

# 중소기업 *focus*

## 중소기업의 중국 내수시장 공략을 위한 가이드(2)

- 중국 내수시장의 권역별 유망분야, 사례 및 진출시 유의점 -

발간주제

29호 : 중국 내수시장의 이해와 권역별 내수시장의 현황 및 특성

30호 : 중국 내수시장의 지역별 유망분야, 사례 및 진출 유의점

# 1

### 하나. 중국 내수시장의 권역별 유망분야

#### 중국 내수시장의 권역별 유망분야 선정 기준

\* 중국 내수시장의 권역별 유망분야 선정 기준은, 각 권역별로 해당지역에서 다른 산업분야에 비해 상대적으로 더 발전되어 산업의 집중도가 높은 특화산업(제조업)을 중심으로 선정

- ☞ 해당지역의 특화산업은 해당지역 제조업 전체의 총생산액 중 해당 업종의 생산액이 차지하는 비중이 여타업종에 비해 상대적으로 높은 업종임. 따라서 숙련인력 공급이 원활하고, 원자재 구득의 어려움도 상대적으로 낮은 업종일 가능성이 높음.
- ☞ 이들 업종은 각 지역의 지주산업이자 비교우위산업이라 할 수 있으며, 관련 업종의 클러스터가 잘 발달되어 있고, 생산효율성 및 비용효율성이 상대적으로 높고 공급체인 또한 잘 갖춰진 분야라 할 수 있음
- ☞ 따라서 우리 중소기업이 지닌 차별화된 경쟁력을 이들 업종의 연관분야와 적절히 결합할 경우 현지의 숙련인력, 원자재 구득, 생산설비, 생산효율, 저생산비, 유통망, 업종내 교류를 활용할 수 있어 중국내수기업과의 경쟁상 불리점을 극복할 수 있음

#### 중국 내수시장의 권역별 유망분야

##### ① 화북권역 유망분야

- \* **(베 이 징)** 자동차제조업(23.1%), 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(18.5%) 등
- \* **(텐 진)** 금속제련·가공업(18.9%)과 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(18.5%) 등
- \* **(산 시 성)** 철금속제련·가공업(32.1%), 석유·핵연료가공업(17.3%) 등
- \* **(네이멍구)** 철금속제련·가공업(15.5%), 비철금속제련·가공업(15.2%) 등

주) 괄호안은 해당지역 제조업 전체의 총생산액에서 해당 업종 생산액이 차지하는 비중. 2012년 기준. 이하 동일.

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
베이징	자동차제조업	컴퓨터·통신·기타 전자설비제조업	석유·핵연료가공업	전기기계제조업
텐진	금속제련·가공업	컴퓨터·통신·기타 전자설비제조업	자동차제조업	화학원료·제품제조업
허베이	금속제련·가공업	석유·핵연료가공업	화학원료·제품제조업	금속제품제조업
허난	비금속광물제품제조업	농식품가공업	비철금속제련·가공업	철금속제련·가공업
산시	철금속제련·가공업	석유·핵연료가공업	화학원료·제품제조업	비철금속제련·가공업
네이멍구	철금속제련·가공업	비철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업	농식품가공업

3선 도시의 경우 종합 경제력, 도시규모, 산업 발전정도 등에 있어서는 1선 도시 및 2선 도시에 비해 떨어지는 반면, 그만큼 개발잠재력이 크고 중국정부의 산업화, 개혁개방, 토지 개발 등 도시육성정책이 집중된 곳이며 잠재성장률이 가장 높음으로 미래지향적 관점에서 보면 유망진출지역으로 고려될 수 있음

〈3선 도시의 산업특성별 분류〉

② 2차산업 중심 도시 : 다칭, 위린, 둥잉, 우후, 바오지, 류저우, 취안저우, 이창, 어얼뉘쓰, 쿤산, 후이저우, 립양, 상양, 장인, 장자강, 중산, 웨양, 바오딩, 자싱, 허쩌, 인촨, 라오청, 안산, 샤오싱, 전장, 더저우, 랑팡, 시닝, 장저우, 타이저우, 양저우, 난통, 웨이팡, 바오터우, 창저우, 웨이하이, 멘양, 한단, 빈저우, 장먼, 난양, 타이안, 장저우, 창더, 타이저우, 쉬저우, 린이, 연형, 화이안, 지린

③ 3차산업 중심 도시 : 하이커우, 후허하오터, 우루무치, 이우, 구이양

④ 2, 3차산업 균형도시 : 지닝, 란저우, 주하이, 진화

⑤ 1차산업 중심 도시 : 마오밍, 잔장

② 화동권역 유망분야4

- \* (상하이) 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(19.1%), 자동차제조업(14.6%) 등
- \* (장쑤) 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(14.1%) 등
- \* (저장) 방직(9.9%), 전기기계제조업(9.7%) 등

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
상하이	컴퓨터·통신·기타전자설비제조업	자동차제조업	통용설비제조업	화학원료·제품제조업
장쑤	컴퓨터·통신·기타전자설비제조업	화학원료·제품제조업	전기기계제조업	철금속제련·가공업
저장	방직업	전기기계제조업	화학원료·제품제조업	통용설비제조업
산둥	화학원료·제품제조업	농식품가공업	방직업	비금속광물제품 제조업

③ 동북권역 유망분야

- \* (랴오닝) 철금속제련·가공업(12.3%), 석유·핵연료가공업(10.2%) 등
- \* (지린) 자동차제조업(30.8%), 농식품가공업(15.8%) 등
- \* (헤이룽장) 농식품가공업(25.9%), 석유·핵연료가공업(16.7%) 등

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
랴오닝	철금속제련·가공업	석유·핵연료가공업	농식품가공업	통용설비제조업
지린	자동차제조업	농식품가공업	화학원료·제품제조업	비금속광물제품 제조업
헤이룽장	농식품가공업	석유·핵연료가공업	화학원료·제품제조업	비금속광물제품 제조업

④ 화중권역 유망분야

- \* (안후이) 전기기계제조업(14.0%), 농식품가공업(8.9%) 등
- \* (장시) 비철금속제련·가공업(19.3%), 비금속광물제품제조업(8.8%) 등
- \* (후난) 전용설비제조업(10.8%), 화학원료·제품제조업(9.5%) 등

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
안후이	전기기계제조업	농식품가공업	철금속제련·가공업	자동차제조업
장시	비철금속제련·가공업	비금속광물제품 제조업	화학원료·제품제조업	전기기계제조업
후베이	자동차제조업	농식품가공업	철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업
후난	전용설비제조업	화학원료·제품제조업	비철금속제련·가공업	농식품가공업

⑤ 화남권역 유망분야

- \* (푸젠) 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(10.2%), 피혁·모피제품제조업(8.9%) 등
- \* (광둥) 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(25.8%), 전기기계제조업(10.9%) 등

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
푸젠	컴퓨터·통신·기타전자설비제조업	피혁·모피제품제조업	비금속광물제품제조업	농식품가공업
광둥	컴퓨터·통신·기타전자설비제조업	전기기계제조업	화학원료·제품제조업	-
광시	철금속제련·가공업	농식품가공업	자동차제조업	석유·핵연료가공업
하이난	석유·핵연료가공업	자동차제조업	농식품가공업	화학원료·제품제조업

〈소득·소비 증가율 기준 3선 도시 분류〉

③ 소득과 소비 모두 증가율 높음: 랑팡, 위린, 바오지, 지닝, 옌청, 우루무치, 난양, 잔장, 허쩌, 멘양, 양저우, 후어허우터, 화이안, 난통, 타이저우, 란저우, 장저우, 자싱  
 ⑥ 소득증가율 높으나 소비증가율 낮음: 웨이팡, 어얼뉘쓰, 린이, 라오청, 이창, 빈저우, 안산, 하이커우, 타이안, 둥잉, 주하이, 장인, 진화, 이우, 바오터우, 지린  
 ⑩ 소득증가율 낮으나 소비증가율 높음: 더저우, 장자강, 쿤산, 전장, 구이양, 마오밍, 시닌, 한단, 창더  
 ⑩ 소득과 소비 모두 증가율 낮음: 창저우, 우후, 다칭, 장먼, 창저우, 웨이하이, 바오딩, 뤼양, 후이저우, 취안저우, 류저우, 타이저우, 인촨, 샤오싱, 쉬저우, 웨양, 상양, 중산

### ⑥ 서남권역 유망분야

- \* **(쓰촨)** 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(10.3%), 농식품가공업(8.7%) 등
- \* **(충칭)** 자동차제조업(20.2%), 컴퓨터·통신·기타전자설비제조업(12.5%) 등
- \* **(구이저우)** 금속제련·가공업(14.7%), 화학원료·제품제조업(14.6%) 등

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
쓰촨	컴퓨터·통신·기타 전자설비제조업	농식품가공업	철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업
충칭	자동차제조업	컴퓨터·통신·기타 전자설비제조업	철도·선박·우주항공 설비제조업	-
구이저우	철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업	주류·음료·차제조업	비금속광물제품 제조업
시짱	비금속광물제품 제조업	주류·음료·차제조업	의약제조업	-
윈난	담배제조업	비철금속제련·가공업	철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업

### ⑦ 서북권역 유망분야

- \* **(산시)** 석유·핵연료가공업(17.9%), 철금속제련·가공업(9.8%) 등
- \* **(간쑤)** 석유·핵연료가공업(23.5%), 비철금속제련·가공업(22.5%) 등
- \* **(칭하이)** 비철금속제련·가공업(37.9%), 화학원료·제품제조업(18.5%) 등

지역	1순위	2순위	3순위	4순위
산시	석유·핵연료가공업	철금속제련·가공업	자동차제조업	-
간쑤	석유·핵연료가공업	비철금속제련·가공업	철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업
칭하이	비철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업	철금속제련·가공업	-
닝샤	석유·핵연료가공업	비철금속제련·가공업	화학원료·제품제조업	석유·핵연료가공업

## 2. 중국 내수시장 진출사례 및 진출시 유의점

### ■ 중국 내수시장 진출 유형별 성공사례

#### 〈기술우위·자금의 사전확보와 단계별 현지화 전략 : 2004년 진출 화장품제조 Y사〉

- (성공요인)** \* 6년간의 사전준비과정, 자사의 장단점 분석, 진출 시뮬레이션 시행
- \* 5년내 추격이 어려운 기술적·시스템적 경쟁우위 및 3년간 운용가능한 자금 확보
  - \* 중국 제조업 환경에 맞는 3단계(공장임대, 공장건축, 시장지배력 강화) 성장전략
  - \* 현지직원에게 충분한 복지 제공, 법률 준수 및 판시 활용간 적절한 균형 유지

**(성과)** \* 글로벌 브랜드 및 중국 10대 브랜드 화장품 업체를 고객으로 확보

#### 〈합작투자 및 현지소비자 선호를 반영한 제품개발 : 2002년 진출 자동차제조 K사〉

- (성공요인)** \* 중국기업과의 합작 현지법인 설립으로 단독진출의 리스크 완화
- \* 중국인의 선호도 높은 제품 개발과 모델 다양화를 통한 소비자 선택폭 확대
  - \* 현지서비스 네트워크(700여개 현지서비스 사무소) 구축으로 고객만족도 제고

**(성과)** \* 중국 전역의 자동차판매만족도 3위, 고객서비스만족도 1위 달성

〈소비시장 특성에 따른 기준 3선 도시 분류〉

③ 소비시장규모(소매 판매액)와 시장성장률(소매판매 연평균증가율) 모두 높음: 쉬저우, 샤오잉, 린이, 뤼양, 한단, 웨이하이, 타이안, 허쩌, 우루무치, 지린

⑥ 소비시장규모 크나 시장성장을 낮음: 웨이 팡, 창저우, 취안저우, 난 통, 지닝, 타이저우, 진 화, 바오딩, 난양, 자싱, 옌청, 양저우, 후허하오 터, 잔장, 바오터우, 마오 밉, 더저우

⑦ 소비시장규모 작으나 시장성장을 높음: 전장, 상양, 다칭, 이창, 안산, 구이양, 웨양, 류저우, 화 이안, 빈저우, 멘양, 둥 잉, 쿤산, 우후, 장자강, 시닝, 인촨 @ 소비시장 규모와 시장성장을 모두 낮음: 창저우, 중산, 장 먼, 후이저우, 란저우, 타 이저우, 랴오청, 창더, 주 하이, 장저우, 랑팡, 장 인, 어얼뎬쓰, 하이커우, 바오지, 이우, 위린

**<진입장벽 낮은 틈새시장 공략과 차별화된 서비스 : 2014년 진출 의로서비스 M사>**

- (성공요인) \* 중국의 건강검진 수요 대비 낮은 의로서비스 수준(틈새시장)에 주목
- \* 의료기관보다 진입장벽이 상대적으로 낮은 건강검진센터를 집중 공략
- \* 의로서비스에 대한 규제를 잘 아는 현지업체와의 제휴로 효과적인 정보 수집

(성과) \* 60가지 이상의 차별화된 검진서비스와 2선→1선 도시 진출채비 완료

**<해외상품전시회를 활용한 현장마케팅 : 2013년 진출 김 제조 H사>**

- (성공요인) \* 한국 드라마에 나오는 한국식품의 현지 인기에 편승한 진출
- \* 현지 한국상품전시회 기간 동안 현장 시식 홍보를 통한 마케팅에 주력

(성과) \* 전시회 참가회수 확대 및 다양화로 시장을 중국전역으로 확대

**<도시별 특성을 활용한 영업전략 : 2005년 진출 밀폐용기 제조 C사>**

- (성공요인) \* 선전은 판매대리 업체가 많고, 광저우는 전시회를 통한 바이어 발굴이 용이한 점에 착안, 선전에는 영업지사를 광저우에는 유통대리법인을 각각 설립

(성과) \* 현지 백화점, 할인점, TV홈쇼핑에 입점하고, 브랜드파워상품에 선정(2013)

**<기술학원과의 협력으로 우수인력 공급 : 2010년 진출 IT소프트웨어 제조 B사>**

- (성공요인) \* 연구개발에 적합한 시안(40여개 대학 소재, 서부 최대교육도시) 진출
- \* 기술전문학원과 협력관계 구축으로 우수인력 확보

(성과) \* 우수인력 공급선을 확보함으로써 IT산업에 필수인 지속적인 연구개발이 가능

**<설비는 수입하고 메뉴는 각 도시 특성별로 개발 : 2013년 진출 커피전문점 Q사>**

- (성공요인) \* 경쟁력 있는 설비, 원료, 운영매니저는 한국 및 이태리에서 직수입
- \* 메뉴는 각 도시별 문화 및 먹거리를 반영하여 도시별로 다양하게 개발

(성과) \* 광저우에서 2013년 11월 첫 매장 개업 후 1년만에 매장 수를 7개로 확대

**중국 내수시장 진출시 유의점**

- (지역특성) 진출지역의 특성에 대한 충분한 정보 없이 진출시 실패확률 높음
- (시장파악) 해당제품 시장동향에 대한 충분한 분석 없이 진출시 실패확률 높음
- (사업경험) 해당분야 사업경험이 부족한 현지 파트너와 제휴시 실패확률 높음
- (소비트렌드) 현지의 변화하는 소비트렌드를 따라잡지 못할 경우 실패확률 높음
- (계약조건) 현지기업과의 합작계약시 계약체결 후에도 당초 계약에 없는 사항을 요구하는 경우도 있으므로 계약조건에 대한 철저한 사전검토가 필요
- (입지선정) 소비재의 경우 유통인구가 적은 위치에 입지 선정시 실패확률이 높음
- (제품차별화) 중국 제품과 확실한 차별화를 이루지 못할 경우 실패확률이 높음
- (인력관리) 종업원 인력의 효율적 관리 대책, 점증하는 인건비 상승 대책, 강화된 노동법규를 악용하는 직원에 대한 사전대책이 미비할 경우 실패확률이 높음
- (짜퉁대책) 신제품개발에 성공하더라도 짜퉁제품 범람, 상표권 침해, 브랜드 무단도용 등에 대한 효과적인 방어책이 없을 경우 실패확률이 높아짐
- (지방정부의 부당행위) 중국은 지방정부별로 기업소유의 토지를 몰수할 수 있는 다양한 규제조건이 있으므로 이를 사전 숙지하지 않고 투자하면 리스크가 높아짐
- (중국의 상관습) 거절 의사표시를 하지 않고, 말을 돌려 이야기하는 등 중국인 특유의 상관습을 이해해야 함. 대비책으로 중국인 전직관료 또는 통역이 정확한 한국본토 출신 인사를 통역사 겸 고문으로 유급고용하는 등의 방안을 고려할 수 있음

♣ 본 자료는 경기중소기업종합지원센터 홈페이지 소식과정보(발간책자)에서 보실 수 있습니다.

발행 경기중소기업종합지원센터  
 발행인 윤 종 일  
 주소 경기도 수원시 영통구  
 광교로 107  
 홈페이지 www.gsbc.or.kr  
 자료문의 정책조사실  
 031-259-7362

「중소기업 포커스」는 경기도 중소기업에게 제공하는 정보 자료로, 본지에 게재된 내용은 경기중소기업종합지원센터의 공식견해와 다를 수 있습니다.