서명 인증서는 본법에 따라 설립한 전자인증서비스 공급자에 의해 발급받은 전자서명인증서와 같은 법적 효력이 있다”고 규정하고 있다[19].

향후 한국과 중국간의 전자상거래 확대를 위해서는 전자인증과 전자서명에 있어 양국의 국가간 상호인정이 필요하며, 이를 위한 양국 인증기관의 지정기준(기술능력·재정능력·시설 및 장비 등)에 대한 통일이 필요하다.

4.2.4 전자상거래 분쟁해결제도의 마련

한·중 FTA를 계기로 전자상거래를 통한 양국 소비자의 상품구매가 확대될 경우 비대면 거래라는 전자상거래의 특성상 기망적 거래유도, 부실한 상품정보, 배송지연, 결함시 환불처리 지연 등과 같은 판매자와 소비자간의 분쟁 역시 증가할 수 있다. 이러한 분쟁에 대한 매도인(판매자)과 매수인(소비자)을 위한 구제방법(remedies)이 필요하며[20], 이를 원만하게 해결하기 위해 양국의 전자상거래 분쟁해결기관이 해결방안을 모색하여야 한다.

한·중 FTA 제13.7조의 전자상거래에 관한 협력 조항에서 볼 수 있듯이 양국의 중재기관들이 상호 협력하여 양국간에 발생하는 전자상거래 분쟁에 대해 정보통신기술을 활용하여 거리에 상관없이 분쟁당사자 및 중재인, 조정인 등이 웹상에서 심리에 참석하고 충분한 의사소통을 통해 서로간의 분쟁을 효율적으로 해결할 수 있는 온라인분쟁해결(ODR: Online Dispute Resolution)[21]과 같은 제도를 통해 원만하게 해결할 수 있도록 공조하여야 한다.

<Table 2> Seller's and Buyer's Remedies

Seller's Remedy	
Goods in the possession of the seller	<ol style="list-style-type: none"> 1. Withhold delivery of the goods. 2. Resell the goods and recover the difference between the contract price and the resale price. 3. Sue for breach of contract and recover as damages the difference between the market price and the contract price. 4. A lost volume seller can sue and recover lost profits. 5. Cancel the contract.
Goods in the possession of a common carrier or bailee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stop goods on transit. <ol style="list-style-type: none"> a. Carload, truckload, planeload, or larger shipment if the buyer is solvent. b. Any size shipment if the buyer is insolvent.
Goods in the possession of the buyer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sue to recover the purchase price. 2. Reclaim the goods.
Buyer's Remedy	
Seller refuses to deliver the goods or delivers nonconforming goods that the buyer does not want.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reject nonconforming goods. 2. Cover and recover damages. 3. Sue for breach of contract and recover damages. 4. Cancel the contract.
Seller tenders nonconforming goods, and the buyer accepts them	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sue for ordinary damages. 2. Deduct damages from the unpaid purchase price.
Seller refuses to deliver the goods, and the buyer wants them.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sue for specific performance. 2. Replevy the goods. 3. Recover the goods from an insolvent seller.

Source: Cheeseman, H. R.(2012)

4.2.5 전자상거래 수출확대 전략의 수립

정부는 ‘2015년 전자상거래 수출지원계획’을 통해 중소·중견기업의 전자상거래 수출확대를 도모하여 전자상거래 수출 7천억 원을 달성한다는 계획을 발표했다. 구체적으로 중소·중견기업 1,500개사의 글로벌 온라인 쇼핑몰 등록지원, 중국 전자상거래시장 진출 지원을 위한 해상배송체계 구축, 주요국 진출 전략 마련 및 전자상거래 수출통계 개발, Active-X 없는 온라인 결제제도 도입 등 편리한 쇼핑환경 조성, 지식재산권 보호 강화를 위한 해외 상표침해 및 모조품 피해상당 창구의 마련 등을 골자로 하고 있다.

이러한 수출확대 전략은 현장밀착형으로 이루어져야 하며, 이와 더불어 전자상거래 수출을 저해하는 각종 규

제의 개혁이 필요하다. 현재 이러한 규제중 하나인 전자상거래 수출신고제도를 간소화 한 전자상거래 ‘간이수출신고제도’를 신설하여 수출신고 항목을 축소하고, 전자통관시스템(UNI-PASS)에 최대 100건의 수출신고를 엑셀 파일을 활용하여 일괄등록 하는 기능을 도입하였다. 그리고 전자상거래 업체들이 특송업체를 통한 목록통관을 주로 활용하여 관세환급, 부가가치세 영세를 적용, 수출실적 인정 등의 각종 수출지원 혜택을 받지 못했던 문제 역시 해결하였다.

한국 상품의 대중 전자상거래 수출확대를 위해서는 정부와 유관기관의 다양한 지원정책과 제도개선이 필요하며, 이를 기업들이 향유할 수 있도록 하여야 한다.

5. 결론

2014년 중국 정부는 경제의 고속성장에서 중고속 성장으로의 변화를 의미하는 뉴노멀(新常态, 신창타이)시대의 진입을 공식화하였으며, 2015년 양회(전국인민대표회의, 전국인민정치협상회의)를 통해 구체적인 국가전략을 발표하였다. 발표 내용 중 2015년 경제운영 8대 중점업무 중에 내수진작을 위한 소비확대는 한국 입장에서 중국시장 진출을 위한 기회가 될 수 있다.

이러한 중국 정부의 정책과 맞물려 한·중 FTA 체결은 한국에 커다란 기회가 될 수 있다. 특히 전자상거래를 통한 한국 상품의 중국 수출확대 효과를 기대할 수 있다.

전자상거래 분야를 FTA에 최초로 포함시킨 국가가 미국이며, 미국·요르단 FTA 제7조에서 이를 규정 한 후 이후 체결되는 FTA에 동 분야를 협정에 포함시켰다[22]. 이러한 전자상거래 협정 선도국인 미국과 FTA를 발효시킨 한국은 전자상거래 분야에 대한 협상 노하우를 바탕으로 중국과의 협상을 타결하였다.

본 연구는 한·중 FTA 전자상거래 협정의 주요쟁점을 바탕으로 한국 상품의 대중 전자상거래 수출확대를 위한 활용과제에 대해 살펴보았으며, 그 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 한·중 FTA 전자상거래 협정에서 논의되지 않은 전자적 전송물에 대한 비차별대우 문제, 온라인 소비자 보호 문제 등을 후속협상에서 개정하여 양국의 전자상거래 활성화와 관련 분쟁의 사전 방지에 기여하여야 한다.

그리고 전자상거래를 통한 거래규모 확대에 따른 특송화물의 면세조항을 포함시키고, 관세의 면세금액을 상향조정하는 개정협상을 준비하여야 한다. 둘째, 전자적 전송물의 분류에 대한 한중 양국의 기본입장과 분류가 서로 다를 경우 미질 영향에 대해 대비하고, WTO와 같은 국제기구에서의 동 전송물에 대한 분류문제에 양국이 공동 전략을 수립하여 대응하여야 한다. 특히, 분류문제는 관세부와 여부와 관련되므로 주의하여야 한다. 셋째, 한국과 중국간의 전자상거래 확대를 위해서는 전자인증과 전자서명에 있어 양국의 국가간 상호인정이 필요하며, 이를 위한 양국 인증기관의 지정기준에 대한 통일이 필요하므로 이에 대한 유관기관의 논의가 필요하다. 넷째, 전자상거래를 통한 양국의 전자상거래가 확대될 경우 판매자와 소비자간에 발생하는 분쟁을 원만하기 위한 온라인 분쟁해결과 같은 전자상거래 분쟁해결 방안을 모색하여야 한다. 마지막으로 한·중 FTA를 계기로 중국 소비자들의 한국 상품에 대한 해외직구를 활성화시키기 위한 정부의 지원정책들을 기업이 체감하고 있는 규제의 철폐를 중심으로 확대시켜야 하며, 중국 소비자들이 한국 상품을 구매할 때 장애요인이 될 수 있는 제도들을 모니터링 하여 이를 개선하여야 한다.

본 논문은 한국의 가장 큰 교역대상국이자 거대 소비시장인 중국과의 FTA를 계기로 한국 상품의 전자상거래 수출확대를 위한 전자상거래 협정문의 쟁점 파악과 이를 바탕으로 한 활용과제 제시라는 측면에서 이에 대한 연구는 중요하다.

향후 연구에서는 한국의 기체결 FTA의 전자상거래 협정에 대한 상호 비교 분석을 통해 전자상거래 협정의 통일된 가이드라인을 만들어, 이를 다자 및 양자 전자상거래 협상에서 활용하기 위한 심층적인 연구도 필요하다.

REFERENCES

- [1] J. S. Choi, "Policy Suggestions for Korea's Distribution Businesses under Korea-China FTA", The Journal of Korea Research Society for Customs, Vol.13, No.2, pp.111-125, 2012.
- [2] H. B. Choi, S. S. Shin, "A Study on the Policies and Impact on Fisheries of the Korea and China FTA",

- The Journal of Korea Research Society for Customs, Vol.13, No.2, pp.127-148, 2012.
- [3] S. H. Lee, C. S. Kim, "The Economic Effects of Korea-China FTA Using Dynamic Computable General Equilibrium Model", Korea Trade Review, Vol.38, No.2, pp.97-114, 2013.
- [4] E. J. Jang, "Chinese Tourism Promotion Act and South Korea-China FTA Tourism Service", Kyungpook Natl. Univ. Law Journal, Vol.46, pp.457-485, 2014.
- [5] M. K. Seo, H. J. Kim, "A Study on Countermeasures for Technical Barriers of Trade in Korea-China FTA", International Commerce and Information Review, Vol. 14, No.4, pp.491-516, 2012.
- [6] Y. R. Yoo, "A Study of Major Issue in Korea-China FTA Investment Chapter", The Korean Journal of International and Comparative Law, Vol.57, No.1, pp.119-153, 2012.
- [7] S. M. Son, "Trend in Research of Sanitary and Phytosanitary of China", The Journal of China Studies, Vol.15, pp.341-353, 2013.
- [8] J. W. Chung, "A Comparative Analysis on Competitiveness of Agricultural and Fishery of Korea & China and their FTA Origin Provisions", Journal of International Trade and Insurance, Vol.14, No.2, pp.117-141, 2013.
- [9] S. K. Lee, "Main Issues of Agriculture in Korea-China FTA and Korea's Negotiation Strategies", Journal of International Trade and Commerce, Vol.10, No.1, pp.365-384, 2014.
- [10] Consulate General of the Kingdom of the Netherlands in Guangzhou, China Cross-border E-commerce: Opportunities for Dutch Companies, 2015.
- [11] S. S. Jang, A. L. Kim, "Notice the 15 Consumption Trends in China", IIT Trade Focus, Vol.14, No.8, pp.1-29, 2015.
- [12] Y. M. Baek, "Current Status of E-commerce Market in China and Implication", Journal of Digital Convergence, Vol.13, No.1, pp.111-124, 2015.
- [13] S. K. Kwon, "The Strategies for the Export Vitalization of Cross-Border E-Commerce of Korean Products to the Conclusion of the Korea-China FTA", The Journal of Korea Research Society for Customs, Vol.16, No.2, pp.97-118, 2015.
- [14] Ministry of Trade, Industry and Energy · Korea Customs Service, Description Report of the Korea · China FTA, 2015.
- [15] Korea Internet and Security Agency, Survey of Global Information Security Industry, 2013.
- [16] C. I. Yoon, "Main FTA issues in electronic commerce and Korea's strategy", KIEP, 2007.
- [17] S. K. Kwon, "Legal Issues of Electronic Commerce Chapters of the Korea · US FTA and Tasks of the Digital Contents Industry", Journal of Digital Convergence, Vol.13, No.5, pp.21-29, 2015.
- [18] Wunsch-Vincent, S., "The WTO, the Internet and Trade in Digital Products: EC-US Perspectives", Oxford: Hart Publishing, 2006.
- [19] M. S. Park, W. Park, , "A Study on the China's Electronic Signature Law", Internet Law Journal, Vol.40, pp.33-52, 2007.
- [20] Cheeseman, H. R., "Contemporary Business and Online Commerce Law: Legal, Internet, Ethical, and Global Environments", Pearson Prentice Hall, 2012.
- [21] H. C. Moon, P. Zhang, S. R. Kim, "A Case Study of On-line Arbitration and Comparison on ODR between Korea and China for the Dispute Resolution of E-Commerce", Journal of Arbitration Studies, Vol.24, No.4, pp.29-47, 2014.
- [22] Bieron, B., Ahmed, U., "Regulating E-commerce through International Policy: Understanding the International Trade Law Issues of E-commerce", Journal of World Trade, Vol.46, No.3, pp.545-570, 2012.

권순국(Kwon, Soon Koog)



- 2011년 2월 : 경북대학교 무역학과 (경제학박사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 경북대학교 경제통상학부 초빙교수
- 관심분야 : 전자상거래, 전자무역, 통상정책 및 협상, FTA
- E-Mail : kskt2@knu.ac.kr