

弘報室 : (02)
6050-3602~5

* 이 자료는 **12/1(月)자 朝刊부터** 보도해 주시기 바랍니다.
- 통신, 인터넷 등은 **11/30(일) 11:00부터**

※ 문의 : 산업정책팀 최규중 팀장(6050-3381), 황선주 연구원(6050-3385)

국내기업 75% “한·중 FTA, 中공략 돌파구 기대”... 25%는 “국내시장 잠식 우려”

- 한·중 FTA 타결 직후 商議 조사 ... 내수위주기업 10곳중 6곳 “FTA로 中시장 진출 추진할 것”
- 업종별 수혜 엇갈려 ... 화장품·패션(60%)·의료바이오(58%)·음식료(54%) 등 혜택 큰 것으로 나타나
- “FTA 활용계획 수립, 아직 착수하지 못해” 69% ... “국회비준 등의 불확실성 때문”(38%)
- FTA 활용 위해 ‘中시장 정보제공 강화’(41%), ‘수출마케팅 지원 확대’(22%), ‘연구개발 지원’(15%) 필요

국내기업 10곳중 7곳이 한·중 FTA가 중국 시장 공략의 새로운 돌파구가 될 것으로 기대했다. 또한 내수위주기업¹⁾ 10곳중 6곳은 FTA를 계기로 중국시장 진출을 추진할 것으로 예상됐다.

대한상공회의소(회장 박용만)는 한·중 FTA 타결 직후 국내기업 700개사<중국수출기업 365개사, 내수위주기업 335개사>를 대상으로 ‘한·중FTA 타결과 국내기업의 대응실태’를 조사한 결과, 한중 FTA의 경제적 영향에 대해 응답기업의 75.0%가 “중국 시장 공략의 새로운 돌파구가 될 것”이라고 답했다. ‘중국기업의 국내시장 진출을 가속화할 것’이라는 답변은 25.0%였다.

특히 중국과의 거래가 전무한 내수위주기업 335개사의 56.7%가 “한·중 FTA를 계기로 중국과의 교역을 추진할 것”이라고 답해 FTA로 국내기업의 중국 진출에 한층 탄력이 붙을 것으로 전망됐다. <‘내수 위주 사업 지속할 것’ 43.3%>

1) 내수위주기업 : 수출비중 30% 미만인 기업으로 조사시점 현재 對중국 거래가 없는 기업

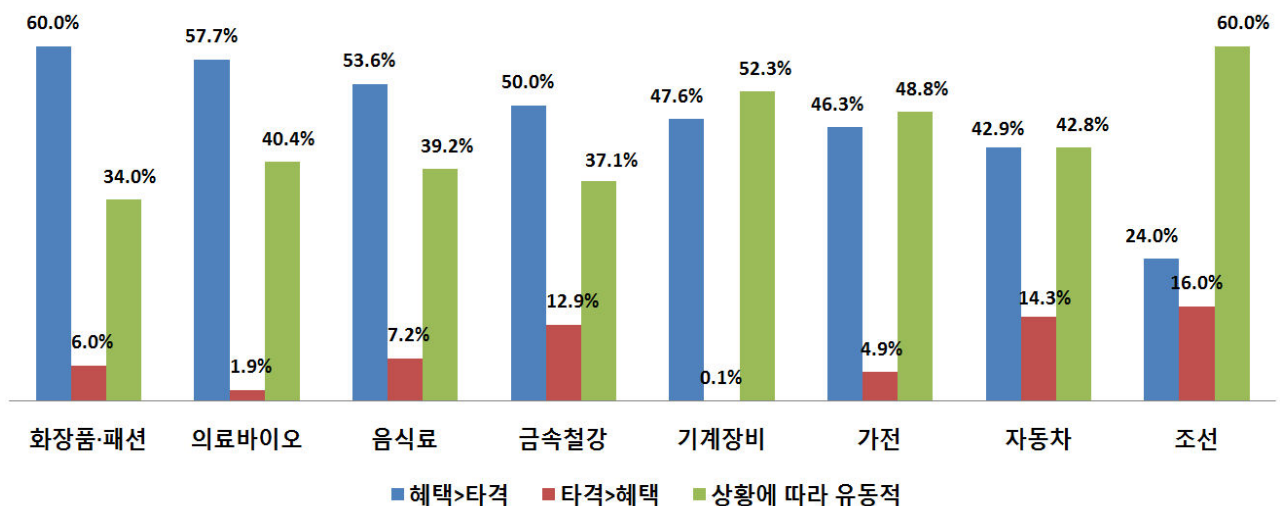
“업종별 수혜 엇갈려” ... 화장품·패션(60%), 의료바이오(58%), 음식료(54%) 등 혜택 큰 것으로 나타나

한·중 FTA 체결로 인해 화장품·패션, 의료바이오, 음식료 산업 등이 혜택을 많이 볼 것으로 꼽혔다.

FTA로 인한 수혜여부를 묻는 질문에 ‘혜택이 예상된다’(51.7%)는 답변이 과반으로 ‘타격이 예상된다’(7.4%)는 답변을 크게 웃돌았다. 그러나 ‘아직 잘 모르겠다’는 응답도 40.9%를 차지해, 추후 협상 세부내용에 따라 업종간 이해득실이 갈릴 것으로 예상됐다.

세부 업종별 혜택기업 비중을 살펴보면 ‘화장품·패션’(60.0%), ‘의료바이오’(57.7%), ‘음식료’(53.6%), ‘금속·철강’(50.0%) 순으로 ‘혜택이 크다’는 답변이 많았다. 그리고 구체적인 협상내용에 따라 상황을 유동적으로 보는 기업이 많은 업종은 ‘조선’(60.0%), ‘기계장비’(52.3%), ‘가전’(48.8%)으로 나타났다.

<그림> 한·중 FTA 업종별 혜택기업·타격기업 비중



송유철 동덕여대 국제경영학과 교수(대한상의 자문위원)는 “한·중 FTA가 한·미, 한·EU FTA 보다 낮은 수준으로 타결됐지만 중국의 빠른 성장세를 감안하면 경쟁국과 앞서 체결한다는 것은 큰 강점”이라며 “FTA라는 첫 단추가 꿰어진 만큼 개선된 비즈니스 환경을 잘살려 중국시장 선점의 호기로 삼아야 한다”고 말했다.

한 중 FTA가 가져올 효과로는 ‘비관세장벽 완화, 지적재산권 보호 등 현지애로 해소’(34.4%)를 꼽는 기업이 많았고 이어 ‘관세철폐에 따른 가격경쟁력 제고’(32.3%), ‘일본 등 경쟁국보다 유리한 수출여건 확보’(14.3%), ‘중국과 무역분쟁시 해결절차 마련’(12.6%), ‘중국진출을 겨냥한 해외기업의 투자유치’(6.4%) 등을 기대했다.

“FTA 활용계획 수립, 착수하지 못해” 69% ... “국회비준 등의 불확실성 때문”(38%)

한 중 FTA에 대한 기대감에도 불구하고 기업 대다수는 FTA 활용계획을 아직 수립하지 못한 것으로 드러났다.

FTA 활용계획 수립여부를 묻자 ‘이미 수립했다고 답한 기업은 1.7%, ‘현재 수립 중이거나 앞으로 착수할 계획이다’는 기업도 29.1%에 그쳤다. 이들 기업들은 한 중 FTA를 ‘수출품목이나 취급제품 확대’(33.3%), ‘영업망 확충’(33.8%), ‘판매가격 인하’(20.8%), ‘신사업 진출’(11.1%) 등에 활용할 것이라고 답했다. <기타 0.9%>

남은 69.2%의 기업은 ‘아직 착수하지 못했다고 답했는데 그 이유로는 ‘국회비준시기의 예측불가능’(38.3%), ‘중국시장의 빠른 변화’(28.0%), ‘내부역량 부족’(20.5%) 등을 차례로 들었다. <기타 13.2%>

대한상회의는 “한 중 FTA 발효까지 가서명, 정식 서명, 국회비준의 절차가 남은 가운데 국회 비준이 가장 큰 관문이 될 것”이라며 “발효가 언제될지 알 수 없는 상황에서 기업이 자금과 인력을 투자해 세부전략을 세우는데는 한계가 있는 것으로 보인다”고 말했다.

FTA 활용 위해 “中시장 정보제공 강화”(41%), ‘수출마케팅 자원 확대’(22%), ‘연구개발 지원’(15%) 필요

기업들은 한 중FTA 활용과 관련해 중국진출 노하우 부족을 호소하며 활용도 제고를 위해 중국시장 정보제공 강화를 주문했다.

한·중FTA 활용의 애로사항으로 응답기업들은 ‘중국시장 관련 정보 부족(29.3%)’, ‘중국 진출 노하우나 네트워크 부족(26%)’, ‘원산지 증명 및 관리 애로’(24.3%), ‘중국어, 관세 등 전문인력 부족(20.3%)’ 등을 차례로 지적했다. <기타 0.1%>

FTA 활용을 위한 정책과제로는 ‘현지상황 등 정보제공 강화(34.6%)’를 첫 손에 꼽았고, ‘수출마케팅 지원 확대(24.1%)’, ‘연구개발 지원(19.6%)’, ‘피해대책 확충(11.3%)’, ‘활용컨설팅 제공’(10.3%) 등이 필요하다고 답했다. <기타 0.1%>

중국산 저가상품 유입에 따른 피해지원 대책으로는 ‘보조금 등 중국정부의 부당지원 제재(38.0%)’, ‘분쟁해결 신속진행(32.9%)’, ‘피해구제 절차의 간소화(19.1%)’, ‘피해지원금 상향(9.7%)’ 등을 주문했다.

전수봉 대한상의 조사본부장은 “추후 최종 협상내용을 살펴봐야 알겠지만 한·중 FTA 성공여부는 근본적으로 기업 스스로의 노력에 달렸다”며 “기업들은 상품의 고부가가치화, 중국소비재 시장공략, 서비스시장 진출 활성화 등의 방안을 마련해 나가야 한다”고 말했다.

아울러 “정부는 국회설득, 피해산업에 대한 효과적인 지원은 물론 기업이 역량을 충분히 발휘할 수 있도록 규제개혁을 통한 투자환경개선, 서비스산업 육성 그리고 성장잠재력 확충에 힘써야 할 것”이라고 덧붙였다. 

<조사 개요>

- ☐ 조사기간 : 11/10(월)~11/18(화)
- ☐ 조사대상 : 전국 700개 기업
- ☐ 조사방법 : 전화 및 팩스