



KOCHI 자료 15-005

우리 기업이 꼭 알아야 할

한·중 FTA 비즈니스 모델 및 활용

Business Information for Korea-China FTA

kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency





우리 기업이 꼭 알아야 할

한·중 FTA 비즈니스 모델 및 활용

Business Information for Korea-China FTA



FOREWORD

우리나라는 현재까지 52개국과 15건의 FTA를 체결했고, 총 49개국과 11건의 FTA가 발효 중이다. GDP 측면에서 볼 때 발효된 FTA 기준으로는 전세계의 60.4%, 타결된 FTA 기준으로는 약 73.5%를 경제협력 영역으로 확보한 성과를 이뤄냈다.

특히, 공식발효 이전이지만 한·중 FTA 체결은 우리 수출의 1/4을 차지하는 중국이라는 거대한 시장을 대상으로 한다는 점, 일본 등 주요 경쟁국들과의 경쟁우위를 점할 수 있다는 점 등에서 어느 FTA보다 각별하고 중요한 의미를 지니고 있다.

KOTRA는 그 동안 서울과 대전, 부산 등 주요 도시들을 순회하면서 여러 차례 한·중 FTA 활용 설명회를 개최했다. 이 과정에서 대다수의 중소기업들이 의외로 FTA에 대한 이해와 관심이 낮다는 것을 알게 되었다. 이는 역량의 부족이라기보다 FTA에 대해 느끼는 생소함이 크게 작용한 탓이라고 본다.

이 책자는 이처럼 통상 분야에 대한 지식과 경험이 부족한 수출 중소기업들이 한·중 FTA에 대한 심리적인 문턱을 낮추고, 나아가 실제로 활용하는데 도움을 주고자 기획되었다. 이러한 취지에 맞게 앞 부분에 한·중 FTA에 대한 전반적인 이해를 돕기 위한 정보를 수록했다. 그리고 도식과 그림을 최대한 활용해 모델을 설명하고, 활용 모델별로 예시를 들어 상세한 이용방법을 안내하는 등 중소기업들이 최대한 쉽게 이해하고, 활용할 수 있도록 편집에도 많은 신경을 썼다.

이 책자에는 활용 분야를 크게 상품 분야와 서비스 분야로 나누어 20개 모델이 수록되어 있다. 이는 우리 수출기업들이 가장 일반적으로 활용 가능한 방법들을 모델화한 것으로, 한·중 FTA 협상 결과와 수출촉진, 서비스 투자진출, 투자유치, GVC, 원산지규정 활용 등

총 5개 활용유형을 연계, 도출해냈다. 따라서 수출기업들은 이 책자가 제시하는 20개 모델을 참고하여 각자의 업종과 품목 및 경영환경에 맞게 응용해서 활용하면 좋겠다. 그 과정에서 관세사 등 해당 분야의 전문가의 도움도 받아볼 것을 권한다.

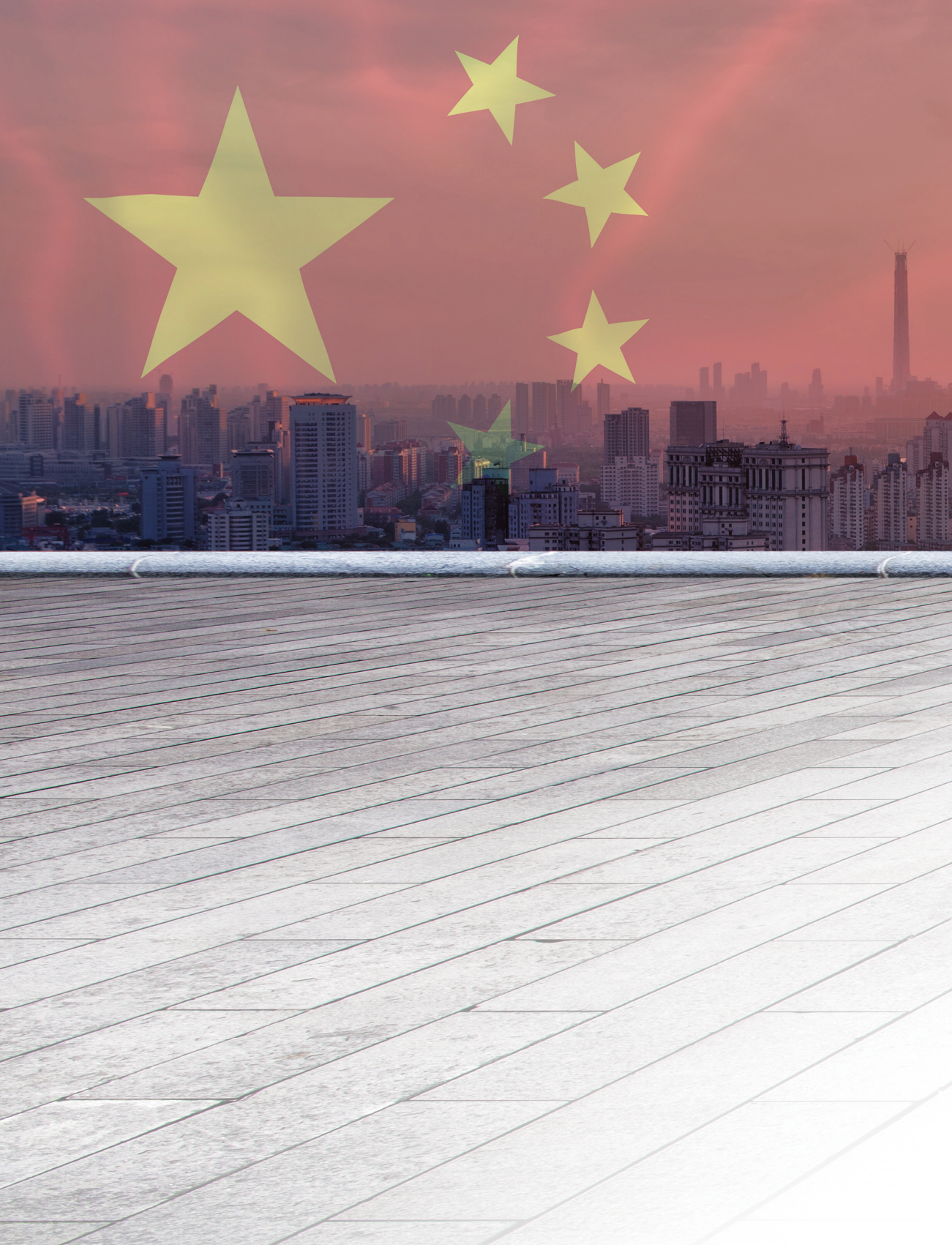
또한 이 책자에는 20개의 활용 모델 외에도 약 100개 품목의 모델에 대한 적용예시 정보도 수록했다. 따라서 최대한 많은 기업들이 자사의 제품과 동일 혹은 유사한 품목에 대한 한-중 FTA 활용방안을 가늠해 볼 수 있도록 했다. 특히, 품목별 FTA 관련 정보 외에 해당 아이템의 대중국 수출통계, 시장동향, 경쟁동향, 바이어 현장 목소리 등 진출정보를 포함, 앞서 소개되는 FTA 모델을 시장진출 전략과 연계해 활용할 수 있도록 배려했다.

중국을 급속한 변화를 겪고 있는 시장이다. 내수중심의 경제체제 전환이라는 큰 틀의 경제정책이 내수시장의 확대 및 소비의 고급화라는 결과를 낳으면서 화장품, 가공식품, 문화콘텐츠 등 우리의 대중 수출 주력 품목들이 더 큰 기회를 맞고 있다. ‘중국제조 2025’, 전자상거래 활성화 등 최근 중국 정부의 주요 정책들도 양국 간 밸류체인 협력 강화, 온라인 직구수출 확대 등 우리의 대중 수출에 중요한 전기를 마련해 줄 것으로 예상된다. 한-중 FTA는 이러한 중국의 시장과 정책변화들이 제공하는 기회요인들의 활용을 배가시켜 줄 것이다.

“구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배”라는 말이 있다. 관세 혜택, 개선된 서비스 분야 진출환경, 개성공단 역외가공지위 활용 등 한-중 FTA가 제공하는 적지 않은 수출확대 요인들이 정작 수출기업에 의해 긴요하게 활용되지 못한다면 무용지물이 될 수도 있다. 이 책자가 우리 중소기업들이 한-중 FTA라는 구슬을 내실 있는 보배로 꿰어내는데 조금이나마 도움이 되길 기대한다.

2015년 10월

KOTRA 정보통상지원본부장 윤 원 석



우리 기업이 꼭 알아야 할

한·중 FTA 비즈니스 모델 및 활용

I 한·중 FTA의 이해

- 008 1. 한·중 FTA 개요
- 008 (1) 협정 개요
- 010 (2) 의의와 특징
- 012 2. 협상 주요 내용
- 012 (1) 상품 관련 분야
- 020 (2) 서비스 및 투자 분야

II 한·중 FTA 비즈니스 모델

- 030 1. 추진 배경
- 031 2. 비즈니스 모델 20선

III 분야별 FTA 활용정보

- 054 1. 상품 분야
- 060 (1) FTA 정보 분석 가이드
- 066 (2) 품목별 해설
- 266 2. 서비스 분야
- 267 (1) FTA 정보 분석 가이드
- 270 (2) 분야별 해설

[부록]

- 294 FTA 관련 주요 정보 사이트





I

한·중 FTA의 이해

1. 한·중 FTA 개요

(1) 협정 개요

1) 한·중 FTA 추진 경과

'15년 2월 가서명을 거쳐 '15년 6월 정식 서명 완료

- 한·중 FTA는 가서명('15.02.25)후, 국민경제 영향평가와 대통령 재가 등의 과정을 거쳐 '15. 6. 1(월) 한·중 FTA 정식서명 완료
- 향후 '협상결과'의 국회보고 → 국회 비준동의 → 발효' 순의 후속 일정 남음

〈표 1-1〉 한·중 FTA
추진 프로세스

민간 공동연구 (보고서 채택)	→	산·관·학 공동연구 (보고서 채택)	→	사전협의 (TOR 합의)	→	1단계 협상 (모델리티 합의)	→
2단계 협상 (협상 타결)	→	협정문안 확정/가서명	→	협정문 번역/ 법제처 심의	→	차관회의/ 국무회의/ 대통령 재가	→
정식 서명	→	협상 결과 국회 보고	→	국회 비준 동의	→	협정 발효	

자료 : 산업통상자원부(2014), 한·중 FTA 상세설명 자료를 참고하여 KOTRA 정리

2) 한·중 FTA 협정문 구성

22개 챕터 중 금융, 통신, 전자상거래 3개 분야를 독립 챕터로 구성

- 한·중 FTA 협정문은 총칙 5개, 상품 관련 6개, 서비스·투자 5개, 규범·협력 6개, 총 22개의 챕터(부속서 포함)로 구성

* 한국의 기체결 FTA 중 한·미 FTA는 24개 챕터, 한·EU FTA는 15개 챕터로 협정문이 구성됨

- 중국은 FTA 최초로 금융, 통신, 전자상거래 분야를 별도 챕터로 채택함

〈표 1-2〉 한·중 FTA
협정문 구성

상품 관련	서비스·투자	규범협력	총칙
2. 상품 • 2-가 한국 관세양허표 • 2-나 한국 관세양허표	8. 서비스 무역 • 8-가-1 한국양허표 • 8-가-2 중국양허표	15. 지적재산권	1. 최초규정 및 정의
3. 원산지(PSR 포함) • 품목별 원산지 규정	9. 금융 서비스	14. 경쟁	21. 예외
4. 통관 및 무역원활화	10. 통신	18. 투명성	20. 분쟁해결
7. 무역구제	11. 자연인의 이동	16. 환경과 무역	19. 제도규정
5. SPS (위생 및 식물위생 조치)	12. 투자	13. 전자상거래	22. 최종규정
6. TBT(무역기술장벽)		17. 경제협력	

자료 : KOTRA(2015), 한·중 FTA 실무활용 가이드

※ 참고 :
실행세율 적용 순서

Q : 실행세율이란?

A : 관세율 적용순위에 의하여 실제로 적용되는 세율

〈관세율 적용 우선순위
(관세법 제50조와 76조,
FTA 특례법 제5조)〉

순위	세율	비고
1순위	덤핑방지관세, 상계관세, 보복관세, 긴급관세, 특정국물품긴급관세, 특별긴급관세	관세율 낮았이에 관계없이 최우선 적용
2순위	FTA 협정관세 - 칠레, 싱가포르, EFTA, 아세안, 인도, EU, 페루, 미국, 터키, 콜롬비아, 호주, 캐나다, 중국	3·4·5·6·7 보다 낮은 경우에 한하여 우선 적용
3순위	WTO 일반양허관세, WTO 개도국간의 양허관세, 아태협정 양허관세, 유엔무역개발회의 개발도상국간 협정관세, 특정국가와의 관세협상에 따른 국제협력관세, 편익관세	4·5·6·7 보다 낮은 경우에 한하여 우선 적용
4순위	조정관세, 계절관세, 할당관세	
5순위	최빈개발도상국에 대한 특혜관세	
6순위	잠정관세	
7순위	기본관세	

FTA란?

- “자유무역협정(FTA)”이란 우리나라가 체약상대국(締約相對國)과 관세의 철폐, 세율의 연차적인 인하 등 무역의 자유화를 내용으로 하여 체결한 「1994년도 관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT)」 제24조에 따른 국제협정과 이에 준하는 관세의 철폐 또는 인하에 관한 조약협정

(자유무역협정의 이행을 위한 관세법의 특례에 관한 법률, 제2조 정의)

- FTA는 FTA원산지로 인정을 받은 제품에 대해서만 FTA 관세 혜택 부여

* 비교, GATT협정은 일률적으로 모든 회원국 제품에 약속 관세를 부여

FTA의 혜택

- (수입자) FTA의 직접적인 수혜자로서 관세절감 혜택

* 관세절감액 = 관세표준가 x (기본세율 - FTA협정세율) 단, 기본세율이 아닌 실행세율에 따라 절감액은 변동될 수 있음

- (수출자) 가격경쟁력 제고, 미협정체결 국가의 동종업계 생산자/수출자 보다 낮은 관세를 적용받게 됨에 따라 판매가격 조정 등 판매전략 재설정가능

(2) 의의와 특징¹⁾

1) 의의

1)

산업통상자원부(2015).

한중 FTA 의의와 기대효과

산업통상자원부(2015).

한중 FTA 상세설명 자료

중국 내수시장 선점을 통한 우리 경제의 미래 성장 동력 마련

- 한·중 FTA를 통해 급성장하는 중국 내수시장을 선점하고, 경쟁국 대비 유리한 교역 조건 확보

- 발효 즉시 중국으로 수출되는 연간 87억 달러 상당 물품의 관세가 철폐되면, 10년 내에 458억 달러 상당 대중 수출품의 관세가 철폐

* 발효 즉시 무관세로 거래되는 품목의 교역액이 대중 수출 730억 달러, 대중 수입 418억 달러로서, 한미 교역액 전체(1,036억 달러)를 초과

- 기존 주력 소재 부품에 더하여, 패션, 영유아용품, 의료기기, 고급 생활 가전 등 중소기업 제품 경쟁력 강화를 통해 소비재 수출 기회 확대

* 현재는 비주력 내수 중심의 제품이라든, 향후 주력 수출 품목으로 발전 가능성

→ 정부의 '내수 중소기업 및 농수산 기업의 수출기업화 정책' 등과 연계 추진

미래 한·중 경제관계를 포괄적으로 규율하는 제도적 틀 마련

- 한·중 FTA라는 제도적 틀을 통해 양국 경제관계를 안정적으로 관리하고, 우리 기업과 국민의 권익 보호를 위한 제도적 기반 마련

- 중국 내 각종 비관세장벽 및 우리기업의 애로사항 해소에 역점을 둔 다양한 제도 및 절차 도입

한·중간 전략적 협력 동반자 관계 강화

- 한·중 FTA를 통한 양국간 인적·물적 교류의 확대는 양국 전략적 협력 동반자 관계 강화 및 한반도 평화 안정에 기여를 기대

글로벌 FTA 허브국가로서 동아시아 경제통합의 주도적 역할 확보 계기

- 미국, EU, 중국 등 글로벌 3대 경제권과 FTA를 모두 체결함으로써 FTA 네트워크를 완성하고 경제 영토를 확대 (세계 5위에서 3위로 도약)
- 글로벌 FTA 허브로서의 지위를 확보하고 동북아 및 아태지역 경제통합 과정에서 핵심축 역할을 할 수 있는 발판을 마련
- 중국 기업과 선진국 기업들에 대한 투자 증대 및 고부가가치 일자리 창출 기대

2) 특징

중국의 기체결 FTA 중 가장 포괄적인 구성

- 한·중 FTA는 전체 22개 챕터가 채택되어, 중국이 기체결한 FTA(중·뉴질랜드 FTA 18개 챕터, 중·스위스 16개 챕터 등)보다 포괄적으로 챕터가 구성
- 중국 FTA 최초로 전자상거래, 금융, 통신이 독립 챕터에 포함됐으며, 지재권, 경쟁, 환경, 투명성 등 한국기업의 관심이 높은 새로운 통상 이슈가 독립 챕터로 구성

식품안전, 환경, 지재권 보호에 대한 우려를 반영하여 일부 내용의 불포함 및 보호 수준 강화

- 국내의 식품안전 우려를 감안하여 SPS 협정에서 지역화·동등성 개념 불포함, 환경 챕터에 각국의 환경보호수준 제고 의무 포함, 짙통 등 지재권 침해 물품의 압류·폐기 명문화, 외국 유명 상표 보호 강화, 식물 신제품(개량 화훼 제품 등) 지재권 보호 수준을 강화

수출·투자 기업의 애로사항인 비관세 장벽 해소 위한 규정 반영

- 양국 투자기업 애로사항 해소 담당부서 지정, 정부 간 비관세 조치 협의기구(작업반) 설치, 비관세 조치 관련 분쟁해결 신속해결 절차 도입 등 제도적 기반 마련
- 통관·시험인증·지재권 등 분야에 우리 수출기업의 애로사항 해소를 위한 규정 포함
 - * (통관) 48시간 통관 원칙, 700달러 이하 원산지증명서 제출 면제, 일관적인 세관 집행 원칙 (시험인증) 국제공인 시험성적서 상호수용 촉진, 시험인증기관 상호 인정 협력 강화 (지재권) 외국 유명상표 보호 강화, 지재권 침해물품의 압류·폐기, 권리구제 장치
- 주재원 체류기간 및 복수비자 확대, 중국 정부 내 애로해소 담당기관 지정
- 비관세 조치 시행 전 유예기간 확보, 비관세 조치 분쟁해결 중재 절차 도입

2. 협상 주요 내용

(1) 상품 관련 분야

1) 상품

1차 협상의 모델리티(기본협상지침)를 상회한 90%의 상품 자유화를 달성

- 중국측 자유화율은 품목수 기준 90.7%, 수입액 기준 85.0%이며, 한국측 자율화율은 품목수 기준 92.2%, 수입액 기준 91.2%를 달성
- 중국 전체 품목의 91%(7,428개)의 단계적 관세 철폐에 따라, 국내 수출업체의 가격경쟁력 제고 및 주요 경쟁국(일본, 미국, 대만, 독일 등)에 비해 중국 수입시장에서 유리한 조건 선점 기대

〈표 1-3〉 한중 FTA
상품 양허수준

단위: 개, 억 달러

품목군		한국		중국	
		품목수	수입액	품목수	수입액
일반품목 (NT)	즉시	6,108(49.9%)	418.5(51.8%)	1,649(20.1%)	733.7(44.0%)
	5년	1,433(11.7%)	31(3.8%)	1,679(20.5%)	58.3(3.5%)
	10년	2,149(17.6%)	173.3(21.5%)	2,518(30.7%)	312.5(18.7%)
	소계	9,690(79.2%)	622.8(77.1%)	5,846(71.3%)	1,104.5(66.2%)
민감품목 (ST)	15년	1,106(9.0%)	79.5(9.8%)	1,108(13.5%)	219.2(13.1%)
	20년	476(3.9%)	34.1(4.2%)	474(5.8%)	93.75(5.6%)
	소계	1,582(12.9%)	113.6(14.0%)	1,582(19.3%)	312.9(18.7%)
자율화율 (NT+ST)		11,272(92.2%)	736.4(91.2%)	7,428(90.7%)	1,417.4(85.0%)
초민감품목 (HST)		960(7.8%)	71.3(8.8%)	766(9.3%)	250.1(15.0%)
합계		12,232(100%)	807.7(100%)	8,194(100%)	1,667.5(100%)

주 : 품목수는 중국 HS 8단위, 한국 HS 10단위 품목 기준 수입액은 '12년 대상대국 수입액 기준

자료 : 산업통상자원부(2015), 한·중 FTA 상세설명자료

국내 민감 분야 보호 및 미래 수출 유망 품목의 중국 내수시장 진출 기회 확보

- 국내 생산 주요 농수산물(대중 수입액의 60%) 및 영세 중소기업체 생산품목(섬유, 베어링, 판유리, 합판 등)을 관세철폐 대상에서 제외
- 중국은 전체 농수산물의 93%에 대한 관세를 철폐하였는데, 특히 우리 30대 주력 수출품목(전체 수출액의 93%) 중 21개 품목에 대해 양허 개선
- 석유화학(이온교환수지, 고흡수성 수지), 철강(냉연강판, 스텐레스 열연강판), 기계류(포장기계, 환경오염저감장비) 등 우리 수출 유망 품목과 생활가전(전기밥솥, 에어컨, 냉장고 등), 패션 기능성 의류 등 최종소비재에 대한 중국측 관세철폐 확보
- 한·중 FTA를 통해 대중 수출 45억 달러에 해당하는 기존 유관세 물품의 관세가 10년 내 철폐됨에 따라, 우리기업의 대중 수출 활로 개선에 도움이 될 것으로 기대

〈표 1-4〉 한·중 FTA 상품 양허유형별 주요 품목

양허 유형	한국 양허		중국 양허	
	주요 품목	품목수	주요 품목	품목수
즉시 철폐 (무관세)	메모리반도체, 휴대용컴퓨터, 중후판, 화물선, 무연탄, 컴퓨터부품, 열연강판, 전보박, 치어(돌, 농어)	1,983	집적회로반도체, 인쇄회로, 기타 컴퓨터주변기기, 플라스틱금형, 평판디스플레이 제조용 장비, 채소 종자, 맥주, 소금	691
즉시 철폐 (유관세)	기타주철제품, 크레오소트, 합성수지(PE, ABS, PC), 합성고무(BR, SBR, NBR), 견사, 비스코스사, 플라스틱금형, 화학기계, 리튬이온 축전지, 일부 열대산단판, 대두박, 생사, 누에고치	4,125	철및비합금강L형강, 동괴, 동박, 폴리우레탄, 항공 등유, 초산비닐, 견사, 마사, 모사, 비스코스사, 스위치부품, 밸브부품, 플라스틱 금형, 고주파의료기기, 일부 기타 변압기, 건축용목제품, 단판, 사료첨가제, 냉동새우	958
5년 철폐	페로실리콘, 반도체제조용 금, 석유화학제품(파라페닐렌디아민/기타), 기타순견직물, 전동기부품, 고무플라스틱 가공기계 부품, 농기계부품(가금사육용), 목탄, 사료첨가제	1,433	기타 철 구조물, 이온교환수지, 연료유(No.5-7), 액화프로판, 기타 직물, 면, 마, 편직물, 방모 직물, 부직포, 일부 전자기부품, 전동기 부품, 농기계(이앙기), 지게차, 냉동새우, 커피	1,679
10년 철폐	관연결구류(주철), 실리콘오일, 마사, 직물제 의류(양모코트 및 자켓), 일부 순면 생지, 차체 부분품, 일부 금속공작기계부품, 식품가공기계(커터), 브레이크 부품, 엔진새시(승용차용), 기타 전선(점화용 와이어링), 광학렌즈(사진기용/기타), 일부 기타 종전기기 부품, 냉장고, 세탁기, 에어컨, LCD 패널, 일부 직물제 가방, 합성수지제 가방, 기타 운동용구(제조 욕상/기타), 화장암(절단), 일부 기타단판, 충전재용 깃털, 캔디, 자라	2,149	스테인레스 냉연강판(0.5-1mm), 중후판(10mm미만), 스텐레스 열연강판(3-4.75mm), 알루미늄 박, 에틸렌, 프로필렌, LCD 패널, PPS수지, 직물제의류(운동복), 편직제의류(유아복, 운동복), 기타 식품포장기계, 농기계(세정기), 액체용 여과/청정기, 집진기, 편광재료판, 충격흡수기, 에어컨, 냉장고(500L이하), 전기밥솥, 세탁기(10kg이하), 진공청소기, 조립식 건축물(목제), 충전재용 깃털, 토마토케첩, 송이버섯, 김, 소시지, 꽃게, 굴	2,518

15년 철폐	페로망간(합금철), 폴리염화비닐, 편직제 의류(면티셔츠), 편광재료판, 일부 베어링, 일부 볼트 및 너트, 기어박스, 에어백, 클러치, 일부 소형 직류전동기, 일부 변환/변압기, 기타석제품, 사료, 해삼	1,106	착색아연도강판, 톨루엔, 나프타, 석유아스팔트, 윤활기유, 순면사, 폴리카보네이트, 프레스금형, 일부 기체펌프, LCD부품, 디젤트럭, 액정디바이스 부품, 안전벨트, 기타TV카메라부품, 일부합판(열대산목재), 일부섬유판(5mm이하), 문어, 비스킷 초콜렛	1,108
20년 철폐	편직제 의류(면스웨터), 로드휠, 기타 납축전지, 기타 배전 및 제어기(1000v 이하), 기타 가죽제 가방, 목재펠릿, 도라지, 도토리, 새우살	476	스티렌, ABS수지, 폴리스티렌, 일부 폴리에스터직물, 디젤버스, 목재가공기계, 기타원동기(유압식), 브레이크, 차체부품, 대형 냉장고, TV카메라(범용), 콘택트렌즈, 기타 플라스틱상자, 혼합조미료, 조미김	474
부분 감축	안전유리, 방모사, 면직물, 직물제 의류(여성용 합섬코트 및 자켓), 스포츠화, 일부 밸브부품, 원동기(리니어액팅), 제재목(적송), 섬유판(미가공 일부), 혼합조미료, 김치, 기타소스, 꽃게(냉동), 김, 굴(냉동, 염장)	87	방향성 전기강판, 스테인레스선재, 염화비닐수지, 기타폴리에스터사, 일부 타이어코드, 인쇄기계, 머신센서, 자동기어변속장치, 마이크 부품, 삼푸, 린스, 기타 조제식료품	129
TRQ	낙지, 대두, 참깨, 아귀(냉동), 미꾸라지(활어), 바지락, 팔(건조), 고구마전분, 오징어(가공), 맥아, 복어(활어)	21	—	—
협정 배제	쌀(엿쌀, 찹쌀, 벼, 쌀가루 등)	16	—	—
양허 제외	주철관, 동판, 니켈괴, 초산, 타일, 초산에틸, 판유리, 순면사, 소모사, 기타 폴리에스터사, 직물제 의류(남성용 합섬코트 및 자켓), 편직제 의류(합섬스웨터), 기타 신발, 볼베어링, 전기드릴, 승용차, 화물차, 엔진새시(승용차 외), 화강암(기타), 합판(열대산 목재 일부), 보리, 감자, 쇠고기, 닭고기, 돼지고기, 분유, 치즈, 버터, 꿀, 감귤류오렌지, 사과, 배, 포도, 키위, 호박, 고추, 마늘, 양파, 인삼류, 조기(냉동), 갈치(신선, 냉동), 고등어(신선, 냉동, 염장), 넙치(냉동 활어), 홍어(냉동), 문어, 소라, 오징어, 멸치(건조), 돔(냉동, 활어), 복어, 민어(냉동, 활어), 불락(냉동), 꽃게(냉장, 활어) 등	836	일부 전기아연도강판, 일부 용융 아연도강판, 일부 전기강판, 파라자일렌, 테레프탈산, 폴리프로필렌, 에틸렌글리콜, 공업용 방직 섬유, 나일론사, 굴삭기, 승용차, 기어박스, 핸들, 클러치, 컬러TV, OLED, 기타벽지, 귀금속장식품, 목재 창문틀, 목재펠릿, 일부 섬유판(5-9mm), 파티클보드, 쌀, 설탕, 건조 인삼, 밤(탈각), 식물성 유지, 밀크와 크림, 밀, 밀가루, 당류, 삭스핀	637
합계		12,232		8,194

자료 : 산업통상자원부(2015), 한·중 FTA 상세설명 자료

※ 참고

1. 양허품목 분류의 이해 분류

	유형	비고
일반품목	즉시철폐(NT0)	
NT(Normal Track)	5년 철폐(NT5)	최장 10년 내 철폐
	10년 철폐(NT10)	
민감품목	15년 철폐(ST15)	10년 초과 20년 이내 철폐
ST(Sensitive Track)	20년 철폐(ST20)	
자유화물(NT+ST)	전체 품목수(수입액) 중 관세 철폐 대상의 품목수(수입액) 비율	
초민감품목	부분감축	
HST (Highly Sensitive Track)	저율 관세 할당(TRQ)* 양허제외**	관세 완전 철폐 예외 인정
협정배제***	협정상 모든 의무에서 배제	-

* 저율 관세 할당(Tariff Rate Quotas, TRQ) : 일정 수입량에 한해 무관세 혹은 저율 관세를 부과하고, 초과 물량에 대해서는 기존 관세율(높은 관세)을 부과

** 양허제외 : 양허에서 제외, 기존 관세율 유지

*** 협정배제 : 관세 철폐 의무 및 관세 관련 협정상 모든 의무에서 배제

2. 특혜 관세 확인 방법

① HS코드 확인	② 양허표 확인	③ 양허유형 확인
- 한국에서 중국으로 수출 - 중국 HS코드 8자리 확인 - 중국에서 한국으로 수입 - 한국 HS코드 10자리 확인 - 관세청 홈페이지 - 세계 HS 정보시스템 접속 (www.customs.go.kr)	- 한국에서 중국으로 수출 - 중국 관세 양허표 확인 - 중국에서 한국으로 수입 - 한국 관세 양허표 확인 - 한중 FTA 양허표 확인 : - 한중 FTA 포털사이트 (www.fta.go.kr/cn/doc/1/)	- 일반품목 - 05,10,10A - 민감품목 - 15,15A,2020A/B - 초민감품목 - PR,TRQ,E - 협정배제 - Carved-Out

3. 양허일정 확인 방법

[예시] 현행 관세 10%인 제품이 NT10(10년 선형철폐) 품목으로 양허되었다면?

중국 양허표(Schedule of Tariff Commitments : China)			
품목번호 (HS 2012)	품목명 (Description)	기준세율 (Base Rate)	양허유형 (Staging Category)
XXXXXXXX	XXXX	10	10

※ 1년차(발효일 즉시)에는 관세가 1%p(10%의 1/10)만큼 낮아진 9%가 되고, 매년 균등하게 1%p씩 낮아져 10년차에는 관세가 철폐됨

	1년차 (발효일)	2년차 (1.1)	3년차 (1.1)	4년차 (1.1)	5년차 (1.1)	6년차 (1.1)	7년차 (1.1)	8년차 (1.1)	9년차 (1.1)	10년차 (1.1)
기준세율 10%	9%	8%	7%	6%	5%	4%	3%	2%	1%	0%
	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p	-1%p

자료 : KOTRA(2015), 한·중 FTA 실무활용 가이드

※ 특혜 관세는 수입자가 신청

- 협정관세를 적용받으려는 자(이하 "수입자"라 한다)는 수입신고의 수리 전까지 대통령령으로 정하는 바에 따라 세관장에게 협정관세의 적용을 신청하여야 한다. 이 경우 수입자는 신청할 때에 원산지증빙서류를 갖추고 있어야 하며, 세관장이 요구하면 제출하여야 한다.

(자유무역협정의 이행을 위한 관세법의 특례에 관한 법률 제 10조 1항)

2) 원산지 분야

- 양국 간 교역구조, 기체결 FTA 등을 고려하여 중립적인 특혜 원산지 규정에 합의
- 원산지 판정의 세 가지 기본 원칙과 보충적 기준 등 특혜 원산지 지위 부여를 위한 기준 규정
 - 한반도 역외가공지역(개성공단)에서 생산되는 제품의 원산지 지위 인정 및 특혜 관세 부여

〈표 1-5〉 한·중 FTA 원산지 규정 구조

2)

FTA 시장 통합효과 극대화를 위해 상대국 물품 및 재료를 사용하여 제품을 생산하는 경우 해당 물품 및 재료를 역내산으로 인정

3)

미소 기준이라고도 하며 세번변경 기준을 충족치 못하더라도, 물품 재료의 비원산지 가치가 10% 이하인 경우 역내산으로 인정함. 예 제15호~24류(가공농산물)에 대해서는 비원산지 재료가 상품과 다른 소호(HS 6단위)로 분류되는 것을 전제로 미소 기준 적용

구분		한·중 FTA 협정 원산지 규정
일반 기준	기본 원칙	완전 생산품
		원산지 재료 생산품 비원산지 재료 생산품(원산지 결정 기준 충족 전제)
특혜 기준	보충적 기준	누적 기준 ²⁾
		불인정 공정
		최소 허용 기준 ³⁾
		대체 가능 재료
		중립재(간접 재료)
		세트 물품
		포장 재료 및 용기
		부속품, 예비 부품 및 공구

자료 : 중소기업청 중소기업진흥공단(2015), 한·중 FTA 협정문 및 관세 양허표

특혜 관세 신청에 관한 다양한 특례 규정 명시

- 특혜 관세 신청 절차를 간소화 하여 미화 700달러 이하 물품에 대해서는 원산지증명서 제출 의무 면제
- 수입 시 원산지증명서를 구비하지 못한 경우, 수입일로부터 1년 이내에 특혜 관세 사후 신청 가능하도록 규정
- 불법적 특혜 관세 향유 방지를 위해 사후검증시스템 구축 및 분쟁 해결을 위한 협의, 위원회 조항 포함

교역패턴, 생산 공정, 산업 민감성 등을 고려, 5,205개 (HS 6단위 기준) 품목별 원산지 기준(Product Specific Rules, PSR) 규정

〈표 1-6〉 한·중 FTA
주요 품목별 원산지 기준

품목	HS 류	원산지 기준
신선농수산물	01~14류	민감성을 반영하여 원전생산기준으로 설정
가공농수산물	15~24류	수출가능성을 반영한 세번변경기준 중심
공산품		업종별 특성을 고려, 기업들이 활용 가능한 수준(세번변경기준 중심)으로 합의하였으나, 민감품목은 부가가치기준 설정
석유화학	27~38류	주로 4단위 세번변경기준(CTH) 중심으로 설정하고 일부 석유제품*에 대해서는 6단위 세번변경기준(CTSH) 도입
철강	72류	도금, 선재 등 품목은 4단위 세번변경기준(CTH), 냉연 제품은 예외기준을 포함한 4단위 세번변경기준 설정
기계	84류	세번변경기준(4단위, 6단위) 중심으로 설정, 산업 상 민감성이 있는 경우는 부가가치기준**
전기전자	85류	
정밀기기	90류	
섬유제품	50~62류	섬유 제품(50~60류)은 주로 세번변경기준(예외기준 포함) 또는 역내 부가가치기준(RVC 40%)으로 설정, 의류 제품 (61~62류)은 「2단위 세번변경기준(CC*) 또는 역내 부가가치기준(RVC 40%)
자동차	87류	산업의 민감성을 고려, 승용차는 4단위 세번변경기준(CTH)과 역내 부가가치기준(RVC 60%)을 모두 충족시 원산지 지위를 인정, 기타 완성차는 단일 부가가치기준(RVC 50%)*

주 : * 2710.12(경질석유와 조제품), 2710.19(등유, 경유, 중유 등 기타 조제품)

** 액정 디바이스(LCD) 및 부분품 (9013.80, 9013.90)

*** (기타) 자동차 부품 : RVC 50%, 새시·차체 : CTH 또는 RVC 40%

자료 : 산업통상자원부(2015), 한·중 FTA 상세설명 자료

※ 참고

1. 원산지 기준의 개념

원산지 판정 기준		의미	비고	
1. 기본 원칙		완전 생산품	협정국에서 획득, 생산된 재료만으로 생산	WO
		불완전 생산품	세번변경, 부가가치기준 등 품목별 기준을 충족	
		역내생산원칙	원산지 지위를 획득하기 위해서는 협정에서 정하는 조건들이 당사국에서 중단없이 충족되어야 원산지 인정	
		충분가공원칙	단순·경미한 공정을 거쳐 생산된 경우, 세번변경이 일어나더라도 원산지 불인정	예) 건조,분쇄,포장
		운송원칙	물품이 수출당사국을 출발하여 중간에 다른 나라를 거치지 않고 수입당사국으로 운송되는 경우에 한해 원산지 인정	
2. 품목별 기준	2.1	세번변경 기준	역외산 원재료-원제품 간 세번변경 기준	CC,CTH,CTSH*
	2.2	부가가치 기준	제조, 생산, 가공 과정 중 역내에서 창출한 부가가치 기준	RVC
	2.3	가공공정 기준	제조공정 중 핵심공정을 역내에서 수행했는지 여부	한·중 FTA 비적용
3. 주요 분야별 특례규정	3.1	누적기준	체약국의 원재료 이용 시 원산지 인정	
	3.2	미소기준	세번변경기준을 충족하지 못하지만 역외 원재료의 가치가 제품 가격(혹은 총량)의 일정 비율을 넘지 않는 경우	
	3.3	세트	세트물품을 구성하는 구성품 중 비원산지 상품의 가치가 전체 세트물품 가치의 일정기준 이하일 경우	

* CC: 2단위 세번변경기준, CTH: 4단위 세번변경기준, CTSH: 6단위 세번변경기준

2. 원산지 기준의 중요성

- 한·중 FTA 원산지 기준을 충족하고, 원산지증명서 구비 등 협정에서 요구하는 제반 요건을 충족해야 한·중 FTA 협정세율을 적용받을 수 있음
- 국내에서 생산의 전 과정이 이뤄지는 농수산, 축산물 역시 구매 확인서, 표준규격출하확인서, 원양어획반입신고확인서 등의 서류를 활용하여 원산지증명서를 발급해야 관세 혜택을 받을 수 있음

Q : 왜 원산지 기준이 중요할까요?

A : 체약국을 원산지로 하는 상품에 대해서만 관세 혜택을 부여하며,
원산지 기준을 통해 협정 관세 적용대상 물품인지를 판단함

Q : 한·중 FTA에서 특혜 관세를 받으려면?

A : ① 원산지기준을 충족하고

② 협정국(한/중)에 소재하는 수출입자간에 거래가 이루어지고

③ 협정국(한/중) 간에 직접 운송되어야 함

자료 : KOTRA(2015), 한·중 FTA 실무활용 가이드

3) 통관 및 무역원활화 분야

통관 절차의 신속·간소화 및 중국의 일관적인 세관 행정 확보를 위한 조항 명시

- 각 지역 세관에서 관세 법령을 일관성 있게 집행하고 비일관적인 집행 문제 예방의 수단을 마련할 의무 명시
- 상품의 반출 시 전자적 서류제출*, '48시간 내 통관' 원칙** 및 '부두 직통관제'를 명시하고 특수화물에 대해 간소화된 별도 절차가 적용되도록 함에 따라 통관 소요시간이 단축되는 효과를 기대

* 전자적 서류제출을 통해 사전적 수입신고를 할 경우, 물품 도착 즉시 반출이 가능

** 특별히 규제되는 물품 외에 관세 납부 등 법령상의 모든 요건을 충족한 경우,
48시간 이내에 통관 진행

분쟁해결절차 및 세관 협력에 대한 규정 협의

- 일방 당사국의 요청 시 60일 내 협의를 개시하며, 미해결 시 관세위원회에 상정하여 해결 방안을 논의하기로 규정
- 세관 절차 및 관련 기술의 발전을 위해 전문가 교류 실시, 세관 협력 챗터 이행 및 양국이 결정하는 사안에 대한 상호 지원 합의
- 통관 절차의 원활화, 투명성 제고를 위한 노력, 자동화 시스템 활용, 저위험 품목 통관 원활화, 사후 심사 원칙들을 명시

FTA 발효 시, 대중 수출입 기업들의 중국 통관 관련 애로사항 해소 기대

- 중국 내 지역 세관들의 비일관적 집행 문제 개선 및 통관 절차의 신속·간소화로 기업들의 비용과 시간 절감 효과 예상
- 협정의 이행 점검 및 분쟁 해결 절차를 마련하여 향후 협정 이행 상 실효성 확보

4) 위생 및 식물위생 조치(SPS) 및 무역기술장벽(TBT) 분야

(위생·검역) 검역주권에 대한 우리 농업계의 우려를 반영하여 WTO/SPS 협정 수준의 SPS 챗터 구성에 합의

- WTO/SPS 협정 적용 재확인, 위생검역 역량 강화를 위한 기술 협력, 협정 이행을 위한 위원회 설치 등 최소한의 내용을 규정
- 우리측 입장을 반영하여 SPS 챗터가 타결됨에 따라 현재 우리나라 위생검역 기준 및 규정 등의 개정이 필요 없음

* 농업계의 우려가 컸던 지역화 조항 등이 불포함되어 WTO/SPS 협정 이상의 추가적인 의무 부담 없이 타결

(무역기술장벽) WTO 무역기술장벽 협정 수준 이상의 TBT 애로 완화 방안을 포괄적으로 규정

- 전기용품 국제공인 성적서 상호수용 촉진, 자동차부품 시험성적서 상호 수용 협상 개시, 화장품 의약품 허가신청 절차 내국민 대우 부여 등을 통해 시험인증과 관련된 구조적 애로 해소 기대
- 기술규정 제·개정안에 대한 의견 제시 기간(60일)을 명시하고, 소비자 제품안전 보호 강화와 국내 시험인증기관의 중국 진출을 촉진할 수 있는 근거 마련
- 양국은 기체결 FTA 보다 구체적이고 포괄적인 협정문(15개 조항, 기존 10개 내외)에 합의하는 등 향후 기술 협력 확대 필요성에 대한 공감대 형성

(2) 서비스 및 투자 분야

1) 서비스 분야

한국과 중국은 DDA 플러스 수준의 서비스 분야 개방에 합의

- 한국은 한·아세안 FTA보다 낮은 수준으로 개방하였으며, 중국은 중·뉴질랜드 FTA 및 중·스위스 FTA 보다 다소 높은 수준으로 개방
- 중국측은 법률·건축·엔지니어링·건설·유통·환경·엔터테인먼트 분야에서 기체결 FTA에 비해 높은 수준의 양허 확보

2단계 협상을 통한 서비스 분야 추가 자유화 약속

- Positive 자유화 방식을 채택하여 협정문 및 양허를 작성하고, 후속 협상(발효 후 2년 내 개시 예정)을 통해 Negative 방식으로 전환하는 것에 합의

* 중국 FTA 최초로 서비스 분야에 네거티브 방식 채택에 합의

※ 서비스 자유화 방식

1. Positive 자유화 방식 : 개방하려는 분야를 양허에 모두 열거하고, 열거한 분야에 시장 개방을 제한하는 조치가 있는 경우 이를 모두 기재(GATS 방식)
2. Negative 자유화 방식 : 모든 서비스 분야 개방을 전제로 하되, 특정 분야에 대해 시장 개방을 제한하는 조치를 유지하고자 하는 경우, 이를 유보에 기재하고 유보에 기재하지 않은 분야는 개방된 것으로 간주(NAFTA 방식)

중국의 법률·건축·엔지니어링·건설·유통·환경·엔터테인먼트 분야에서 의미 있는 시장 개방 약속

- (법률) 중국 FTA 최초로 상하이 자유무역시범구 내에서 중국 전역의 고객을 대상으로 하는 한·중 로펌의 공동 사업 허용
- (건축·엔지니어링) 외국 기업의 면허 등급 판정 시 한국기업에게 중국내 실적뿐만 아니라 중국 이외 모든 지역에서의 실적 인정을 약속
- (건설) 외국 기업의 면허 등급 판정 시 한국기업에게 중국 이외 모든 지역에서의 실적 인정을 약속하였으며, 상하이 자유무역시범구 내에 설립된 한국 건설기업이 상하이 지역에서 외국자본 비율요건의 제한 없이 중외 합작 프로젝트를 수주할 수 있도록 허용
* 기존에는 중외 합작 프로젝트의 경우 ① 외국투자 50% 이상, 또는 ② 외국 투자 50% 미만이나 중국기업 단독수행이 불가한 사업만 수주 가능
- (유통) 중국내 30개 이상 점포를 가진 외국계 유통기업의 책 판매를 금지해 왔으나 한·중 FTA를 통해 한국 대형 유통기업의 책 판매 허용
- (환경) 중국은 DDA 양허에서 폐수, 고형 폐기물 처리, 배기가스 정화, 소음저감, 위생 서비스 등 5개 분야에 있어 합작 기업 설립만을 허용해 왔으나 한·중 FTA를 통해 순 한국 기업의 설립을 허용
- (엔터테인먼트) 중국은 그동안 엔터테인먼트 분야의 외국 기업 진출을 엄격하게 통제하여 왔으나 한·중 FTA를 통해 공연 중개 및 공연장 사업을 희망하는 한국 기업의 합작 진출을 허용

영화 및 TV드라마·애니메이션 공동제작 통한 문화교류 확대 기대

- 한·중 양국의 제작자가 영화를 공동으로 제작하는 경우 공동제작 영화에 대해 국내 영화에 부여되는 것과 동일한 혜택이 부여되도록 함으로써, 양국 간 영화 공동제작 활성화 및 문화교류 확대의 촉진 기대

- TV드라마, 방송용 애니메이션 공동제작물에 대해 국내 제작물과 동일한 혜택을 부여하기 위한 방안을 협의할 수 있는 근거 규정을 포함하여, 향후 양국 제작자에 의한 TV드라마, 방송용 애니메이션 공동제작 활성화 기반 마련

중국 FTA 최초로 별도로 금융 챕터 구성에 합의

- 금융 투명성 제고, 금융 관련 ISD 제기 시 금융 당국 간 사전 협의 근거 조항을 포함하고, 금융 서비스 위원회 설치를 통한 금융 당국 간 별도 협의 채널도 확보
- 향후 금융 분야 네거티브(Negative) 후속 협상 조항을 포함함으로써, 설립 전 투자를 포함한 포괄적 금융 서비스 자유화 및 강화된 투자 보호 확대 기대

무역장벽 완화 통한 양국 간 통신 서비스 시장 진출 기반 조성

- 통신을 중국 FTA 최초로 별도 챕터로 구성하고, 투명한 경쟁 보장 장치 확보와 중국 내 통신규제 관련 무역장벽 완화를 통한 양국 간 통신 서비스 시장 진출 기반이 조성
- 통신 서비스는 그 자체가 서비스 교역 활동이면서 동시에 다른 경제 활동의 토대가 되는 수단으로, 통신 분야의 별도 챕터 구성을 통해 여타 서비스 분야와의 동반 성장 및 활성화 기대

자연인의 이동(노동력 이동)에 있어 우리 진출 기업의 애로사항 완화

- 기업인 일시 입국·체류 요건 등을 규정하고, 재중 주재원 최초 주재 2년으로 확대* 및 상용 방문자 복수비자 발급 확대에 합의
 - * 중국은 우리 기업 내 전근자 및 투자자에게 기본적으로 1년 단위의 취업 허가 및 체류 허가를 부여하고 있어, 현지 진출 우리 투자 기업인(기업 내 전근자) 등이 매년 이를 갱신해야 하는 어려움 해소
- 상용 방문자, 기업 내 전근자, 계약 서비스 공급자의 일시 입국·체류 관련 요건 및 체류기간을 명시함으로써, 상품·서비스 교역 및 투자 관련 양국 기업인의 이동 활성화 보장

2) 투자 분야

설립 후 투자의 효과적 보호를 위한 핵심 조항을 협정문에 포함

- 내국민 대우(NT), 이행요건(PR) 부과 금지, 수용, 투자자-국가 분쟁해결절차(ISD) 등 투자 보호 조항 포함
- 외국인 투자자 대우의 최소 기준(MSOT) 조항을 포함하여 최근 국제 투자 논의 동향 반영

대중 투자자 애로 해소를 위한 투자 문의처 설치 합의

- 중국의 중앙 및 지방 단위(省)까지 설치하여 투자 애로 해소를 지원
- 우리 기업의 가장 큰 애로인 청산절차 등을 포함하여 기업 활동 전반에 걸친 관련 정보 제공

협정 발효 후 2년 내 설립전 투자를 포함한 네거티브 방식 후속 협상 개시에 합의함으로써 포괄적 투자 자유화 및 강화된 투자 보호 효과 기대

- 후속 협상 시 서비스 투자(Mode3 서비스)를 포함 전 분야 투자 유보리스트를 작성함으로써 투명성 및 예측 가능성 확보 가능

〈표 1-7〉 후속 협상 관련 양측 합의 사항

시한	• 협정 발효 후 2년 이내 개시 • 개시 이후 2년 이내 후속 협상 종결
원칙	• 설립전 투자 포함 • 네거티브 리스트 방식 • 서비스 투자(Mode3) 포함 모든 투자를 투자 챕터에 규정
주요 논의 의제	• 내국민 대우(NT), 최혜국 대우(MFN), 이행요건(PR), 부과 금지, 고위 경영진 및 이사회(SMBD), 비합치조치(NCM), 투자자-국가 분쟁해결절차(ISD), 유보리스트 등

자료 : 산업통상자원부(2015), 한중 FTA 상세설명 자료

[참고] 한·중 FTA Q&A⁴⁾

4)

산업통상자원부(2015), 한·중 FTA

상세설명 자료 Q&A

관세청(2015), 한·중 FTA 100문

100답

Q : 중국으로 APTA를 활용하여 상품을 수출하고 있는데, 한·중 FTA가 발효되면 APTA를 활용할 수 없나요?

A : FTA 또는 기타 특혜무역협정을 활용하기 위해서는 우선 수출하고자 하는 상품의 실행 세율과 특혜무역협정에서 정하는 세율을 비교하여 특혜무역협정에서 정하는 세율이 낮은 경우 이를 활용하여 관세 혜택을 누릴 수 있음

따라서, APTA(아시아태평양무역협정)에서 정하는 세율과 한·중 FTA에서 정하는 세율을 비교하여 더 낮은 세율이 적용되는 특혜무역협정을 활용하면 됨

Q : 중국산 물품이면 한·중 FTA 협정 세율을 적용 받나요?

A : 중국산 물품이 원산지 표시 목적의 중국산인지 한·중 FTA의 원산지 기준을 충족한 물품인지 여부에 따라 다름

원산지 표시와 관련해서는 대외무역법이 적용되므로, 원산지 표시 요건은 충족했다라도 한·중 FTA 원산지 기준을 충족하지 못한 경우에는 협정 세율을 적용 받을 수 없음

따라서, 한·중 FTA 협정 세율을 적용 받기 위해서는 한·중 FTA 원산지 기준을 충족하고, 원산지증명서 구비 등 협정에서 요구하는 제반 요건을 충족해야 함

Q : 원산지증명서의 유효기간은?

A : 한·중 FTA 원산지증명서의 유효기간은 발급일로부터 1년임

〈참고〉 FTA 협정별 원산지증명서 유효기간

구분	1년	2년	4년
협정명	한·아세안 FTA	한·칠레 FTA	한·미 FTA
	한·싱가포르 FTA	한·호주 FTA	
	한·페루 FTA	한·캐나다 FTA	
	한·인도 FTA		
	한·EFTA FTA		
	한·EU FTA		
	한·터키 FTA		
	한·중국 FTA		

Q₄ : 한·중 FTA 원산지증명서는 언제 발급 받아야 하나? 선적 후에도 원산지증명서를 발급 받을 수 있나요?

A : 한·중 FTA에서 원산지증명서는 물품 선적 전, 선적 시 또는 선적 후 7 근무일 이내에 발급되어야 함

만약 불가항력이나 뜻하지 않은 실수, 누락 또는 그 밖의 타당한 원인으로 인하여 원산지증명서가 선적 전, 선적 시 또는 선적 후 7 근무일 이내에 발급되지 못하는 경우에는 선적일로부터 1년 이내에 소급하여 발급받을 수 있음

또한, 물품을 수출할 때, 원산지증명서를 발급받지 못한 경우 선적일로부터 1년 이내에 '소급발급(ISSUED RETROACTIVELY)' 문구를 기재하여 소급하여 발급받을 수 있음

다만, 선적 후 7 근무일 이내에 발급되는 경우에는 소급발급 문구가 기재되지 않음

Q₅ : 한국과 중국의 FTA 원산지증명서 발급 기관은?

A : 양측은 한·중 FTA 특혜 관세 적용을 위해서는 자국법에서 지정한 기관으로부터 원산지증명서를 발급 받도록 하는 기관증명 방식 채택에 합의함

우리나라는 협정이 발효가 되면, 협정에서 규정한 사항을 '자유무역협정의 이행을 위한 관세법의 특례에 관한 법률'에 반영하여 국내법화 하고 있음

한·중 FTA는 아직 발효전이기 때문에 국내법화 하지는 않았지만, 기체결 FTA 중 기관증명 방식을 채택한 협정의 경우, 세관 또는 상공회의소대한상공회의소에서 원산지증명서 발급하고 있음

양측은 원산지증명서를 발급하기 전에 자국의 원산지증명서 발급기관명, 연락처, 인정견본 및 관련 양식과 서류를 상대국 세관 당국에 통보하도록 되어 있으나, 아직까지 중국으로부터 원산지증명서 발급기관 통보를 받지 못함

다만, APTA(아시아태평양자유무역협정)에서 중국은 '국가질량감독검험검역총국' 및 '중국 국제무역촉진위원회'에서 원산지증명서를 발급하고 있음

Q₆ : 중국으로 수출하는 물품에 대해 원산지 기준을 충족하는지 확인하려면?

A : 협정상 상품의 품목분류 및 원산지에 대한 사전심사 신청은 당사국의 수입자, 수출자 등이 할 수 있으며, 특히 중국의 경우 세관에 등록된 자만이 사전심사 신청을 할 수 있음

따라서, 우리나라 수출자가 중국에 사전심사 신청을 하고자 할 경우 직접 중국 세관에 신청할 수는 없으며, 중국 세관에 등록된 중국 수입자를 통해서 할 수 있음

Q₇ : 특혜 관세를 적용 받기 위해서는 금액에 상관없이 원산지증명서를 발급받아야 하나요?

A : 과세가격 기준 미화 700 달러 또는 이에 상당하는 자국통화에 해당하는 물품에 대해서는 원산지증명서 제출이 면제됨

단, 원산지증명서 제출을 회피할 목적으로 계획된 수입의 일부분으로 수입국의 세관 당국이 간주하는 경우에는 원산지증명서 제출 면제가 적용되지 않음

<참고> FTA 협정별 원산지 증명서 제출 면제 금액

구분	미화 200달러 이하	미화 700달러 이하	미화 1,000달러 이하	기타
협정명	한아세안 FTA	한중국 FTA	한칠레 FTA 한싱가포르 FTA 한페루 FTA 한미 FTA 한EFTA FTA 한EU FTA 한터키 FTA 한호주 FTA 한캐나다 FTA	한인도 FTA (개인 소포, 휴대품, 금액 제한 없음)

* EFTA·EU·터키 : 개인 간 소포, 여행자 개인 수하물이어야 함

Q₈ : 개성공단 관련 사항이 어떻게 반영되었나요?

A : 양측은 개성공단에서의 역외가공을 인정하여 협정 발효와 동시에 현재 생산 중인 품목에 대해 특혜 관세 혜택을 부여하기로 합의함

대상 품목은 HS Code 6단위 기준 310개 품목으로, 기체결 FTA 중 가장 많은 품목을 확보했으며, 매년 양국 합의에 따라 대상 품목을 개정하도록 함

- 원산지 지위 인정 기준은 ① 비원산지재료 가치가 수출가격(FOB)의 40% 이하
 ② 원산지재료 가치가 총재료가치의 60% 이상 요건을 동시에 충족하는 것으로 설정함

기체결 FTA		한중 FTA	
비원산지 투입가치 (임금포함)	$X 100 \leq 40(\%)$	비원산지 투입가치 (임금제외)	$X 100 \leq 40(\%)$
수출가격(FOB)		수출가격(FOB)	

Q9: 개성공단 생산품에 중국산 원재료를 사용할 수 있나요?

A : 개성공단 생산품이 한·중 FTA 특혜 관세를 적용 받기 위해서는 ① 비원산지재료 가치가 수출가격(FOB)의 40% 이하 ② 원산지재료 가치가 총재료가치의 60% 이상이어야 함

양측은 협상 과정에서 개성공단 생산품에 사용되는 원산지 재료에 중국산 재료를 누적할 수 있다고 상호 동의하였기에 개성공단 생산품에 중국산 원재료를 사용할 수 있음

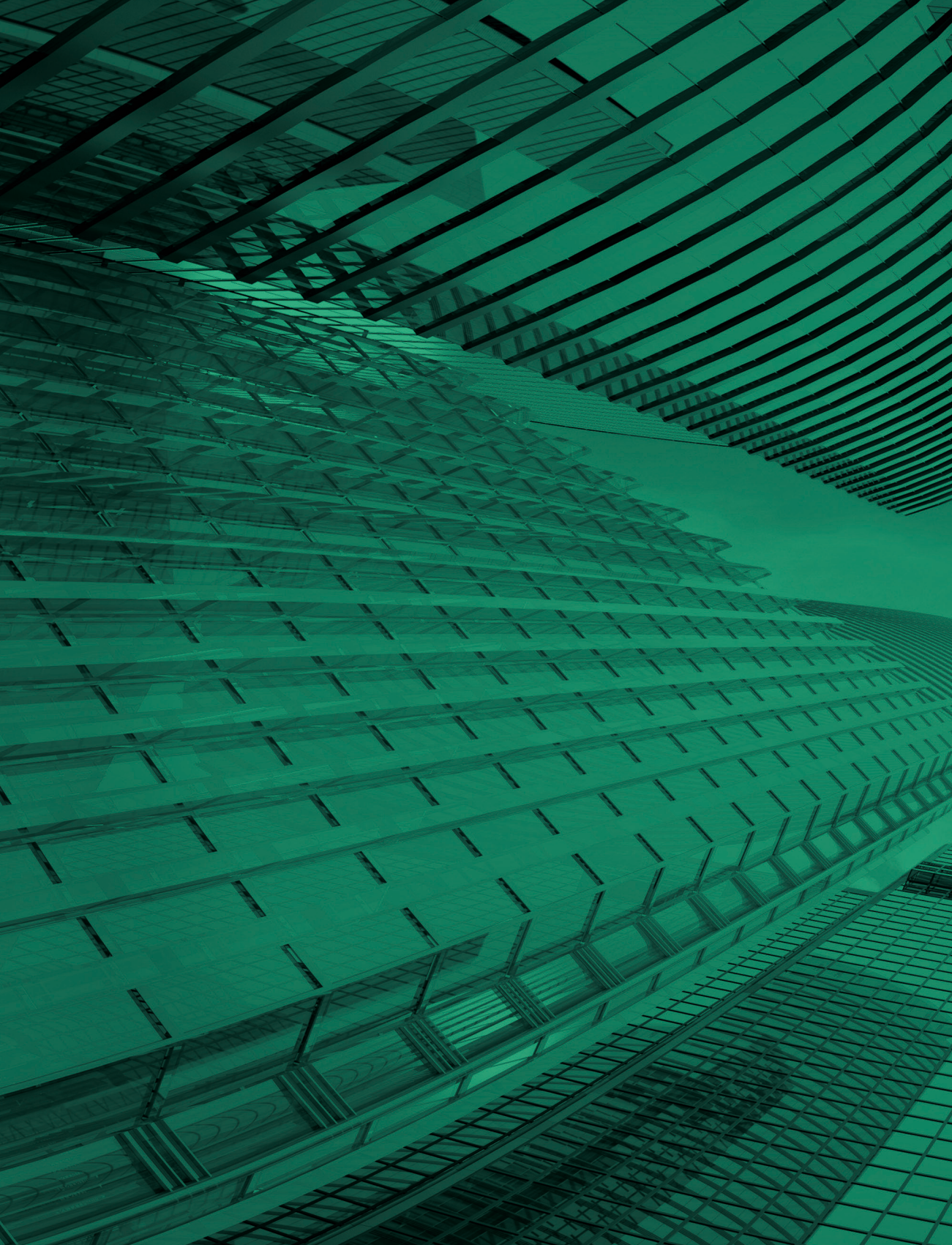
다만, 이 경우 중국산 원재료에 대해서는 향후 원산지 검증에 대비하여 중국의 원산지증명서 발급기관에서 발급한 원산지증명서와 기타 원산지 증빙자료를 보관할 필요가 있음

Q10: 전자상거래 물품을 특송 화물을 이용하여 중국으로 판매하는데,
 특송 화물 관세 면제가 되나요?

A : 한·미 FTA에서 미화 200달러 이하 특송 화물의 경우, 관세 또는 세금이 면제되지만 한·중 FTA에서는 별도의 특송 화물로 수출입되는 화물에 대한 관세 등의 면제 조항이 없음

따라서, 전자상거래 물품을 특송 화물을 이용하여 중국으로 수출하는 경우 별도의 관세 등 세액 면제를 받을 수 없음

다만, 중국의 경우 물품에 대한 세액이 50위안(약 8,800원) 이하인 경우 별도의 관세 등 세액을 납부하지 않음





II

한·중 FTA 비즈니스 모델

1. 추진 배경

중소·중견기업을 위한 '한·중 FTA 활용 중국 내수 시장 진출 비즈니스 모델' 필요

- 기존 FTA 비즈니스 모델을 바탕으로, 한·중 FTA에 초점을 맞춘 중국 내수 시장 진출 비즈니스 모델 개발
- 이를 통해 중소·중견기업의 한·중 FTA 활용도 제고에 기여하고, 중국 시장에 효과적으로 진출할 수 있는 방향 제시

중소·중견기업의 기 발효 FTA 활용률은 '14년 59%로 대기업(80%선)보다 크게 저조하며, 원산지 확인서 발급 애로 등이 주요 요인임

산업부 등 5개 부처 2015년 대통령 업무보고('15.1.15)

업종·유형·모델을 연계한 입체적인 비즈니스 모델 개발

- 상품과 서비스를 구분하여 업종·품목별 다양한 비즈니스 모델 적용
- 활용유형을 수출 촉진형, 서비스·투자진출형, 투자유치형, 글로벌 벨류체인(GVC)형, 원산지 규정 활용형으로 구분하고 FTA를 통한 한·중 간 다차원적 협력 방향 제시
- 중소·중견기업이 FTA의 복잡하고 다양한 규정을 쉽게 이해할 수 있도록 모델 해설과 품목별 적용 사례 설명을 병행 하였으며, 중국 내수시장 진출에 필요한 실무 정보를 제공

한·중 FTA 활용도 제고 및 중국 시장 진출을 위한 지원 업무에 활용

- 비즈니스 모델별 FTA 성과사업 개발, FTA 설명회를 통한 대 업체 전파
- 중국 4개 지역에 개소하는 'FTA 해외활용지원센터'의 컨설팅 자료로 활용
- 중국 바이어·투자자를 대상으로 한·중 FTA 활용 이점에 대한 홍보 추진

2. 비즈니스 모델 20선

업종분류 : 상품 분야는 MTI 1단위⁵⁾를 기준으로 9개 업종으로 분류하였고, 서비스 분야는 한중 FTA 서비스 무역 양허표 및 협정문에 포함되는 서비스 중 향후 시장 개방 확대가 기대되는 업종을 위주로 선정

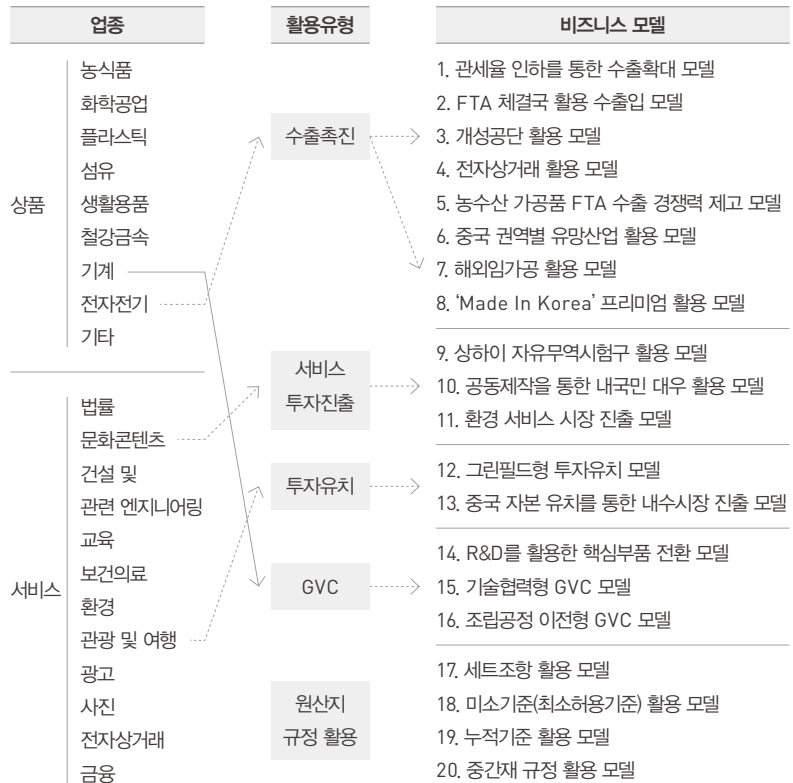
활용유형 : 수출 촉진형, 서비스투자진출형, 투자유치형, 글로벌 밸류체인(GVC)형, 원산지 규정 활용형 등 5개 유형으로 구분

비즈니스 모델 : 비즈니스 모델의 일부 명칭 및 내용은 관세청 등 유관기관에서 개발한 기존 모델을 참고하여 한중 FTA 특화 모델로 재가공함

〈그림 2-1〉 한중 FTA
비즈니스 모델 적용체계
(MAP)

5)

MTI 1단위는 농식품, 광산물, 화학공업, 플라스틱 고무 및 가죽제품, 섬유, 생활용품, 철강금속, 기계, 전자전기, 기타의 10개 항목으로 분류되고, 이중 9개 항목을 이용하였으며 항목명은 일부 변경함



〈표 2-1〉

유형별 한·중 FTA
비즈니스 모델 20선

수출 촉진형

1. 관세율 인하를 통한 수출확대 모델
2. FTA 체결국 활용 수출입 모델
3. 개성공단 활용 모델
4. 전자상거래 활용 모델
5. 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델
6. 중국 권역별 유망산업 활용 모델
7. 해외임가공 활용 모델
8. 'Made In Korea' 프리미엄 활용 모델

서비스 투자진출형

9. 상하이 자유무역시험구 활용 모델
10. 공동제작을 통한 내국인 대우 활용 모델
11. 환경 서비스 시장 진출 모델

투자유치형

12. 그린필드형 투자유치 모델
13. 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델

글로벌 벨류체인(GVC)형

14. R&D를 활용한 핵심부품 전환 모델
15. 기술협력형 GVC 모델
16. 조립공정 이전형 GVC 모델

원산지 규정 활용형

17. 세트조항 활용 모델
18. 미소기준(최소허용기준) 활용 모델
19. 누적기준 활용 모델
20. 중간재 규정 활용 모델

수출 촉진형

1) 관세율 인하를 통한
수출확대 모델

개념 및 기대효과

- 한·중 FTA 협상을 통해 중국의 대한 수입품목 91%(수입액 85%)의 관세가 인하 또는 철폐되어, 한국 수출업체의 가격경쟁력 제고가 가능한 모델
- 중국 바이어에게는 수입단가 인하 효과가 있어 한국 수출업체의 협상력을 높이고, 신규 시장 확보 기대

* 중국 바이어 83%가 한·중 FTA 발효 시 수입 확대 답변, 수입확대 이유는 '관세철폐에 따른 한국산 제품의 가격인하'가 69%로 가장 높았고, 다음으로 '비관세장벽 철폐 효과'가 17%를 차지 (KOTRA 설문, '14.11)

〈그림 2-2〉 관세율 인하를
통한 수출확대 모델 체계도

YES FTA
차이나 센터(국내)

- 수출품목분류
- 원산지 결정기준
- 원산지증명 발급 상담

한·중 FTA
활용지원센터(중국)*

- FTA 정보제공
 - 현지 상담서비스
- * 베이징, 상하이, 청두, 칭다오



차이나 데스크(국내)

- 한·중FTA활용 원스톱 지원
- 상담·컨설팅
 - 애로사항 발굴·해소
 - 중국 수출시장 개척



- 특혜관세수출
- 수출경쟁력 강화

적용 가능 사례

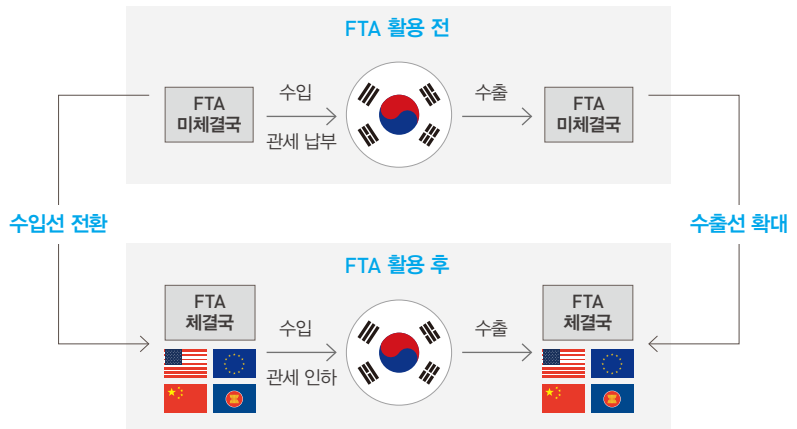
- A사는 산업용 집진기를 생산하여 중국으로 수출 중으로, 산업용 집진기 (중국 HS code 8421.39-21)의 기존 중국 수입 관세율은 5%임
- 한중 FTA 발효 즉시, 산업용 집진기의 중국 수입 관세율은 5% → 0%로 철폐되어, 가격경쟁력 제고로 인한 수출 확대 기대

2) FTA 체결국 활용 수출입 모델

개념 및 기대효과

- FTA 미체결국에서 체결국으로 거래선을 변경하여 비용을 절감할 수 있는 모델
- 원부자재 수입선을 FTA 미체결국에서 체결국으로 전환하여 생산 원가 절감
 - * FTA 체결국에서 수입한 원재료는 원산지 누적기준이 적용되어 한국산으로 간주, 원산지 결정 기준 충족 용이
- 원가 절감을 통한 가격경쟁력 제고 및 새로운 수출선 확보 기대

〈그림 2-3〉 관세를 인하를 통한 수출확대 모델 체계도



적용 가능 사례

- 전기통신 분야에서 사용되는 진공관 중 하나인 자전관(Magnetrons, HS 8540.71)은 주요 부품을 미국, 영국에서 수입하여 중국으로 수출하는 품목
- 미국, EU 등 FTA 체결국에서 특혜 관세로 부품을 수입하여 생산원가를 절감하는 동시에, 대중 수출시 한중 FTA를 통한 가격경쟁력 향상으로 비용 절감 효과 극대화

3) 개성공단 활용 모델

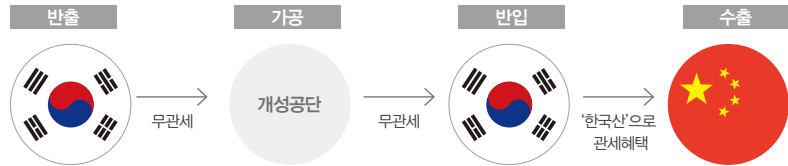
6)

역외가공은 FTA 원산지 규정의 예외조항으로 원재료 및 부품을 수출해 역외에서 가공한 후 재수입한 최종 물품에 대해 원산지 지위를 인정하는 제도로, 한·중 FTA에서 개성공단을 역외가공지역으로 지정

개념 및 기대효과

- FTA 원산지 규정의 예외조항인 역외가공⁶⁾ 인정 규정을 활용한 모델
- 한국에서 원재료 및 부품을 개성공단으로 반출 → 개성공단에서 가공 → 국내로 재반입 → 최종물품 중국으로 수출
- 개성공단에서 가공 시 중국이나 국내에 비해 인건비가 저렴하고, 무관세로 반·출입이 가능하여 원가 절감이 가능
- * 한·중 FTA 개성공단 역외가공 인정 품목 수는 HS Code 6단위 기준 310개로 기체결 FTA에 비해 활용도 높음 (한-EFTA 267개, 한-인도 108개, 한-아세안, 페루, 콜롬비아 각각 100개)
- 개성공단 입주 기업들의 대중 수출 판로 개척 및 공단 국제화에 기여

〈그림 2-4〉 개성공단 활용 모델 체계도



적용 가능 사례

- 전기밥솥을 생산하는 업체인 D사는 개성공단을 포함한 국내 3곳에 생산기지를 두고 있으며, 완제품을 중국으로 수출 중임
- 한·중 FTA를 통해 개성공단에서 생산한 제품 또한 한국산으로 인정되어, 특혜 관세 적용을 통한 대중 수출경쟁력 제고 가능

4) 전자상거래 활용 모델

개념 및 기대효과

- 통관 간소화, 물류 시스템 개선 등 한-중 FTA를 통해 조성된 전자상거래 활성화 기반을 활용한 수출 촉진 모델
- 중국 내 전자상거래 플랫폼, 대 중국 역직구 플랫폼을 통한 우리 중소기업의 대중 수출 편의성 제고 기대
 - * FTA 이행과정에서 중국 측에 특송화물 면세제도 개선 요청 예정
- 중국의 전자상거래 활성화 정책을 우리기업의 수출로 연계 추진
- 중국 전자상거래 업체의 한국 진출 확대를 통한 수출 촉진 기대
 - * 알리바바, 제이디닷컴, 웨이핀후이 등 중국 전자상거래 BIG3 업체, 한국진출 및 한국 제품 소싱 추진('15.4.1 서울경제 등)

〈그림 2-5〉 전자상거래 활용 모델 체계도



참고

- 한-중 FTA 시범지구 인천-中 웨이하이 간의 지방경제협력력 강화 합의를 통해 전자상거래가 활성화 될 것으로 기대('15.7.22)
- * 지방경제협력력사항 14대 분야 40개 프로젝트 중 전자상거래 관련 합의 내용은 물품 세금감면 확대, 전자세관 구축, 통관시간 단축, 입항물류 시설 확충, 지불편리화 추진 등임

5) 농수산물 가공품

FTA 수출 경쟁력 제고 모델

개념 및 기대효과

- 한·중 FTA를 활용하여 청정 농수산물의 대중국 수출 판로를 확대하고, 농수산물 가공식품의 고부가가치화로 수출경쟁력을 강화하는 모델
 - * 한국산 신선제품 직수출 또는 가공수출
 - * ASEAN, 칠레, 페루 등 FTA 체결국에서 원재료 수입·가공 후 수출
- 청정 농수산물은 관세혜택을 통해 대중국 수출 판로 확보 및 수출경쟁력 강화
 - * 중국 등 세계시장을 겨냥한 제2의 파프리카 육성(인삼, 유자차, 버섯, 화훼, 유제품) 등 품목별·국가별 맞춤형 수출 전략을 수립(농림축산식품부)
- FTA 체결국에서 원재료를 수입하여 가공 식품을 생산할 경우, 원가 절감이 가능하고 원산지 충족 용이
 - * 가공 식품은 역외산 원재료를 사용해도 생산 공정이 국내에서 이루어지면 국내산으로 인정되어 FTA 특혜 적용 가능

〈그림 2-6〉 농수산물 가공품
FTA 수출 경쟁력 제고
모델 체계도



적용 가능 사례

- B사는 베트남에서 수입한 원두를 한국에서 가공하여 조제커피를 생산하는 기업으로 현재 중국으로 수출 중
 - * 가공식품인 조제커피(2101.12-00)의 경우, 비원산지 재료인 베트남 원두를 사용해도 국내에서 가공하면 한국산으로 인정받아, 중국으로 수출 시 특혜 관세를 적용 받을 수 있음
- 한·중 FTA 발효 시, 조제커피의 중국 수입 관세율 30%가 1년에 1.5%씩 20년간 균등 철폐되어 수출경쟁력 강화로 인한 수출 확대가 예상됨

6) 중국 권역별 유망산업 활용 모델

7)

KOTRA(2015), 중소기업
중국 내수시장 진출 종합 안내서

개념 및 기대효과

- 중국 권역별⁷⁾ 유망산업을 고려한 맞춤형 전략 수립으로 내수시장에 효과적으로 진출할 수 있는 모델
- 중국은 7대 권역 내 31개 성시로 구분되고, 한 개의 성이 웬만한 국가와 비슷한 규모인 만큼 권역별 다양한 특성을 반영한 진입 전략이 필요함
- 권역별로 성장 가능성이 있는 유망 분야 공략을 위한 맞춤형 상품 및 서비스를 개발하여 효율적이고 안정적인 시장 진입 기반 마련

〈그림 2-7〉 중국 권역별
유망산업 활용 모델 체계도



8)

KOTRA(2015), 중소기업
중국 내수시장 진출 종합 안내서

적용 가능 사례⁸⁾

- (상하이) 향후 아태지역 바이오 의약 고가 제품 제조허브로 부상할 전망으로, 항체약물, 백신, 임상진단기기 및 진단시제 등 유망분야 맞춤형 상품을 개발하여 시장 진출
- (선전) 선전은 중국 내 가장 중요한 역할을 하는 항구 도시로 현대 물류업이 발달해있고 최근 홍콩 서비스 산업이 투자코스트가 낮은 선전으로 대거 이동하는 추세

* 진출 유망 분야인 물류, 금융, 통신, 컨설팅 등의 서비스업 공략

7) 해외임가공 활용 모델

9)

한 국가의 업체가 다른 국가의 업체에 원자재를 제공하여 생산을 위임하고, 생산된 제품을 다시 들여오거나 제3국에 수출하는 무역거래 형태. 기획재정부, 시사경제용어사전 (www.mosf.go.kr)

10)

관세청(2009).
한·아세안 FTA 활용방안

개념 및 기대효과

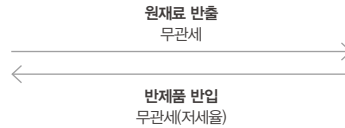
- 해외임가공⁹⁾ 후 재수입 시, FTA 특혜 관세와 해외임가공 면세를 적용받아 원가 절감이 가능한 모델
- 해외에서 임가공 후 수입되는 당해물품 전체에 대하여 협정관세 적용이 가능¹⁰⁾
 - * 다만, 임가공 물품이더라도 협정관세를 적용받기 위한 요건(원산지 증명서 등)을 만족해야 함
- 당해물품의 원부자재는 관세법 규정(제101조)¹¹⁾에 의해 감면대상 물품에 해당되면 추가로 관세감면 가능
 - * 임가공비 등은 관세감면 대상이 아니므로 협정세율만 적용받게 됨

〈그림 2-8〉 해외임가공 활용 모델 체계도

11)

관세법 제101조(해외임가공물품 등의 감세) 및 동법 시행규칙 제56조(관세가 경감되는 해외임가공물품) 다음 어느 하나에 해당하는 물품이 수입될 때에는 그 관세를 경감할 수 있음

1. 원재료 또는 부분품을 수출하여 제85류 및 제9006호에 해당하는 물품으로 제조하거나 가공한 물품
2. 가공 또는 수리할 목적으로 수출한 물품으로서 가공 또는 수리하기 위하여 수출된 물품과 가공 또는 수리 후 수입된 물품의 HS 10단위가 일치하는 물품 등에 해당하는 물품



적용 가능 사례

- C패션 기업은 중국에서 임가공 후 재수입 시, 관세법 규정에 의해 원부자재에 대한 관세감면을 받았음
- 한·중 FTA 발효 시, 임가공 물품의 원부자재에 대한 감세뿐만 아니라 해당 물품 전체에 대해 협정관세 적용이 가능하여 전반적인 원가절감 효과를 기대할 수 있음

8) 'Made In Korea' 프리미엄 활용 모델

개념 및 기대효과

- 해외임가공 후 재수입한 반제품을 원산지 결정 기준 판정에 영향을 줄 수 있는 공정으로 추가 가공하여 한국산으로 수출하는 모델
- 베트남 등 동남아 국가와 중국등지에서 임가공 후 한국에서 고부가가치 제품으로 가공하여 '메이드 인 코리아' 프리미엄을 더해 수출 확대 기대
- 원산지 요건을 충족하여 FTA 체결국으로 수출 시, 특혜 관세를 통해 가격 경쟁력 제고 가능

* 한국에서 FTA 체결국으로 수출 시, 해당 FTA 협정관세를 적용받기 위한 요건(원산지증명서 등)을 만족해야 함

〈그림 2-9〉
'Made In Korea'
프리미엄 활용 모델 체계도



적용 가능 사례

- 중국에서 임가공 후 반제품 상태인 HS 9013.80호 LCD를 수입하여, 한국에서 HS 8531.20호 LCD로 가공하면 한국산으로 대중 수출이 가능
 - * HS 9013.80호 기타의 LCD는 유리 기판에 액정만 주입된 상태인 것이고, HS 8531.20호 LCD는 전기적으로 작동되는 것으로 가공 정도의 차이가 있음
- 원산지 결정 기준을 충족하여 한국산으로 인정받을 경우, 대중 수출 시 FTA 관세 혜택을 통한 가격경쟁력 제고가 가능하고 'Made In Korea' 프리미엄을 더해 수출경쟁력 강화

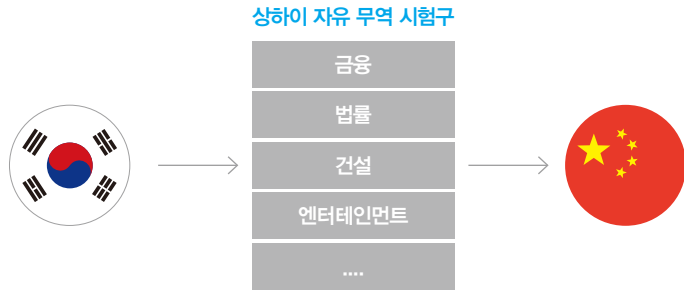
서비스 투자진출형

9) 상하이 자유무역 시험구 활용 모델

개념 및 기대효과

- 상하이 자유무역시험구(FTZ)를 활용한 서비스·투자 진출 모델
- 금융, 법률, 엔터테인먼트, 병원 등 중국 내 경영활동 규제가 심한 업종의 기업이 테스트 베드로 활용 가능
 - * 법률서비스의 경우 중국 로펌과의 합작 시, 중국 전역의 고객을 대상으로 영업활동이 가능
 - * 한국 건설기업이 상하이 지역에서 제한 없이 중외합작 프로젝트를 수주할 수 있도록 허용
- 상하이 자유무역시험구를 중국 서비스 분야 내수시장 진출을 위한 레버리지로 활용

〈그림 2-10〉 상하이
자유무역시험구 활용 모델
체계도



참고

- 상하이 자유무역시험구(‘13. 9. 29 출범)
 - * TPP, RCEP, FTA 등 국제통상 환경의 변화에 적극 대응하기 위해 상하이에 외국인투자 자유화, 무역/통관 간소화, 금융개방 등 실험을 위해 설립한 자유무역 지구
- 상하이 자유무역시험구 확장 및 신규 자유무역시험구 건설(‘15.4.21)
 - * 상하이 자유무역시험구는 기존의 4개 보세지역 외 루자주이금융구역, 장장하이테크원구, 진차오개발구까지 확대됨
 - * 광둥, 텐진, 푸젠 자유무역시험구를 신규 개장

10) 공동제작을 통한 내국민 대우 활용 모델¹²⁾

12)

2014년 7월 체결된 '대한민국 정부와 중화인민공화국 정부 간의 영화공동제작에 관한 협정'에서 한중 합작영화와 공동제작영화로 승인받는 경우 중국 내에서 자국영화로 인정하는 내용에 합의하였고, 동일한 사항에 대하여 한중 FTA 협정문 부속서 8-나에 명시적으로 기재함

13)

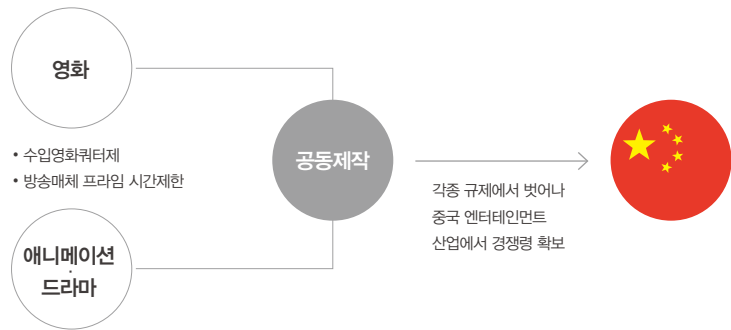
한중 FTA 서비스 협정 부속서

개념 및 기대효과

- 영화, TV 드라마 등 영상물을 중국 기업과 공동 제작하면 내국민 대우가 가능한 모델
- TV 드라마, 영화, 애니메이션 등 분야에서 공동제작 활성화 기반 마련으로 엔터테인먼트 산업 진출 및 한류의 지속적 확산 기대
- 영화는 공동제작으로 수입쿼터 및 이익배분 등 제한 완화 효과
- 방송시간, 횟수, 시간대 등 수입 방송물 제한 완화로 한류의 지속적 전파 기대

* TV 드라마 및 방송용 애니메이션은 중국내 제작용과 동일한 혜택을 받을 수 있는 협의 근거 마련¹³⁾

〈그림 2-11〉 공동제작을 통한 내국민 대우 활용 모델 체계도



14)

騰訊娛樂(2015), “习大大签订合拍协议后 中韩又多了哪些新玩法”

15)

산업연구원(2013), 중국 콘텐츠산업의 규제정책 변화와 시사점

적용 가능 사례

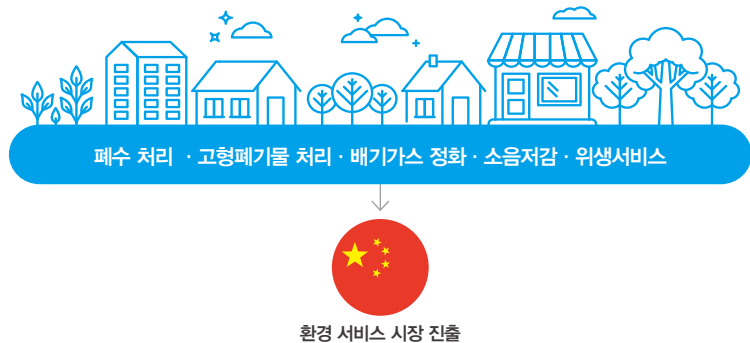
- **(영화)** 한중 합작영화가 공동제작영화로 승인받는 경우, 중국 자국 영화와 같이 수입쿼터의 제한을 받지 않고, 순수 관객 수입의 43%를 받게 됨¹⁴⁾
- **(방송물)** 수입 영화, 드라마는 중국 TV 채널의 당일 방영시간 25%를 초과할 수 없고, 프라임 시간대(19:00-22:00) 방영이 금지¹⁵⁾되고 있으나 공동제작물로 인정될 경우 이러한 규제를 피할 수 있음

11) 환경 서비스 시장 진출 모델

개념 및 기대효과

- 중국의 환경시장 개방 또는 진입장벽 완화를 활용한 시장 공략 모델
- 한·중 FTA를 통해 중국이 폐수, 고형 폐기물 처리, 배기가스 정화, 소음저감, 위생 서비스 등 5개 분야에 대하여 한국 기업의 단독법인 설립을 허용
- 또한, 2015년 신환경보호법 시행 등 중국의 환경규제가 강화되면서 수 처리, 배기가스 정화와 같은 환경 서비스에 대한 수요 증가가 예상되어 한국 기업의 중국 환경 서비스 시장 진출 기회 확대

〈그림 2-12〉 환경 서비스
시장 진출 모델 체계도



적용 사례

- 중국은 2013년부터 고형폐기물인 페타이어 관리 시스템을 도입하고, 페타이어 관련 업체에 대해 등록제를 시행하여 매년 적합여부를 심사 하고 있음
 - * 중국 폐기물 처리업체들은 페타이어 친환경 처리기술 부족
- D사는 페타이어를 친환경적으로 열분해 하여 재생 오일 및 카본블랙, 기타 재생자원 형태로 100%로 환원시키는 TTE(Tire To Energy)사업의 첫 수주계약을 중국의 C그룹과 체결('14.1)
- 한·중 FTA를 통한 중국 환경서비스 시장 개방과 중국 정부의 친환경 정책 추진으로, 우수한 친환경 기술력을 보유하고 있는 한국 기업의 중국 진출 확대 기대

투자유치형

12) 그린필드형

투자유치 모델

16)

해외 투자 시 기업 스스로 부지를 확보하고, 공장 및 사업장을 설치하는 외국인직접투자(foreign direct investment), 한국경제신문, 한경 경제용어사전(shankyung.com/dic/)

개념 및 기대효과

- 한국이 글로벌 FTA의 허브(린치핀)로 부상하면서, 이를 외국기업에 대한 투자유치로 연계하는 모델
 - * 미국, EU 등 FTA 기 체결국 기업들이 한국을 중국 진출 교두보로 활용
 - * 중국 기업이 한국을 미국, EU 등 한국 FTA 체결국 진출 거점으로 활용
- 한국이 미국, EU, 중국 등 거대 경제권과의 FTA 체결로 글로벌 FTA의 허브로 부상하면서 외국기업들의 대 한국 투자 활성화 기대
- 한·중 FTA 산업단지의 한국 측 추진지역으로 새만금이 단독 선정되어, 중국 및 제3국의 그린필드형 투자¹⁶⁾유치로 국내 고용창출 및 수출확대 기대

〈그림 2-13〉 그린필드형 투자유치 모델 체계도



적용 사례

- 중국 태양광 제조업체 C사가 새만금 개발청과 3억 달러 상당의 투자 협약 체결(15.6), 중국기업의 그린필드형 한국투자 사례 중 최대 규모임

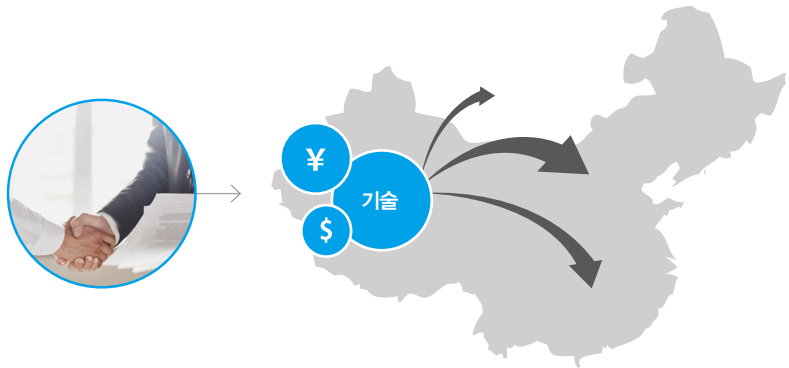
13) 중국 자본 유치를 통한

내수시장 진출 모델

개념 및 기대효과

- 경험, 정보, 자금력이 부족한 국내 중소기업들이 중국 자본 유치를 통해 중국 내수시장에 진출하는 모델
- 한·중 FTA가 해외 자본 유치의 동력으로 작용하여 우리 기업의 자금조달 기회가 확대되고, 이를 활용한 중국 내수시장 진출 확대 기대
- 기술력·기획력은 뛰어나지만 자본력이 부족한 국내 중소기업이 중국 자본과 현지 기업의 네트워크 등을 활용하여 중국 시장에서 경쟁력 강화 기대

〈그림 2-14〉 중국 자본
유치 통한 내수시장 진출
체계도



적용 사례

- 한국정부(중소기업청)는 중국의 유명 벤처캐피털인 I사와 1천억 원 규모의 벤처펀드를 조성하여 한국 스타트업 기업들의 중국 시장 진출을 지원할 예정

글로벌 벨류체인(GVC)¹⁷⁾형

14) R&D를 활용한 핵심부품 전환 모델

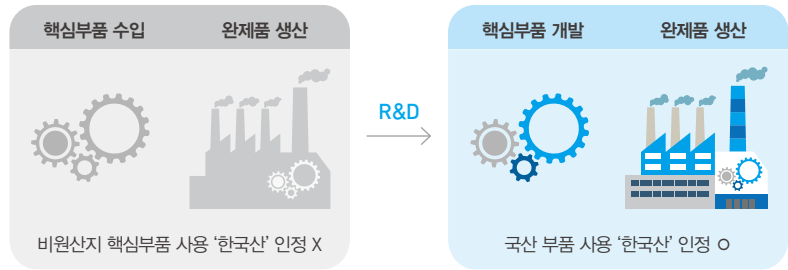
17)

글로벌 벨류체인이란 상품의 기획, 생산, 판매에 이르는 벨류체인의 전범위 과정이 글로벌 차원에서 이루어지는 것을 말함. 중소기업연구원(2007), 글로벌 가치사슬과 중소기업의 국제화 과제

개념 및 기대효과

- 제품의 핵심부품이 비원산지 상품으로 원산지 결정 기준 충족이 어려울 경우, R&D를 통해 국산 핵심부품으로 전환함으로써 해당 제품의 '한국산' 인정을 용이하게 하고 동시에 기술력을 강화하는 모델
- 국산 부품으로 전환하여 해당 제품의 원산지 결정 기준 충족이 용이해지고, FTA 특혜 관세 적용으로 수출경쟁력 강화
- 핵심 부품에 대한 자체 기술 역량을 확보함으로써 글로벌 벨류체인 내에서 국내 기업의 경쟁 우위 확보 기대

〈그림 2-15〉 R&D를
활용한 핵심부품 전환 모델
체계도



적용 사례

- 미국에서 전량 수입하던 광통신 핵심소자인 '질화갈륨(GaN) 소자'의 제조공정 기술 개발에 성공하여, GaN 전력소자 국산화를 통한 신산업 창출 예상
- 수동소자, 고화소 카메라 모듈, 광학 소재는 중국 업체가 쉽게 생산할 수 없는 분야로 독보적 기술력을 보유한 국내 업체가 당분간 중국 특수를 누릴 것으로 보임

* 해당 핵심부품의 기술 역량을 확보하고 FTA 특혜 향유 기대

15) 기술협력형

GVC 모델

개념 및 기대효과

- 한국기업과 중국기업의 장점을 활용하여 제품 생산과 제 3국 시장 진출을 연계하는 'Made With China' 모델
- 한국은 기술력으로 핵심부품을 개발하여 중국에 수출 → 중국은 제품화 능력으로 완제품 생산 → 완제품을 제 3국으로 수출
- 중국의 수출제품 다변화 및 고도화 추세 등 중국 내 생산 환경변화를 한-중 FTA 효과와 연계하여 수출 확대 추진
- 중국의 제품화 능력에 한국의 기술을 더해 제 3국 시장으로 수출 확대

〈그림 2-16〉 기술협력형
GVC 모델 체계도



적용 가능 사례

- 중국은 수출용 주유기 생산에 필요한 핵심부품(모터)을 일본, 한국 등에서 수입 중으로, 한-중 FTA의 관세혜택을 통해 한국산 모터가 가격 경쟁력에 있어 우위를 점할 것으로 기대
- 한국의 기술력과 중국의 제품화 능력을 더해 주유기를 생산함으로써 양국이 윈윈(win-win) 할 수 있는 협력 구조 구축

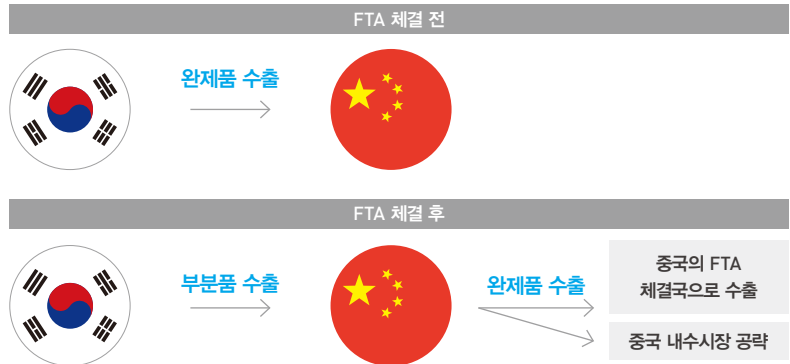
* 한국 기업은 중국 시장에 안정적으로 진출하고, 중국 주유기 생산 기업은 한국산 고품질 모터를 사용함으로써 중국산 제품에 대한 저가 이미지를 탈피하고 수출 확대 기대

16) 조립공정 이전형 GVC 모델

개념 및 기대효과

- FTA 협정 결과 완제품보다 해당 부분품에 대한 관세 인하 효과가 클 경우 FTA 체결국에 특혜 관세로 부분품을 수출하고, 체결국 내 생산기지를 설립함으로써 상대국과 제3국간의 FTA 활용이 가능한 모델
- 한·중 FTA 및 중국이 체결한 FTA를 연속 활용하여 관세절감 효과 극대화
 - * 원료 및 반제품은 한·중 FTA를 활용하여 중국으로 특혜수출하고, 중국 내에서 생산된 완제품은 중국의 FTA를 활용하여 무관세(저세율)로 수출
- 완제품을 수출하는 것보다 저렴한 원가로 중국 내에 공급하여 내수시장 선점 기대

〈그림 2-17〉 조립공정
이전형 GVC 모델 체계도



적용 가능 사례

- B사는 각종 고무 제품을 생산하는 업체로 국내에서 모든 제조가공을 마치고 완제품을 중국으로 수출하는 형태의 거래만 해왔음
- 한·중 FTA를 적극 활용하여 물품의 가공단계별 관세율 차이에 대해 종합적으로 검토한 후, 비용 절감 효과를 극대화 할 수 있는 방안을 마련할 계획
 - * 고무 원재료를 공급한 후 중국에서 가공하는 것이 완제품을 수출하는 것보다 전체적인 비용 절감 효과가 클 경우, 중국에 생산기지를 두고 완제품을 현지 시장에 저렴하게 공급하여 중국 내수시장 공략
 - * 또한, 중국에서 생산한 완제품은 중국의 FTA 체결국으로 수출함으로써 수출선 확대 및 관세 혜택 향유 기대

17) 세트조항¹⁸⁾ 활용 모델

18)

세트의 모든 구성품이 원산지 상품인 경우 원산지 상품으로 간주하나 예외적으로 세트가 원산지 및 비원산지 상품으로 구성되는 경우, 비원산지 상품의 가치가 그 세트의 본선인도가격(FOB)의 15%를 초과하지 않으면 그 세트는 원산지 상품으로 간주

개념 및 기대효과

- 원산지 상품 및 일정 비율 이하의 비원산지 상품으로 구성된 세트일 경우 세트조항을 활용하여 원산지 결정 기준을 충족시키는 모델
- 세트 물품¹⁹⁾으로 수출하는 업체의 경우 일정비율 이하의 비원산지 상품 사용이 가능하여 원산지 결정 기준 충족이 용이
- 세트조항을 활용하여 효과적으로 FTA 특혜 관세를 향유하고, 수출경쟁력 강화

<그림 2-18> 세트조항 활용 모델 체계도

19)

동 모델을 적용하기 위해서는 세트물품이 HS 통칙 3에 따른 세트물품으로 인정이 되어야 가능 [HS CODE 통칙 3에 따른 세트물품의 인정 기준]

- 서로 다른 HS CODE 4단위에 분류될 수 있는 둘 이상의 제품으로 구성된 것
- 어떤 요구를 충족시키기 위해서나 어떤 특성의 활동을 행하기 위하여 함께 조합된 것
- 재포장 없이 소비자에게 직접 판매되도록 소매용으로 포장된 것



적용 가능 사례

- G사가 생산하는 제도키트 구성품 중 일부는 비원산지 상품임
* 제도키트(자, 계기판, 제도용 콤팩트 등을 인조 플라스틱 케이스에 넣은 세트물품)
- 한중 FTA 세트 조항 적용 시, 제도키트 내 비원산지 상품의 가치가 해당 세트 본선인도가격(FOB)의 15%를 초과하지 않으면 키트 전체를 한국산으로 인정함
* 원산지 결정 기준을 충족하여 특혜 관세를 적용받을 수 있어 가격경쟁력 강화

18) 미소기준

(최소허용기준)²⁰⁾

활용 모델

20)

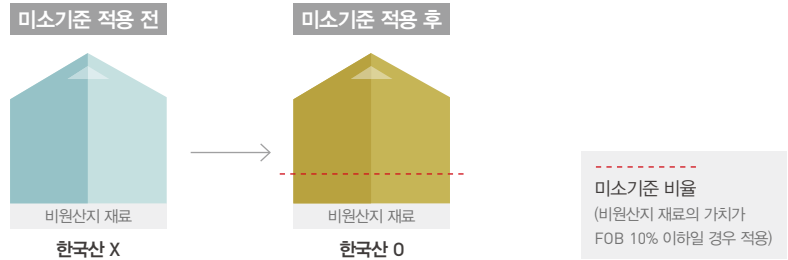
어떤 물품의 생산과정에 사용된 비원산지 재료가 당해물품에서 차지하는 비중(가격 혹은 중량)이 아주 미미한 경우에는 품목별 원산지요건(PSR)을 충족하지 못하더라도 원산지물품으로 인정할 수 있도록 하는 제도

— 한중 FTA에서는 해당 상품 생산에 사용된 모든 비원산지 재료의 가치가 그 상품의 본선인도가격(FOB)의 10%를 초과하지 않는 경우 원산지 물품으로 인정(HS의 제 15류~24류, 50류~63류 제외)

개념 및 기대효과

- 원재료 중 일정비율 이하의 물품에 대하여 미소기준을 적용하여 원산지 결정 기준을 충족시킴으로써 원산지관리를 간소화하는 모델
 - 세번변경기준 물품의 원산지 판정 시, 가격이 미미한 비원산지 재료에 미소기준을 적용하여 원산지 결정 기준을 충족하고 수출경쟁력 확보
- * 세번변경이 발생하지 않은 비원산지 재료의 사용이 가능하여 원산지관리 부담을 최소화하는 효과 창출

〈그림 2-19〉 미소기준 활용 모델 체계도



적용 가능 사례

- U사는 공기정화기(HS 8421.39, 6단위 세번변경 기준) 생산 업체로 부품품 중 헤파필터와 마이크로필터는 수입하고 있음
- * 헤파필터와 마이크로필터는 완제품인 공기정화기와 동일 세번으로 분류되어, 원산지 결정 기준(6단위 세번변경)을 충족하지 못해 한국산으로 인정 불가
- 한중 FTA 미소기준 활용 시, 비원산지 재료인 헤파필터와 마이크로필터의 가치가 공기정화기 본선인도가격(FOB)의 10%를 초과하지 않는 경우 한국산으로 인정

19) 누적기준²¹⁾ 활용 모델

21)

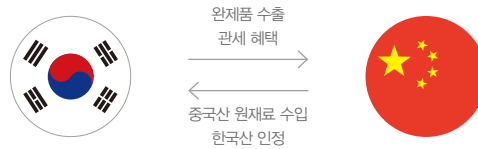
누적규정은 원산지 영역을 확대하여
역내산 재료사용과 역내가공을 촉진
하고 시장통합의 효과를 극대화하기
위한 규정으로 FTA의 기본원칙

- (재료누적) 계약상대국으로부터
수입한 재료를 사용한 경우 원산지
판정 시 원산지물품으로 인정되며
모든 FTA에서 인정단 원산지증빙서류
첨부 필요)
- (공정누적) 상대국 수행 생산공정을
자국 수행 생산공정으로 간주하는
것으로 한중 FTA에서는 불인정

개념 및 기대효과

- 계약상대국으로부터 수입한 원재료를 사용하여 제품을 생산하는 경우 그 원재료를
국내산으로 인정하여 원산지 결정 기준 충족을 용이하게 하는 모델
- 중국에서 원재료를 수입 → 한국에서 가공·완제품 생산 → 완제품을 중국으로 수출
- 중국에서 원재료 수입 시 FTA 특혜 관세를 적용받아 원가를 절감하고, 대중 수출 시
누적기준 적용으로 원산지 결정 기준을 쉽게 충족하여 양국 간 교역 증대 기대

〈그림 2-20〉 누적기준
활용 모델 체계도



적용 가능 사례

- 플라스틱 사출 성형품의 원산지 결정 기준은 세번변경(CTH)이며, 한국은 플라스틱
원재료(염화비닐, 폴리아미드 등)를 주로 중국에서 수입
- 중국에서 원자재를 수입 시 FTA 특혜 관세 적용이 가능하고, 한국에서 식탁·주방용품,
건축용품, 기계용의 부분품 등으로 사출 성형하여 중국으로 재수출하는 경우,
누적기준 적용으로 수출물품의 원산지 기준을 쉽게 충족할 수 있음

20) 중간재 규정²²⁾

활용 모델

22)

한중 FTA에서는 중간재 규정을 별도로 두고 있지 않으나, 제35조 제3항에서 당사국에서 원산지 지위를 획득한 상품(A)이 그 당사국에서 다른 상품(B)의 제조에 재료로 사용될 경우, 상품 B의 원산지 판정 시 상품 A의 생산에 사용된 비원산지 재료의 가치를 고려하지 않는 Roll-up 원칙 규정, 산업통상자원부(2015), 한중 FTA 상세설명 자료

개념 및 기대효과

- 부가가치 기준으로 최종제품의 원산지 판정 시, 중간재 규정을 적용하여 FTA 활용률을 제고할 수 있는 모델

중간재 규정 : 최종제품 생산자가 원산지 재료와 비원산지 재료로 만든 중간제품을 최종제품에

사용할 경우, 중간제품이 원산지 결정 기준을 충족하면 비원산지 재료를 무시하고 중간제품의 가격 전체를 최종제품의 역내 부가가치로 인정

- 비원산지 재료비가 역내산 부가가치에 포함되면서, 역내 부가가치 증대로 인해 원산지 기준 충족이 용이해짐

〈그림 2-21〉 중간재 규정
활용 모델 체계도



23)

국제원산지정보원
(www.origin.or.kr)

적용 가능 사례²³⁾

- CCTV 시스템 생산 업체가 메인보드(국산)와 하드디스크(비원산지 재료)를 이용해 녹화기를 직접 만든 경우, 해당 녹화기는 중간재의 지위를 갖게 됨
- 중간재인 녹화기(DVR)가 원산지 결정 기준을 충족한다면, 하드디스크 가격을 포함한 녹화기(DVR) 가격 모두를 원산지 재료비로 계상이 가능

* 역내 부가가치 증대로 인해 원산지 기준 충족이 용이



The background of the entire page is a blue-tinted image. It features the silhouettes of four people walking from left to right. In the background, there is a faint, stylized image of a city skyline with various buildings and a bridge. The overall aesthetic is professional and modern.

III

분야별 FTA 활용정보

1. 상품 분야

진출 유망 품목 리스트

번호	업종	품목	중국 HS CODE	선정기준			페이지
				소비트렌드	정부 정책	관세 인하	
1	농식품	조미김	20089931	√		√	066
2	농식품	유제품 (우유)	04012000	√			068
3	농식품	건조과일 (감귤류)	20083090	√		√	070
4	농식품	유아용 분유	19011010	√			072
5	농식품	인삼 제품 (홍삼 추출물)	13021990	√		√	074
6	농식품	이너뷰티 제품 (뷰티 식품)	21061000	√		√	076
7	농식품	육가공품 (소시지)	16010010	√		√	078
8	농식품	커피	21011200	√		√	080
9	농식품	과일주스	20099010	√		√	082
10	농식품	베이커리 제품 (스위트 비스킷 등)	19053100	√		√	084
11	농식품	에센셜 오일	33012999	√		√	086
12	농식품	천연꿀	04090000	√		√	088
13	화학공업	벽지	48142000		√		090
14	화학공업	인조대리석	68101910		√	√	092
15	화학공업	친환경 특수도료	32089090		√	√	094
16	화학공업	여성위생용품 (생리대)	96190090	√		√	096
17	화학공업	주방용 유리제품 (유리밀폐용기 등)	70134900	√		√	098
18	화학공업	의약품	30042019			√	100

19	화학공업	화장품 (기초제품)	33049900	√		102
20	화학공업	화장품 (입술화장용 제품)	33041000	√		104
21	화학공업	삼푸	33051000	√		106
22	화학공업	폴리우레탄	39095000		√	108
23	화학공업	이방성도전필름	35061000	√	√	110
24	화학공업	탈모예방 제품	33059000	√		112
25	화학공업	면역혈청	30021000		√	√
26	화학공업	네일아트	33043000	√		116
27	플라스틱	PVC 바닥재	39181090		√	118
28	플라스틱	휴대폰 액정 필름	39199010	√	√	120
29	섬유	캠핑용 텐트	63062200	√	√	122
30	생활용품	납시용품	95071000	√		124
31	생활용품	러닝머신	95069111	√	√	126
32	생활용품	엑세서리	71171900	√	√	128
33	생활용품	아동 교육용 기기 (사운드북 등)	95030089	√		130
34	철강금속	아연도금 강판	72103000		√	132
35	철강금속	금속기와	73089000		√	√
36	철강금속	디지털 도어락	83014000	√	√	136
37	철강금속	주방용품 (알루미늄 프라이팬 등)	76151090	√	√	138
38	기계	엘리베이터 부품	84313100		√	√
39	기계	굴삭기 부분품	84313900		√	√
40	기계	산업용 집진기	84213921		√	√
41	기계	공기청정기 (가정용)	84213910	√	√	146
42	기계	오수처리용 가압 여과기	84212990		√	√
43	기계	가정용 정수기	84212110		√	√
44	기계	탈질 설비	84213950		√	√
45	기계	관제 기기 (주차 유도 설비 등)	86080090	√	√	154
46	기계	정밀몰드	82072090	√	√	156
47	기계	본딩와이어	84799090	√		158
48	기계	기어박스	87084010	√		160

49	기계	정형외과용 기기	90211000	√	√	162	
50	기계	콜드 체인 냉장설비 (혈액 저장용 냉장고 등)	84186990	√	√	164	
51	기계	임플란트	90212100	√	√	166	
52	기계	의류건조기	84512100	√	√	168	
53	기계	전자식 비데	84248910	√		170	
54	기계	베이커리 기기	84381000	√	√	172	
55	기계	열교환기	84195000		√	√	174
56	기계	포장기계	84223010		√	√	176
57	기계	베어링	84833000		√	√	178
58	기계	산업용 냉방기	84798999		√		180
59	기계	선박엔진 및 부품	84099910		√	√	182
60	기계	공구절삭기(절삭가공용 선반)	84589110		√		184
61	기계	농산물 건조기계	84193100		√	√	186
62	기계	초음파세척기	84798999		√		188
63	기계	진공청소기	85081900	√			190
64	전자전기	자동온도조절기	90321000		√	√	192
65	전자전기	조명기구 (LED 조명 등)	94051000		√	√	194
66	전자전기	리튬전지	85065000		√		196
67	전자전기	가스 및 매연분석기기	90271000		√	√	198
68	전자전기	주방용 쓰레기 처리기	85098020		√	√	200
69	전자전기	수질 분석기	90278099		√		202
70	전자전기	디지털화 장치 (RFID Reader 등)	84716060	√			204
71	전자전기	LCD 패널	90138030	√		√	206
72	전자전기	전자집적회로	85423100	√			208
73	전자전기	리튬이온 축전지 (이동식 충전기 등)	85076000	√			210
74	전자전기	휴대폰 부품	85177090	√			212
75	전자전기	케이블 전선류 (광섬유 케이블)	85447000	√			214
76	전자전기	헤드폰 및 이어폰	85183000	√			216
77	전자전기	CCTV 카메라	85258011	√			218

78	전자전기	비디오폰	85176990	√		220
79	전자전기	차량용 블랙박스	85437099	√		222
80	전자전기	차량용 GPS	85269110	√	√	224
81	전자전기	초음파 영상진단기	90181210	√	√	226
82	전자전기	내시경	90189030	√	√	228
83	전자전기	혈압측정기	90181990	√	√	230
84	전자전기	전기밥솥	85166030	√	√	232
85	전자전기	가정용 소독기	85437099	√		234
86	전자전기	녹즙기	85094010	√	√	236
87	전자전기	안마용 기기	90191010	√	√	238
88	전자전기	가정용 피부마용기기	85437093	√	√	240
89	전자전기	금속검출기	90318090		√ √	242
90	전자전기	초음파 유량 측정계	90261000		√	244
91	전자전기	불꽃감지기 (소방용품)	90314990		√	246
92	전자전기	자동차 배터리	85071000		√ √	248
93	전자전기	자동판매기	84762100	√	√	250
94	전자전기	혈당계	90189090	√	√	252
95	전자전기	난방필름	85168000		√ √	254
96	기타	콘택트렌즈	90013000		√	256
97	기타	아동도서	49030000	√		258
98	기타	안경테	90031100	√	√	260
99	기타	시력교정용 안경	90049090	√	√	262
100	기타	체외진단시제	30063000		√ √	264

진출 유망 품목 선정기준

－ 중국 소재 17개 무역관이 조사한 340개 품목 중 ① 소비트렌드 변화 ② 정부 정책에 따른 성장성(수혜 업종) ③ 한-중 FTA 관세 인하 효과를 종합적으로 고려하여 유망 품목을 선정

① 주요 소비트렌드²⁴⁾

24)

KOTRA, 2014 중국을 움직이는 소비트렌드, 2015 중국 사료잡을 4대 소비트렌드, 중소기업 중국 내수시장 진출 종합안내서(2015)

친환경 녹색소비

– 안전한 먹거리, 친환경 유기농 식품 선호

식품 안전에 대한 소비자의 관심이 높아지면서 유기농, 건강 콘셉트를 내세운 신선식품의 소비가 늘고 있음

* 현재 유기농식품이 중국 전체 식품 판매액에서 차지하는 비중은 0.2%에 불과하며 전 세계 평균 수준인 2%에 미치지 못해 향후 성장 잠재력이 크며 향후 3~5년 간 연평균 30%이상 성장할 전망

– 심각한 환경오염으로 인해 친환경 관련 제품 인기

중국 소비자의 환경오염에 대한 불안감 증폭으로 공기청정기, 정수기 등 환경가전을 비롯한 관련 생활용품의 수요 증가

* 중국의 공기청정기 시장규모는 2013년 기준 56억 위안으로 2012년 대비 107.4% 성장하였고, 2020년에는 1,500억 위안에 달할 것으로 전망

* L'LLC, NIVEA 등 일부 화장품사는 중국의 도시오염 대처형 화장품을 출시해 인기를 끌고 있음

스마트 소비

– 스마트 상품 시장 확대

스마트폰, 스마트TV, 태블릿PC를 넘어서 스마트 웨어러블 기기까지 스마트 상품 시장이 확대되면서 소비자들의 관심과 수요가 증대

* 2013년 중국 스마트폰 시장 규모는 3억 위안에 달하며 2016년에는 4억 3,000만 위안으로 성장할 것으로 예상

* 스마트 워치 등 웨어러블 기기에 대한 수요도 증가하고 있음

– 스마트한 쇼핑, 전자상거래 확산

다양한 제품을 쉽게 비교하고 저렴하게 구매하려는 소비심리가 온라인 쇼핑 붐을 가속화시킴

* 2015년 중국 온라인 쇼핑 시장 규모는 전년대비 63% 성장한 3조 위안(약 528조 원)에 달할 것으로 전망

② 주요 정책

25]

정보통신산업진흥원 2013.
본격화되는 중국의 7대 신성장산업
육성 정책

- 7대 신성장산업 육성 정책^{25]}

7대 신성장산업 : ▲에너지절약·환경보호 ▲차세대정보기술 ▲바이오 ▲첨단장비제조
▲신에너지 ▲신소재 ▲신에너지 자동차

* 중국 정부는 2020년까지 신성장산업 육성을 위해 연간 총 9,000억 위안 이상의 R&D 자금을 투입하고, 총 80억 위안의 재정 지원을 할 계획으로 해당 산업의 성장 잠재력이 큼

26]

KOTRA(2014).
중국의 산업지도 바꾸는 도시화 정책
①: 국가 신도시화 계획

- 신형도시화 정책^{26]}

현 중국 정부의 중점 추진 정책 중 하나인 '신형도시화 정책'은 2020년까지 내수중심 성장모형을 통한 소비시장 확대를 목표로 함

* 크게 농촌인구의 '도시 시민화'와 도시군 발전(지역별 맞춤형 발전)에 초점을 맞춘 전략으로 신도시화 추진

* 신형도시화 정책 추진으로 새로운 비즈니스 기회가 창출됨은 물론 인프라, 건축자재, 기계설비, 환경 분야의 수요가 확대될 전망

27]

KOTRA(2015). 중국의 제조강국
도약 밑그림 '중국제조 2025' 발표

- 중국제조 2025^{27]}

10대 핵심 산업분야 : ▲차세대 IT 기술 ▲고급 디지털 제어 동작기계 및 로봇
▲항공 우주 설비 ▲해양 공정 설비 및 첨단 선박 ▲선진 궤도 교통설비 ▲에너지 절약 및
신재생에너지 자동차 ▲전력설비 ▲농업 기계 설비 ▲신소재 ▲바이오 의약 및 고성능
의료기계

* 제조업과 ICT의 융합을 통해 10대 산업을 집중 육성

* '중국제조 2025' 추진으로 중국의 주요 제조업의 기술 경쟁력 강화 및 최첨단 산업분야의 고속 성장으로 이어질 전망

③ 한-중 FTA 관세^{28]} 인하 효과

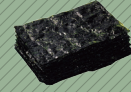
28]

한국에서 중국으로 수출 시 관세
즉 중국 수입 관세 기준

- 한-중 FTA를 통해 관세가 인하되는 품목을 선정
(단, 진출 유망 품목 리스트 상 부분감축, 양허 제외, 협상대상 제외,
기존 관세가 0%로 변화가 없는 품목은 표기하지 않음)

(1) FTA 정보 분석 가이드

1. 농식품 - 조미김



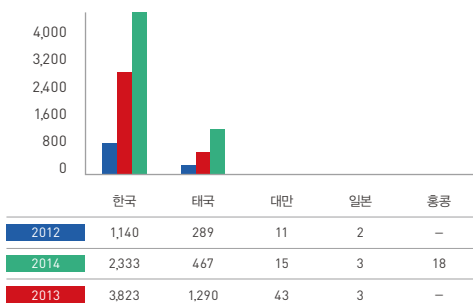
〈예시〉

FTA 관련 정보

중국 HS Code ^①	2008,99-31	한국 HS Code ^②	2106,90-4090
중국 수입 관세율 ^③	15%	한국 수입 관세율 ^④	8%
중국 양허 일정 ^⑤	20년 철폐	한국 양허 일정 ^⑥	5년 철폐
원산지 결정 기준 ^⑦	CC(2단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건 ^⑧	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액 ^⑨	3,823만 달러	중국의 대한 수출액 ^⑩	3만 달러

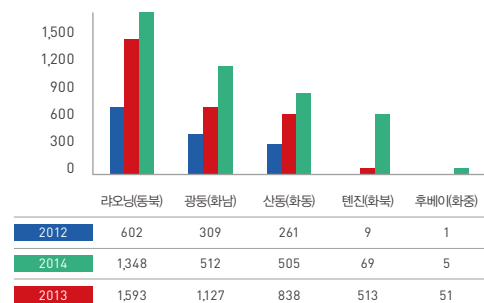
중국의 국가별 수입현황^⑪

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황^⑫

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 가능 모델 예시

FTA 영향 ^⑬	- 중국의 수입관세율은 15%로 20년간 0.75%씩 균등철폐 - 한국의 수입관세율은 8%로 5년간 1.6%씩 균등철폐 - 한·중 FTA에 따른 중국내 한류, 한국식품에 대한 우호적 인식 확산으로 중장기적 수출 확대 기대
활용 모델 예시 ^⑭	농수산물가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델

HS Code²⁹¹

- HS는 '통일상품 및 부호체계에 관한 국제협약과 그 부속서 (International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System and its Annex)'의 약자
- HS Code는 소호(6자리)까지 국제적인 공통 기준이고 7단위부터는 자국 실정에 맞게 세분화하여 사용하며, 중국은 8단위 코드, 한국은 10단위 코드를 기본으로 이용

- ① **중국 HS Code : 해당 품목의 중국 수입 HS Code로, 8단위 기준**
- ② **한국 HS Code : 해당 품목의 한국 수입 HS Code로, 10단위 기준**

수입 관세율

- 한·중 FTA 양허표에 규정된 기준 관세율(Base Rate)로, 한·중 각국의 최혜국 관세율(2012년 1월 1일 기준)을 의미함
- ③ **중국 수입 관세율 : 해당 품목에 적용되는 중국 수입 최혜국 관세율**
- ④ **한국 수입 관세율 : 해당 품목에 적용되는 한국 수입 최혜국 관세율**

양허 일정

- 협정문 제2.4조 제1항에 따라, 부속서 2-가와 양국의 관세 양허표에 규정된 단계별 양허 유형이 한·중 각 당사국의 관세 인하 또는 철폐에 적용

- 예)	중국 수입 관세율	10%
	중국 양허 일정	10년 철폐

: 양허유형 '10'으로, 중국의 수입 관세율 10%가 협정 발효일을 시작으로 10년에 걸쳐 매년 1%씩 균등철폐

- ⑤ **중국 양허 일정 : 중국 상품 관세 양허표 상 해당 품목의 양허 유형**
- ⑥ **한국 양허 일정 : 한국 상품 관세 양허표 상 해당 품목의 양허 유형**

〈표 3-1〉

한·중 FTA 양허 유형

양허유형	내용
0	협정 발효일 즉시 관세철폐
5	협정 발효일을 시작으로 5단계에 걸쳐 매년 균등철폐
10	협정 발효일을 시작으로 10단계에 걸쳐 매년 균등철폐
10-A	이행 9년차 1월 1일을 시작으로 매년 균등철폐
15	협정 발효일을 시작으로 15단계에 걸쳐 매년 균등철폐
15-A	이행 11년차 1월 1일을 시작으로 5단계에 걸쳐 매년 균등철폐
20	협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 매년 균등철폐
20-A	이행 11년차 1월 1일을 시작으로 10단계에 걸쳐 매년 균등철폐
20-B	이행 13년차 1월 1일을 시작으로 8단계에 걸쳐 매년 균등철폐
PR-1	협정 발효일 즉시 기준세율의 1퍼센트를 인하
PR-8	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 8퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 92% 유지)
PR-10	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 10퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 90% 유지)
PR-15	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 15퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 85% 유지)
PR-20	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 20퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 80% 유지)
PR-30	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 30퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 70% 유지)
PR-35	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 35퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 65% 유지)
PR-50	협정 발효일을 시작으로 기준세율의 50퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 5년차 1월 1일부터 기준세율의 50% 유지)
PR-130	협정 발효일을 시작으로 관세율 130%로 10단계에 걸쳐 매년 균등인하(이행 10년차 1월 1일부터 종가세 130% 유지)
TRQ	일정물량에 한해 무관세로 수입하되, 나머지는 기준관세율 유지
E	양허 제외, 기준관세율 유지

자료 : 한·중 FTA 협정문 부속서 2-가, 한국 관세양허표, 중국 관세양허표 내용을 재정리

원산지 결정 기준

- 원산지 결정 기준이란 상품의 원산지를 판정하는 기준으로 품목(HS 6단위 기준) 별 원산지 결정 기준이 상이

〈표 3-2〉 원산지 기준

원산지 기준	내용
2단위 세번변경기준 CC (Change of Chapter)	해당 상품의 생산에 사용된 모든 비원산지 재료에 처음 2단위 수준에서 관세분류상의 변경이 있는 경우 - 즉, 원료의 HS Code와 최종재의 HS Code를 비교하여 앞에서 2단위가 변하면 원산지를 인정하는 기준
4단위 세번변경기준 CTH (Change of Tariff Heading)	해당 상품의 생산에 사용된 모든 비원산지 재료에 처음 4단위 수준에서 관세분류상의 변경이 있는 경우 - 즉, 원료의 HS Code와 최종재의 HS Code를 비교하여 앞에서 4단위가 변하면 원산지를 인정하는 기준
6단위 세번변경기준 CTSH (Change of Tariff Subheading)	해당 상품의 생산에 사용된 모든 비원산지 재료에 처음 6단위 수준에서 관세분류상의 변경이 있는 경우 - 즉, 원료의 HS Code와 최종재의 HS Code를 비교하여 앞에서 6단위가 변하면 원산지를 인정하는 기준
완전생산기준 WO (Wholly obtained)	협정문 제3.4조의 의미 내에서 해당 상품이 당사국에서 완전하게 획득 또는 생산된 경우 - 원재료에 역외산 재료가 전혀 없는 경우
부가가치기준 RVC (Regional Value Contents)	부가가치기준 X% 이상이어야 원산지 인정 - 협정문 제3.5조에 따라 계산된 해당 상품의 역내가치 포함 비율이 X% 이상일 것

자료 : 한중 FTA 협정문 부속서 3-가 품목별 원산지 규정 내용 재정리

⑦ 원산지 결정 기준 : 해당 품목의 원산지 결정 기준(HS Code 6단위 기준)

30]

KITA 비관세장벽 포털
(www.ntb-portal.or.kr)

비관세장벽 및 수입요건^{30]}

- 비관세장벽(Non-tariff Barrier)은 관세를 제외한 모든 무역 장벽을 의미하며, 과거 비관세장벽은 주로 수입금지, 수량규제, 국가 간 경제에서 취해지는 무역정책에 초점이 맞추어져 있었으나 시간이 지남에 따라 기술적인 규제, 국내 정책뿐 아니라 무역과 투자흐름에 영향을 주는 모든 요소가 비관세장벽으로 인식되고 있음
- 수입요건은 수입금지, 수입허가, 수입쿼터, 인증, 검역, 기타 일반적 조치 등 수입에 영향을 미치는 조치로 인해 수출자 혹은 수입자가 수입통관을 위해 갖춰야하는 요건을 총칭

⑧ 비관세장벽 · 수입요건^{31]} : 해당 품목에 대한 일부 비관세장벽과 수입요건

31]

KITA 비관세장벽 포털 내 주요국
통관요건, 국가별 비관세장벽 자료를
활용하여 작성

32]

KITA 무역통계를 활용하여 작성

중국무역^{32]}

- 중국 HS code 8단위(일부 6단위, 6단위일 경우 별도 표기) 기준 통계

⑨ 중국의 대한 수입액 : 2014년 중국의 대한 수입액

⑩ 중국의 대한 수출액 : 2014년 중국의 대한 수출액

⑪ 중국의 국가별 수입현황

- 최근 3년 간(2012~2014년) 중국의 국가별 수입현황으로, 2014년 수입액 기준 상위 5개국 순임
- 상위 5개국 내 한국이 포함되지 않을 경우, 한국을 별도 표기하고 순위를 기재함, 예) 한국(7위)

⑫ 중국의 권역별 수입현황

- 최근 3년 간(2012~2014년) 중국의 권역별 수입현황으로, 31개 성·시를 7대 권역으로 구분하여 2014년 수입액 기준 상위 5개 권역 순으로 나열하고, 해당 권역 내 수입액이 가장 큰 성·시를 기재함

〈표 3-3〉

중국 7대 권역 구분³³⁾

33)

현재 중국에서는 4대 권역으로 구분하는 방법이 보편적이나 각 권역에 포함되는 지역이 너무 광범위하고 입지적 특성에 따른 지역 간 교류 등을 반영하지 못해, 여기서는 더 세분화된 조사를 위해 성급 행정구역을 기초로 7대 권역 기준을 적용함

구분	포함 지역
화북권역	베이징(北京), 톈진(天津), 허베이(河北), 허난(河南), 산시(山西), 네이멍구(內蒙古)
화동권역	상하이(上海), 장쑤(江蘇), 저장(浙江), 산둥(山東)
동북권역	랴오닝(遼寧), 지린(吉林), 헤이룽장(黑龍江)
화중권역	안후이(安徽), 장시(江西), 후베이(湖北), 후난(湖南)
화남권역	푸젠(福建), 광둥(廣東), 광시(廣西), 하이난(海南)
서남권역	쓰촨(四川), 충칭(重慶), 구이저우(貴州), 시짱(西藏), 윈난(雲南)
서북권역	산시(陝西), 칭하이(青海), 간쑤(甘肅), 닝샤(寧夏), 신장(新疆)

자료 : 중소기업 중국 내수시장 진출 종합안내서(KOTRA, 2015)

FTA 영향 및 활용 가능 모델 예시

⑬ FTA 영향

－ 해당 품목의 중국 수입 관세 및 한국 수입 관세의 양허 일정 설명 등

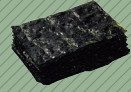
* 한·중 FTA에서는 캘린더 방식을 채택하고 있어, 협정 발효일에 1년차 관세를 낮추고 다음년도 1월 1일부터 매년 단계적으로 관세가 철폐됨

⑭ 활용 모델 예시

－ Part 2, I 장의 비즈니스 모델 20선 중 해당 품목에 활용 가능한 모델 예시 기재
－ 제시된 모델은 해당품목에 적용 될 수 있는 다양한 모델 중 하나의 예로, 업체별 경영방식(제조형태, 생산거점, 부품조달 방식 등)에 따라 복수의 모델 조합 등 상이한 모델 활용 가능

(2) 품목별 해설

1. 농식품 - 조미김

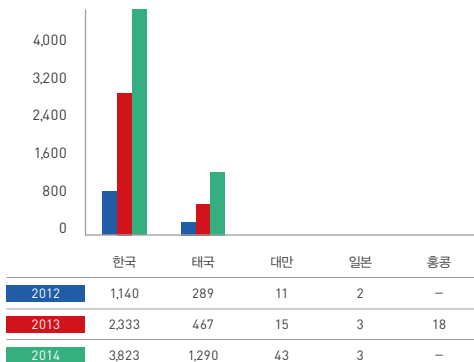


FTA 관련 정보

중국 HS Code	2008.99-31	한국 HS Code	2106.90-4090
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액 ³⁴⁾	3,823만 달러	중국의 대한 수출액	0

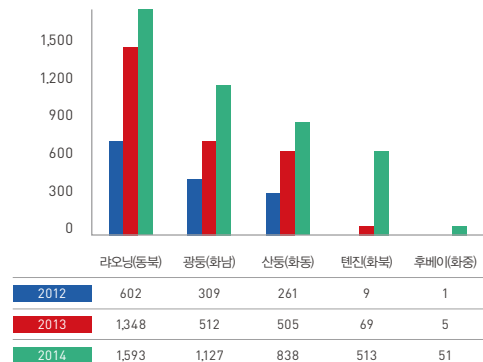
중국의 국가별 수입현황³⁵⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 15%로 매년 0.75%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

34)
중국의 대한 수입액과 수출액은
2014년도 기준임

35)
중국의 국가별, 권역별 수입현황은
HS Code 8단위 기준임(일부 6단위
기준 품목은 별도 표기함).
그래프 내 “-” 는 0.5만 달러 미만인
거나, 데이터가 없는 값임

소비동향 및 시장전망	■ 최근 중국 소비자들이 웰빙식품을 많이 찾으면서 조미김에 대한 관심 증가 - 2014년 중국의 조미김 수입액은 5,159만 달러로 전년 대비 81.9% 증가 ■ 소득과 생활수준의 향상으로 고품질 간식에 대한 수요 증가 예상 - 한류의 영향으로 조미김에 대한 인지도가 상승하고 있어, 고품질 간식으로서의 김 소비가 확대될 것으로 전망
------------------------	---

경쟁 동향	■ 중국 브랜드는 중저가 시장을 점유하고 있고, 한국, 일본 등 수입 제품이 중고가 시장을 점유 - 보리하이타이(波力海苔), 아이보(阿一波), 메이하오스광(美好時光) 등 중국 제품이 대부분의 시장을 점유 ■ 한국 제품은 돌김, 파래김, 재래김 등 종류가 다양하고 맛과 품질이 우수해 인지도가 높아지고 있으며, 대표적인 브랜드는 해표임
--------------	---

현장의 소리	■ 중국에서 조미김은 간식으로 인식되고 있어, 김 문화를 홍보해 단순히 간식용이 아닌 밥과 함께 먹는 반찬으로서의 인지도를 높여야함(베이징 소재 L사) ■ 한류 문화에 대한 호기심이 많은 젊은 층을 우선 공략하고, 중국 고소득층의 다양한 음식문화를 활용한 타깃 마케팅 진행해야 함 (베이징 소재 Q사) ■ 현재 중국시장에서 다양한 제품들이 경쟁을 벌이고 있어, 타 제품과는 차별화된 참신한 제품으로 소비자들을 공략할 필요가 있음 (베이징 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제10회 상하이 고급수입식품·음료 전람회 (2015.10, 상하이, www.fd-fubon.com) ■ 베이징 세계식품 박람회 (2015.11, 베이징, www.worldoffoodbeijing.cn) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

2. 농식품 - 유제품 (우유)

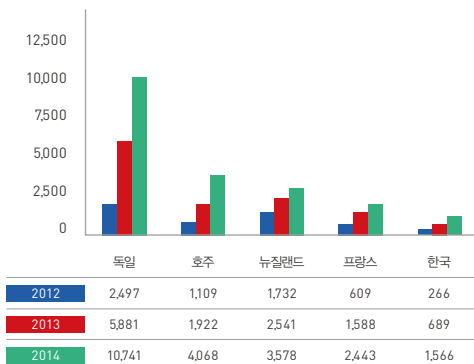


FTA 관련 정보

중국 HS Code	0401.20-00	한국 HS Code	0401.20-0000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	36%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	W0(완전생산기준)		
비관세장벽·수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액	1,566만 달러	중국의 대한 수출액	0

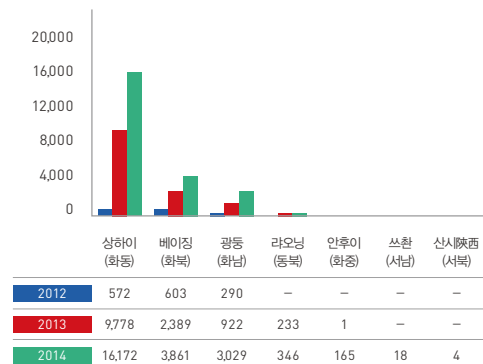
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 36%로 양허제외 ■ 한중 FTA에서는 양허 제외된 품목이나, 중국 정부의 '해외 유제품 생산업체(품목) 등록제' 시행으로 중단되었던 환우유(살균유) 수출이 올해 7월부터 재개되어 향후 수출 확대 기대
---------------	--

활용 모델 예시	■ 농수산물공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 등
-----------------	-----------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 자국산 유제품에 대한 불신으로 수입 제품에 대한 수요가 증가 추세 － 특히 고소득층 소비자들은 수입 우유에 대한 선호도가 높고, 품질이 좋은 고가 제품을 구매하려는 성향이 있음 － 2014년 중국의 우유 수입액은 약 2억 8천만 달러로 전년 대비 87% 증가 ■ 최근 유제품 내수시장이 급속도로 성장하는 추세를 보이고 있으며, 중국인의 식습관 변화로 우유 섭취량이 급증하고 있어 우유 수요가 지속적으로 증가할 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 명뉴(蒙牛), 이리(伊利), 광밍(光明), 산위안(三元), 와하하(哇哈哈) 등의 중국 기업이 유제품 시장의 대부분을 점유하고 있음 － 저온살균우유는 광밍, 산위안, 후이산(輝山), 자바오(佳寶), 신시왕(新希望)이 각각 17.8%, 8.1%, 6.8%, 5.7%, 5.7%의 시장을 점유하고 있음 － 중국 중소기업은 저가 제품을 제공하고, 대기업은 중·저가 외에도 고가 제품을 적극 출시하고 있으며 수입 브랜드는 일반적으로 고가제품을 제공 － 한국기업 중 서울우유, 매일우유 등이 우수한 품질을 기반으로 중국시장을 공략하고 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 한류의 영향과 아시아산 우유가 동양인 체질에 맞다는 인식이 확산되면서 한국제품에 대한 신뢰도·선호도가 증가하고 있음 (베이징 소재 W사) ■ 중국 내 고급 원유 생산이 국내 수요를 충족시키기에 부족하므로 원유 및 유제품 수입이 증가할 전망 (귀타이천안증권)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제10회 상하이 고급수입식품·음료 전람회 (2015.10, 상하이, www.fd-fubon.com) ■ 베이징 세계식품 박람회 (2015.11, 베이징, www.worldoffoodbeijing.cn) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

3. 농식품 - 건조과일(감귤류)

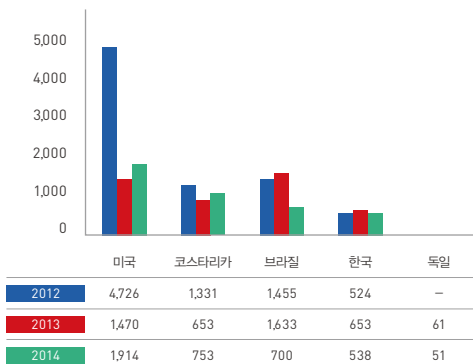


FTA 관련 정보

중국 HS Code	2008.30-90	한국 HS Code	2008.30-9000
중국 수입 관세율	20%	한국 수입 관세율	45%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액	538만 달러	중국의 대한 수출액	3천 달러

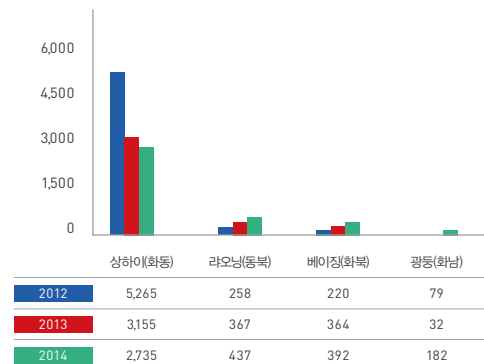
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 20%로 매년 1%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 45%로 양허제외 ■ 한중 FTA에 따른 통관 간소화 등 비관세 장벽 완화 효과와 더불어 한국 식품에 대한 우호적 인식 확산으로 중장기적 대중 수출 확대 기대 - 제주 특색을 살린 감귤 가공품(감귤 초콜릿, 감귤 꽃감 등) 수출 확대 기대
활용 모델 예시	■ 농수산물가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 연령대별 소비성향이 다양하게 나타남 - 성인 소비자는 대추, 구기자, 바나나 등의 제품을 선호하고 브랜드 인지도와 포장, 기능성에 집중하는 경향이 있으며 가격에 대한 민감도는 낮은 편임 - 아동 소비자는 망고, 딸기, 크랜베리 등의 제품을 선호하고 최근 바삭바삭한 과자 느낌의 냉동건조과일(사과, 딸기 등)이 인기를 끌고 있음 ■ 최근 소득수준이 향상되면서 건조과일과 같은 레저식품의 소비도 증가할 전망
경쟁 동향	■ 수입 제품 중 미국 및 동남아 국가 제품에 대한 선호도가 높고, 중국 국내 제품 중에서는 신장, 닝샤 지역 제품이 인기 - 미국산 크랜베리, 블루베리, 베트남산 열대과일, 필리핀산 망고, 태국산 두리안, 파인애플이 인기 - 중국 제품은 신장지역의 포도, 대추, 무화과 등과 닝샤지역 구기자가 유명
현장의 소리	■ 1·2선 도시는 레저식품 시장 내 경쟁이 치열하여 진입이 어려움, 하지만 3·4선 도시의 경우 상대적으로 경쟁업체 수가 적고 향후 발전 가능성도 크므로 3·4선 도시에 대한 시장조사 및 전략수립이 필요함 (허베이성 스자좡 소재 K사) ■ 중국 소비자들은 잇따른 식품안전 사고로 제품 품질에 대한 불신이 강하므로 우수한 품질, 고급화된 제품으로 중국 시장에서 경쟁력을 확보하는 것이 중요함 (베이징 소재 J사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 국제 현대 식용농산물가공업 전람회 (2015.11, 상하이, www.appiexpo.com) ■ 베이징 세계식품 박람회 (2015.11, 베이징, www.worldoffoodbeijing.cn) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)

(2) 품목별 해설

4. 농식품 - 유아용 분유

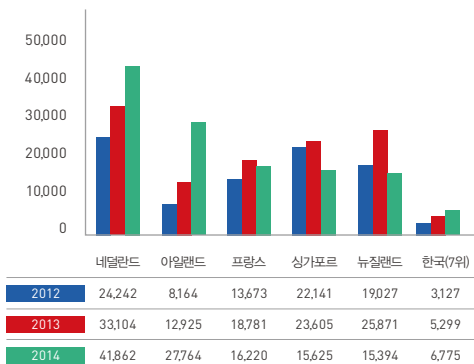


FTA 관련 정보

중국 HS Code	1901.10-10	한국 HS Code	1901.10-1010
중국 수입 관세율 ³⁶⁾	15%	한국 수입 관세율	36%
중국 양허 일정 ³⁷⁾	—	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경, 제 04 류는 제외한다.)		
비관세장벽 수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙 - 자동수입허가관리화물목록(농수산물품류) - 수입식품 수출입상 등록관리규정		
중국의 대한 수입액	6,775만 달러	중국의 대한 수출액	26만 달러

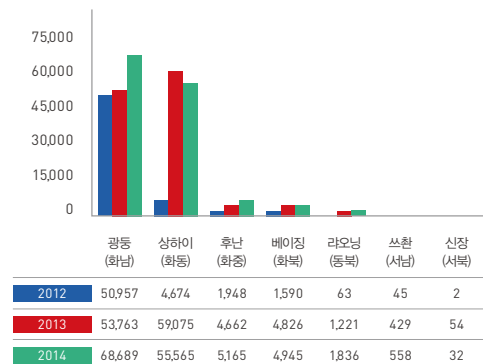
중국의 국가별 수입현황³⁸⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향

- 중국의 수입 관세율은 15%로 협정 대상에서 배제³⁹⁾
- 한국의 수입 관세율은 36%로 양허제외

활용 모델 예시

- 전자상거래 활용 모델
- 그란필드형 투자유치 모델 등

중국 시장 진출정보

36)

수입관세율과 양허 일정인 모두 "0"인 경우, 기존 관세율이 "0%"인 품목이며, 협정 발효 이후 관세율에 변화가 없는 품목임(이하 동일)

37)

양허 일정이 "-"인 경우 협상에서 제외된 품목으로 해당 품목의 관세율은 현재 최혜국 관세율임(이하 동일)

38)

상기 국가별, 권역별 수입현황은 HS Code 6단위 기준

39)

'협정 대상에서 배제'된 품목은 한중 FTA 논의 대상에서 제외된 품목임을 뜻하고, '양허제외'된 품목은 논의 대상에는 포함되나 기존 관세율(최혜국 관세율)을 유지한다는 것을 의미함(이하 동일)

40)

單獨二胎(단독2자녀)
부모 중 한명이 독자일 경우
두 자녀를 허용하는 정책

소비동향 및 시장전망

- 식품 위생에 대한 의식과 생활수준 향상으로 수입 분유에 대한 수요도 증가하고 있음
- 2015년 5월 기준 중국의 분유 수입액은 약 8억 3천만 달러로 전년 동기 대비 32.5% 증가함
- iResearch에 따르면 2014년 중국 유아용 분유 시장규모는 전년 동기대비 21.2% 증가한 682억7천만 위안으로, 2015년에는 803억 위안에 달할 것이라고 전망
- 2014년 3중 전회에서 '단독2자녀⁴⁰⁾' 출산 정책 발표 후, 출생률이 큰 폭으로 상승할 것으로 전망되면서 유아용 분유의 수요도 증가할 것으로 예상됨

경쟁 동향

- Nielsen에 따르면 중국 분유 시장은 중국 브랜드와 수입 브랜드가 각각 절반씩 점유
- 대표적인 중국 기업으로는 메이잔천(美贊臣), 뉘메이쯔(多美滋), 이리(伊利), 베이인메이(貝因美), 허성위안(合生元) 등이 있고, 인지도가 높은 외국 기업은 아일랜드의 Wyeth, 미국 Abbottmama가 있음
- 한국 제품 구매경험이 있는 소비자는 만족도가 높고, 매일유업의 애플루트 분유 등이 인기
- 중국 국가식품약품감독관리총국에 따르면 유아용 분유 생산기업은 120여개에 달하며, 분유생산 상위 10대 기업의 매출액이 전체 시장에서 45% 이상을 차지

현장의 소리

- 중국 부모들은 분유원료 생산지 외에 분유 배합이 중국 영아에게 적합한지를 고려 (베이징 소재 L사)
- 영양이 풍부하고 여러 가지 성분을 함유한 새로운 유형의 제품 개발 필요 (베이징 무역관)

마케팅 정보 (수출상담회 등)

- 제15회 CBME 중국 영유아전시회
(2015.7, 상하이, www.cbmexpo.com)
- 제22회 징정광저우 영유아제품박람회
(2015.9, 광저우, www.jingzheng.com)
- 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)

(2) 품목별 해설

5. 농식품 - 인삼 제품 (홍삼 추출물)

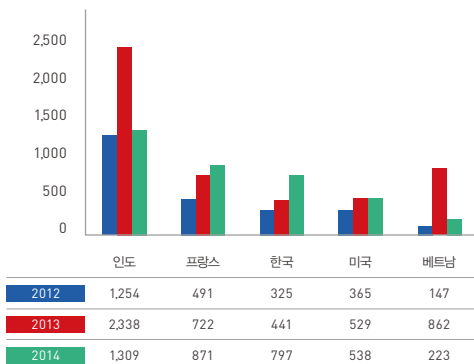


FTA 관련 정보

중국 HS Code	1302.19-90	한국 HS Code	1302.19-1210
중국 수입 관세율	20%	한국 수입 관세율	754.3%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	W0(완전생산기준)		
비관세장벽·수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액	797만 달러	중국의 대한 수출액	4,803만 달러

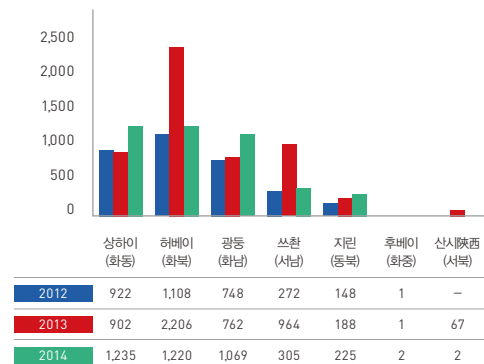
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 20%로 매년 1.3%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 754.3%로 양허제외 ■ 한중 FTA를 통해 관세가 절감되지만, 중국은 인삼제품 수입에 대한 규제가 엄격하며, 유통과정도 까다로워 철저한 준비 필요
---------------	---

활용 모델 예시	■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 최근 건강보건의식품의 소비가 증가하고 있으며, 특히 면역력에 효과가 있다고 알려진 인삼과 관련 제품 수요가 확대됨 – 2014년 중국의 인삼제품(홍삼 추출물) 대 한국 수입액은 797만 달러로 전년대비 80.7% 증가 – 중국 인삼제품을 포함한 건강보건의식품의 주요 소비계층은 중 노년층이며, 점차 소비자 평균 연령이 낮아지는 추세임 ■ 소득 수준 향상과 더불어 급격한 인구노령화 진행으로 건강보건의식품에 대한 수요 증가가 예상 – 업계에서는 2015년 중국 건강보건의식품 시장 규모가 4,500억 위안에 달할 것으로 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 10대 인삼브랜드 중 3위를 차지한 한국의 정관장 외 9개 브랜드가 중국 브랜드임⁴¹⁾ – 대표적인 중국 브랜드로는 신카이허(新開河), 이성(益盛), 진리화(金立華), 통런탕(同仁堂) 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국은 인삼제품 수입 심사과정이 매우 엄격하고 시간이 많이 필요하며 비용도 상대적으로 높음 (베이징 소재 Z사) ■ 최근 중국 소비자들은 인삼제품의 가격뿐만 아니라 원산지와 품질에 대해서도 민감하므로 온-오프라인을 결합한 경영방식으로 인지도를 제고해야 함 (베이징 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 중국국제노령산업박람회 (2015.6, 베이징, www.bjlaobohui.org) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	---

41)

한국인삼 중국수출 증대를 위한
+ALPHA전략 (한국농수산식품유통
공사, 2014). 중국의 브랜드 전문웹
사이트인 중국품매망(中國品牌網)은
2013년 중국 내 10대 인삼 브랜드를
발표, 자체적으로 매출액, 유통망,
브랜드파워 등을 고려해 선정

(2) 품목별 해설

6. 농식품 - 이너뷰티 제품 (뷰티 식품)

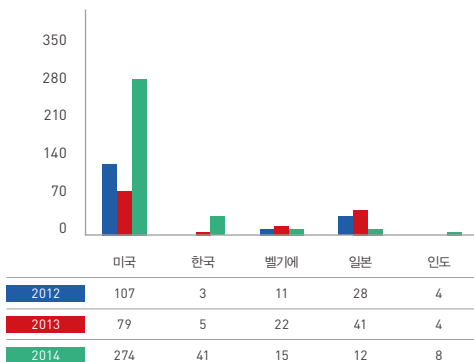


FTA 관련 정보

중국 HS Code	2106.10-00	한국 HS Code	2106.90-9099
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번 변경)		
비관세장벽 수입요건	- 자동수입허가관리화물목록(농수산물식품류) - 수입식품 수출입상 등록관리규정 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액	41만 달러	중국의 대한 수출액	995만 달러

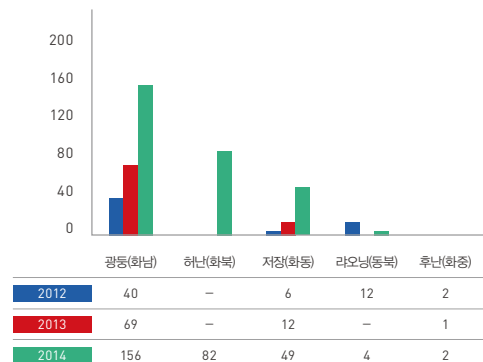
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 1%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 피부미용에 대한 관심도가 높아지면서 건강한 피부 유지를 위한 이너뷰티 제품 구매가 증가하는 추세 － 이너뷰티 제품은 드링크, 캡슐, 분말 등의 형태로 출시되고 있으며, 그 중 콜라겐을 주성분으로 하는 드링크가 가장 인기 － 이너뷰티 제품의 주요 소비층은 건강한 피부를 중요시하는 여성들이며, 최근에는 남성 소비자들도 관심을 갖기 시작 ■ 콜라겐 드링크는 대표적인 이너뷰티 제품으로, 제일재경일보(第一財經日報)에 따르면 2015년 콜라겐 제품 시장 규모가 130억 위안에 달할 것으로 전망
------------------------	---

경쟁 동향	■ 콜라겐 제품 중에서는 일본 브랜드의 인지도가 가장 높음 － 2003년 일본 FANCL사의 콜라겐 제품이 최초로 중국 시장에 진출해 이목을 끌었고, 시세이도, DHC도 잇따라 중국 시장에 진출하면서 일본 제품의 인지도가 급상승함 － 그밖에 주요 브랜드로는 대만의 Lumi, 중국의 즈메이탕(姿美堂), 옌루위(顏如玉) 등이 있음 － 이너뷰티 식품 중 콜라겐 관련 한국 제품 인지도는 낮은 편임
--------------	--

현장의 소리	■ 중국 방송에서 시중에 판매되는 콜라겐 제품 대다수가 저가 어류껍질에서 채취된 원료로 만들어졌다고 보도하면서 이너뷰티 제품에 대한 신뢰도가 떨어져 좋은 원료를 사용하여 제품을 차별화하고 신뢰감을 줄 필요가 있음 (베이징 소재 S사) ■ 중국에 이너뷰티 제품을 수출, 유통하려면 보건식품 허가증을 받아야 하는데 그 절차와 기준이 까다롭고 비용과 시간이 많이 소요됨(베이징 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제22회 상하이 국제미용미발화장품 박람회 (2015.10, 상하이, www.meirongexpo.com) ■ 제27회 베이징국제미용화장품 박람회 (2015.10, 베이징, www.bjbeautyexpo.com/cn/index.asp) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

7. 농식품 - 육가공품(소시지)

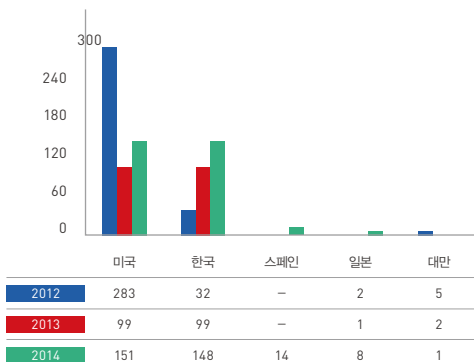


FTA 관련 정보

중국 HS Code	1601.00-10	한국 HS Code	1601.00-1000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	18%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 식품검사규칙 - 식품 공인검사기관의 시험성적서 인정 요청		
중국의 대한 수입액	148만 달러	중국의 대한 수출액	0

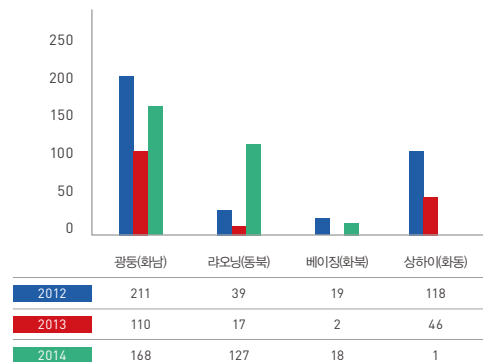
중국의 국가별 수입현황⁴²⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 10년간 1.5%씩 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 18%로 양허제외
활용 모델 예시	■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국은 오래전부터 소시지, 햄 등 육가공품 식문화가 정착되어있어 시장이 비교적 큰 규모이며, 생활수준 제고로 향후 육가공품 시장 규모는 지속적으로 증가할 것으로 전망됨 – 2013년 중국 소시지 시장규모는 1,300억 위안으로 전년 대비 13% 증가하였으며, 향후 5년간 10~15%의 성장률을 유지할 것으로 보임 ■ 소시지는 요식업체와 일반가정에서 주로 구입하며, 개인 소비자의 경우 브랜드를 중요시 함
경쟁 동향	■ 대표적인 중국 브랜드는 쌍후이(雙匯), 위룬(雨潤), 진뤄(金鑼) 등이며, 전체 소시지 시장의 37%를 차지 ■ 수입 제품 중에는 미국 및 유럽 브랜드의 인지도가 높은 편임 – 최근 천하장사 등 어린이 소시지 제품이 유통되면서 한국 소시지에 대한 인지도가 높아지는 추세
현장의 소리	■ 육가공품의 식품안전 문제가 제기되면서 중국 소비자들은 위생적이고 품질이 보증된 제품을 선호 – 한국 식품은 품질이 좋다는 인식이 있어 한국 육가공기업이 중국으로 진출할 경우 좋은 기회를 잡을 수 있을 것이라고 봄 (베이징 소재 L사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제10회 상하이 고급수입식품·음료 전람회 (2015.10, 상하이, www.fd-fubon.com) ■ 베이징 세계식품 박람회 (2015.11, 베이징, www.worldoffoodbeijing.cn) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)

42]

상기 국가별, 권역별 수입현황은
HS Code 6단위 기준

(2) 품목별 해설

8. 농식품 - 커피 (조제커피, 볶지 않은 것, 볶은 것)

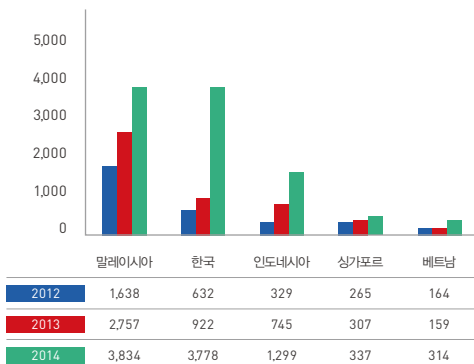


FTA 관련 정보

중국 HS Code	2101.12-00 0901.11-00 0901.21-00	한국 HS Code	2101.12-1000 0901.11-0000 0901.21-0000
중국 수입 관세율	2101.12-00 : 30% 0901.11-00 : 8% 0901.21-00 : 15%	한국 수입 관세율	2101.12-1000 : 8% 0901.11-0000 : 2% 0901.21-0000 : 8%
중국 양허 일정	2101.12-00 : 20년 철폐 0901.11-00 : 5년 철폐 0901.21-00 : 10년 철폐	한국 양허 일정	2101.12-1000 : 15년 철폐 0901.11-0000 : 10년 철폐 0901.21-0000 : 5년 철폐
원산지 결정 기준	2101.12-00 : CTH(4단위 세번변경)	0901.11-00, 0901.21-00 : WO(완전생산기준)	
비관세장벽 수입요건	- 식품검사규칙	- 포장식품 표시 기준	
중국의 대한 수입액	3,778만 달러	중국의 대한 수출액	3,667만 달러

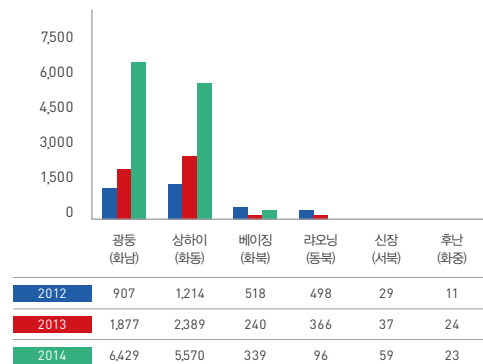
중국의 국가별 수입현황⁴³⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 조제커피의 중국 수입 관세율은 30%로 매년 1.5%씩 20년간 균등철폐 ■ 조제커피의 한국 수입 관세율은 8%로 매년 0.53%씩 15년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 ■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국의 커피시장은 성장 초기단계로 소비가 지속적으로 증가하고 있는 추세 - 영상망(贏商網)에 따르면 2014년 중국 커피 소비량은 50만 톤 이상, 매출액은 600억 위안, 전국 커피전문점 수는 13,600여개, 커피 관련 기업 2,200개, 커피산업에 종사하는 인수는 50만 명에 달함 ■ 주요 소비 연령층은 20~30대이며, 인스턴트 커피 선호 - 인스턴트 커피의 시장점유율은 71.7%로 중국 커피시장의 대부분을 차지 - 최근 소비자의 취향이 고급화됨에 따라 원두커피 소비가 늘고 있는 추세로, 2014년 원두커피의 판매량은 전년대비 22.1% 증가 ■ 늘어나는 커피 수요에 따라 중국 본토인 윈난성(雲南省)에서 커피를 직접 재배하고 있으며, '윈난성 2020년 커피 발전계획'을 수립
------------------------	--

경쟁 동향	■ 인스턴트 커피 시장은 스위스의 네슬레와 미국 맥스웰하우스가 대부분을 점유하고 있고, 그 외 한국, 베트남, 말레이시아 등의 커피 제품이 소량 수입되고 있음 - 주요 한국 기업으로는 동서식품, 남양 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 집에서 직접 커피를 즐기자 하는 젊은 층이 늘어나면서 커피메이커가 인기를 끌고 있어 원두 수요가 증가할 것으로 예상 (베이징 소재 Z사) ■ 한국 커피는 맛이 담백하고 깔끔해 소비자들의 사랑을 받고 있지만 베트남커피나 말레이시아 커피에 비해 양이 적다는 소비자들의 불만도 있음 (톈진 소재 K사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 상하이 커피산업 박람회 (2015.11, 상하이, www.coffeefair.net) ■ 베이징 세계식품 박람회 (2015.11, 베이징, www.worldoffoodbeijing.cn) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	--

43]

상기 국가별, 권역별 수입현황은
조제커피(2101.12-00)를 기준으로
한 값임

(2) 품목별 해설

9. 농식품 - 과일주스

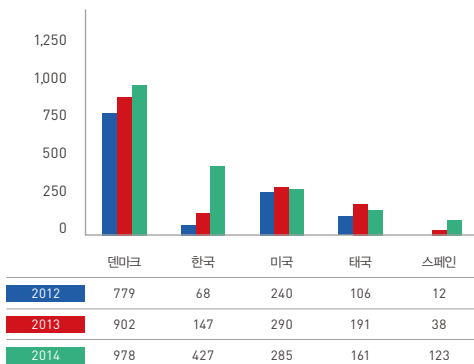


FTA 관련 정보

중국 HS Code	2009.90-10	한국 HS Code	2009.90-1090
중국 수입 관세율	20%	한국 수입 관세율	50%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙		
중국의 대한 수입액	427만 달러	중국의 대한 수출액	0

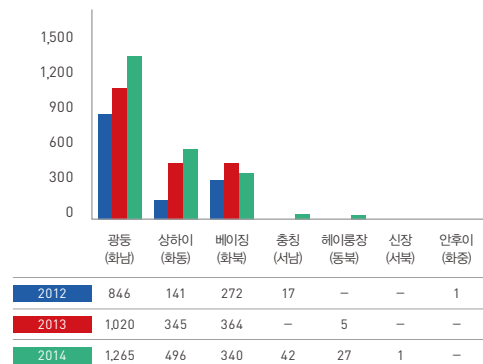
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 20%로 매년 1.3%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 50%로 양허 제외
--------	---

활용 모델 예시	■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 등
----------	------------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 웰빙 음식을 추구하는 추세에 따라 천연, 저당, 기능성 과일주스의 수요 증가 - 2014년 중국의 과일주스 수입액은 2,515만 달러로, 전년 대비 29.9% 증가하였고, 최근 3년간(2012~2014) 연평균 수입 증감률은 30% 이상의 높은 증가세를 보임 ■ 과일주스를 포함한 소프트드링크의 연간 소비량이 세계 평균 수준에 크게 못 미쳐, 향후 과일주스 시장은 성장 가능성이 큼 - 중국의 1인당 소프트드링크 연간 소비량은 8kg으로 세계 평균 소비량의 1/5이며, 서부 유럽 국가의 1/24 수준임 - 1인당 과일주스 연간 소비량이 1kg으로 서부 유럽 국가의 1/40임
----------------	--

경쟁 동향	■ 저농도 과즙시장은 미국의 코카콜라, 중고농도 과즙시장은 중국의 후이위안(汇源)이 장악 - 저농도 과즙시장점유율은 미국의 코카콜라가 32%, 중국의 캉스푸(康師傅)와 통이(統一)가 각각 25%, 19.2%를 차지 - 중 고농도 과즙시장에서는 후이위안(汇源)이 54.2%의 시장점유율을 보이며, 총 매출액의 44.1%를 차지 - 주요 한국 브랜드로는 해태, 웅진 등이 있음
-------	---

현장의 소리	■ 현재 중국 과일주스 시장은 브랜드 경쟁이 치열해 차별화된 마케팅 전략이 관건임 ■ 중국 과일주스의 주요 소비층은 젊은 세대들로 건강한 맛과 제품 디자인, 브랜드 이미지를 중요하게 생각함 (이상 수입식품 대리상 A사)
--------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제5회 상하이 국제 수입식품 및 음료 전시회 (2015.6.10~12, www.importfoodfair.com)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

10. 농식품 - 베이커리 제품(스위트 비스킷 등)

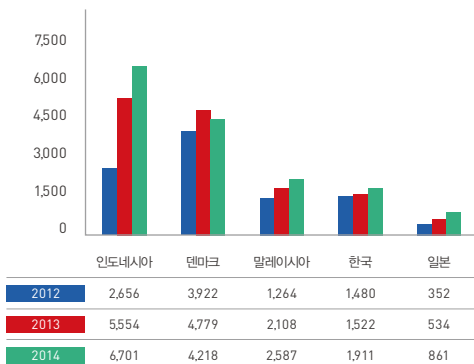


FTA 관련 정보

중국 HS Code	1905.31-00	한국 HS Code	1905.31-0000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙 - 수입식품 수출입상 등록관리 규정		
중국의 대한 수입액	1,911만 달러	중국의 대한 수출액	168만 달러

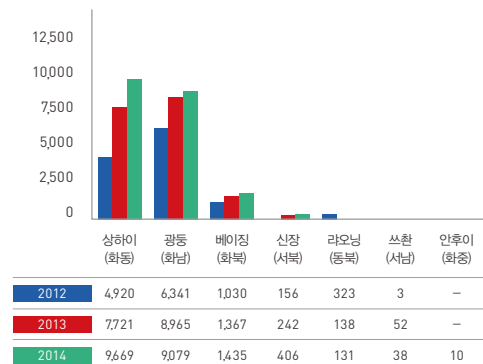
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 1%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국산 베이커리 제품이 중국에서 프리미엄 제품으로 큰 인기를 얻고 있는 가운데 관세 철폐 효과로 대중 수출 확대 기대
활용 모델 예시	■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국인의 식습관이 서구화됨에 따라 베이커리 제품시장이 빠른 속도로 성장하고 있음 - 2008년~2012년 중국 베이커리식품 산업의 판매수의 증가율은 연평균 28.85%를 기록 - 2014년 중국의 베이커리 제품(스위트 비스킷) 수입액은 2억 4,080만 달러로 전년 대비 13.7% 증가 ■ 최근에는 간식뿐만 아니라 아침식사 대용 등 주식 대체품으로 인기를 얻고 있어, 지속적으로 수요가 증가할 것으로 전망 - 2012년 기준 베이커리식품 산업의 판매 규모는 전년 대비 13.6% 증가한 1,886억 6,400만 위안을 돌파하였으며, 2017년까지 4,658억 2,900만 위안 규모로 성장할 것으로 분석
경쟁 동향	■ 중국 베이커리 시장은 중국 브랜드와 수입 브랜드 간 경쟁이 치열함 - 대표적인 중국 브랜드는 웨이뉘메이(味多美), 진펑청샹(金鳳呈祥), 다오상춘(稻香村) 등임 - 주요 수입 브랜드로는 싱가포르의 BreadTalk, 대만의 바스우두씨(85度c), 한국 파리바게트, 뚜레주르 등이 있음 - 건강하고 믿을 수 있는 음식, 세련된 문화 공간을 찾는 소비자가 늘면서, '프리미엄'을 내세운 뚜레주르, 파리바게트 등 한국 브랜드가 인기
현장의 소리	■ 중국 내 식품 안전 문제로 인해 수입 베이커리 제품의 인기가 높아지고 있음 ■ 한국 제품은 품질이 좋고, 중국 소비자의 입맛에도 잘 맞아 현지 진출에 유리 (이상 저장성 항저우 소재 0사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 베이커리 설비 및 원부재 전시회 (2015.11, 상하이, www.bakerychina.com) ■ 제19회 중국 국제 베이커리 전시회 (2016.5, 상하이, www.bakerychina.com)

(2) 품목별 해설

11. 농식품 - 에센셜오일

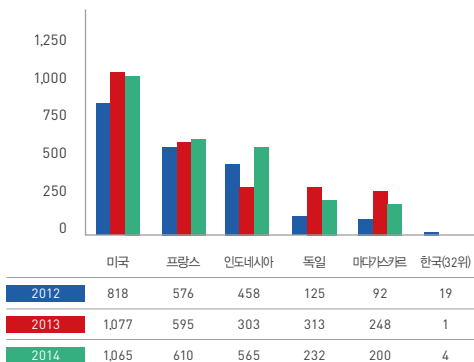


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3301.29-99	한국 HS Code	3301.29-9000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	5%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 위험물 목록 및 분류기준 - 화장품 위생 기준		
중국의 대한 수입액	4만 달러	중국의 대한 수출액	136만 달러

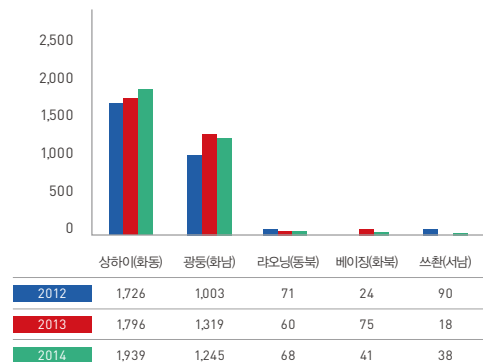
중국의 국가별 수입현황⁴⁴⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 1%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 5%로 매년 1%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 뷰티 제품에 대한 관심 증대로 에센셜오일의 수요층이 확대 － 아로마숍 등 일부 전문점에서 일반 가정으로 사용이 확대되면서, 고품질, 합리적인 가격대의 에센셜오일에 대한 수요 증가 － 2013년 중국 에센셜오일 제품 시장규모는 130억 위안으로, 전년대비 94% 증가 ■ 중국의 에센셜오일 시장은 아직 시작단계로, 전체 화장품 시장에서 차지하는 비중이 미미해 향후 발전 잠재력 큰 분야임 － 중국 화장품 시장에서 에센셜오일의 매출이 차지하는 비중은 8%로 유럽·미국 등 선진국이 30% 수준인 것에 비하면 시장 잠재력이 큼 － 에센셜오일은 심신안정 및 숙면에 도움을 주는 기능 등 용도가 다양해 잠재 소비자층이 매우 넓음
------------------------	---

44)

상기 국가별, 권역별 수입현황은
HS Code 6단위 기준

경쟁 동향	■ 유럽 제품이 중국 에센셜오일 시장의 대부분을 차지 － 주요 브랜드로는 그리스의 AFU, 영국의 The Body Shop, 프랑스의 CAMENAE 등이 있음 － 한국 제품에 대한 인지도는 낮은 편임
--------------	---

현장의 소리	■ 한국 제품에 대한 인지도가 낮아 품질과 가격경쟁력을 갖추고, 집중적으로 홍보할 필요가 있음 (샤먼 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제21회 중국 미용 박람회 (2016.5, 상하이, http://en.chinabeautyexpo.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

12. 농식품 - 천연꿀

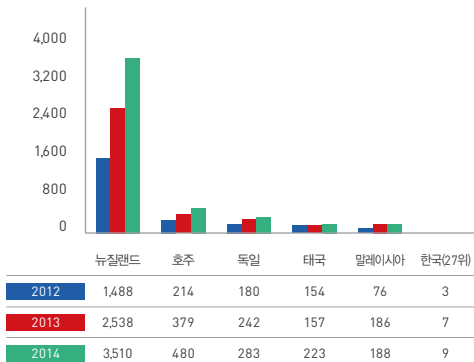


FTA 관련 정보

중국 HS Code	0409.00-00	한국 HS Code	0409.00-0000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	243% 또는 1,864 원/kg, 양자 중 고액(율)
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	양허 제외
원산지 결정 기준	WO(완전생산기준)		
비관세장벽 수입요건	- 포장식품 표시 기준 - 식품검사규칙	- 수입식품 수출입상 등록관리규정	
중국의 대한 수입액	9만 달러	중국의 대한 수출액	0.2만 달러

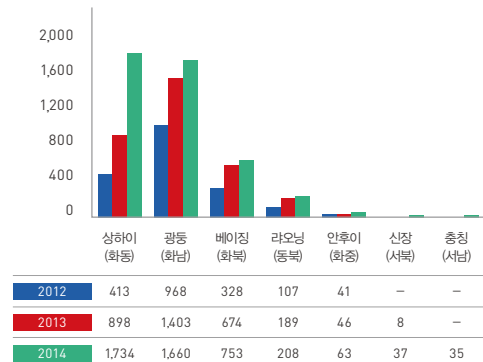
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 1%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 243% 또는 1,864 원/kg으로 양허 제외
---------------	---

활용 모델 예시	■ 농수산 가공품 FTA 수출 경쟁력 제고 모델 등
-----------------	------------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 최근 건강에 대한 관심이 높아지면서, 천연꿀의 소비층 확대 - 중국 소비자들은 꿀을 천연 건강식품으로 인식 - 천연꿀의 주요 소비층은 노년층이었으나, 최근 구매력이 있는 중산층 및 젊은 층의 관심이 높아지면서 소비층이 확대 ■ 식품안전 의식 강화와 중국산 꿀에 대한 불신으로 수입산 천연꿀이 인기 - 중국의 식품안전표준에는 천연 꿀 이외의 성분을 첨가하는 것을 금지하는 규정이 별도로 없어, 중국산 꿀에 대해 소비자들이 불신하는 상황 - 2014년 중국의 천연꿀 수입액은 5,859만 달러로 전년 대비 36.7% 증가하였고, 최근 3년(2012~2014)간 연평균 수입증감률은 49%임
------------------------	--

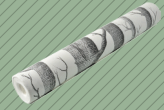
경쟁 동향	■ 수입 브랜드가 고가 시장의 대부분을 점유하고 있으며, 고가 시장뿐만 아니라 중저가 시장으로 타깃 층을 넓히고 있는 상황임 - 대표적인 수입 브랜드는 뉴질랜드의 Comvita, MANUKA HEALTH, 오스트레일리아의 Charles, HiyaBee, 태국의 Honi, forabee임 - 주요 중국 브랜드로는 이위안파이(頤園牌), 바이화파이(百花牌), 왕스(汪氏) 관성위안(冠生園), 펑즈위(蜂之語) 등이 있음 - 한국 천연꿀 제품은 인지도가 낮은 편이나, 유아차 혹은 꿀에 재운 인삼 등 꿀을 첨가한 가공식품 인기
--------------	---

현장의 소리	■ 주요 수입국은 네덜란드, 오스트레일리아, 태국, 말레이시아 등으로 한국산 천연꿀에 대한 인지도는 매우 낮음 (텐진 소재 S사) ■ 꿀유자차, 허니감자칩 등 꿀을 첨가한 가공식품이 중국에서 큰 인기를 얻고 있으며, 일부 공급 부족 현상도 있음 (유통상 Y사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 16회 중국 꿀 박람회 (2015, 광저우, www.globalimporter.net/tradeexpo-d-76079.htm) ■ 중국 꿀제품 전자상거래 포털 (www.cn-fengmi.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

13. 화학공업 - 벽지

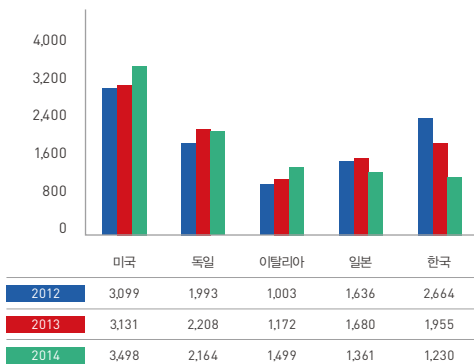


FTA 관련 정보

중국 HS Code	4814.20-00	한국 HS Code	4814.20-1000
중국 수입 관세율	7.5%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	1,230만 달러	중국의 대한 수출액	575만 달러

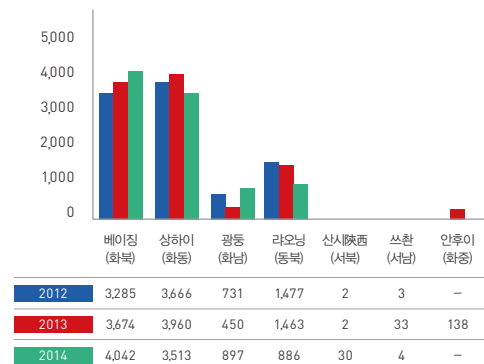
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 75%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후에도 변화 없음 ■ 양허제외 되었기 때문에 관세 절감효과 보다는 전자상거래 통관 간소화 등을 활용한 수출 증대 가능
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 안정적인 경제 기반을 가진 중년층이 주요 소비층이며, 친환경 여부가 제품 구매결정 시 가장 중요한 요소로 작용 – PVC 벽지의 판매량이 전체 벽지 시장의 60~70%를 차지 ■ 신 도시화 정책에 따른 주택 수요량 증가로, 벽지와 같은 인테리어 제품 수요도 늘어날 것으로 예상 – 증권사 중안국제(中銀國際)에 따르면 가정용 벽지 보급률이 선진국은 50%인 반면 중국은 10%로 발전 여지가 큼
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 벽지시장에서 수입 제품이 전체 매출액의 70% 이상을 차지 – 유럽과 일본, 한국 등의 수입 브랜드가 고가제품 시장을 점유하고 있고 중국 브랜드는 중·저가제품 시장을 점유 – 수입 브랜드는 Brewster, Borastapeter, Euroat, 중국 브랜드는 성상루이바오(聖象瑞寶), 위란(玉蘭), 아이시(愛舍), 러우란(柔然) 등이 대중적으로 인지도가 높음 – 한국 벽지제품은 생산기술 디자인 측면에서 높은 제품경쟁력을 가지고 있으며, 주요 브랜드로는 코스모스, 개나리 등이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 현재 중국 벽지시장에서 각 브랜드가 전문매장을 설립하고 있지만 높은 가격과 낮은 인테리어 품질, 제품 진열, 매장 관리 등에 문제점이 있어 체계적인 전문매장 관리 시스템을 구축할 필요가 있음 (베이징 소재 J사) ■ 현재 중국에서 온라인 판매 수요가 늘어나는 추세로 웨이신(微信) 등 소셜 네트워크를 이용해 브랜드 인지도를 제고하는 것도 효율적인 마케팅 수단임 (베이징 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 광저우 국제녹색건축산업 박람회 (2015.9, 광저우, www.cigbiexpo.com) ■ 제20회 중국(상하이) 벽자퀵트주단 및 주거장식 전람회 (2015.8, 상하이, www.shqzz.com) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

14. 화학공업 - 인조대리석

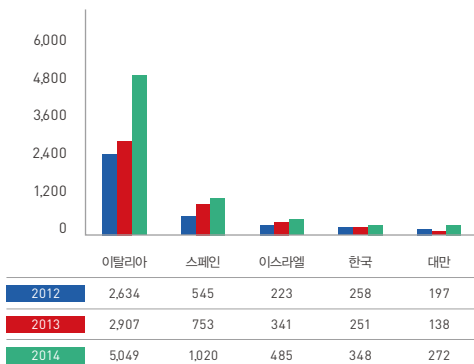


FTA 관련 정보

중국 HS Code	6810.19-10	한국 HS Code	6810.19-9000
중국 수입 관세율	10.5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	348만 달러	중국의 대한 수출액	747만 달러

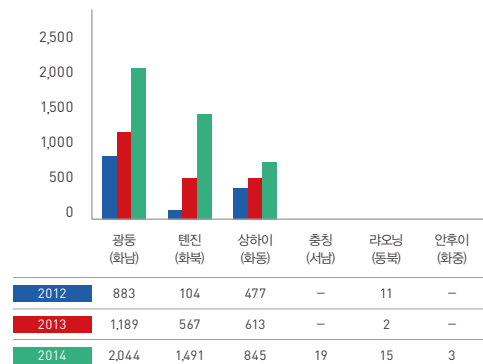
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10.5%로 매년 1.05%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 1선 도시 및 남방지역에 수요 집중 – 인조대리석은 고급 인테리어 자재 중 하나로서 베이징, 상하이, 광저우, 선전 등 1선 도시를 위주로 소비시장이 분포되어 있고, 습도가 높은 남방지역의 수요량이 많음 ■ 인조대리석 장식판 중 MMA(메타크릴산염, Methacrylate)계열의 인조대리석을 주로 사용하며, 시멘트 계열 인조대리석은 주로 판재에만 사용 ■ '중국건축인테리어 12.5발전규획'에 따르면 2015년 공공건축 인테리어 생산액은 2조 6천억 위안에 달할 것으로 보여, 오피스 빌딩, 호텔, 공항, 각종 사회 인프라 확충에 따른 인조대리석 수요 증가 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 미국, 한국, 일본 등의 수입 브랜드가 고가 제품시장 형성, 중저가 시장은 중국 브랜드가 대부분임 – 주요 수입 브랜드로는 미국 CORIAN, MONTELLI, 한국 하이막스, 일본 KURARAY, HUAXUN 등이 있고, 대표적인 중국 브랜드는 성메이(生美), 바오리(寶麗), 아오웨이(奧維), 미차리(米琦麗) 등이 있음 – 중국 제품은 수입 제품에 비해 가격이 저렴하나 열로 인한 변색이 자주 발생, MMA계열의 인조대리석을 생산할 수 있는 우수한 기술력 부재
--------------	---

현장의 소리	■ 주방 인테리어 제품의 경우 교체 주기가 짧지 않은 만큼 소비자들은 중국 브랜드와 비교하여 가격이 높더라도 품질이 우수한 친환경 수입 제품을 선호함 (허베이성 스자좡 소재 J사) ■ 최근 중국 정부는 에너지 절약과 친환경 산업에 관심을 가지고 있으며 소비자들의 친환경 자재에 대한 기대치 또한 높아지고 있어 이에 포커싱한 제품 생산 및 홍보가 주요할 전망 (베이징 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 광저우 국제녹색건축산업 박람회 (2015.9, 광저우, www.cigbiexpo.com) ■ 제14회 중국국제주택산업 및 건축공업화제품설비 박람회 (2015.9, 베이징, www.qhyqsl.com) ■ 인터넷 전자상거래 포털 사이트 알리바바 (www.alibaba.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

15. 화학공업 - 친환경 특수도료

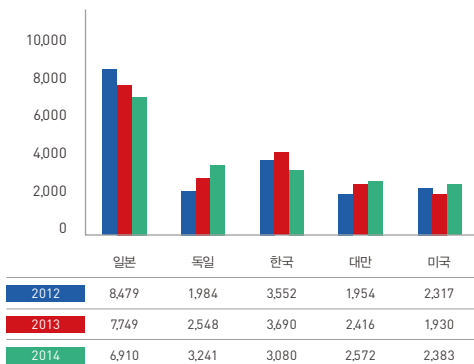


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3208.90-90	한국 HS Code	3208.90-9019
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 독성물질 수입에 요구되는 환경보고 요건 - 유해화학물질의 등록에 대한 행정조치 - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	3,080만 달러	중국의 대한 수출액	391만 달러

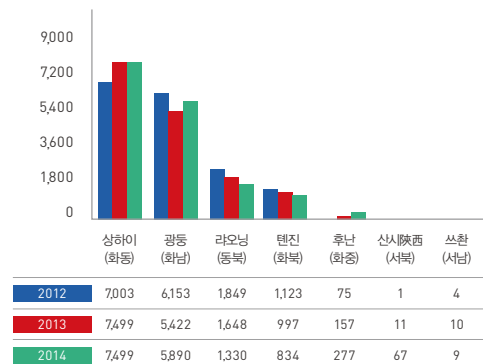
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 0.5%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 발효 즉시 관세 철폐
--------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 최근 친환경 제품에 대한 관심이 고조됨에 따라, 다양한 산업분야에서 친환경 특수도로 수요가 증가 － 주로 자동차, 휴대폰, 전자기기 산업 등에서 다품종 구매가 이루어지고 있음 － 개인 소비자의 경우 인테리어를 위한 구매가 많고, 일반 도로보다 무해한 친환경 도로 제품을 선호 ■ 휘발성유기물 배출 통제 강화 이후 중점 공업 기업의 휘발성 유기물 오염관리가 엄격해짐 － 배출 통제 관리 대상에 도로가 포함되어 오염물 절감, 용제유 절약이 가능한 친환경 특수도로의 수요가 지속적으로 증가할 전망
----------------	--

경쟁 동향	■ 고품질의 친환경 도로 시장은 수입 브랜드들이 차지 － 일본 Nippon Paint, 호주 International Paint, 덴마크 Hempel, 영국 DULUX는 중국에 생산 공장을 설립하고 주요 시장을 선점 － 대표적인 중국 브랜드로는 Carpoly, Sakura paint 등이 있음
-------	--

현장의 소리	■ 친환경 도로는 중국 국가환경보호국의 유독성 화학품 강제 수입등록 품목으로 수입 허가증을 받아야 하므로 중국 진출 시 이에 대한 사전준비 필요 (베이징 소재 J사) ■ 중국은 지역별로 환경, 기후, 시장여건 등의 차이가 커 이를 고려한 진출 전략이 필요 (허베이성 스자좡 소재 K사)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 광저우 국제녹색건축산업 박람회 (2015.9, 광저우, www.cigbiexpo.com) ■ 제14회 중국국제주택산업 및 건축공업화제품설비 박람회 (2015.9, 베이징, www.qhyqsl.com) ■ 인터넷 전자상거래 포털 사이트 알리바바 (www.alibaba.com)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

16. 화학공업 - 여성위생용품(생리대)

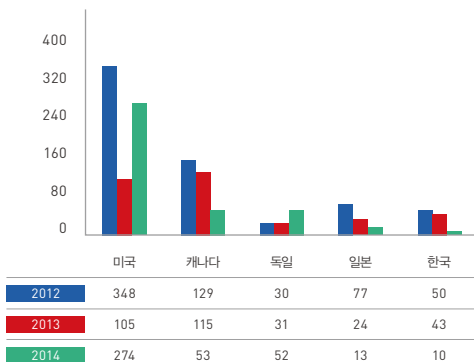


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9619.00-90	한국 HS Code	9619.00-1090
중국 수입 관세율	14%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 수입물품에 대한 검사증명서(품질관리 행정기관)		
중국의 대한 수입액	10만 달러	중국의 대한 수출액	623만 달러

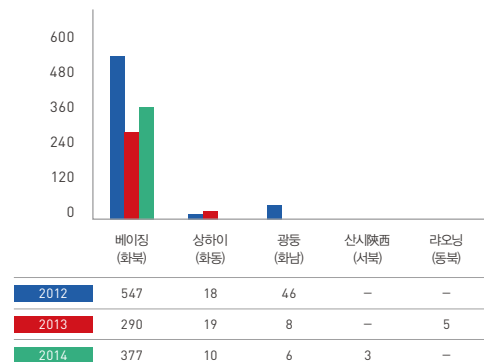
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 14%로 매년 1.4%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후에도 변화 없음 ■ 유아용 기저귀와 여성용 생리대에 쓰이는 고흡수성 수지의 중국 수입 관세율은 6.5%로 10년 내 폐지될 예정이므로, 중국에 원재료를 가져가 가공하거나 완제품을 수출하는 것 모두 관세 인하 효과 향유 가능
활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 ■ 조립공정 이전형 GVC 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 경제발전수준 및 소득수준 차이에 따라 지역 간 소비 특성이 상이 – 중대형 도시의 소비자들은 제품의 가격, 기능, 브랜드를 중요시 함 – 농촌을 포함한 저개발 지역에서는 기능성 제품보다는 저렴한 제품을 선호 ■ 증권사 선인귀지(申銀國際)에 따르면 2015년 중국 생리대 시장규모는 600억 위안에 달할 것으로 전망 – 중국의 14~49세 여성은 약 3억 6,000만 명으로, 생리대의 연간 잠재 소비량은 648억 개에 이름 – 3·4선 도시와 농촌의 수요 증가, 초경 나이 단축 및 폐경 나이 연장으로 생리대 시장 규모는 안정적으로 증가할 것으로 예상
경쟁 동향	■ Whisper, Laurier, SOFY, Stay free, kotex 등의 수입 브랜드가 주류를 이루고 있고, 중국 브랜드는 중저가 시장을 형성하고 있음 – P&G, Johnson&Johnson 등 일부 수입 브랜드는 이미 중국 내 공장을 설립하여 내수시장에 진입하였고, 2·3선 도시로 영역을 확장해가고 있음 – 한국 제품은 청결 및 부드러움으로 소비자들의 관심을 끌고 있으며, 특히 한방 생리대가 인기 있음
현장의 소리	■ 수입 생리대는 품질이 좋고 위생적이라는 인식이 있음 (베이징 소재 J사) ■ 중국에서 유통되는 생리대에서 형광증백제가 검출되면서, 위생적인 수입 제품을 쓰겠다는 소비자들이 늘어남 (베이징 소재 H사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제5회 광저우 국제 생활용지 및 1차성위생용품 전시회 (2015.7, 광저우, www.paperexpo.com.cn) ■ 제8기 1회 위생용품 및 생활용지(상하이) 전람회 (2015.9, 상하이, www.ahpe-china.com)

(2) 품목별 해설

17. 화학공업 - 주방용 유리제품 (유리 밀폐용기 등)

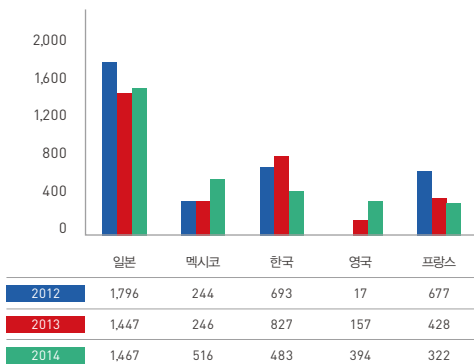


FTA 관련 정보

중국 HS Code	7013.49-00	한국 HS Code	7013.49-0000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 친환경 제품 환경 표지 제도		
중국의 대한 수입액	483만 달러	중국의 대한 수출액	1,631만 달러

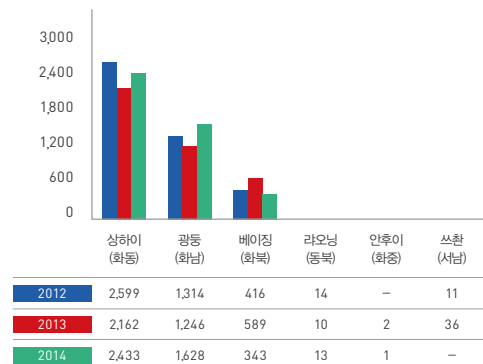
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 1%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐 ■ 중국의 주요 수입국은 일본, 멕시코, 한국 등으로 일본과 멕시코는 중국과 FTA 미체결 국가임 ■ 한중 FTA 발효 시, 중국 내 한국 유리 밀폐용기에 대한 신뢰도 향상과 관세 인하 효과를 통해 대중 수출경쟁력 제고 기대
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 소비자 생활수준 향상과 식품안전에 대한 인식 개선에 따라, 유리 밀폐용기는 플라스틱 용기의 대체재로 자리매김하고 있음 - 내열성과 내구성이 강해 전자레인지나 식기세척기에 사용 가능한 유리용기가 플라스틱 용기를 점차 대체하고 있는 추세 - 유리로 만든 음료용기 및 텀블러 등 신규 제품이 시장에서 좋은 반응을 얻고 있음 ■ 연구기관 위보즈예(宇博智業)에 따르면 중국의 생활용 유리제품 시장규모가 2017년에는 1,467억 위안에 달할 것으로 전망
경쟁 동향	■ 유리 밀폐용기는 고가 브랜드와 저가 노브랜드 시장으로 양분되어있으며, 저가 제품은 중국산이 중심 - 한국 유리 밀폐용기는 중국 시장에서 브랜드 인지도 및 소비자 선호도가 높고, LOCK&LOCK과 GLASSLOCK은 높은 시장점유율을 차지하고 있음 - 수입 브랜드인 프랑스 PYREX, 독일 EMSA, 프랑스 LUMINARC 등이 한국 브랜드 다음으로 높은 시장점유율을 차지하고 있음
현장의 소리	■ 주요 구매자는 일반 가정주부 및 싱글족으로 품질 및 디자인에 민감한 편임 - 다양한 색상의 제품이나 내구성이 좋으면서도 실용적인 디자인으로 승부할 필요가 있음 (베이징 소재 S사) ■ 효과적인 판로개척을 위해 온라인 판매, 공동구매, TV홈쇼핑 등 여러 가지 마케팅 수단을 적극 활용해야 함 (베이징 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제7회 중국 청두 선물 및 거주용품 전람회 (2015.6, 청두, www.reedhuabo.com) ■ 제109회 중국 일용백화상품교역회 (2015.8, 상하이, www.reedhuabai.com) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)

(2) 품목별 해설

18. 화학공업 - 의약품

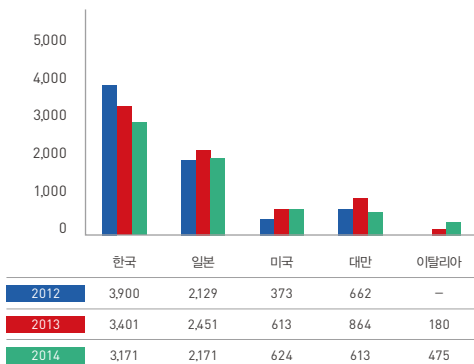


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3004.20-19	한국 HS Code	3004.20-9900
중국 수입 관세율	6%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 의약품 수입규제		
중국의 대한 수입액	3,171만 달러	중국의 대한 수출액	31만 달러

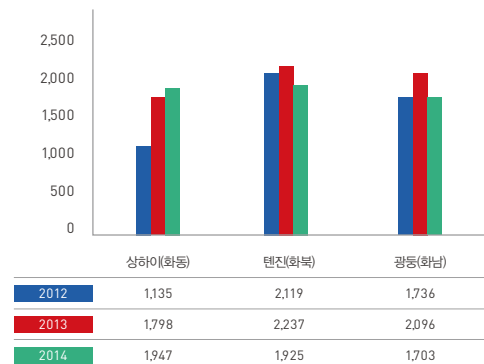
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 6%로 10년간 0.6%씩 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 일반 감기약 같은 경우는 중약성분이 첨가된 중국 브랜드를 선호하지만 해열제, 소염제와 같은 약품은 수입 브랜드를 선호 － 의약품 시장에서 일반약품은 1,208억 위안으로 54.8%, 처방약은 816억 위안으로 37%를 차지 － 일반약품 중 감기약 판매량이 1위를 차지하며 처방약 중 심뇌혈관 관련 약품이 판매 1위를 차지 ■ 평균 수명 연장과 인구 노령화 심화에 따라 의약품 시장이 확대될 전망 － 2013년 기준 중국 노인인구는 1억 9천만 명으로 2025년이면 3억 명을 돌파할 것으로 예상 － 연구기관 중강咨研(中康咨研)에 따르면 2014년 중국 의약품 소매시장규모는 전년 대비 9.57% 증가한 2,817억 위안에 달함
------------------------	---

경쟁 동향	■ 2014년 판매량 기준 상위 30대 의약품 중, 수입 브랜드가 19개 차지 － 미국 Pfizer, 독일 Bayer, 프랑스 Sanofi 등이 인지도가 높음 － 한국 제품의 인지도는 낮은 편이나, 중국의 제약기업과 개량 신약기술 수출계약을 체결하는 등 한국 기업의 지속적인 중국 시장 진출이 이루어지고 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 1선 도시는 포화상태이나 3·4선 도시의 시장개방도가 낮고, 정책도 상대적으로 느슨해 발전 잠재력이 큼 (베이징 소재 건강망) ■ 중국 소비자들의 의약품 구매 시 안전성을 중시함 (베이징 소재 J사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국국제의약(화장품)공업전람회 (2015.11, 상하이, www.china-pharm.net)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

19. 화학공업 - 화장품 (기초제품)

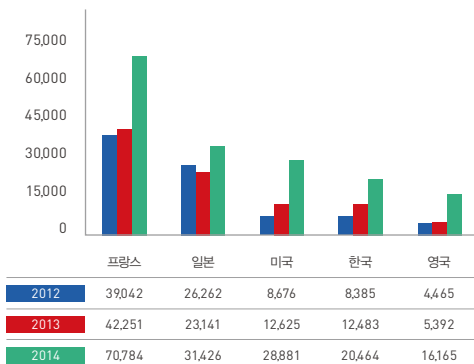


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3304.99-00	한국 HS Code	3304.99-1000
중국 수입 관세율	6.5%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	PR-20	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 화장품 분류 및 등록 관련 요건 - 화장품 위생 기준 - 수출입化粧품의 검사 및 검역 조치 - 화장품 위생허가증 발급에 장기간 소요		
중국의 대한 수입액	2억 464만 달러	중국의 대한 수출액	633만 달러

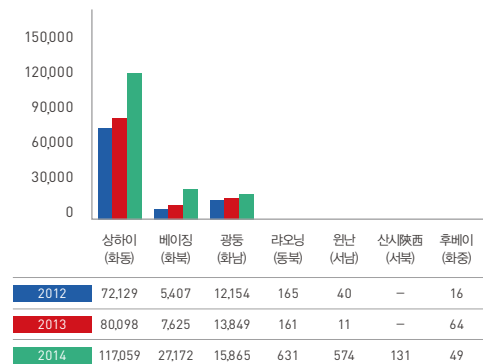
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율(6.5%)의 20%를 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 0.65%씩 10년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 소비자들은 피부 관리에 대한 관심이 높아 기초제품을 중시함 – 중국 화장품 시장에서 기초화장품의 점유율은 48%에 달함 – 최근 여성들뿐만 아니라 남성들도 미에 대한 관심이 높아져 남성 화장품 소비량이 꾸준히 증가하고 있는 추세 ■ 중국산업연구망(中國產業研究網)에 따르면, 2018년 중국 화장품 시장 규모는 2,668억 위안에 이를 전망 – 2013년 중국 화장품 시장 규모는 1,625억 위안으로, 최근 5년(2009~2013)간 매년 20% 이상의 성장세를 보임
------------------------	--

경쟁 동향	■ 외자기업과 합자기업이 중국 화장품 시장의 70% 이상을 차지하고 있음 – 수입 브랜드 P&G가 34.3%, L'Oréal 23.3%, Unilever 9.5% Shiseido 9.2%의 시장점유율을 차지 – 한국 브랜드는 동양인들의 피부에 적합하고 가격도 합리적이어서 많은 소비자들이 선호하며 특히 젊은 층에게 각광받고 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국의 화장품 주요 판매처는 마트와 백화점이었으나, 최근 온라인 판매가 급증하는 추세로 타오바오(淘寶), 징둥(京東) 등 유명 온라인 구매사이트를 통한 판매루트를 확보 하는 것이 중요함 (베이징 소재 K사) ■ 중국인 피부에 적합한 화장품 개발, 중국인들의 기호 고려 등 차별화된 전략으로 중국시장을 공략해야 함 (베이징 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제22회 난징 국제 미용 화장품 박람회 (2015.11, 난징, www.jshs365.com) ■ 중국 국제 의약(화장품)공업 전람회 (2015.11, 상하이, www.china-pharm.net) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

20. 화학공업 - 화장품 (입술화장용 제품)

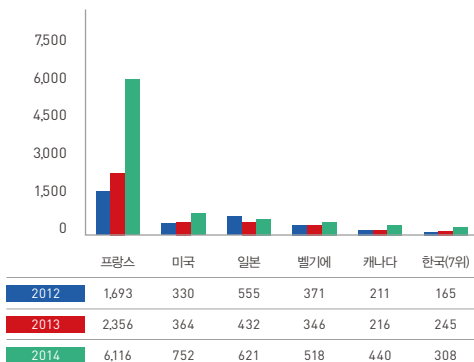


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3304.10-00	한국 HS Code	3304.10-1000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽수입요건	- 화장품 분류 및 등록 관련 요건 - 화장품 위생 기준 - 수출입化粧품의 검사 및 검역 조치 - 화장품 위생허가증 발급에 장기간 소요		
중국의 대한 수입액	308만 달러	중국의 대한 수출액	204만 달러

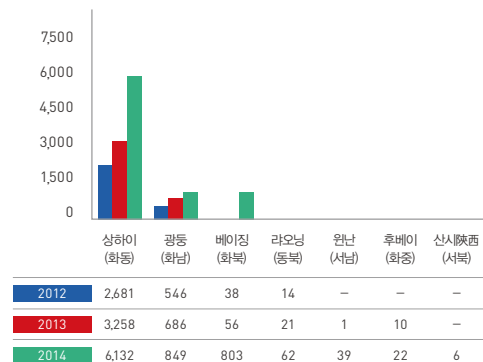
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 0.65%씩 10년간 균등철폐
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 1선 도시 소비자들은 고급제품, 천연제품에 대한 관심이 높고, 2·3선 도시 소비자들은 온라인 구매를 선호 – 2·3선 도시에는 물류비, 부대비용, 인건비 등의 원인으로 많은 브랜드들이 입점해 있지 않은 상태 ■ 중국은 미국 다음의 세계 2대 화장품 시장이지만, 전체 화장품 시장에서 색조화장품의 점유율은 7%밖에 되지 않아 발전 잠재력이 큼 – 입술화장용 제품은 2013년 기준 향후 5년간(2014~2018) 연평균 6%의 성장세를 보일 전망
경쟁 동향	■ 립스틱, 립글로즈, 립밤 등 색조화장품 시장에서 중국 브랜드는 저가 제품 중심이고, 중고가 제품은 수입 브랜드가 장악 – 기타 화장품과 마찬가지로 색조화장품도 외자기업과 합자기업이 70% 이상을 차지하고 있음 – 주요 수입 브랜드로는 Chanel, L'OREAL, Dior, 에뛰드하우스, Mentholatum 등이 있음 – 한류 열풍으로 중국 여성소비자들의 한국 화장품 선호도가 높아짐
현장의 소리	■ 해외 모든 화장품은 중국 시장에 진출 시 일률적으로 중국 국가식품약품감독관리 총국에 등록해야 함 – CFDA의 위생허가는 시간이 많이 소요되고 비용이 높은 편임 (베이징 소재 J사) ■ 한국 드라마가 흥행하면서 한국 화장품의 중국 현지 인지도는 높은 편으로 젊은 층을 타겟으로 마케팅을 할 필요가 있음 (베이징 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제22회 난징 국제 미용 화장품 박람회 (2015.11, 난징, www.jshs365.com) ■ 중국 국제 의약(화장품)공업 전람회 (2015.11, 상하이, www.china-pharm.net) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)

(2) 품목별 해설

21. 화학공업 - 샴푸

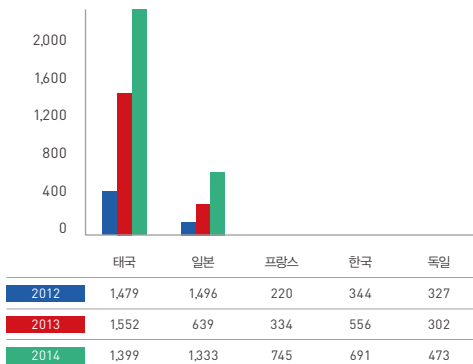


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3305.10-00	한국 HS Code	3305.10-0000
중국 수입 관세율	6.5%	한국 수입 관세율	5%
중국 양허 일정	PR-35	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 화장품 분류 및 등록 관련 요건 - 화장품 위생 기준 - 수출입化粧품의 검사 및 검역 조치 - 화장품 위생허가증 발급에 장기간 소요		
중국의 대한 수입액	691만 달러	중국의 대한 수출액	121만 달러

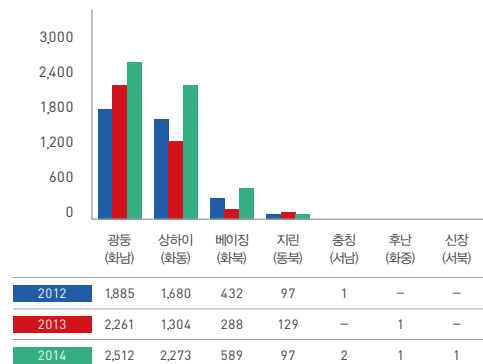
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율(6.5%)의 35%를 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 5%로 매년 1%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 헤어케어에 대한 관심이 높아짐에 따라 탈모방지, 비듬방지, 손상모발 관리 등 기능성 제품에 대한 수요 확대 ■ 중국의 헤어케어 제품 사용 횟수는 일주일에 2.5회로 선진국과 비교 할 때 발전 전망이 큼 (미국 5회/주) – 2013년 기준 향후 5년간(2014~2018) 연평균 5.2%의 성장세를 보일 전망
------------------------	--

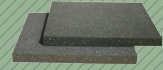
경쟁 동향	■ P&G, Unilever, Henkel, C-BONS GROUP 등 수입 브랜드가 중국 헤어케어 시장에서 70% 이상을 차지 ■ 한국 미용제품에 대한 인지도가 높아지면서 자연스럽게 한국 헤어케어 제품에 대한 관심 증대 – 주요 한국 브랜드로는 탈모 예방 기능성 샴푸 려(呂), 고유의 향으로 유명한 애경의 케라시스 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 스트레스로 인한 탈모를 고민하는 소비자들이 늘면서 탈모방지 샴푸가 인기를 끌고 있음 (베이징 소재 J사) ■ 중국 0-3세 영유아 인구는 5,000만 명을 초과, 향후 영유아 헤어케어 시장의 높은 성장이 예상됨 (베이징 무역관) ■ 중국 내에서 생산되는 화학제품의 유해성에 대한 불안감으로 한국 및 유럽제품에 대한 선호도가 높음 – 실제로 중국의 해외 직구 품목 중 영유아 화장품, 샴푸 등은 높은 순위를 차지하고 있음 (베이징 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제22회 난징 국제 미용 화장품 박람회 (2015.11, 난징, www.jshs365.com) ■ 중국 국제 의약(화장품)공업 전람회 (2015.11, 상하이, www.china-pharm.net) ■ 오픈 마켓 타오바오 (www.taobao.com), 징둥상청 (www.jd.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

22. 화학공업 - 폴리우레탄

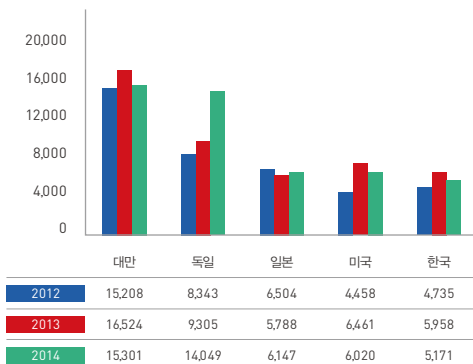


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3909.50-00	한국 HS Code	3909.50-0000
중국 수입 관세율	6.5%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 음식물 용기 및 포장재에 사용하는 멜라민-포름알데히드 포장 기준		
중국의 대한 수입액	5,171만 달러	중국의 대한 수출액	1,850만 달러

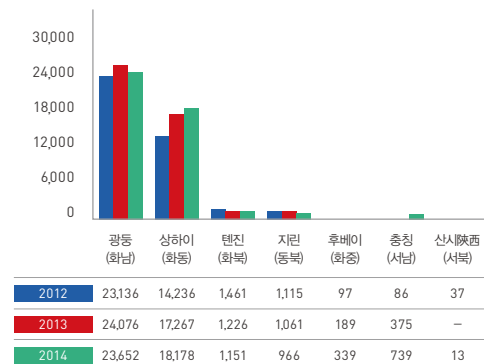
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 6.5%로 협정 발효 즉시 관세 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 1.3%씩 5년간 균등철폐 ■ 한중 FTA 발효 즉시 관세가 철폐됨으로써 가격경쟁력 강화 기대
---------------	--

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 2012년 이후로 중국 폴리우레탄 시장은 세계 우레탄 시장의 성장을 견인 ■ 폴리우레탄은 건축용, 가정용, 사무용, 자동차용, 의류용 등 용도가 다양하며, 산업 다각화에 따른 폴리우레탄 수요 증가 – 2014년 폴리우레탄 수입액은 6억 8백만 달러로 작년 대비 2.8% 증가하였고, 수입량은 138,472만 톤으로 작년 대비 10.5% 증가
------------------------	--

경쟁 동향	■ 2014년 기준 중국 폴리우레탄 업계 인지도 – 엔타이 완화 폴리우레탄주식회사(煙台萬華聚氨基酯股份有限公司), 바이얼 폴리우레탄 유한공사(拜耳(上海)聚氨基酯有限公司), 창저우 다화 주식회사(滄州大化股份有限公司), 산둥 화루형성 화공 주식회사(山東華魯恒升化工股份有限公司) 순임
--------------	---

현장의 소리	■ 중국 폴리우레탄 산업은 빠르게 발전하고 있으며, 중국 폴리우레탄 제품의 해외 수출이 지속적으로 증가할 가능성이 높음 ■ 중국의 자동차 산업 발전에 따라 자동차 내장재용 폴리우레탄 수요도 증가 할 것 (이상 상하이 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제13회 국제 폴리우레탄 전시회 (2015.8, 광저우, www.puchinashow.com) ■ 제15회 상하이 고무 및 타이어 박람회 (2015.11, 상하이, www.rubbertech.com.cn) ■ 스파덱스 산업 B2B 전자상거래 업체 (www.zgalw.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

23. 화학공업 - 이방성도전필름

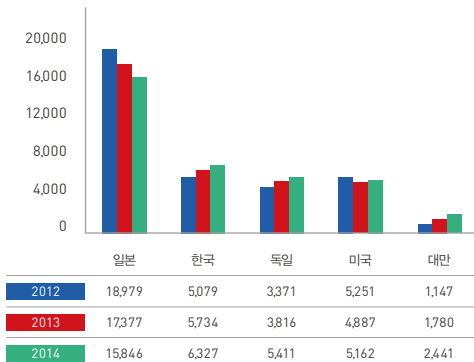


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3506.10-00	한국 HS Code	3506.10-2000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	6,327만 달러	중국의 대한 수출액	468만 달러

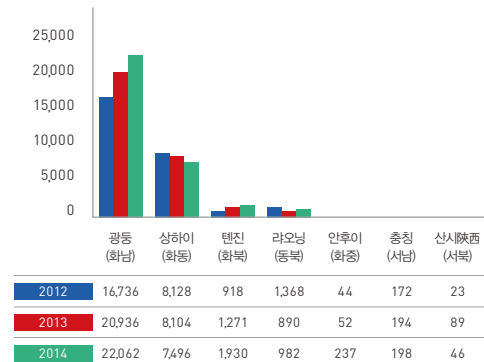
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 2%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 협정 발표 즉시 관세 철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 에폭시 수지 ACF 접착제는 고온 안전성 및 열팽창 성능을 갖추고 있어 광범위하게 사용되고 있음 ■ 전자 제품 수요가 증가함에 따라 에폭시 수지 ACF 접착제의 수요 또한 증가할 것으로 전망 - 현재 출시되는 스마트폰, 노트북, 태블릿 PC 등 휴대용 전자기기는 대부분 액정 디스플레이나 터치 패널로 이루어져 있어 ACF 수요가 지속적으로 증가하고 있음 - 2014년 중국의 ACF 수입액은 4억 5,600만 달러, 전년 대비 4.6% 증가
------------------------	---

경쟁 동향	■ 미국과 일본 브랜드가 주도적 위치에 있음 - 주요 수입 브랜드로는 미국의 Epoxy, Ablistick, Loctite, 3M, 일본의 Three-Bond, Hitachi 등이 있음 - 중국에는 ACF를 대량 생산하는 기업들이 많지만, 기술경쟁력이 떨어져 모니터에 사용되는 ACF 제품은 대부분 수입
--------------	---

현장의 소리	■ 자사가 취급하는 접착제 제품의 경우 한국 제품의 가격이 중국 제품의 6배이며 수입산 중에서도 가격이 가장 높음 - 한국산 ACF는 한국산 전자 제품에 부품 세트화 되어있는 반면, 미국은 ACF 생산기업이 전자 제품 제조기업과 협력 없이 단독으로 제품을 마케팅하고 판매함 ■ 현재 중국 시장에서 가격이 낮은 제품을 원하면 중국산을 선택하고 고품질 제품을 원하면 미국산을 택함 (이상 쑤저우 페이카이 전자회사, 한국산 및 미국산 에폭시 수지 접착제 대리상)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제18회 중국 국제 접착제 및 밀봉제 전시회 & 제10회 중국 국제 접착제 및 태그 전시회 (2015.9, 상하이, www.chinaadhesive2000.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

24. 화학공업 - 탈모예방 제품

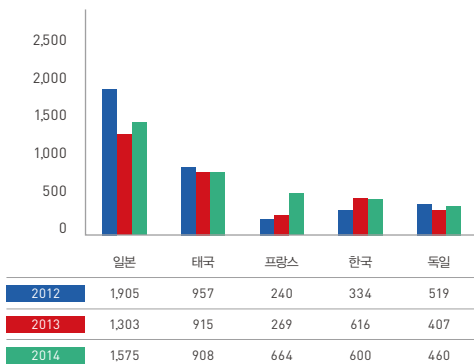


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3305.90-00	한국 HS Code	3305.90-9000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	5%
중국 양허 일정	PR-35	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 화장품 위생행정허가증 발급에 장기간 소요 - 비특수용도화장품에 대한 국내/수입산 간 차별적 허가제도 운영		
중국의 대한 수입액	600만 달러	중국의 대한 수출액	369만 달러

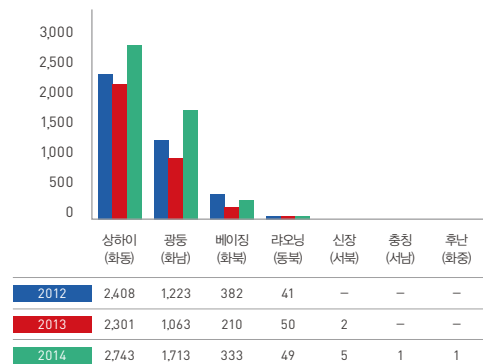
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율(10%)의 35%를 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 5%로 0.5%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 스트레스, 환경오염, 잘못된 식습관 등으로 인해 탈모 초기증상을 호소하는 사람들이 늘고 있어, 탈모예방 제품에 대한 잠재적 수요가 큼 - 중국 성년인구 중 머리카락이 가늘어지고 갈라지며 빠지는 사람이 3억 명에 달함 - 중국 6대 도시 4,800명의 소비자를 대상으로 시장조사를 한 결과 45%의 소비자들이 탈모에 대해 고민하고 있음 ■ 탈모예방 제품에는 전문 발모제품, 일용 화학품인 탈모 방지양모 샴푸제품, 복용제품 등 종류가 다양함 - 탈모 초기증상이 있는 사람들은 탈모방지 샴푸를 꾸준히 구매하고, 여러 가지 브랜드의 제품을 번갈아 사용해보는 특징이 있음 ■ 탈모인구의 증가로, 탈모예방 제품의 시장규모는 꾸준히 성장할 전망 - 2009~2012년 중국 탈모예방 제품 시장규모는 연평균 12%씩 성장 - 2013년 탈모예방 제품 시장규모는 전년 대비 14% 증가한 4.2억 위안에 달하고, 향후 연평균 15%씩 성장할 전망
경쟁 동향	■ 탈모예방 제품의 상위 5대 브랜드는 모두 중국 브랜드로 시장점유율이 50% 이상 - 상위 5대 브랜드는 바왕(霸王), 쉼푸터(索芙特), 장광101(章光101), Renex, 한웅9+9(韓勇9+9), 다페이신(達菲欣) 임 - 주요 외국 기업으로는 프랑스의 L'Oreal 미국의 NIOXIN 등이 있음 - 한국 제품의 인지도는 낮은 편으로, 주요 진출 브랜드는 러, 땡기머리 등임
현장의 소리	■ 한국 화장품 및 일용화학품은 인지도가 높고 소비자들의 선호도 또한 높으나, 탈모예방 제품은 인지도가 낮은 편임 (저장성 항저우 소재 L사) ■ 중국 소비자들은 중약재 제품에 대한 신뢰도가 높아, 한방 기술을 접목한 제품으로 진출하는 전략 필요 (저장성 항저우 소재 M사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제42회 광둥 국제 미용미발 용품 수출입 박람회 (2015.9, 광저우, www.eshow365.com/zhanhui/html/84890_0.html) ■ 제25회 중국 국제 의약 보건산업 박람회 (2015.6, 광저우, www.expo-china.com/Exhibition-92872.html)

(2) 품목별 해설

25. 화학공업 - 면역혈청

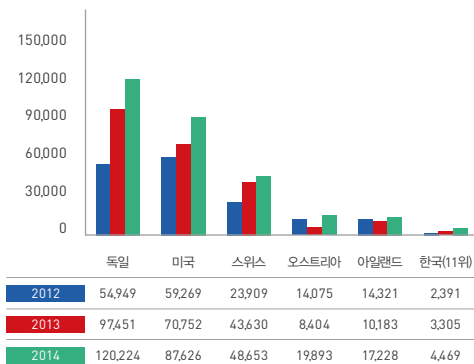


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3002.10-00	한국 HS Code	3002.10-1000
중국 수입 관세율	3%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	4,469만 달러	중국의 대한 수출액	143만 달러

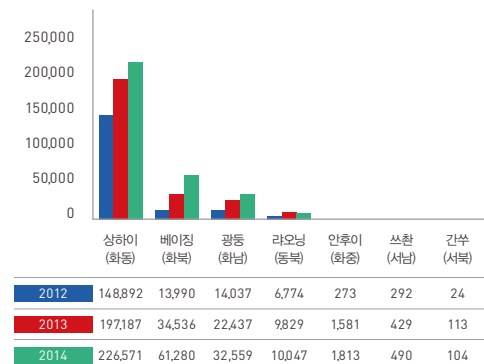
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 3%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	---

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 바이오 의약산업은 중국 정부가 전폭적으로 지원하고 있는 신흥 산업 중 하나로, 면역혈청을 포함한 관련 분야의 발전 가능성 높음 - '중국제조 2025'의 10대 핵심 산업 분야 중 바이오 의약 분야가 포함되어 정부차원의 집중 육성을 통해 고속 성장할 전망 - 2013년 중국 바이오 의약산업의 생산액은 전년 대비 18% 증가한 2조 위안 기록 - 2014년 중국의 면역혈청 수입액은 34억 4,018만 달러로, 최근 3년간(2012~2014) 연평균 33% 증가 ■ 환보하이(環渤海)와 창장삼각주(長三角)지역을 바이오 의약산업 클러스터가 꾸준히 발전 - 관련 분야의 연구개발, 금융, 인재개발 등을 기반으로, 중국 바이오 의약산업 발전을 주도하는 중심 지역임
------------------------	---

경쟁 동향	■ 대부분 미국 및 유럽 국가에서 수입 - 2014년 중국의 면역혈청 주요 수입국은 독일, 미국, 스위스, 오스트리아 순이며 한국은 11위를 차지 * 2014년 기준 중국 면역혈청 전체 수입액 중 독일이 차지하는 비중은 34.9%, 미국 25.5%, 스위스 14.1%로 3개국이 전체 수입의 74.6%를 차지
--------------	--

현장의 소리	■ 수입 제품의 경우 항생제 사용을 엄격하게 제한하기 때문에 혈청에 항생제가 거의 없거나 함량이 적은 반면, 중국 제품의 항생제 사용이 무분별하게 이루어져 혈청 품질이 낮은 편임 (상하이 소재 M사)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제15회 세계 제약 원료 중국 전시회 (2015.6.24~26, 상하이, www.cphi-china.cn) ■ 제3회 바이오 의약 및 제약 국제 학술 회의 ICBP (2015.9.4~6, 난징, www.icbpconf.org)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

26. 화학공업 - 네일아트

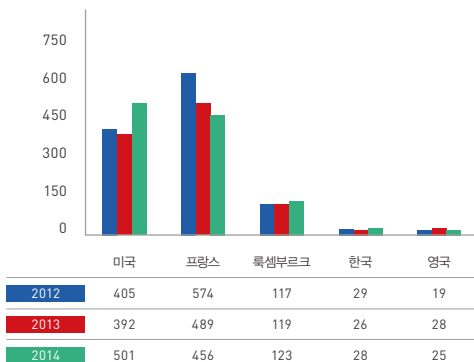


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3304.30-00	한국 HS Code	3304.30-1000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽수입요건	- 화장품 분류 및 등록 관련 요건 - 화장품 위생 기준 - 수출입化粧품의 검사 및 검역 조치		
중국의 대한 수입액	28만 달러	중국의 대한 수출액	0

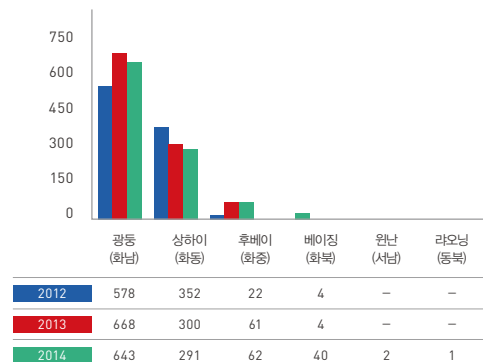
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 1.3%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 네일숍이 대도시를 중심으로 급속도로 늘어나고 있고, 소비층 또한 확대되면서 네일아트가 빠르게 대중화되고 있음 - 현재는 베이징, 상하이 등 1선 도시뿐만 아니라 2·3선 도시에서도 네일숍을 쉽게 찾아볼 수 있을 정도로 대중화되었음 - 주요 소비층은 바링하우(80後) 주링하우(90後) 세대의 젊은 여성층이고, 최근에는 중년층과 청소년층으로 확대되는 추세 - 온라인 쇼핑몰에서 네일아트 관련 다양한 상품이 판매되고 있음 ■ 최근 몇 년간 네일아트 문화가 확산되면서, 시장 규모도 급성장 - 2009년 중국 네일아트 시장규모는 74억 위안에 불과하였으나 2013년 140억 위안을 기록하며 두 배 이상 성장 - 향후 매년 20%씩 성장하여 2017년에는 네일아트 시장규모가 261억 위안에 달할 것으로 전망
------------------------	---

경쟁 동향	■ 대표적인 네일아트 제품인 매니큐어 시장에서 중국 브랜드는 60%, 수입 브랜드는 40%의 점유율 차지 - 미국 브랜드인 OPI, ORLY 등 미국 및 유럽 브랜드가 고가 시장을 주도하고, BO 등 중국 브랜드가 중·저가 시장을 이끌고 있음 - 한국 브랜드 중에서는 스킨푸드, 에뛰드하우스, 이니스프리 등이 인기 있음 ■ 해외 유명 네일아트 기업들이 중국시장에 진출하고 있으며, 한국식 네일숍도 생겨나고 있음 - 2014년 중국 유명 브랜드 스만펀(詩曼芬)은 한국식 네일숍을 설립하고 다양한 서비스를 제공하여 점차 인지도를 높이고 있음 - OPI는 2015년 TMLL.COM에 정식으로 오픈, 중국 소비자들에게 온라인 판매 시작 - 미국의 Crystal goddess도 2014년 중국 광저우 유이광창(友誼廣場)에 첫 매장을 오픈한 이래 선전까지 지점을 확대함
--------------	--

현장의 소리	■ 한국의 네일아트 제품은 선전에 비해 다양하고, 기술이 뛰어남 (선전 유쩌(佑澤)네일샵)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 상하이 미용 전시회 (2015.5.19.~21, 상하이, http://www.meirongexpo.com/about.asp) ■ 2015 광둥 국제 미용 화장품 전시회 (2015.9.17.~19, 광저우, http://www.onezh.com/web/index_45726.html)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

27. 플라스틱 - PVC 바닥재

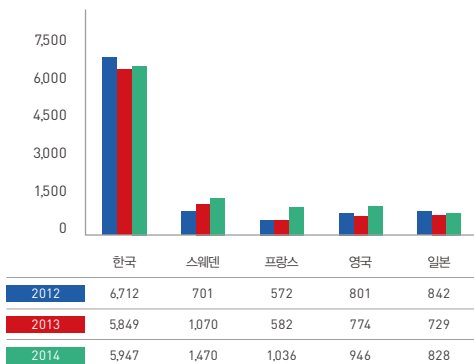


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3918.10-90	한국 HS Code	3918.10-1000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	5,947만 달러	중국의 대한 수출액	990만 달러

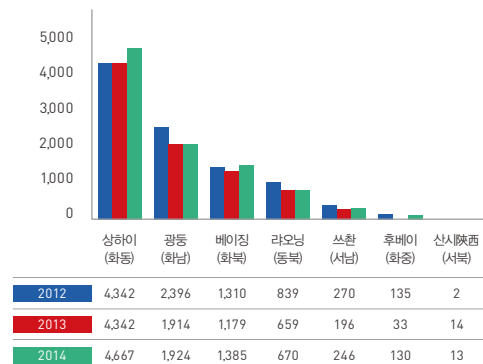
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 양허 제외 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 1.3%씩 5년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 누적기준 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 경제 수준이 높은 대도시 지역은 80% 이상의 병원에서 PVC 바닥재를 사용하고 있음 - 향후 체육시설, 오피스텔, 정밀화학공장 등으로 수요처가 확대될 것으로 예상됨 ■ 소득증가 및 건강에 대한 관심 증대, 중국 부동산 산업의 빠른 발전으로 인해 PVC 바닥재 수요가 지속적으로 증가할 전망 - 중국 내 PVC 바닥재 생산 공장이 다수 건설되었으나, 품질경쟁력이 떨어져 수입 브랜드에 대한 수요는 당분간 계속 증가할 전망 - 2014년 중국의 PVC 바닥재 수입액은 1억 3,100만 달러, 전년 대비 3.9% 증가함
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 PVC 바닥재 시장은 수입 브랜드가 주를 이루며 LG, 한화, Gerflor, 러더메이(樂地美) 등 10대 브랜드가 시장의 20~25%를 차지함 - 러더메이(樂地美)의 판매 가격은 LG 판매 가격의 절반으로 가격 경쟁력에서 앞섬 - LG PVC 바닥재는 중국 바닥재 시장에서 1위 제품이며, LG, 한화 등이 품질과 가격 면에서 소비자의 인정을 받고 있어 다른 한국산 브랜드 이미지 제고에 긍정적 역할을 함
--------------	--

현장의 소리	■ 중국 내 PVC 바닥재 관련 표준(유해성분 규정, 안전방화표준, 상품재질과 시공규범 규정)을 통과하는 과정이 다소 복잡하므로 사전에 관련 규정을 숙지하고 현지 검사 기관과 충분한 협의를 하는 것이 중요 (상하이 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제18회 중국국제바닥재 및 부설기술 박람회 (2016.3, 상하이, www.dacf.cn) ■ 제23회 중국북경 건축자재 박람회 (2016.3, 베이징, www.expox.com.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

28. 플라스틱 - 휴대폰 액정 필름

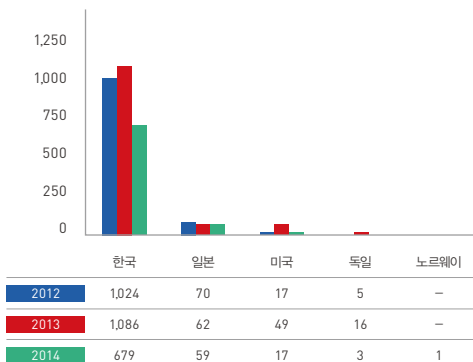


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3919.90-10	한국 HS Code	3919.90-0000
중국 수입 관세율	6.5%	한국 수입 관세율	6.5%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	679만 달러	중국의 대한 수출액	34만 달러

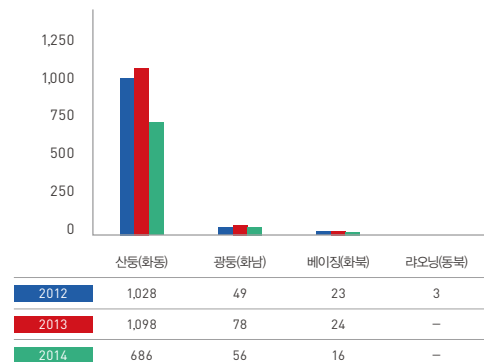
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 0.43%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 6.5%로 매년 1.3%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 누적기준 활용 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 스마트폰이 대중화되면서 휴대폰 액정 필름에 대한 수요가 빠르게 증가 - 스마트폰 교체주기가 짧아지면서 액정필름에 대한 수요도 증가 - 2014년 중국 휴대폰 액정필름 시장규모는 19억 2,000만 위안으로 3년 사이 9배 이상 성장하였고, 2017년에는 약 27억 위안을 넘어설 것으로 전망 ■ 중국 소비자들이 선호하는 가격대는 20~30위안이고, 가장 인기 있는 제품은 강화필름임 - 제품별 선호도는 강화필름이 38%로 가장 높았고, 고투명필름, 다이아몬드 필름, 지문방지 필름이 각각 30%, 19%, 10%를 차지 - 선호하는 가격대는 20~30위안이 45%로 가장 많았고, 10~20위안 30%, 30~40위안이 12%로 나타남
------------------------	--

경쟁 동향	■ 100위안 이하의 제품은 중국 브랜드가 대부분이고, 100위안 이상의 고가제품은 한국, 미국, 일본 등 수입 브랜드가 90% 이상을 차지 - 대표적인 중국 브랜드로는 이쓰카(伊斯卡), 쿠파이(酷派), 방커스(邦克仕), 신둔(鑫盾) 등이 있음 - 외자 기업으로는 일본의 Power support, 대만의 IMOS, 홍콩의 Capdase, 미국 업체인 Belkin, Speck Candyshell 등이 있음 - 대표적인 한국 기업으로는 ZENUS, 코메트 등이 있고, ZENUS는 중국 내 홈페이지를 개설해 제품을 판매하고 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 중국에서 휴대폰 액정 필름의 가격은 몇 년 전부터 20~50 위안 선을 유지해오고 있음 (샤먼 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 제5회 디지털 세계 아시아 박람회 (2015.8, 베이징, http://www.cnccchina.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

29. 섬유 - 캠핑용 텐트

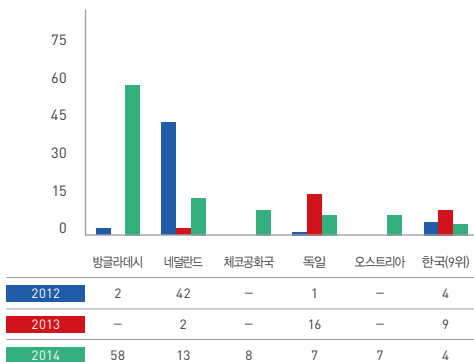


FTA 관련 정보

중국 HS Code	6306.22-00	한국 HS Code	6306.22-0000
중국 수입 관세율	16%	한국 수입 관세율	13%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CC(2단위 세번변경 or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 해외 럭셔리 브랜드에 대한 중국내 판매제품의 품질규제		
중국의 대한 수입액	4만 달러	중국의 대한 수출액	7,001만 달러

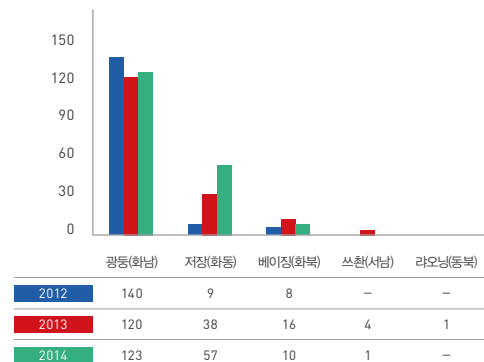
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 16%로 매년 1.6%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 13%로 매년 1.3%씩 10년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 의류, 신발 등 아웃도어 패션용품뿐만 아니라 텐트, 참낭, 그릴, 취사도구 등 캠핑용품 시장도 꾸준히 확대되는 추세 － 주요 소비층은 30대 중산층으로 신상품에 대한 호기심이 많으며 고가의 캠핑용품을 선호 － 아이가 있는 젊은 층 소비자는 중-저가 제품을 선호하였으나, 최근에는 성능 및 안전성이 인증된 고가 제품에도 관심을 보이고 있음 ■ 최근 몇 년간 생활수준이 제고되면서 캠핑을 즐기는 사람이 늘고 있어, 캠핑용품 수요도 지속적으로 증가할 전망 － 중국의 1인당 캠핑용품 평균 소비는 선진국보다 훨씬 낮은 수준으로 향후 발전 가능성이 큼
------------------------	---

경쟁 동향	■ 캠핑용품은 수입 브랜드보다 중국 브랜드의 수요가 더 많음 － 대표적인 중국 브랜드로는 Mobi Garden, acome 등이 있음 － 수입 브랜드 중 유럽 및 미국 브랜드가 가장 인기 있음 － 한국 제품의 인지도는 비교적 높은 편으로 밝은 색상, 실용성 있는 디자인으로 인기를 끌고 있으며, 대표적인 브랜드로는 BLACK YAK, KOLON SPORT 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국판 '아빠! 어디가' 등 오락 프로그램을 통해 캠핑 문화가 중국 전역으로 보급되면서, 캠핑용품 시장은 지속적으로 성장하고 있음 ■ 최근 3·4선 도시 주민들이 점차 캠핑용품에 관심을 보이고 있고 구매력 또한 상승하고 있으므로, 경쟁이 치열한 1·2선 도시 보다는 3·4선 도시로의 진출을 고려해야 함 (이상 상하이 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제10회 아시아 아웃도어용품전시회 (2015.7, 난징, http://www.chinaexhibition.com) ■ 제10회 아웃도어스포츠용품 및 장비 전시회 (2016.5, 베이징, www.stjtjqw.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

30. 생활용품 - 낚시용품

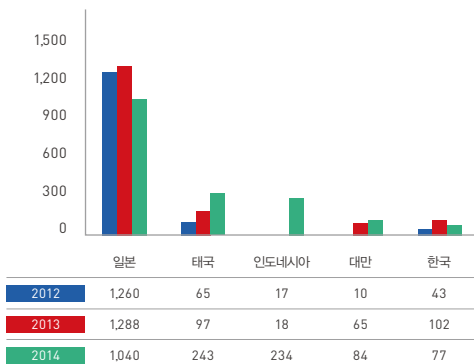


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9507.10-00	한국 HS Code	9507.10-1000
중국 수입 관세율	21%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	77만 달러	중국의 대한 수출액	1,803만 달러

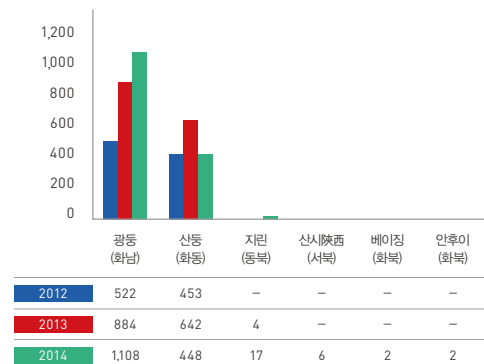
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 21%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 생활여건 개선과 여가시간 증가로 낚시를 즐기는 사람들이 늘어나는 추세 - 2013년 기준 중국 낚시인은 9,000만 명 이상, 낚시용품점은 3만 5,000여개인 것으로 집계 - 주요 소비층은 장년층에서 젊은 층으로 확대되는 추세 ■ 중국항업보고망(中國行業報告網)에 따르면, 최근 3년간 (2011~2013) 중국 낚시용품 시장규모는 매년 17~18%씩 성장했으며, 2013년 시장규모는 50억 6,000만 위안에 달함 - 최근 중국에 프로낚시연맹이 등장해 가입자가 증가하고 있으며, 각종 낚시 대회도 매년 늘고 있는 추세로 낚시용품의 수요 증대가 예상됨 * 중국낚시운동협회(China Angling Association)는 2013년부터 바다낚시대회를 국가급 대회로 포함시키고 상금을 대폭 높여 대회참가를 장려하고 있음
경쟁 동향	■ 고가 제품은 일본·미국 브랜드를 선호하고, 중저가 제품의 경우 중국 브랜드를 선호함 - Daiwa, SHIMANO, OKUMA와 같은 외국 기업이 낚시용품 시장의 10%를 점유하고 있고, 랑왕(狼王), 디자(迪佳), 터번(特奔), 웨이아(維亞) 등 중국 기업이 90% 차지 - 한국 낚시용품은 중국 제품보다 품질이 뛰어나면서 일본 제품보다 가격이 저렴하나 인지도는 높지 않고, 주요 브랜드로는 DONGMI, APIS, NS 등이 있음
현장의 소리	■ 한국, 일본 등 수입 제품의 경우 품질이 뛰어나고 기능이 다양하지만 중국 제품 대비 가격경쟁력이 떨어짐 ■ 한국 제품은 가격이나 품질 경쟁력에서 입지를 굳히지 못한 상태임 (이상 상하이 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 8회 중국 웨이하이 낚시용품 박람회 (2015.10, 웨이하이, www.cgcxpo.com) ■ 벽해 낚시용품 전시회 (2015.7, 텐진, www.bhdjz.com) ■ 낚시 박람회 (2016.2, 베이징, www.chinafishshow.org/f_cf2015.asp)

(2) 품목별 해설

31. 생활용품 - 러닝머신

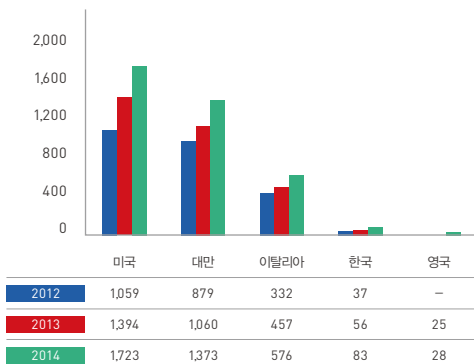


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9506.91-11	한국 HS Code	9506.91-0000
중국 수입 관세율	12%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	83만 달러	중국의 대한 수출액	329만 달러

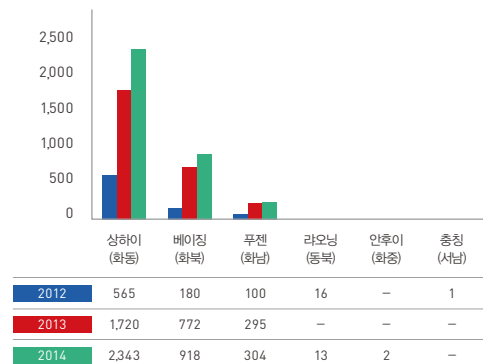
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 12%로 매년 1.2%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 0.8%씩 10년간 균등철폐
활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 실내용 헬스기구는 시간과 장소의 제약을 받지 않고 운동할 수 있는 편의성 때문에 수요가 늘고 있음 – 2014년 중국 러닝머신 수입액은 4천만 달러로, 전년대비 25%증가 ■ '스포츠 산업 발전을 위한 지도의견에 따르면, 향후 스포츠 관련 산업 시장규모가 2억 위안에 달할 것으로 전망 – 중국 정부가 2020년까지 국제 경쟁력을 갖춘 스포츠 기업 및 브랜드 육성 계획을 공표하여 헬스기구 산업도 전망이 밝을 것으로 예상됨
경쟁 동향	■ 러닝머신을 비롯한 중국 헬스기구 시장에서는 품질이 좋은 고가의 수입 브랜드가 주류를 이루고 있음 – 미국의 sole, ICON, 유럽의 BH, 대만의 JOHNSON 등이 인기 – 중국 기업의 기술 수준은 아직 해외제품을 모방하는 단계에 머물러 있고, 3,000 위안 이하의 저렴한 러닝머신을 생산하는 기업이 대부분으로 대표적인 기업은 수화(舒華)가 있음
현장의 소리	■ 가족 구성원이 함께 사용하므로 안정성을 인증 받은 기계를 선호 (상하이 무역관) ■ 최근 2년간(2013~2014) 중국의 헬스기구 기업들이 대형 전자상거래 기업과 합작하는 경우가 급증하고 있어, 전자상거래를 새로운 유통경로이자 마케팅 수단으로 활용하여야 함 (헬스박람회 참가 중국 기업 A) ■ 중국 스포츠 시장에서 한국 브랜드의 인지도는 비교적 낮음 (스포츠용품 박람회 중국인 관람객 B)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 베이징 스포츠용품 박람회 (2015.5, 베이징, www.sportshow.com.cn) ■ 상하이 국제 스포츠 및 헬스용품 박람회 (2016.3, 상하이, www.ciwf.com.cn)

(2) 품목별 해설

32. 생활용품 - 액세서리

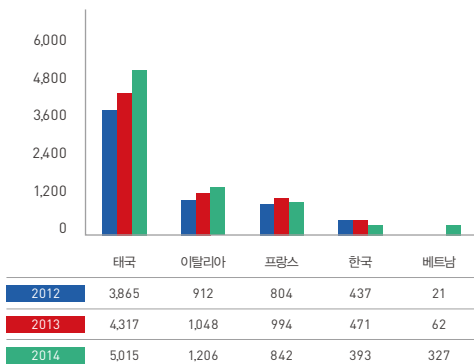


FTA 관련 정보

중국 HS Code	7117.19-00	한국 HS Code	7117.19-1000
중국 수입 관세율	17%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번 변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	393만 달러	중국의 대한 수출액	5,197만 달러

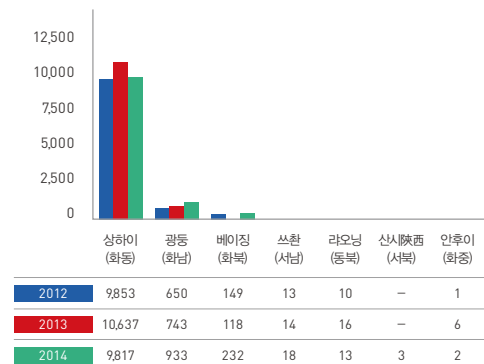
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 17%로 매년 1.7%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 액세서리 구매 시 연령대 별 소비자 특성이 상이함 – 20~30대의 젊은 여성들은 액세서리 구매 시 드라마, 영화 등 미디어의 영향을 많이 받으며, 40대 이상의 중년 여성들은 매장에서 제품을 직접 보고 구매 ■ 중국 소비자들의 구매력 상승으로 브랜드 액세서리 시장이 확대되고 있음
경쟁 동향	■ 중국 액세서리 시장에서 중저가 제품은 중국 브랜드가 대부분이고, 고급 액세서리는 주로 수입 제품임 – 중국 액세서리 생산업체는 주로 광둥성, 저장성, 장쑤성에 있으며, 이타이렌나그룹(伊泰蓮娜集團), 신광그룹(新光控股集團) 등의 기업이 중저가 제품을 중심으로 시장의 50%를 차지 – 수입 브랜드는 브랜드 파워를 이용해 고급 액세서리 시장을 주도하고 있으며, 대부분 생산 공장은 중국에 설립하지 않고 수입·판매에 중점을 두고 있음 – AGATHA, Julie, CHAPLET 등의 수입 브랜드 및 ARTINI 등 홍콩·대만계 브랜드들도 1선 도시에 고급 액세서리를 판매하는 전문매장을 개장하여 인기를 얻고 있음
현장의 소리	■ 한국 드라마와 영화에 연예인들이 착용하는 액세서리가 자주 노출되면서 한국산 액세서리는 인지도가 높음 – 특히 온라인쇼핑몰을 통해 한국산 액세서리를 구매하는 비율이 높아지는 추세 ■ 중국 액세서리 디자인 수준은 여전히 수입산 모방 단계에 머물러 있고 낮은 품질, 저렴한 가격의 이미지가 강함 – 상대적으로 디자인과 품질이 우수한 한국 액세서리는 중국 시장에서 큰 잠재력을 가지고 있음 (이상 상하이 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제13회 선양 국제 주얼리 전시회 (2015.6, 선양, www.zbzlh.com)

(2) 품목별 해설

33. 생활용품 - 아동 교육용 기기 (사운드 북 등)

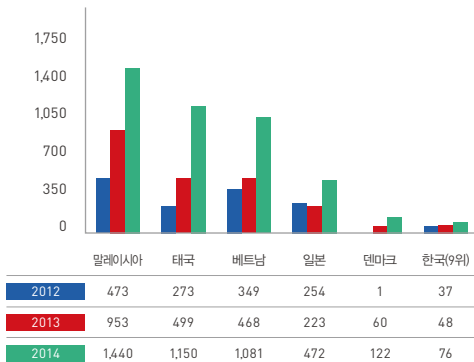


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9503.00-89	한국 HS Code	9503.00-3919
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	15년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	76만 달러	중국의 대한 수출액	1억 5,128만 달러

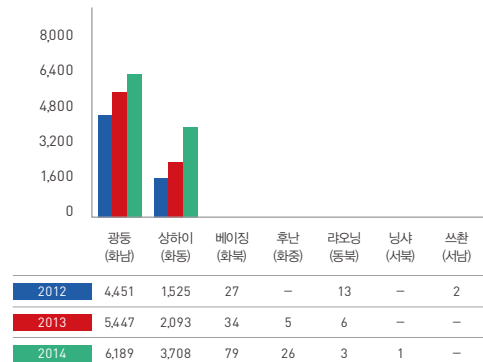
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.53%씩 15년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 고가제품에 대한 가격저항이 적고 IT기술이 접목된 기기가 인기 – 중국 아동 교육용 기기 시장은 1,000위안 대 이상의 제품들이 인기 있을 정도로 고가 제품에 대한 가격저항이 적은 편 ■ 중국의 젊은 부모들이 외국어 교육 및 영재 교육에 관심이 많아 교육용 기기시장이 지속적으로 확대될 것으로 전망
------------------------	---

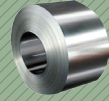
경쟁 동향	■ 대표적인 중국 브랜드로는 부부가오(步步高), 뉘아단(諾亞舟), 하오지싱(好記星) 등이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 현재는 중국 제품의 대한민국 수출이 많이 이루어지고 있으므로 보다 차별화된 제품으로 틈새시장을 노리는 전략 필요 (창사 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 중국 베이징 국제 스마트 교육 장비 전시회 (2015.7.17~29, www.qygg.com/exhibit/201502/26/1917.html) ■ 2015 시안 국제 어린이 교육용품 및 완구 전시회 (2015.4.22~24, www.haozhanhui.com/exh/exh_index_hffkm.html)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

34. 철강금속 - 아연도금 강판

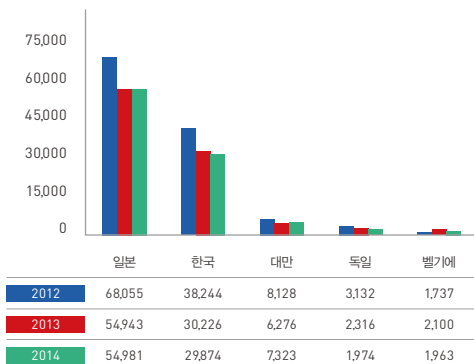


FTA 관련 정보

중국 HS Code	7210.30-00	한국 HS Code	7210.30-9000
중국 수입 관세율	8%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	2억 9,874만 달러	중국의 대한 수출액	590만 달러

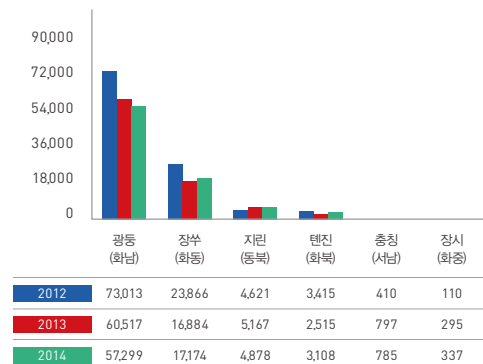
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 8%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로, 협정 발효 이후에도 변화 없음
---------------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 아연강판 소비 중 80%가 건설업 분야에서 이루어지고 있음 – 가전·교통운수 등의 분야에서도 수요량이 많은 편임 ■ 최근 10년 간 중국 내 아연강판의 시장 수요는 지속적으로 확대되고 있으며, 중국 자체 생산 능력이 급속히 성장하고 있어 시장 경쟁이 치열해질 전망
------------------------	---

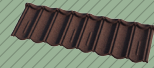
경쟁 동향	■ 중국 철강 강판시장은 외국 기업과 중국 기업이 치열한 경쟁을 펼치고 있으며 특히 일본 철강업체의 對중국 투자 규모 확대 추세 – 일본 철강업체 NSSMC와 JFE스틸은 중국 공장에 CGL(아연도금강판라인)을 도입하여 연간 생산 능력 증강 계획 – 중국 바오안그룹은 CGL을 도입하여 2016년 본격 가동 예정이며, 우한강철은 2014년 자동차용 합금용융아연도금강판 개발에 성공함 – 한국 철강 제품은 인지도와 신뢰도가 높으며, 주요 브랜드로는 한국 동국 제철 회사, 동부 제철 주식회사 등이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 수입 아연강판을 사용하는 중국 건축자재 생산업체는 품질을 중시 ■ 한국 제품은 일본, 유럽, 미국과 비교하여 가격 경쟁력이 우수하고 인지도가 높음 (이상 상하이 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제6회 광저우 국제금속판재 전시회 (2015.6, 광저우, www.metalchina-gz.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

35. 철강금속 - 금속기와

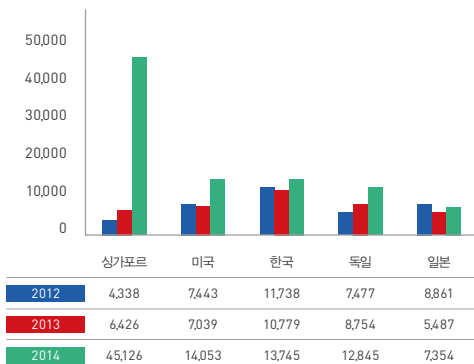


FTA 관련 정보

중국 HS Code	7308.90-00	한국 HS Code	7308.90-9000
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	-		
중국의 대한 수입액	1억 3,745만 달러	중국의 대한 수출액	10억 488만 달러

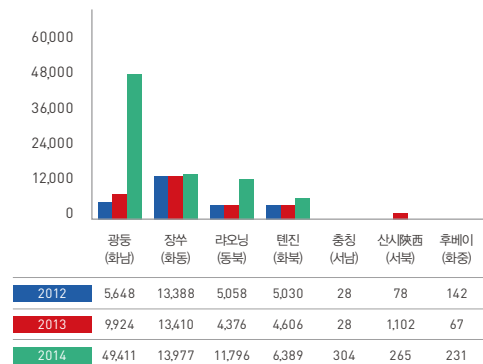
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 매년 0.8%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후에도 변화 없음
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 제품은 품질디자인 측면에서 경쟁력이 떨어져, 수입 제품에 대한 선호도가 높음 – 중국 주택 구매자의 대부분은 신흥 부유층과 중산층으로, 고급 인테리어 제품을 선호함 ■ 최근 몇 년간 중국 건축자재 시장은 연간 20%에 육박하는 성장 추세를 보이고 있으며, 2012년 이후 중국 정부가 지속적으로 친환경 건축 관련 정책을 발표하여 에너지절약형 친환경 건축자재에 대한 소비자들의 수요가 증가할 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 주요 중국 기업으로는 린이 진후(臨沂金湖彩塗鋁業有限公司), 가오야오 스보성(高要市博勝), 광저우 와나얼(廣州瓦納爾) 등이 있으며, 평균 가격대는 m²당 50~60 위안 ■ 한국 금속기와는 기타 일본, 대만산 등에 비해 인지도가 낮고, 품질은 우수하지만 가격대가 높다는 인식이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 대기업들을 필두로 박람회에도 적극 참여하여 한국 건축자재의 우수성, 다양한 활용 사례, 수출 사례 등을 홍보하여, 한국 금속기와에 대한 인지도를 높이는 노력이 필요함 (상하이 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제23회 중국국제건축공정신기술, 신재료, 신공예 및 신장비 박람회 (2016.3, 베이징, www.constructech.cn) ■ 2016 중국 베이징 건축자재 박람회 (2016.3, 베이징, www.expox.com.cn)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

36. 철강금속 - 디지털 도어락

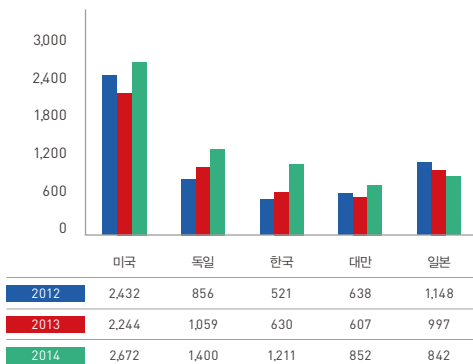


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8301.40-00	한국 HS Code	8301.40-1010
중국 수입 관세율	14%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	1,211만 달러	중국의 대한 수출액	1,269만 달러

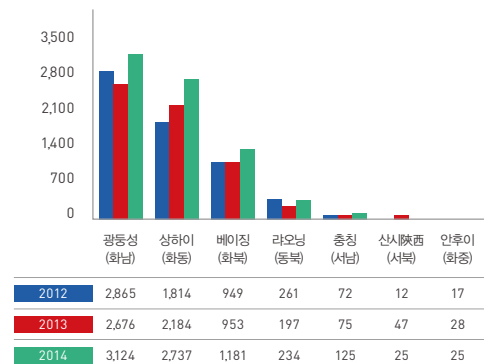
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 14%로 매년 1.4%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
--------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델
----------	--------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 디지털 도어락 시장에서는 복합형 시스템이 대세 – 카드, 열쇠, 비밀번호가 결합된 디지털 도어락은 이미 시장이 포화상태이며 2,000~3,000 위안 대로, 열쇠나 카드를 가지고 다녀야 하는 불편함이 있음 – 최근 지문인식 시스템을 결합한 형태의 3,000~5,000 위안 대 도어락 수요가 높음 ■ 신항도시 및 단지 등 중국 정부가 주도하는 대형 건설 사업이 많아져 디지털 도어락에 대한 수요도 대폭 증가할 것으로 전망되며, 생활수준 향상으로 개인 주택용 수요도 높아지는 추세임
----------------	--

경쟁 동향	■ 중국보안제품망(中國安防產品網)의 통계에 따르면 중국 디지털 도어락 시장에서 중국 제품이 66%를 차지 – 대표적인 중국 브랜드로 ONLENSE, SPTi, 톈페이이다(同飛達), 쉘방(索邦), LOKO 등이 있음 – 수입 제품 중 미국 제품이 30%대의 점유율로 우위를 점하고 있고 일본, 유럽, 한국 제품은 안정적인 증가세를 유지하고 있음 – 한국 브랜드는 삼성 EZON, GATEMAN 등이 있으며, 시장점유율이 증가하고 있는 추세
-------	---

현장의 소리	■ 대도시를 중심으로 일반 주택단지에서도 집집마다 디지털 도어락 설치가 일반화되고 있음 (상하이 무역관)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 국제 스마트가구 전시회 (2015.11, 상하이, www.smarthomeexpo.com.cn) ■ 제6회 중국 도어락 박람회 (2016.5, 광저우, www.lock-china.net)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

37. 철강금속 - 주방용품 (알루미늄제 프라이팬 등)

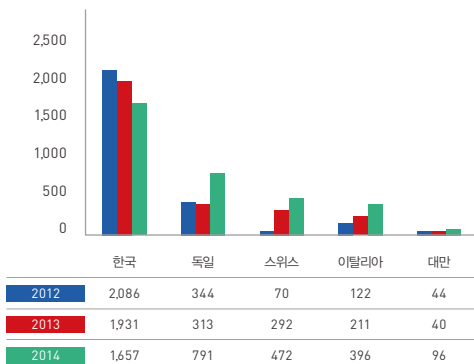


FTA 관련 정보

중국 HS Code	7615.10-90	한국 HS Code	7615.10-9020
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	15년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	1,657만 달러	중국의 대한 수출액	1,487만 달러

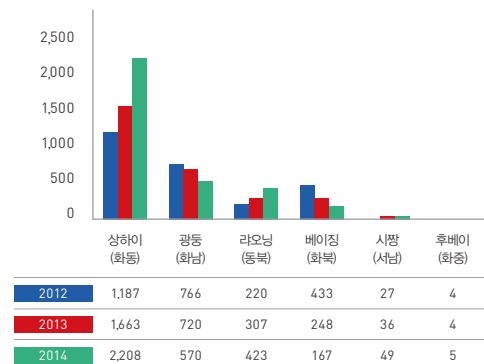
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 0.75%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.53%씩 15년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 논스틱(Non-stick) 코팅 처리로 눌러 붙지 않고 쉽게 세척되는 기능성 제품과 친환경 제품이 인기를 얻고 있음 – 30~50세의 여성이 주요 소비 계층이며, 주요 구매처는 백화점, 대형 마트 등임 ■ 논스틱(Non-stick) 코팅 처리 제품의 보급률이 낮아 성장 가능성이 높음 – 유럽, 일본 등 선진국이 80%~90%인 것에 비해 중국의 보급률은 5%~8%로 앞으로 시장 잠재력이 큼
------------------------	--

경쟁 동향	■ 대표적인 중국 브랜드로는 쑤포얼(蘇泊爾), 아이스다(愛仕達), 메이디(美的) 등이 있음 ■ 주요 수입 브랜드는 독일의 Fissler, ZWILLING, Skeppshult, WOLL, 스위스의 Swiss Diamond 등임 ■ 한국 제품의 인지도는 높은 편으로 HAPPYCALL, COREN 등 20종 이상의 프라이팬 브랜드가 진출해 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 한국 브랜드 간 가격 경쟁이 치열해지고 있어 '제 살 값이 먹기'식의 과다 경쟁을 주의해야하고, 다기능의 친환경 프리미엄 제품으로 구매욕을 자극할 필요가 있음 (광동성 광저우 주방용품 유통업체 A사) ■ 중국 내 소득 증가로 중산층이 늘면서 고급 주방용품 시장이 지속적으로 성장할 것으로 예상 (주방용품 제조상 M사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 제20기 중국 국제 주방 박람회 (상하이, 2015.10.21~23, www.chuju114.com) ■ 중국 주방기구 설비 포털 (www.cfsbcn.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

38. 기계 - 엘리베이터 부품

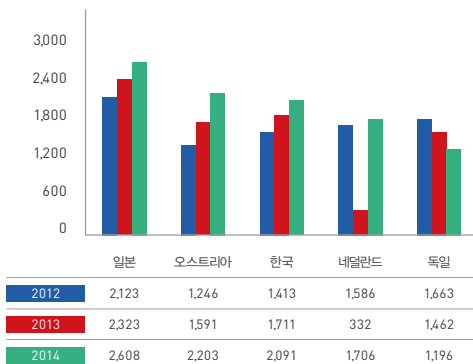


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8431.31-00	한국 HS Code	8431.31-0000
중국 수입 관세율	3%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	2,091만 달러	중국의 대한 수출액	5,336만 달러

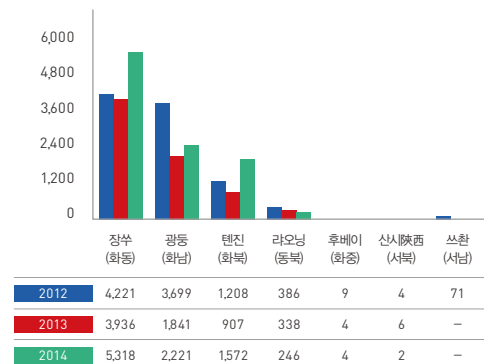
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 3%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후에도 변화 없음 ■ 엘리베이터 부품의 관세 철폐로 가격경쟁력이 상승하여, 중국에 진출해 있는 미국, 핀란드 등의 기업을 대상으로 수출 확대 기대
활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 엘리베이터 시장은 최근 10년 사이 평균 20%의 성장을 기록하였고, 신규설치는 연평균 50만 대에 달함 ■ 엘리베이터 교체가 필요한 노후화된 건물이나, 신규 설치해야하는 신축 건물이 주 수요처 ■ 도시화로 인한 고층건물 증가로 지속적인 엘리베이터 부품의 수요 증대 전망 - 향후 2025년까지 중국의 도시화율이 65%까지 확대될 것으로 기대 - 중국이 세계 최대의 엘리베이터 소비 국가로 부상할 것이라고 전망됨에 따라 엘리베이터 부품 수요도 증가 예상
경쟁 동향	■ 외자 기업이 중국 엘리베이터 시장의 65%를 점유하고 있음 - 주요 기업은 미국의 OTIS, 핀란드의 KONE, 스위스의 Schindler, 일본의 HITACHI이며, 한국 브랜드 인지도는 높지 않은 편으로 현대 엘리베이터가 대표적인 진출 기업임 - 최근 중국 기업들이 빠른 기술성장과 저렴한 가격으로 위상이 높아지고 있음
현장의 소리	■ 중국 수입 엘리베이터 부품 시장에서 미국·유럽 제품이 우위를 점하고 있어 한국 제품 인지도는 높은 편은 아니나, 한국 엘리베이터 부품의 꾸준한 기술 성장으로 점유율이 점차 높아지는 추세 (상하이 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 국제 엘리베이터 박람회 (2016.5, 상하이, www.elevator-expo.com/cn)

(2) 품목별 해설

39. 기계 - 굴삭기 부분품

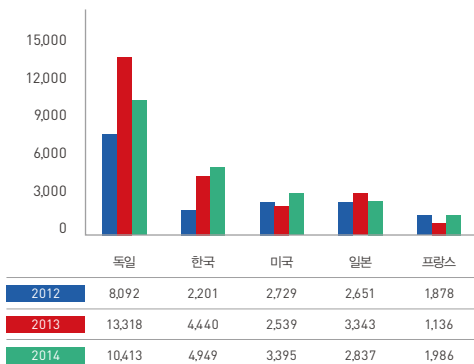


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8431.39-00(부분품)	한국 HS Code	8431.41-1000
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	4,949만 달러	중국의 대한 수출액	1,262만 달러

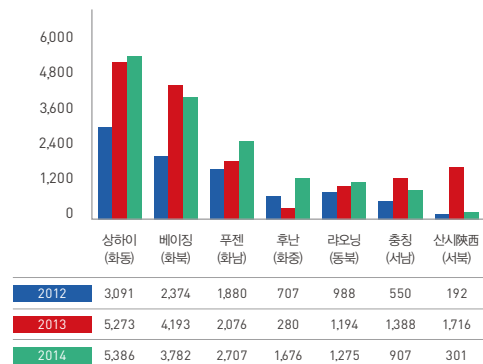
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 5%로 매년 0.33%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후에도 변화 없음 ■ 중국의 신도시화 및 일대일로 정책 추진에 따른 인프라 구축 수요가 확대되는 가운데, 관세철폐에 따라 중장기적으로 굴삭기 부품품에 대한 수출 확대 기대
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 굴삭기 시장에서 도시건설산업(25.3%), 도로건설산업(18.7%), 광산채굴산업(18.4%) 3개 산업의 수요량이 전체의 60% 이상을 차지 ■ 정부 정책에 따른 건설 프로젝트 증가로 굴삭기 및 부품의 수요 확대 전망 - 2014년 중국개발위원회는 교통, 수리 등의 중점 기초사업 건설을 3년 내에 완성하겠다고 발표
------------------------	--

경쟁 동향	■ 2013년 기준 수입 제품의 시장점유율은 60%, 중국 제품은 40%를 차지 - 주요 기업으로는 중국의 쑤이중공(三一重工), 광시위차이(廣西玉柴), 류공(柳工), 일본의 Komatsu, Hitachi, 한국의 현대중공업, 두산중공업 등이 있음 - 한국 제품의 현지 인지도는 매우 높으며 두산 굴삭기가 대표적인
--------------	--

현장의 소리	■ 중국 정부의 대형사업 계획 추진에 따라 철로건설, 수리공정, 수력발전 등의 분야에서도 굴삭기 수요가 늘어날 것으로 예상됨 (상하이 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 국제 건설기계, 건재기계, 건차량 및 설비 전시회 (2016.11, 상하이, www.b-china.cn) ■ 중국 온라인 건설기계 구입포털 (www.egear.com.cn)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

40. 기계 - 산업용 집진기

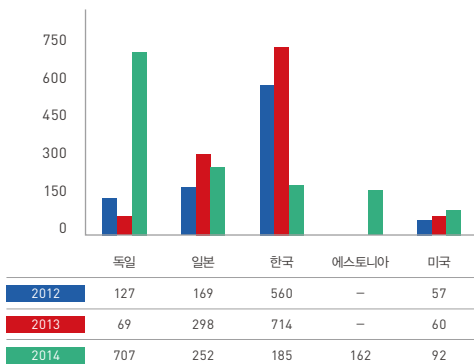


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8421.39-21	한국 HS Code	8421.39-9090
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH (6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	185만 달러	중국의 대한 수출액	9천 달러

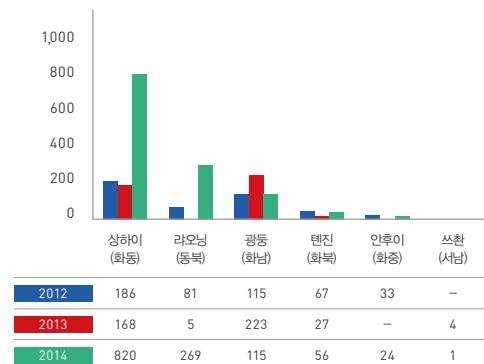
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 5%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 한중 FTA 발효 즉시 관세 철폐됨으로써, 중국 시장 내 가격경쟁력이 높아질 것으로 기대
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 ■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 환경오염 문제가 대두되면서 먼지 제거 설비의 수요가 꾸준히 증가하고 있으며, 공업생산 발전과 환경 규제 강화에 따른 수요 확대 예상 - 철강, 유색금속 제련, 시멘트, 화학공업 등 공업생산 발전과 환경 규제 강화로 기업들의 산업용 집진기 수요가 증가할 전망 ■ 산업용 집진기는 백 필터, 전기 백 복합식, 전기집진기가 있으며, 이 중 백 필터가 집진 효율이 높아 전체 시장의 60% 차지 - 백 필터의 주요 수요 산업은 화력발전·시멘트 산업으로, 시멘트 산업의 안정적인 성장에 따라 백 필터의 성장세도 유지될 전망 - 2015년 백 필터 산업 부가가치는 약 250억 위안으로, 2011년 대비 50.7% 증가할 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 수입 브랜드 BWF와 Albany가 각각 12.8%, 10.2%의 시장 점유 - 수입 브랜드인 BWF, Albany, Andrew와 중국 브랜드 상하이보거(上海博格), 썬우얼이(三五二一), 광둥가오치(廣東高奇) 등이 산업용 집진기 시장의 대부분 차지 - 1·2선 도시에서 한국산 제품에 대해 어느 정도 인지도가 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 화동지역 유통업체들은 주로 유럽, 미국 제품을 취급하며 한국제품에 대한 인지도가 낮고, 일부 바이어는 중국에 아직 진출하지 않은 새로운 기업과의 협력을 더욱 선호함 (상하이 소재 환경시장개척단 참가 현지기업) ■ 중국 바이어가 한국 제품에 많은 관심을 보여 제품 소개서를 제공하였고 제품의 구체적 정보를 확인 후 협력여부 검토하기로 함 (경기도 소재 환경시장개척단 참가 한국기업 A사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제17회 차이나 클린 엑스포 (2015.8, 상하이, www.chinacleanexpo.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

41. 기계 - 공기청정기(가정용)

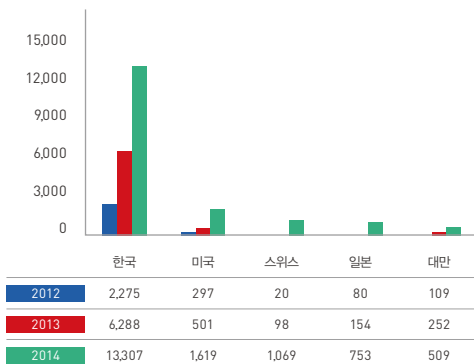


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8421.39-10	한국 HS Code	8421.39-1000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	PR-35	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH (6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 친환경제품 환경표지 제도 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	1억 3,307만 달러	중국의 대한 수출액	343만 달러

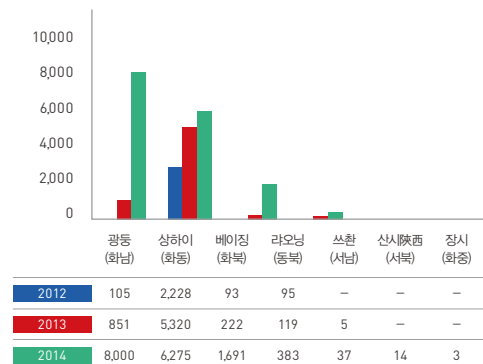
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율(15%)의 35%를 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
활용 모델 예시	■ 환경 서비스 시장 진출 모델 ■ 미소기준 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 제품 수명이 길고 공기 정화 효과가 좋은 제품 선호 - 주요 수요층은 26~40세의 소비자로, 2,000~5,000위안 대의 제품을 선호함 ■ 스모그와 미세먼지 등 대기오염 악화로 공기청정기 수요가 급증 - 중국 공기청정기 시장규모는 2013년 기준 56억 위안으로, 2012년 대비 107.4% 성장했으며, 2020년에는 1,500억 위안에 달할 것으로 전망 - 미국·일본 등 선진국에 비해 중국의 공기청정기 보급률은 미미한 수준으로, 향후 시장 잠재력이 큼
경쟁 동향	■ 중국 공기청정기 시장에서 수입 브랜드의 시장점유율이 높음 - 네덜란드의 Philips, 일본의 SHARP, Panasonic이 각각 35.7%, 20.8%, 16.2%의 시장점유율 차지(2013년 기준) - 대표적인 중국 브랜드로는 야두(亞都)와 위안다(遠大)가 있으며 시장점유율은 각각 12.6%, 4.3%(2013년 기준) - 한국 제품에 대한 인지도는 낮은 편, 대표적인 브랜드는 LG와 삼성
현장의 소리	■ 최근 중국에서 에너지 절약형, 스마트 전자제품에 대한 수요가 증가하고 있어, 기술력을 인정받은 한국 제품 판매가 확대될 것으로 보임 - 한국 제품의 품질이 우수하다는 인식이 있으나, 중국 제품 역시 품질이 향상되고 있고 한국 제품을 모방한 모조품도 활발히 유통되고 있어 향후 경쟁이 점차 치열해질 것으로 예상되므로 가격경쟁력 제고 필요 (중국 진출 한국 기업 A사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제7회 중국 청두 난방통풍, 에어컨 및 건축 환경기술 설비 전시회 (2015.7, 충칭, www.cdntz.com) ■ 중국 국제 냉난방공조 박람회 (2015.9, 상하이, www.ishc-cihe.com) ■ 중국 가전 박람회 (2016.3, 상하이, www.awe.com.cn) ■ 중국 국제 냉난방공조 박람회 (2016.5, 베이징, www.ishc-cihe.com)

(2) 품목별 해설

42. 기계 - 오수처리용 가압 여과기

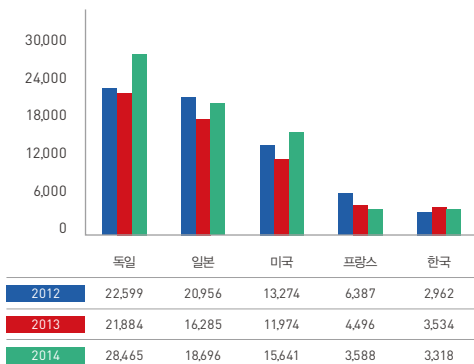


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8421.29-90	한국 HS Code	8421.29-9000
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	3,318만 달러	중국의 대한 수출액	965만 달러

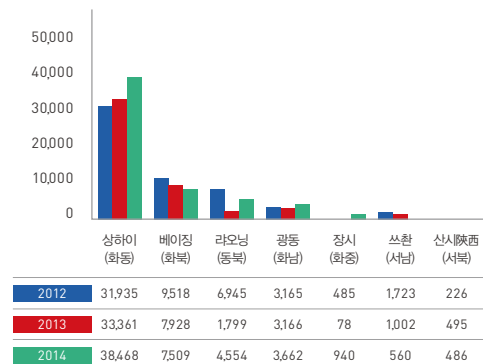
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

45]

한국무역협회(2015).
물산업의 한중 FTA 활용방안

FTA 영향

- 중국의 수입 관세율은 5%로 협정 발효 이후 즉시 철폐
- 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
- 한중 FTA를 통해 중국 폐수 처리 서비스 시장 개방으로 진출 기회를 제공한다는 점에서 의미가 큼⁴⁵⁾
 - 중국 물산업 서비스 시장은 글로벌 시장으로의 진출에 있어 디딤돌이 될 수 있을 것으로 보이며, IT 기술기반 운영 및 관리경험 노하우를 접목해 1천만 명 미만의 중소규모 중국 하수처리서비스 시장 공략 가능

활용 모델 예시

- 환경 서비스 시장 진출 모델
- 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등

중국 시장 진출정보

46]

중국의 제12차 5개년 개발계획
(2011~2015년)

소비동향 및 시장전망

- 주요 소비층은 오수처리업체이고 오수 문제 해결, 환경보존, 오수 처리 비용 절감을 위해 구매
- 중국의 지역별 가용 담수자원 부족현상이 심각해지고 있어 오수처리용 가압 여과기의 수요가 증가할 전망
 - ‘12·5 규획⁴⁶⁾’기간 전국 도시 오수처리 및 재생이용시설 건설 계획 투자가 4,298억 위안까지 확대될 것으로 예상

경쟁 동향

- ‘12·5 규획’ 이전에는 막부의 공법에 관련된 대부분의 제품을 수입하였으나 최근 기술인수를 통한 중국 국내 제품 생산성과가 두드러짐
 - 주요 경쟁 제품은 항저우 창위안(杭州強源)의 XMYZ2, 위저우 웨이화(禹州魏華)의 웨이화 화공(魏華化工), 광저우 즈후이(廣州智導) 등으로 중국 브랜드가 대부분임
 - 한국 제품은 담수공정 등 오수처리설비와 관련 제품군에서 차별화된 기능을 보유하고 있지만, 인지도는 다른 수입 제품에 비해 낮은 편임

현장의 소리

- 중국 바이어들은 대부분 가격을 우선적으로 고려하지만 오수처리 설비의 경우 2차 오염 가능성 여부 등 제품의 기능성도 중시함 (상하이 무역관)
- 제품 선정 시 품질을 우선적으로 고려
 - 현재 독일의 DVZ 오수 처리설비를 사용 중인데 품질이 좋지만 가격이 비싼 편임
 - 한국 제품 중 품질이 좋고 가격이 합리적인 제품이 있다면, 적극적으로 선주에게 추천하고 조선소에 진출할 수 있도록 협조할 의사가 있음 (랴오닝성 다렌 소재 바이어 A사)

마케팅 정보

(수출상담회 등)

- 제 17회 중국 환경박람회 (2016.5, 상하이, www.ieexpo-air.cn)
- 중국 온라인 수처리설비 구매 포털 (www.sclcgw.com)

(2) 품목별 해설

43. 기계 - 가정용 정수기

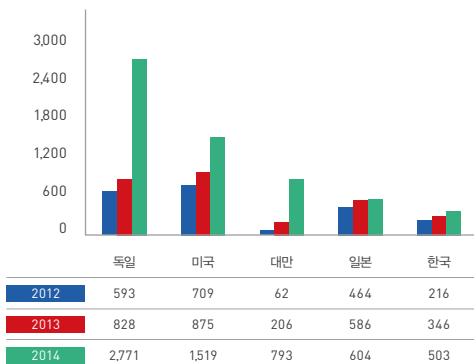


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8421.21-10	한국 HS Code	8421.21-1000
중국 수입 관세율	25%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 친환경제품 환경표지 제도 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	503만 달러	중국의 대한 수출액	43만 달러

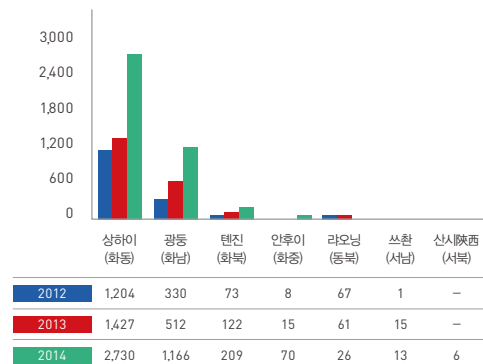
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 25%로 20년간 1.25%씩 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 양허이후 즉시철폐 품목에 해당
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 수질오염 심화와 생활수준 제고로 정수기에 대한 수요가 빠르게 증가 - 2014년 가정용정수기 수입액은 6천6백만 달러로 전년 대비 110.6% 증가 - 고급 정수기는 수입 정수기를 위주로 고소득층이 구매하고, 중급 정수기는 바링허우(80後) 세대가 주요 소비계층임 ■ 중국은 미국·일본 등 선진국에 비해 정수기 보급률이 미미해 향후 시장 발전 여지가 큼 - 중국질병예방공제센터 환경건강제품 안전연구소 조사 결과, 유럽·미국의 정수기 보급률은 90% 이상이고, 일본도 70%에 달하나 중국은 2%에 불과함
------------------------	---

경쟁 동향	■ 중국 정수기 시장에서 중국 브랜드가 우위를 점하고 있으며, 친위안(沁園)과 메이디(美的)가 1, 2위를 차지 - 주요 수입 브랜드로는 미국의 EVERPURE, 스위스의 SWISSPRO, 독일의 Cilit, 일본의 MITSUBISHI RAYON, 한국의 워터피아·세한·웅진코웨이 등이 있음 - 한국 브랜드는 인지도가 높지 않은 편이나, 최근 광고 및 드라마 등을 통해 점점 인지도를 높여가는 중임
--------------	--

현장의 소리	■ 한국산 정수기의 품질은 이미 중국 소비자에게 인정받고 있으며, 중국 상품 판매자 측도 한국 정수기의 잠재력을 인정해 합리적인 가격대의 한국 브랜드를 찾아 대리 판매하기를 희망함 (상하이 무역관) ■ 정수기 구매 시 80%의 소비자들이 정수 과정과 '물맛'이 어떠한지에 관심이 있음 (장쑤성 난징 소재 정수기 유통상 책임자)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제4회 광저우 국제 식수·정수기 설비 전시회 (2015.8, 광저우, www.gzdwp.com) ■ 중국 건강 음용수 신기술·설비 전시회 (2016.3, 상하이, www.water.chinacleanexpo.com) ■ 중국 가전 박람회 (2016.3, 상하이, www.awe.com.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

44. 기계 - 탈질 설비

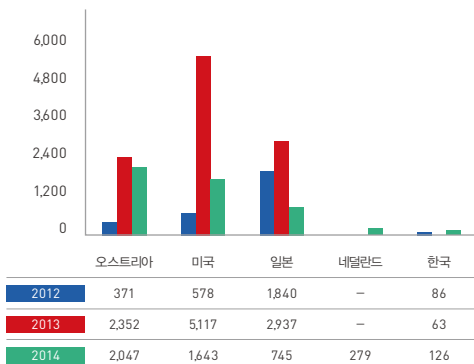


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8421.39-50	한국 HS Code	8421.39-9010
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	126만 달러	중국의 대한 수출액	0

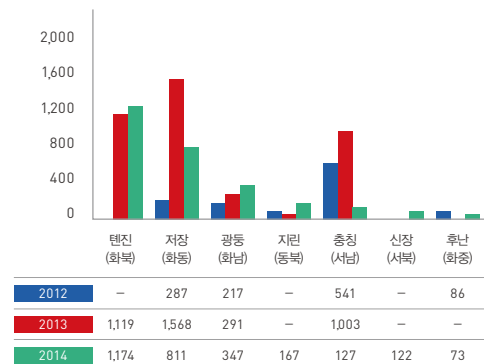
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 5%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한중 FTA 관세인하 효과와 더불어 친환경적 산업구조 확립을 위한 정부정책에 힘입어 한국 수출 기업에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상
---------------	--

활용 모델 예시	■ 환경 서비스 시장 진출 모델 ■ 개성공단 활용 모델 ■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ '12·5 계획'에 따라 환경보호 산업을 추진 중인 중국 지방 정부 및 중국 기업공장들의 수요 급증 ■ 중국 석탄산업 탈황시설의 보급률은 80%를 초과하는 것에 비해 탈질시설의 보급률은 28%로 현저히 낮아 시장 잠재력이 큼 - '12·5 계획' 기간 동안 탈질설비 시장 규모는 2,000억 위안에 달할 것으로 예상 - 중국 내 제철소에 탈질 설비를 설치·운영하는 '한중 철강분야 대기오염방지 실증사업(2015~2016년)'이 진행되어, 한국 탈질설비의 중국 시장 진출이 활발해질 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 기업이 보유한 연소가스 탈질 기술은 일부 기업을 제외하고는 낮은 수준으로, 대부분 해외에서 기술 도입을 하고 있음 - 현재 환경보호회사인 미국 B&W와 연료기술회사, 이탈리아 TKC사, 덴마크 Topsoe사 등에서 연소가스 기술을 도입하고 있음 - 중국 기업으로는 베이징 텐중팡 과학기술 개발 유한공사(北京天中科技開發有限公司), 허베이 화창(河北華強), 칭화(青華) 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국의 환경정책이 강화되면서, 환경 분야의 수요가 높아질 전망 ■ 한국 기업의 우수한 기술력과 해외 진출 사례 등을 홍보한다면 중국 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 보임 ■ 탈질분야 특성상 현지 관련 연구소, 대학교 연구기관, 유력 기업체 등과의 산학협력이 현지 진출 확대에 매우 중요함 (이상 상하이 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제16회 중국환경박람회 (2016.5, 상하이, www.ie-expo.com) ■ 제17회 중국 국제 탈황탈질 및 제진기술 설비 박람회 (2016.4, 베이징, www.cidtte.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

45. 기계 - 관제 기기 (주차 유도 설비 등)

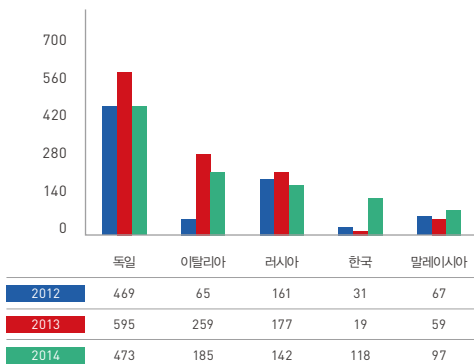


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8608.00-90	한국 HS Code	8608.00-2000
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	118만 달러	중국의 대한 수출액	587만 달러

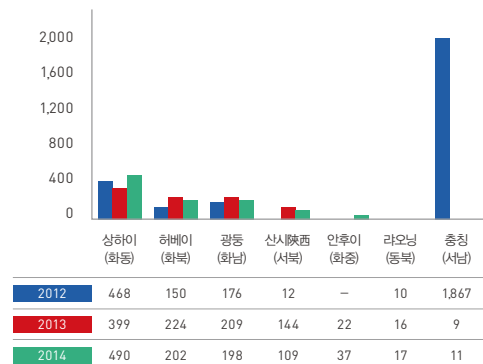
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주택 지구, 공공시설 등 도시 대부분의 지역에서 주차설비의 수요가 증가 ■ 2014년 상반기 기준 중국 자동차 보유량은 전년 대비 2400만 대가 증가한 1억 4,000만 대로, 자동차 보유량이 급속히 늘면서 중국 주차설비 시장의 성장이 기대됨 - 주차장 출입구 통제, 주차장 내부 주차 안내 시설과 같은 기본 시설 수요가 지속적으로 증가하는 추세
------------------------	--

경쟁 동향	■ 주차유도설비 시장은 중국 기업이 대부분 점유 - 주요 중국 기업으로는 광저우 제중 지능과학기술 유한공사(廣州市捷眾智能科技有限公司), 선전 시위 지능과학기술 유한공사(深圳市西沃智能科技有限公司), 선전 더리다 과학기술 유한공사(深圳市德立達科技有限公司) 등이 있음 - 한국 제품은 현지에서 인지도가 낮은 편임
--------------	---

현장의 소리	■ 기술 경쟁력이 있고 현지화된 기술팀을 활용하여 중국시장 특성에 맞는 제품을 개발해야 함 (주차설비 제조상 K사) ■ 최근 중국 현지 기업의 생산능력이 향상되면서 시장점유율이 높아지고 있어 현지 기업과 협력하는 방식으로 진출하는 것이 더욱 효과적일 것으로 생각됨 (광저우 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 상하이 국제 스마트 교통 및 주차설비 박람회 (2015.3.31.~4.2, 상하이, http://www.intertrafficchina.com/)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

46. 기계 - 정밀물드

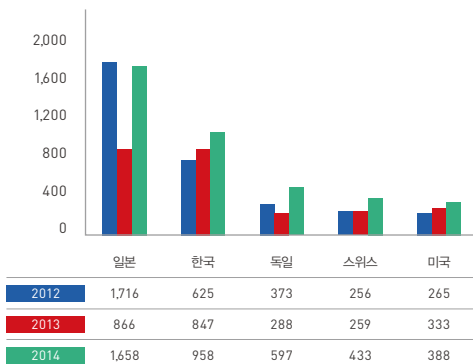


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8207.20-90	한국 HS Code	8207.20-1000
중국 수입 관세율	8%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	958만 달러	중국의 대한 수출액	15만 달러

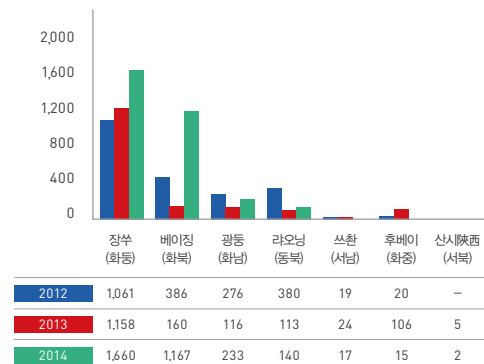
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한중 FTA에 따른 관세 철폐로 주요 경쟁국인 일본, 독일 대비 가격경쟁력에서 우위 확보 기대
---------------	--

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 자동차, 오토바이 등 제조업 분야의 기업이 주요 소비자이며, 관련 분야의 기술력 및 생산력 부족으로 대부분 수입 브랜드 제품을 구매 - 중국산 물드는 제작기간이 길고, 정밀성, 내구성이 떨어져 수입 제품에 대한 의존도 및 수요가 높음 - 2014년 중국 정밀물드 수입액은 5,170만 달러로 전년대비 52.9% 증가 ■ 중국 자동차, 오토바이 산업의 차량 경량화 추진에 따라 목재와 금속의 대체제로 플라스틱 물드 수요의 증가가 예상
------------------------	--

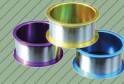
경쟁 동향	■ 일본의 도요타와 핀란드의 벨은 각각 텐진과 선전에 공장을 설립하여 중국 정밀물드 산업을 주도 - 중국의 주요 금형제조 기업으로는 허위안룽지 금속(河源龍記金屬), 한다 정밀(漢達精密), 신싱 정밀(新興精密), 푸위(富裕)인젝션몰드, 포산 순더취 백년과학기술 유한공사(佛山市順德區百年科技有限公司) 등이 있음 - 한국 기업은 중국 현지에서 독자 또는 합작법인을 설립하여 운영하고 있으며, 텐진 한진정밀 모듈 유한공사(天津韓進精密模具有限公司), 치신정밀 모듈(텐진)유한공사(起信精密模具(天津)有限公司) 등이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 현재 중국 내 가전, 자동차, 플라스틱 제품 등 여러 분야에서 고급몰드에 대한 수요가 많고, 품질과 납기일 부분에 대한 요구가 높음 (중국 몰드 공업 협회 관련 책임자) ■ 고급 정밀몰드의 경우 수입에 의존하는 경향이 있어 최근 3년간 수입액이 20억 달러를 초과함 (광둥성 광저우 몰드 A사)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 몰드 공업 협회 (www.cdmia.com.cn) ■ 중국 몰드 사이트 (www.mouldsell.com) ■ 제15회 중국 국제 몰드 기술과 설비 전시회 (2015.5, 상하이 www.dmcexpo.cn)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

47. 기계 - 본딩와이어

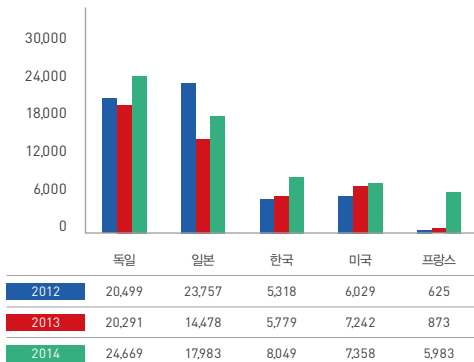


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8479.90-90	한국 HS Code	8479.90-3000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	즉시철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	8,049만 달러	중국의 대한 수출액	1,183만 달러

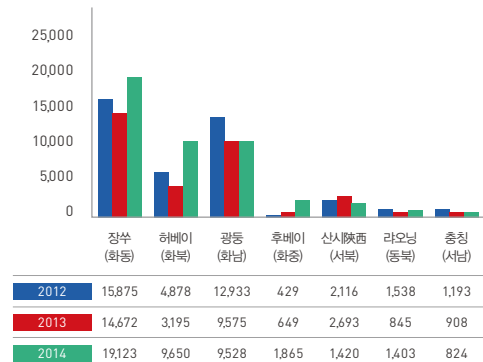
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
--------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 내 전자장비 생산업체가 주요 수요처로 중국의 기술 수준이 낮아 관련 부품의 수입 의존도가 높음 ■ 중국 정부 정책에 따른 반도체 산업의 발전과 관련 소재의 수요 증대 예상 – 중국 정부는 2015년까지 반도체 산업 발전 체제 혁신을 효과적으로 추진하고, 2020년까지 중국 반도체 산업을 첨단 수준으로 제고하겠다는 ‘국가 반도체산업 발전 추진 요강’을 발표 – 중국 반도체 산업 발전에 따른 반도체 관련 가공용 소재의 수요 증대가 예상됨
----------------	--

경쟁 동향	■ 허리스(賀利氏), 신르(新日), 전중사(田中), 한국의 엠케이전자, 화성 등 외자기기업의 시장점유율이 큼 – 허리스(賀利氏)은 고급제품 시장을 거의 독점한 상태이고, 베이징다보(北京達博), Ningbo Kangchang Electronics(寧波康強電子) 등 기타 기업들은 저가제품 시장에서 경쟁하고 있음 – 주요 중국 기업으로는 Ningbo Kangchang Electronics(寧波康強電子), 베이징 다보(北京達博) 등이 있음 – 한국 제품의 현지 인지도는 높은 편으로 주요 기업으로 엠케이전자가 있음
-------	--

현장의 소리	■ 원가를 절감하면서 제품의 품질을 유지하기 위해 부품을 골드 본딩와이어에서 구리 본딩와이어로 변경함 (반도체 제조상 M사) ■ 중국 시장 내 외자기기업 제품이나 중국 기업의 제품 등 여러 제품이 출시되고 있어 구매자 입장에서 선택의 폭이 다양함 (봉합 소재 무역상 K사)
--------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 반도체 업체 협회 (www.csia.net.cn) ■ 국제 반도체 설비와 재료 협회 SEMI China (www.semichina.org) ■ SEMICON China 2015 (2016.3, 상하이, www.semiconchina.org)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

48. 기계 - 기어박스

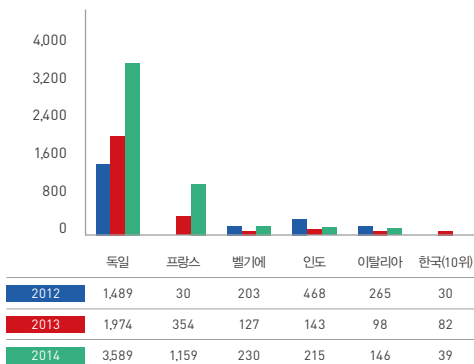


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8708.40-10	한국 HS Code	8708.40-0000
중국 수입 관세율	6%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	15년 철폐
원산지 결정 기준	RVC(50%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 중고 기계전기설비 수입		
중국의 대한 수입액	39만 달러	중국의 대한 수출액	74만 달러

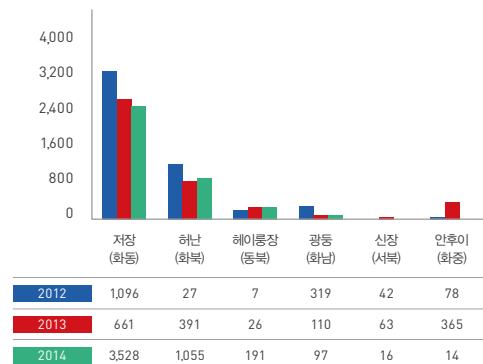
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 6%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.53%씩 15년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 기술협력형 GVC 모델 등
-----------------	------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 자동차 시장이 빠르게 성장하고 있어 기어박스의 수요도 확대될 전망 - 2013년 중국은 단일 국가 최초로 생산과 판매가 2,000만 대를 돌파 - 2014년 11월까지의 판매대수는 2,108만 대이며 동기대비 6.14% 성장 ■ 중국 자동차 시장에서는 핵심부품을 대부분 수입에 의존 - 특히 고급 기어박스 제품은 수입 제품의 점유율이 높음 - 2014년 중국의 기어박스 수입액은 5,894만 달러로, 전년 대비 81.5% 증가
------------------------	--

경쟁 동향	■ 미국의 BorgWarner, 독일의 ZF Friedrichshafen AG, 일본의 Aisin이 중국 자동 기어박스 시장을 독점 - 중국 자동차 제조업체 중 BYD, GEELY, JAC 등은 자체적으로 자동 기어박스 기술을 개발하여 시장점유율을 확대 중임 - 현대·기아 자동차가 중국 시장에 진출함에 따라 조립용 기어박스 수요도 증가하고 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 수입 기어박스에 대한 의존도를 낮추기 위해 중국 현지 자동차 업체들은 자체적으로 자동 기어박스 기술을 개발하고 있음 (중국 국내 자동차업체 관계자)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 자동차 공업 협회 (www.caam.org.cn) ■ 중국 기어 전문 협회 (www.gkzhan.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

49. 기계 - 정형외과용 기기

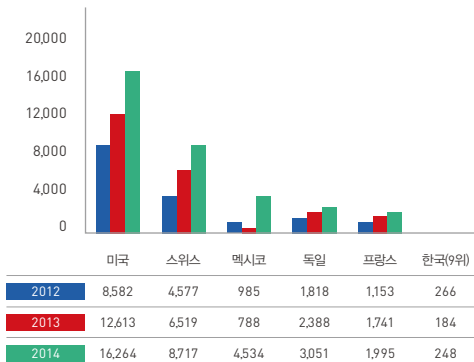


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9021.10-00	한국 HS Code	9021.10-0000
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 의료기기 판매의 허가 - 수입 통제 대상 폐기물 목록 - 의료기기 리콜 관련 법규		
중국의 대한 수입액	248만 달러	중국의 대한 수출액	154만 달러

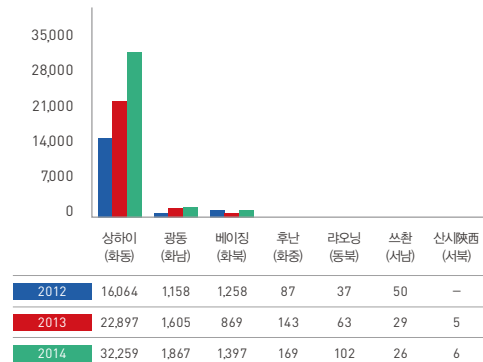
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 매년 0.27%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등

중국 시장 진출정보

47)

한국보건산업진흥회, 2014년
의료기기산업 분석 보고서

소비동향 및 시장전망	■ 중국 정부의 의료산업 지원 및 투자 확대, 의료기기 세대교체로 정형외과용 기기 수요는 지속적으로 확대될 전망 - 2013년 중국 의료기기 시장 규모는 161.2억 달러로, 2014년 이후 연평균 15.2%씩 성장하여 2019년에는 381억 달러에 달할 것으로 전망⁴⁷⁾ - 정형외과/보철 기기 시장규모 역시 2014년 이후 연평균 20.4% 성장하여, 2019년에는 32억 달러 규모로 시장이 확대될 전망
경쟁 동향	■ 정형외과 기기 시장은 수입 브랜드가 대부분 고가시장을 점유하고 있고, 중저가 시장은 주로 중국 브랜드가 차지 - 주요 외국 기업으로는 미국의 Johnson and Johnson MD&D, Stryker, 등이 있음 - 대표적인 중국 정형외과용 기기 업체는 창성 홀딩스(創生控股), 캉후이 의료(康輝醫療), 웨이가오 주식회사(威高股份) 등임
현장의 소리	■ 수입산 의료기기를 중국 내에 판매하려면 중국식품약품감독관리국의 인증을 받아야 하며, 현지 시장 진출 시 실력 있는 현지 파트너(에이전트)를 찾는 것이 중요함 (광둥성 광저우 의료설비유통업체 J사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 의료마용성형전 전회 전시회 (2015.9, 베이징, http://www.mmzf.net/beijing/hanyu/index.asp) ■ 제73회 중국 국제 의료기기 박람회 (2015.5, 상하이, http://www.iebtour.com/item/Item_view.asp?item_id=33382)

(2) 품목별 해설

50. 기계 - 콜드 체인 냉장설비 (혈액 저장용 냉장고 등)

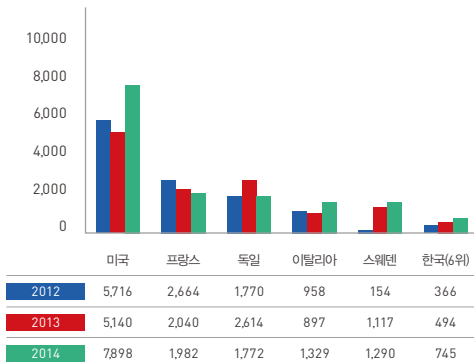


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8418.69-90	한국 HS Code	8418.69-1000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 중국 에너지효율등급제 - CFC 사용제품 규제		
중국의 대한 수입액	745만 달러	중국의 대한 수출액	864만 달러

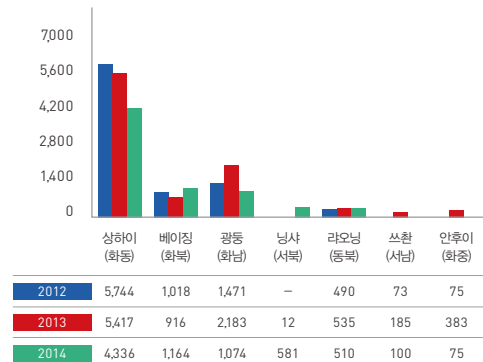
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 1%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 의약품, 특히 백신과 혈액은 작은 온도 변화에도 쉽게 변질되므로 유통 과정에서 콜드 체인 냉장설비 구비가 필수 - 주요 소비처는 혈액 센터, 대규모 의료 물류 회사 및 의약품 중간 판매상 - 혈액·백신 냉장고의 제품 가격은 5,000~12,000위안 대임 ■ 의료정책 개혁에 따라 혈액, 백신을 포함한 의약품의 수요 증대 - 중국약약냉련망(中國醫藥冷鏈網)은 의약 시장의 확대와 더불어 의약품 냉장설비 시장도 성장 가능성이 있음을 보도 ■ 중국은 의약품의 콜드 체인 유통 시스템 구축이 아직 미흡한 상태여서 냉동 포장재를 포함한 콜드 체인 냉장설비의 시장 잠재력은 매우 큼
------------------------	--

경쟁 동향	■ 주요 중국 기업으로는 중커(中科), 아이쉐(愛雪), 아오커마(澳柯瑪) 등이 있음 ■ 한국 제품에 대한 인지도는 높지 않은 편이나 중국의 대한민국 수입액은 꾸준히 증가하고 있음 - 2014년 중국의 대한민국 수입액은 745만 달러로, 전년 대비 50.9% 증가
--------------	--

현장의 소리	■ 물류 산업이 활발한 도시 위주로 제품을 홍보하고 일정 시간동안 무료로 사용하도록 하는 방법으로 제품 홍보 및 거래처 확보 ■ 한국 기업은 중국 현지 상황을 파악하기 어려우므로 중국 현지 실력 있는 대리상과 제휴해 대리상의 인맥을 이용해 마케팅 하는 것이 바람직함 (이상 베이징 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 제7회 아시아국제 콜드 체인 냉장설비 전시회 (2015.10, 상하이, www.coldchainexpo.com) ■ 중국 상용 제동설비 사이트 (www.chinacold.cc)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

51. 기계 - 임플란트

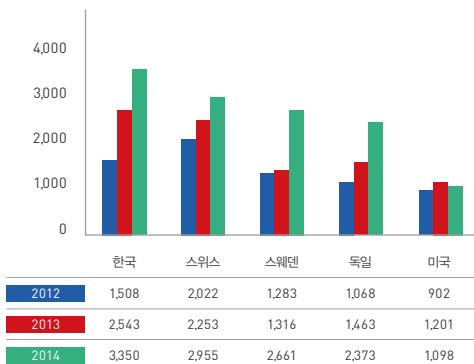


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9021.29-00	한국 HS Code	9021.29-0000
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 의료기기 판매의 허가		
중국의 대한 수입액	3,350만 달러	중국의 대한 수출액	12만 달러

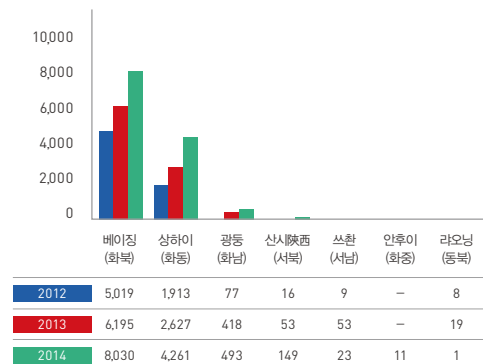
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 매년 0.8%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 치과 전문병원 및 개인 치과의원이 주요 소비처임 - 치과 전문병원은 임플란트 제품의 최대 소비처임 - 최근 임플란트 시술이 수익 창출 모델로 부각되면서 많은 개인 치과의원도 임플란트 제품의 신규 수요처로 편입되고 있음 ■ 중국 임플란트 시장은 기술혁신과 인구 고령화로 관련 제품 수요가 빠르게 증가할 것으로 예상 - 2019년까지 연평균 17.2%씩 성장하여, 약 51억 달러 규모에 이를 것이라 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 임플란트 시장은 선진국 제품을 중심으로 경쟁이 가속화됨 - Straumann, Nobel Biocare를 비롯한 스위스 업체가 중국 임플란트 제품 시장의 약 50%를 차지 - 한국 제품의 인지도는 타 의료기자재에 비해 높은 편이며, 오스템임플란트 제품을 선호 - 한국산 제품의 임플란트 가격은 2,000위안, 미국산은 5,000위안, 스위스산은 6,000위안 정도임
--------------	--

현장의 소리	■ 중국의 임플란트 제품 시장은 규모가 작지만 잠재 소비자가 많아 향후 전망이 밝음 (광둥성 광저우 소재 A사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 제20회 중국 국제 구강 설비 기계 전시회 기술 교류회 (2015.6.9.~12, 베이징, http://www.sinodent.com.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

52. 기계 - 의류건조기

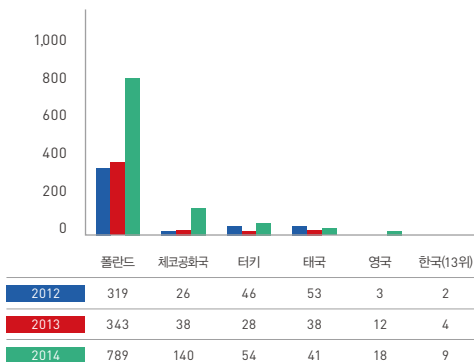


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8451.21-00	한국 HS Code	8451.21-0000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	9만 달러	중국의 대한 수출액	59만 달러

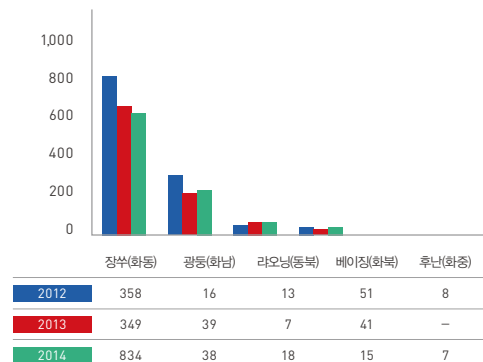
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 1.5%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 아열대성 기후의 남부지역, 습한 연안지역, 대기오염이 심한 북방지역에서 세탁물 실내 건조를 위한 수요 증가 - 현재 중국 내 의류 건조기 시장은 전체 가전 세탁기계 시장의 증가율을 능가하는 성장세를 보임 - 전자상거래를 통한 의류건조기 소비가 급증하고 있는 추세
경쟁 동향	■ 세탁기형 건조기의 경우 일본의 Panasonic 제품이 선호도가 높고, 저렴한 옷걸이형 건조기의 경우 중국 브랜드가 인기 - 중국 10대 의류건조기 브랜드 중 중국 브랜드로는 하이얼(海爾), 메이디(美的), 아이메이티어(艾美特), 다송(大松), 샤오텐어(小天鵝)이 있고, 수입 브랜드로는 일본 Panasonic, 스웨덴 Electrolux, 독일 Siemens, 터키 BEKO, 미국 Whirlpool가 있음 - 한국 제품의 경우 대다수가 건조 기능이 포함된 세탁기형이고 인지도가 높지 않은 편임
현장의 소리	■ 중저가 제품에 대한 수요가 적은 편이고 고가제품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상 (가전 제조상 K사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 제15기 중국 순더 국제 가정용 가전 박람회 (불산, 2015.8.20~22, www.shundeexpo.cn) ■ 중국가전넷 (www.bbs.cheaa.com) ■ 후이충가전넷 (www.homea.hc360.com)

(2) 품목별 해설

53. 기계 - 전자식 비데

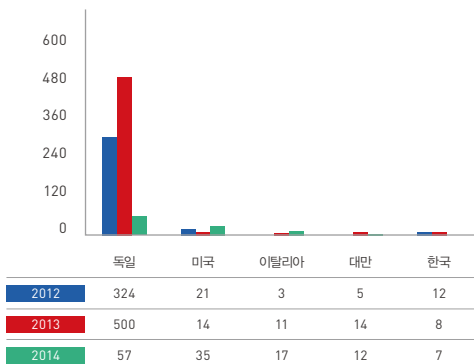


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8424.89-10	한국 HS Code	8424.89-9000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - CFC 사용제품 규제 - 친환경제품 환경표지 제도 - 수입 통제 대상 폐기물 목록		
중국의 대한 수입액	7만 달러	중국의 대한 수출액	503만 달러

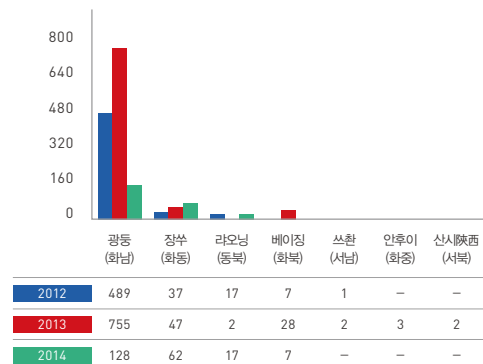
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 0%로 협정 발효 이후 변동 없음 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
--------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비층은 여성 및 중·노년층이며, 제품의 편리성, 쾌적감 등에 대한 요구수준이 높아지고 있음 ■ 중국의 전자식 비데 보급률은 0.1%에 불과하지만, 향후 성장 가능성 높음 - 최근 리모델링에 대한 투자가 증가하고 있고 전자식 비데에 대한 인지도가 제고되고 있으므로 성장 잠재력은 충분하다고 판단됨
----------------	--

경쟁 동향	■ 전자식 비데 시장에서 미국, 일본 등 선진국 제품의 선호도가 높음 - 인지도가 높은 브랜드로는 일본의 TOTO, 미국의 KOHLER, 중국의 ARROW등이 있음
-------	--

현장의 소리	■ 현재 자사에서 판매 중인 한국의 DOBIDOS 전자 비데는 젊은 세대와 인테리어에 관심이 있는 고객들에게 각광받고 있음 - 한국 비데의 판매가격은 2,000위안 정도로 중국산 제품의 가격과 비슷한 수준이나, 중국 제품에 비해 가성비가 뛰어나 경쟁력이 있음 (산둥성 웨이하이 소재 Z사)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 23회 중국 베이징 국제 건축, 도자기, 주방, 화장실 설비 박람회 (2016.3.16~19, www.buildddecor.org)
---------------------	--

(2) 품목별 해설

54. 기계 - 베이커리 기기

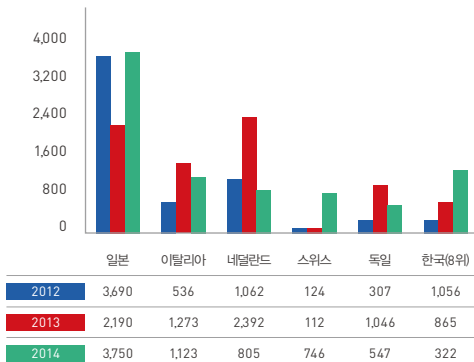


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8438.10-00	한국 HS Code	8438.10-1000
중국 수입 관세율	7%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	322만 달러	중국의 대한 수출액	385만 달러

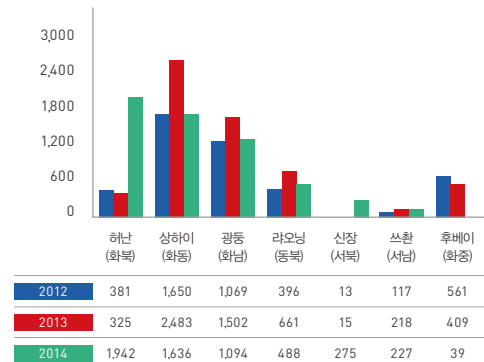
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 7%로 매년 0.47%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 한·중 FTA의 영향과 중국 내 식품에 대한 안전의식 확대로 대표적 DIY(Do it yourself) 가전제품인 베이커리 기기의 수출 확대 전망
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 식품안전에 대한 인식 강화로 홈메이드 제품에 대한 선호도가 높아지면서, 가정용 베이커리 기계의 수요도 증가 ■ 중국의 베이커리 산업이 빠르게 발전하면서, 제과제빵 관련 설비 산업의 성장을 견인 – 2013년 중국 베이커리 기계 시장규모는 720억 위안으로, 최근 3년간(2011~2013) 연평균 20%씩 성장
경쟁 동향	■ 중국 베이커리 기기 시장은 중국 기업인 동링(東菱), 베이메이(北美), 메이디(美的)가 대부분을 점유 – 중국 공업용 베이커리 기기의 대부분은 현지 생산 – 자동화 수준이 높은 소수의 제품만 수입하며, 유럽 및 미국, 일본 제품에 대한 선호도가 높고 한국 제품에 대한 인지도는 높지 않음
현장의 소리	■ 한국 가전제품은 어느 정도 인지도를 갖추고 있으나, 베이커리 기기에 대한 인지도는 낮은 편임 (산동성 옌타이 소재 Y사) ■ 현재 중국의 주방가전제품 산업은 경쟁이 치열한 분야로 수입제품의 경우 가격이 높은 편이기 때문에, 성능이 월등히 뛰어나지 않으면 중국 브랜드를 더 선호하는 경향이 있음 (산동성 칭다오시 소재 W사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 중국 제6회 식품기계설비 박람회 (2015.8.26.~28, 상하이, http://fair.china.cn/info/3723_96.html) ■ 2016 제 25회 중국 국제식품가공, 포장기계 및 조립부품 전시회 (2016.6.29.~7.1, 광저우, www.qd-zyz.com)

(2) 품목별 해설

55. 기계 - 열교환기

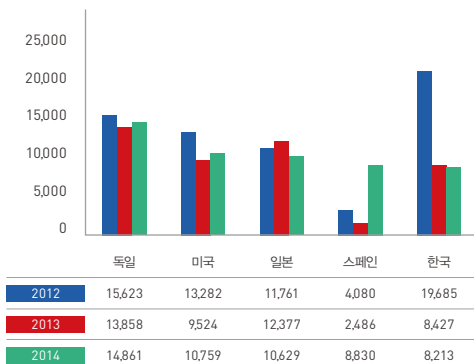


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8419.50-00	한국 HS Code	8419.50-9000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번 변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 중국 에너지효율등급제		
중국의 대한 수입액	8,213만 달러	중국의 대한 수출액	2,847만 달러

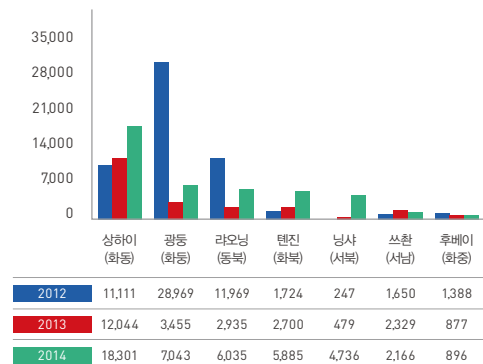
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 10%로 5년간 2%씩 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 양허이후 즉시철폐
활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 환열기 수요처는 석유, 화학공업, 야금, 전력, 선박, 난방, 에어컨, 기계, 식품, 제약 등 분야에 집중 － 석유·화학 분야의 수요가 30%로 큰 비중을 차지하며 그 다음으로 전력·야금이 16%를 차지 ■ 2020년 까지 중국 열교환기 시장은 10~15%의 성장세를 유지할 전망 － 경제발전 및 산업구조 고도화 움직임에 따라 각 산업에서 열교환기 수요가 안정적으로 증가하는 추세 － 2013년 중국 열교환기 시장 규모는 741억 위안으로 2016년에는 1,000억 위안, 2020년에는 1,500억 위안에 달할 전망
경쟁 동향	■ 중국 열교환기 시장에서 가격 경쟁력이 있는 중국산의 수요가 높은 편이지만 고가 제품시장은 유럽 및 미국 브랜드가 주도 － 주요 외국 기업은 스웨덴의 AlfaLaval, 미국의 Tranter PHE Inc, 스웨덴 SWEP, 영국 APV, 독일 GEA, Funke 등임 － 대표적인 중국 기업으로는 란스환러(蘭石換熱), 란커가오신(藍科高新), 쓰핑웨이커쓰(四平維克斯), 쓰핑쥐위안(四平巨元), 선양타이위(沈陽太宇), 상하이아이카쎌(上海艾克森) 등이 있음 － 주요 한국 브랜드로는 LHE가 있음
현장의 소리	■ 유럽산 열교환기는 가격이 상대적으로 높으나 품질이 좋다는 평가를 받고 있어 중국 시장에서 인지도가 높은 편임 － 독일, 스위스, 프랑스, 이탈리아, 오스트리아에서 생산된 열교환기 제품이 인기 있음 (베이징 소재 H사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 열펌프 및 난방기 전시회 (2015.3.18.~3.20, 상하이, http://www.ch-hpf.cn/) ■ 제 27회 아우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21.~24, 아우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)

(2) 품목별 해설

56. 기계 - 포장기계

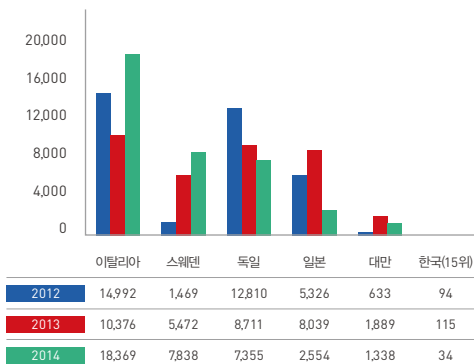


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8422.30-10	한국 HS Code	8422.30-1000
중국 수입 관세율	12%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번 변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	34만 달러	중국의 대한 수출액	337만 달러

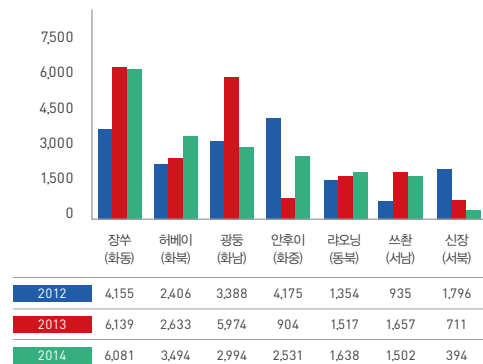
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 12%로 매년 1.2%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 수요처는 유제품, 음료제품, 즉석제품을 생산하는 식품업체이고 이외 세제, 화학제품 및 화학약품 업체에서도 수요가 있음 ■ 식품 안전의식 강화로 식품포장설비의 수요 증가 — 2013년 중국 포장기계 시장 수요는 569억 위안에 달하고 2006~2013년 평균 17.68%의 성장률을 기록 — 특히 액체식품포장기계 시장은 향후 15~20%의 성장률을 유지할 전망으로 2017년 매출규모가 700억 위안에 달할 것으로 예상 * PET병이 음료, 주류, 식용유, 조미료 등 액체식품 포장 분야에서 널리 사용되면서, PET병 액체포장기계의 수요가 늘어날 전망 ■ 최근 식품 안전사고가 빈번하게 발생하면서 고급포장설비에 대한 수요가 증가 추세 — 진공포장기계, 제대기, 보충 밀봉포장기계, 펄프몰드가공설비, 금속포장용기가공설비, 골판지상자생산설비 등 분야가 유망
경쟁 동향	■ 중국 기업은 대부분 소형 제품을 생산하며 대형 제품은 수입에 의존 — 독일의 Clones, Bosch, KHS가 대형세트형 설비, 정밀도 높은 단독 설비 및 스마트포장 생산라인을 통해 중국 시장에서 높은 점유율 차지 — 대표적인 중국 기업은 난징 경공업기계그룹(南京輕工業機械集團), 광저우 다이룽포장기계주식회사(廣州達意隆包裝機械股份有限公司), 후베이장산경공업기계주식회사(湖北長山輕工機械股份有限公司) 등임 — 한국 제품의 인지도는 높지 않은 편이나 진공포장·김치포장기계 분야에서는 인지도가 있음
현장의 소리	■ 중국은 식품기계설비 분야의 기술 경쟁력이 부족하여 높은 기술력을 요하는 설비는 수입에 의존하고 있음 (중국식품·포장기계공업협회 부회장) ■ 수입 제품 중 품질 경쟁력이 높은 독일 제품의 인지도가 가장 높고 자사에서 취급하는 제품 중에서도 독일, 스위스 제품이 인기 — 중국 시장에서 한국 기계제품은 가격·성능 면에서 높은 평가를 받고 있지만 포장기계 제품에 대한 인지도는 낮은 편으로 관련 전시회를 통한 홍보가 필요 (장쑤성 쑤저우 H사) ■ 한국 포장기계 협회(KPMA)는 2015년 중국 상하이에서 열리는 식품기계설비 전시회에 참여하여 한국 제품을 홍보할 예정 (칭다오 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 중국(상하이) 식품기계설비 전시회 (2015.8.26.~28, 상하이, http://fair.china.cn/info/3723_96.html) ■ 제 27회 아우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21.~24, 아우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)

(2) 품목별 해설

57. 기계 - 베어링

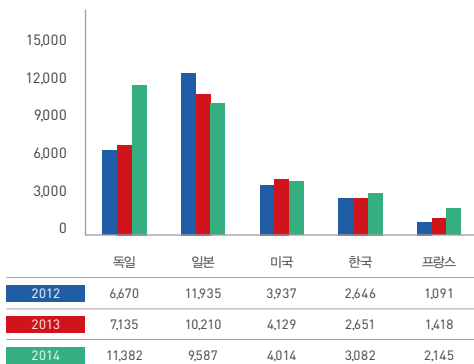


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8483.30-00	한국 HS Code	8483.30-9000
중국 수입 관세율	6%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번 변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	3,082만 달러	중국의 대한 수출액	3,870만 달러

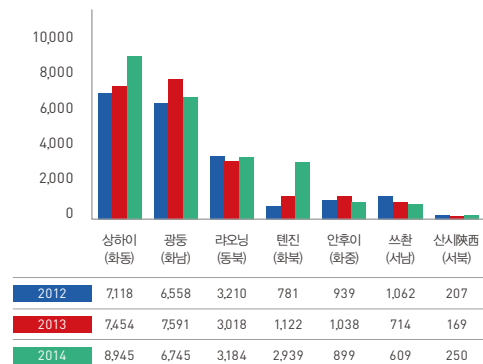
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 6%로 매년 1.2%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 수요처는 철도, 자동차, 중형기계, 선박, 가전 분야업체이며 대부분 수입 제품에 의존하고 있음 – 중국의 공업화로 베어링 산업이 양적·질적으로 팽창하고 로봇·철도·자동차 등 부가가치가 높은 산업의 베어링 수요가 증가함에 따라 고급 베어링 시장의 비중이 늘고 있음 ■ 2015년 중국의 베어링 수요량은 전 세계의 40%를 차지할 전망이며, 2020년까지 북미, 일본, 유럽의 총 수요량을 넘을 것으로 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 수입 브랜드가 중국 베어링 시장을 주도하고 있음 – 중국의 제품 기술력이 낮아 고속철도 객차, 중·고급승용차, 컴퓨터, 에어컨, 고수준 압연기 등 주요 엔진의 조립·수리 베어링은 거의 수입에 의존 – 대표적인 외국 기업으로는 SKF, FAG, NSK, NBK, TORRINGTON, KOYO, TIMKEN 등이 있음 – 주요 중국 기업은 뤼양 LYC베어링 유한공사(洛陽LYC軸承有限公司), 와저우 주조회사(瓦軸鑄造公司), 하얼빈 베어링그룹회사(哈爾濱軸承集團公司) 등임 – 한국 브랜드 중 JMC, 삼익 등을 선호
--------------	--

현장의 소리	■ 고객들은 베어링 제품의 정밀도를 중시하기 때문에 지속적인 개발을 통해 품질 및 기술력을 향상 시켜야 함 (텐진 소재 J사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2016 중국 국제 베어링 및 전용장비 전시회 (2016.9.20.~23, 상하이, http://www.bearingfair.com) ■ 제 27회 아우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21.~24, 아우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

58. 기계 - 산업용 냉방기

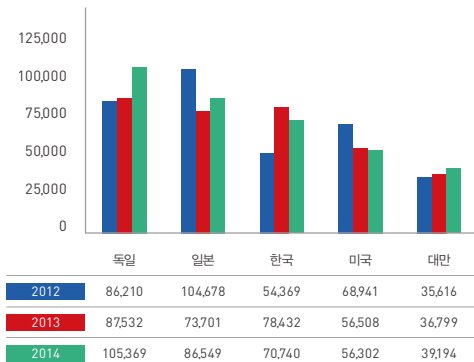


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8479.89-99	한국 HS Code	8479.89-9099
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번 변경)		
비관세장벽·수입요건	- 중고 기계전기설비 수입 - 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	7억 740만 달러	중국의 대한 수출액	7,009만 달러

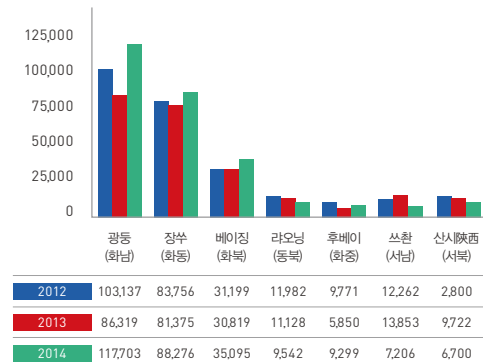
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 고성능·에너지 효율형 제품에 대한 선호도가 높음 – 중국 서부 및 남부지역은 무덥고 습한 기후 때문에 고성능 냉방기에 대한 수요가 많음 – 전기료 절감이 가능한 에너지 효율형 제품을 선호 ■ 스마트 시티 건설 및 신형 도시화 추진에 따라 산업용 냉방기 수요가 꾸준히 확대되고 있음 – 2014년 상반기 중국 냉방기 시장 규모는 300억 위안으로, 전년 동기 대비 40% 이상 성장 – 전국적인 스마트 도시 건설이 진행됨에 따라 산업용 냉방기 종류 중 하나인 정부기관, 대중교통, 교육 관련 산업의 기계실 냉방기 시장 규모 또한 지속적으로 성장
경쟁 동향	■ 중국 제품의 경쟁력이 강화됨에 따라 수입은 점차 줄어들고 있는 추세 – 주요 외국 기업은 미국의 York, TRANE, 일본의 DAIKIN, HITACHI, MITSUBISHI 등이 있음 – 용량이 크고 에너지 효율이 비교적 높은 전통적인 대형 중앙 냉방기 시장은 York, Carrier, TRANE, McQuay 등이 주도
현장의 소리	■ 한국 산업용 냉방기의 안정성 및 성능을 보완하고, 보다 적극적인 브랜드 홍보가 필요함 – 이전에 한국 산업용 냉방기를 대리 판매 했으나, 제품 기술의 보완이 필요해 판매를 중단 포기하였던 경험이 있음 – 한국 일부 기업은 중앙 집중형 냉방설비에 주력하고 있으나 이 영역에서의 인지도는 일본 제품이 더 높은 편임 (산동성 칭다오 소재 Q사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 충청 국제투자 및 글로벌 소싱 페어 (2015.5.28.~31, 충징, http://www.ccisf.com/exhibition.aspx) ■ 제 27회 이우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21.~24, 이우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)

(2) 품목별 해설

59. 기계 - 선박엔진 및 부품(선박 추진 엔진용 부품 등)

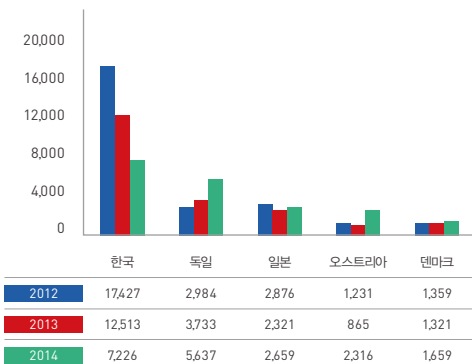


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8409.99-10	한국 HS Code	8409.99-3030
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	7,226만 달러	중국의 대한 수출액	4,703만 달러

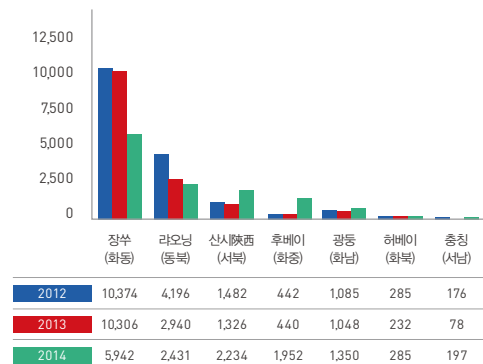
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 5%로 매년 0.33%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 기술협력형 GVC 모델 등
-----------------	------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국은 기술력 및 공급량 부족으로 선박의 핵심부품은 수입산 제품에 의지 – 중국 국내 선박용품 제조업체의 생산능력은 조선업체의 수요를 만족시킬 수 없는 상태 ■ 선박공업 신규 주문량의 증가로 선박엔진 및 부품 수요도 증가할 것으로 예상 – 2013년도 선박 제조 완공량과 신규 선박 주문량은 각각 세계 총량의 41.4%, 47.9%이며, 그 중 신규 선박 주문량은 6,984만 톤으로 전년대비 242.2% 성장
------------------------	--

경쟁 동향	■ 선박의 핵심부품은 수입에 의존하거나 특허권을 구입하여 생산 – 선박용 동력엔진은 독일의 MAN, 핀란드의 wartsila 제품이 대표적이고 일본의 YANMAR, 독일의 Deutz, 미국의 Cummins의 제품이 중국 선박용 발전시스템 엔진시장의 대부분을 차지
--------------	---

현장의 소리	■ 선박용 디젤 엔진의 핵심기술은 MAN과 wartsila가 장악 – 중국선박공업집단공사(中船集團)와 중국선박중공업집단공사(中船重工) 부속 기관인 중국디젤엔진생산공장은 MAN과 wartsila에서 특허권을 구입하여 생산자격을 부여 받음 (칭다오 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 27회 아우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21~24, 아우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

60. 기계 - 공구절삭기 (절삭가공용 선반)

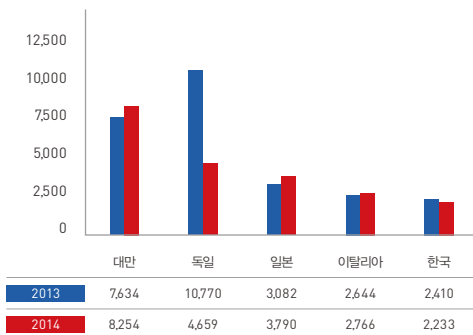


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8458.91-10	한국 HS Code	8458.91-0000
중국 수입 관세율	20%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	—	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번 변경) and RVC(50%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액 ⁴⁸⁾	2,233만 달러	중국의 대한 수출액	144만 달러

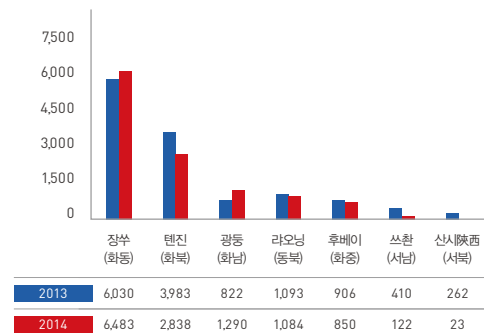
중국의 국가별 수입현황⁴⁹⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 20%로 협정 대상에서 배제 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
--------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

48)

중국의 대한 수입액 및 수출액은
중국 HS Code 6단위 기준임

49)

해당 품목 중국의 국가별, 권역별
수입현황의 2012년 데이터 없음

소비동향 및 시장전망	■ 125계획 장비제조업을 신흥전략산업으로 선정하면서 중국 공작기계와 공구 수요가 지속적으로 증가 - 중국 정부는 2015년 말까지 공작기계 및 공구산업 공업생산액을 7,000억 위안까지 확대할 계획 - 2015년 금속절삭기계산업의 공업 생산액은 2,000억 위안을 넘을 것으로 전망(중국수치제어정보망)
----------------	---

경쟁 동향	■ 중국 공작기계 및 공구 소비시장은 과거 수입 제품의 점유율이 높았으나, 최근 중국 제품의 비중이 늘어남 - 고급제품 시장에서는 여전히 수입 제품이 큰 비중을 차지하고 있으며 일본의 KTM, TSUGAMI, ENSHU, 미국의 Hardinge 등이 대표적임 - 대표적인 한국 기업으로는 두산, 현대위아 등이 있음
-------	---

현장의 소리	■ 구매상이 공작기계 구매 시, 가공 제품의 정밀도 및 기계 안정성을 우선적으로 고려하고 브랜드 및 가격 또한 중시함 - 현재 일본 제품이 한국 제품보다 정밀도가 높다고 평가받고 있으며, 엔화 가치하락에 따라 일본 제품의 판매율이 더 좋은 편이어서 한국 업체의 경우 사전에 가격 조사를 수행하여 적당한 가격 책정이 필요 (장쑤성 쑤저우 소재 S사)
--------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 27회 아우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21~24, 아우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

61. 기계 - 농산물 건조기계

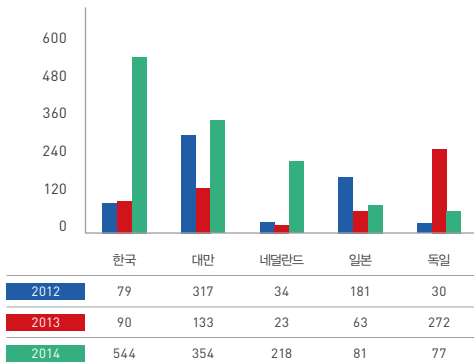


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8419.31-00	한국 HS Code	8419.31-0000
중국 수입 관세율	8%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번 변경)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 중국 에너지효율등급제		
중국의 대한 수입액	544만 달러	중국의 대한 수출액	30만 달러

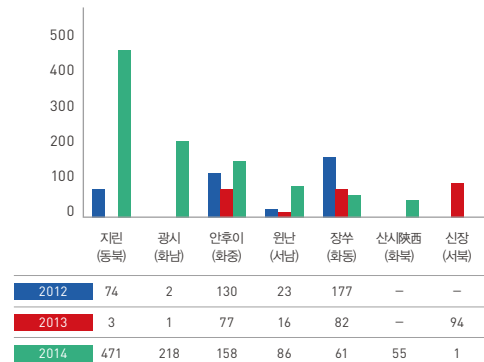
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 농산물 건조기기의 주요 수요처는 농업협동조합이나 곡물 재배 면적이 넓은 농가임 ■ 휴대 및 사용이 편리하고 저온 건조가 가능한 소형 건조기의 수요가 많음 ■ 중국은 세계 최대 곡물 생산국이자 소비국으로 연간 곡물 생산량이 5억 톤을 넘어서지만, 농산물 건조설비가 부족하여 향후 수요 증가 예상 - 일본 등의 선진국은 대개 150만~170만 대의 건조설비를 보유 - 중국의 보유량은 2만여 대에 불과하여 매년 건조설비로 건조된 곡식이 전국 곡식 총생산량의 1%에 미치지 못함
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국의 낮은 기술 수준으로 인해 수입 브랜드의 시장점유율이 높은 편임 - 대표적인 수입 브랜드로는 일본의 Kaneko, 대만의 웅주(永久) 등이 있고, 중국 브랜드로는 구왕(穀王), 동팡(東方) 등이 있음 - 한국산 농산물 건조설비는 인지도가 높지 않은 편임
--------------	--

현장의 소리	■ 중국 정부는 자국산 농기계 구입 시 보조금을 지급하고 있음 - 한 번에 곡물 30톤을 건조할 수 있는 중국산 건조기 한 세트의 판매가격은 40만 위안이지만, 국가 지원을 받으면 29만 위안에 구매 가능 - 중국 정부의 자국산 농기계 구입 보조금의 영향으로, 수입 제품의 경우 합리적인 가격과 완벽한 A/S 처리 시스템을 구축해야 경쟁력이 있을 것으로 보임 (산동성 타이안 소재 F사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 27회 아우 국제 기계공업 박람회 (2015.10.21~24, 아우, http://www.onezh.com/web/index_46345.html)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

62. 기계 - 초음파세척기

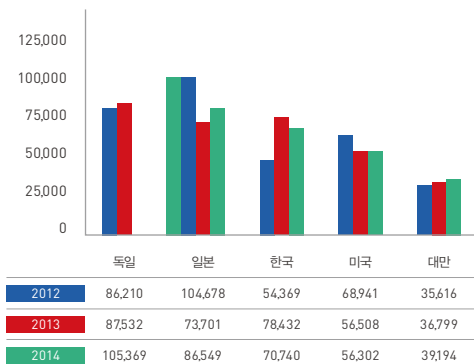


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8479.89-99	한국 HS Code	8479.89-9099
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	7억 740만 달러	중국의 대한 수출액	7,009만 달러

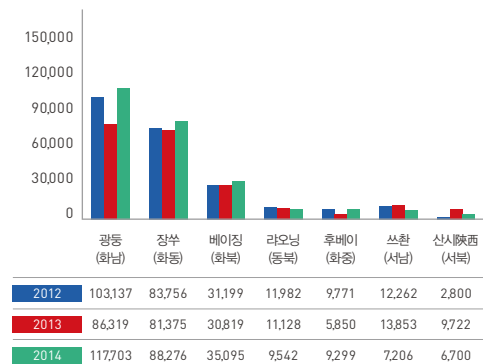
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
--------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
----------	----------------

중국 시장 진출정보

50]

KITA(2014).

중국 초음파세척기 시장 보고서

소비동향 및 시장전망 ^{50]}	■ 초음파세척기 산업은 중국 경제가 고도성장함에 따라 10대 기계 산업 중 하나로 부상하며 빠르게 성장함 - 2013년 중국 초음파세척기 시장 규모는 296.1억 위안으로 전년 대비 10.4% 증가했으며, 6년 간 연평균 10.7%의 높은 성장률을 유지하고 있음 - 산업이 고도화됨에 따라 다기능의 고효율, 에너지 절감형 초음파 세척기가 주목 받고 있음 ■ 초음파세척기는 다양한 분야에서 광범위하게 사용되고 있음 - 주로 정밀공업, 고무공업, 인쇄업, 항천공업, 식품공업, 통신, 원자력 등 분야에서 사용 ■ 중소형 초음파세척기가 시장의 절반 이상을 차지하고, 산업용 대형 초음파세척기가 약 30%의 점유율 차지 - 80~90년대에는 대형 초음파세척기가 주로 사용되었고, 2000년대 들어 상업용 및 가정용 중소형 세척기 사용이 활성화 - 가정용 중소형 초음파세척기 시장이 빠르게 확대되고 있으며, 연간수요는 200만대에 달할 것으로 추정
-------------------------------	--

경쟁 동향	■ 압력 10MPa~15MPa 이상의 중고급 시장은 수입 브랜드가 주도하고 있고, 중국산 제품은 주로 10MPa 이하의 저급 제품들임 - 주요 기업으로는 미국 BRANSON, 독일 KARCHER, 독일 ELMA, 스위스 SONOSWISS, 한국 KODO JAC 등이 있음 - 외국 기업은 판매망, 브랜드이미지, 기술, 생산관리 측면에서 중국 기업보다 우위를 차지하고 있음
-------	---

현장의 소리	■ 중국 중고급 초음파 세척기 설비는 주로 수입 제품을 선호 (대리상 A사) ■ 한국의 제품은 가격, 품질 면에서 우수하나 브랜드 이미지를 제고시킬 필요가 있음 (정저우 무역관)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제13회 중국 국제 과학의기 및 실험실 장비 전시회 (2015.4.23~25, 베이징, www.cisite.com.cn)
---------------------	--

(2) 품목별 해설

63. 기계 - 진공청소기

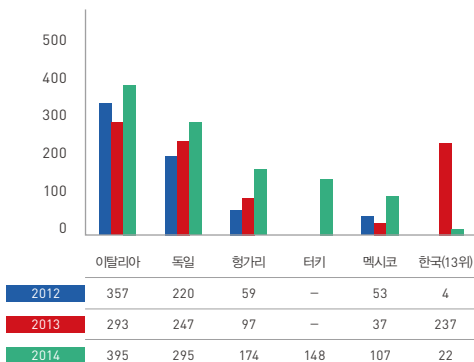


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8508.19-00	한국 HS Code	8508.19-9000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 친환경제품 환경표지 제도 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	22만 달러	중국의 대한 수출액	466만 달러

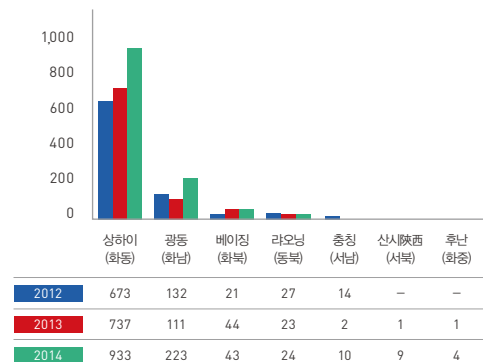
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

51)

바퀴와 호스가 장착된
일반 진공청소기

소비동향 및 시장전망	■ 최근 스마트 로봇 청소기, 자외선 살균 청소기 등 기능성 청소기가 인기 ■ 중국 청소기 시장에서 캐니스터형의 점유율이 가장 높고, 스마트 로봇 청소기의 점유율은 계속 증가 추세 - 2013년 청소기의 제품유형별 점유율은 캐니스터형⁵¹⁾ 62.1%, 로봇청소기 13.9%, 핸디형 14.4%, 스탠드형 7.8%를 차지 - 인공 지능 등 다양한 기능을 갖춘 스마트 로봇 청소기에 대한 선호도가 점차 높아지는 추세 ■ 500~1,000위안 대의 중저가 제품을 선호 - 청소기의 가격대별 점유율은 500~1,000위안, 300~500위안 대가 각각 28.2%, 26.7%로 1, 2위를 차지
경쟁 동향	■ 중국 브랜드의 제품 수가 압도적으로 많으나 수입 브랜드 제품이 뛰어난 기술력과 마케팅으로 우위를 점하고 있음 - 2014년 기준 네덜란드 Philips의 점유율은 37.7%로 압도적인 우위를 보이며 중국 브랜드인 샤오거우(小狗) 및 커위쓰(科沃斯)가 뒤를 이어 각각 17.3%, 12.8%로 2, 3위 차지 - 한국 기업은 LG가 진출해있고 로봇 청소기 등 프리미엄 청소기에 대한 평은 좋으나 전체적인 인지도가 낮은 편임
현장의 소리	■ 중국 소비자의 50% 이상이 300~1,000위안 정도의 중저가 제품을 선호하므로 우수한 기술, 세련된 디자인, 가격 경쟁력을 두루 갖춘 제품 개발 필요 ■ 2011년부터 로봇 청소기는 높은 가격에도 매출이 꾸준히 증가해 유망산업으로 손꼽히므로 차별화된 디자인과 다채로운 기능으로 시장 선점이 필수임 (이상 선양 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제15회 중국 순더 국제 가전 전시회 (2015.8, 광둥, www.shundeexpo.cn) ■ 제5회 베이징 가전제품 박람회 (2015.6, 베이징, www.heae.com.cn)

(2) 품목별 해설

64. 전자전기 - 자동온도조절기

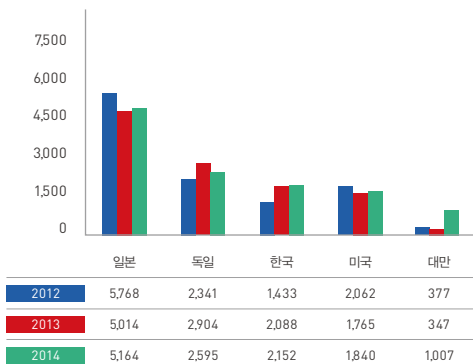


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9032.10-00	한국 HS Code	9032.10-2000
중국 수입 관세율	7%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	2,152만 달러	중국의 대한 수출액	571만 달러

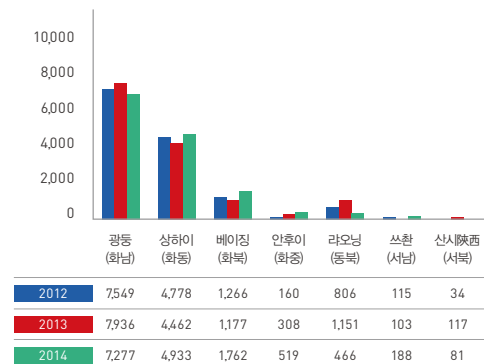
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 7%로 매년 1.4%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 중국에서 스마트 자동온도조절기에 대한 수요가 증가하고 있지만, 기술력이 부족하여, 해당 기술을 보유한 해외 기업은 진출이 유리할 전망 - 스마트 자동온도조절기 기술을 확보하고 있는 한국 기업의 경우, 관세 혜택까지 더하여 대중 수출경쟁력 상승 기대
활용 모델 예시	■ 기술협력형 GVC 모델 ■ 관세인하를 통한 수출 확대 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 자동온도조절기는 다양한 분야에 광범위하게 사용되고 있음 - 우주비행, 항공, 국방, 과학기술, 공·농업생산, 전기전자 등 다양한 분야에 사용되고, 특히 대부분의 가전제품에 보편적으로 사용되고 있어 꾸준한 수요가 예상됨 - 2014년 중국의 자동온도조절기 수입액은 2억 2,857만 달러로 전년 대비 3.8% 증가 ■ 최근에는 복합적 기능을 추가한 스마트 자동온도조절기에 대한 수요가 증가 - 인터넷과 휴대폰 메시지를 통해 실시간 제어가 가능한 스마트 자동온도조절기 개발이 주목받고 있음 - 중국산 제품은 기술경쟁력이 부족하여, 해외 스마트 제품이 큰 시장성을 가지고 있음 ■ 중국 정부의 에너지 절감산업 육성과 더불어 자동온도조절기 시장은 지속적 성장이 예상됨 - 중국 정부는 에너지 절감산업을 포함한 신성장산업을 육성하기 위해 2020년까지 R&D 자금 및 기타 재정지원을 계획하고 있음
경쟁 동향	■ 중국 제품은 중저가 시장을 점유하고 있고, 수입 제품은 고품질의 프리미엄 시장을 점유 - 주요 중국 기업은 포산통바오(佛山通寶), 장쑤창형(江蘇常恒), 중옌(中雁), 주룽(九龍), 위안팡(元方) 등임 - 대표적인 수입 브랜드로는 EMERSON, invensys, E.G.O., STRIX 등이 있음 - 한국 제품은 대부분 일반 가정용 자동온도조절기로 한국 전기보일러, 난방필름의 수요가 많아 한국산에 대한 인지도가 높은 편임 - 주요 한국 브랜드는 Autonics, 한영닉스, 메산 등임
현장의 소리	■ 중국 소비자들에게 자동온도조절기의 가격, 품질, 브랜드 인지도는 구매를 결정하는 중요한 요인임 (중국 관련업체 직원)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제45회 국제 냉동, 에어컨, 난방, 통풍 전시회 (2015.4, 베이징, http://fair.china.cn/info/3087_38.html) ■ 제5회 중국 청두 난방 공급 및 통풍, 에어컨 건축 환경 기술 설비 전시회 (2015.7, 청두, www.cdntz.com) ■ 제11회 광저우 국제 전열 기술 설비전 (2015.8, 광저우, www.gehe.cn)

(2) 품목별 해설

65. 전자전기 - 조명기구 (천장, 벽부착용 LED 조명 등)

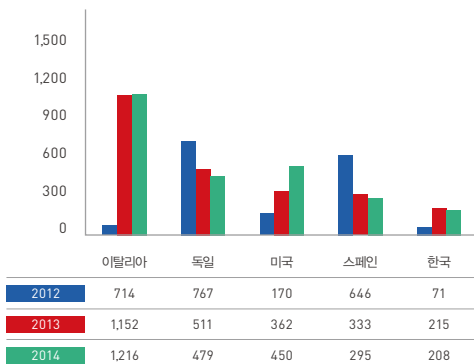


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9405.10-00	한국 HS Code	9405.10-3000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	—
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 중국 에너지효율등급제 - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	208만 달러	중국의 대한 수출액	9,362만 달러

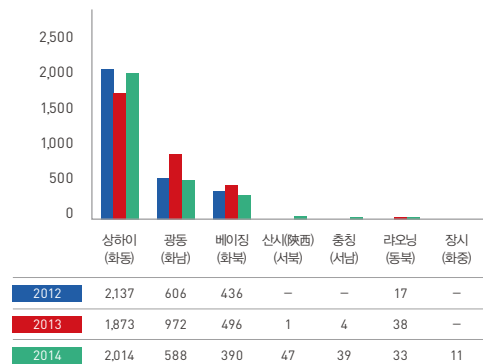
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 1%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 대상에서 배제
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ LED조명은 기존 형광등에 비해 에너지를 효과적으로 절감할 수 있고, 수명이 길어 수요가 증가하고 있음 - 상업용 조명시장과 가정용 조명시장에서 LED 조명이 각각 15%, 13%를 차지 - 형광등의 대체재로서 LED 조명 수요가 늘고 있고 조명시장에서의 비중이 증가 추세 ■ 중국 정부에서 정책적으로 에너지 절감산업을 육성하고 있어 LED조명 시장은 향후 빠르게 성장할 것으로 전망됨 - 2013년 중국 국무원이 '에너지 절감·환경보호 산업 가속발전 의견'을 발표하고, 고효율성 에너지 절감 조명산업을 적극 육성하기로 함 - 선전시는 '공공기구 '12·5 계획'기간 에너지 절감 사업 진행안(2013~2015년)'을 통해 LED 조명산업을 전격 육성
경쟁 동향	■ 중국 LED 조명 시장의 경쟁 구조가 심화되고 있는 추세 - 주요 중국 브랜드로는 레이스조명(雷士照明), 어우푸조명(歐普照明), 삼송지광(三雄極光) 등이 있으며 홍콩계 브랜드로 NPU가 있음 - 수입 브랜드로는 네덜란드 Philips, 독일 OSRAM, 일본 Panasonic이 있음 - 한국 기업들이 최근 3년 사이 중국 LED 조명시장에 본격 진출하였으나 외국 선발업체에 비해 인지도는 낮은 편임
현장의 소리	■ 중국 소비자의 주요 구매 결정요인은 가격, 브랜드, 서비스 등임 (청두 무역관) ■ 중국 LED 시장에서 전자상거래가 주요 구매패턴이 될 것으로 예상되고, LED 업종은 실내조명의 발전과 함께 지속적인 발전 양상 보일 것으로 기대 (상하이 소재 Y사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제13회 중국 국제 LED조명 박람회 (2015.11, 베이징, www.ledzhan.com) ■ 2016년 광저우 국제 LED 전시회 (2016.2, 광저우, www.cccmf.cn) ■ 제11회 상하이 국제 LED 전시회 (2015.9, 상하이, www.ledchina-sh.com)

(2) 품목별 해설

66. 전자전기 - 리튬전지

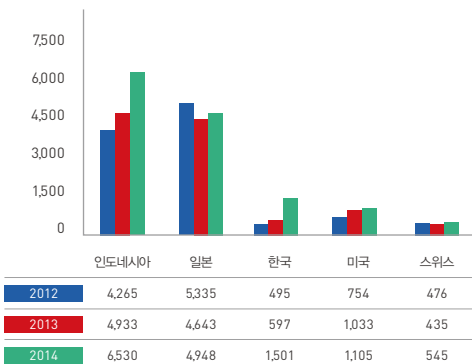


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8506.50-00	한국 HS Code	8506.50-0000
중국 수입 관세율	14%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	양허 제외	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도 - 오염방지표시 부착기준 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	1,501만 달러	중국의 대한 수출액	570만 달러

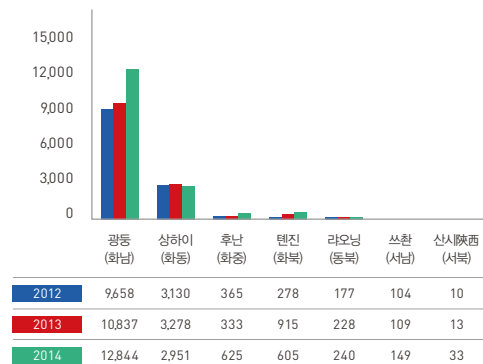
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 14%로 양허제외 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등
-----------------	---------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 2013년 중국 리튬전지 시장규모는 741억 7000만 위안으로 2012년 대비 약 33% 증가 - 2014년 중국의 리튬전지 수입액은 2억 1,249만 달러로 전년 대비 13.7% 증가 ■ 연산축전지 생산에 대한 엄격한 조치로 리튬전지의 대체수요가 증가할 것으로 예상 - 환경보호 기준에 미달하는 연산축전지 기업이 다수 존재해 고품질의 수입산 연산축전지와 리튬전지 대체사용이 확대될 것으로 예상
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 리튬전지산업은 중국 국내 리튬전지 생산기업, 자동차 생산기업, 다국적 리튬전지 생산기업이 주도 - 한국의 LG, 덴마크의 Lynx와 미국의 A123 Systems 등 다국적 리튬전지 생산기업은 대부분 중국의 주요 자동차 생산업체와 협력해 시장 진출 - 중국 리튬전지 시장에서 대표적인 중국 기업으로 대체에너지 과학기술유한회사(新能源科技有限公司), 비아디(比亞迪), 텐진리선(天津力神), 하얼빈 광위그룹(哈爾濱光宇集團) 등이 있음 - 한국산 전지는 일정한 인지도를 확보하고 있으며 삼성 SDI, LG화학 외에도 비츠로셀 등 한국 중소 브랜드 제품도 유통되고 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국 기업은 자체적으로 고품질의 동력 건전지를 생산하지만 수요가 공급보다 많음 (청두 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 고급 리튬건전지 및 전동 모터쇼 (2015.6, 선전, www.gg-lb.com/gglbex) ■ 제7회 중국 상하이 국제 건전지 제품 및 기술 전시회 (2015.8, 상하이, www.cnibf.net) ■ 2015 광저우 국제발전소, 기술설비구매 전시회 (2015.11, 광저우, www.cies-expo.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

67. 전자전기 - 가스 및 매연분석기기

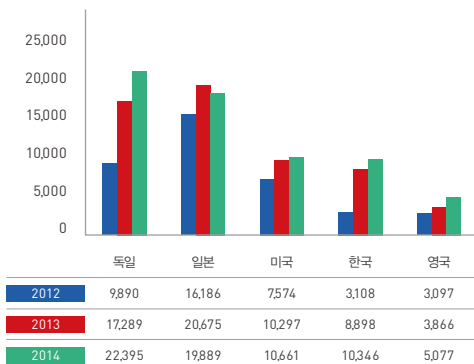


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9027.10-00	한국 HS Code	9027.10-0000
중국 수입 관세율	7%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	15년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	1억 346만 달러	중국의 대한 수출액	226만 달러

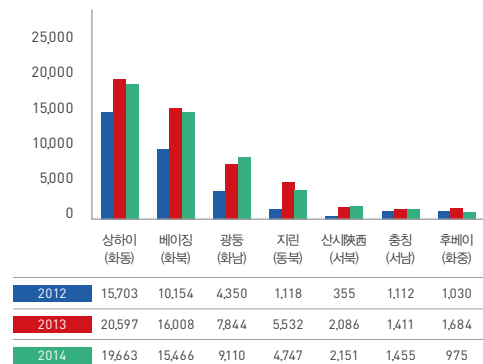
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 7%로 매년 0.47%씩 15년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국산 가스 및 매연분석기는 성능이 뛰어나고 한중 FTA 발효로 가격경쟁력까지 강화될 것으로 예상되어 대중 수출 확대 기대
활용 모델 예시	■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 가스 및 매연분석기기는 용도에 따라 공업용과 민간용으로 나뉨 – 공업용 제품은 석유, 화학공업, 아금, 탄광, 액화 가스, 항공분야에 사용되며 품질, 성능, A/S에 대한 요구수준이 높음 – 민간용은 공공장소 및 가정용 기체 측정 경보에 사용 ■ 환경문제 심화로 중국 정부의 환경 규제가 강화되면서 기체측정기 수요가 지속적으로 증가할 전망 – 2014년 중국의 기체측정기 수입액은 7억 9,886만 달러로 작년 대비 8.9% 증가 – ‘12·5 계획’ 기간 동안 환경 검측소 표준화 건설, 환경 모니터링 및 오염원 검측분야에서 환경 검측기 수요량이 각각 17억 위안, 60억 위안, 180억 위안에 이를 것으로 전망
경쟁 동향	■ 가스검측기 산업 내 경쟁력 있는 브랜드 및 기술을 갖춘 중국 기업은 적은 편이고, 핵심 기술은 모두 일본, 미국 등의 외국 기업이 보유 – 대표적인 중국 기업은 허난 한웨이 자유한회사(河南漢威電子股份有限公司), ISC(상하이)유한회사(英思科傳感儀器(上海)有限公司), 선전 터안 전자유한회사(深圳市特安電子有限公司) 등임 – 외국 기업으로는 일본의 NEW COSMOS, 캐나다의 BW 등이 있음 – 한국 제품은 성능이 뛰어나고 가격경쟁력까지 갖추고 있어 인지도가 높아지고 있으며, 주요 브랜드는 SENKO, SUMMIT임
현장의 소리	■ 중국측정계측기망(www.21yibiao.com) – 중국 측정기 업계 자료 및 정보, 공급 및 수요 정보, 박람회 정보, 제품 전시 등의 메뉴 포함 – 중국 측정기 업계의 기업에 커뮤니케이션 및 제품 거래를 진행할 수 있는 현대화된 전자상거래 플랫폼을 제공 ■ 측정계측기교역망(www.testmart.cn) – 베이징 싸우바오인터넷기술유한공사(北京搜寶網絡技術有限公司)가 만든 전자상거래 플랫폼 – 중국 전역의 측정기 생산업체, 중개상, 구매 단위 등의 정보를 제공 (이상 사면 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 중국(상하이) 국제화학 공업 기술 설비 박람회 (2015.10, 상하이, www.hgzchina.com) ■ 제24회 중국 국제 측정제어 및 측정기기 박람회(2013.8, 베이징, www.miconex.com.cn)

(2) 품목별 해설

68. 전자전기 - 주방용 쓰레기 처리기

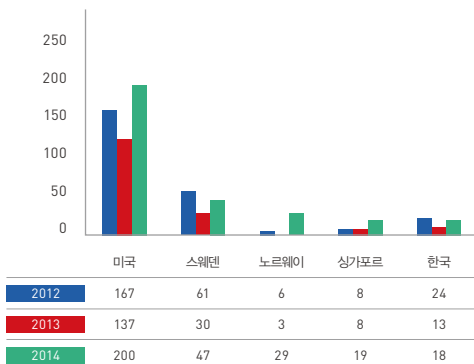


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8509.80-20	한국 HS Code	8509.80-4000
중국 수입 관세율	20%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	18만 달러	중국의 대한 수출액	34만 달러

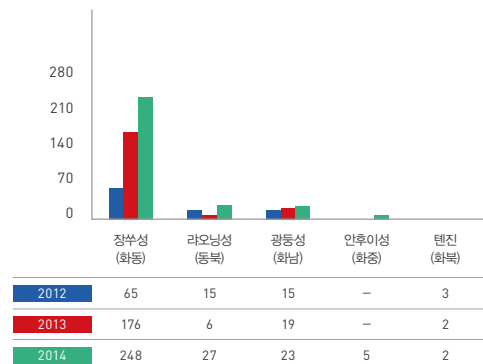
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 20%로 1%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 ■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국에서 주방용 쓰레기 처리기는 보급 단계로 산업용은 대형음식점 위주로 수요 형성 ■ 중국의 주방용 쓰레기 처리기 보급률은 선진국에 비해 낮은 편이고, 정부 차원에서 보급에 관심을 기울이고 있어 향후 수요 증대 예상 - 선진국의 주방용 쓰레기 처리기 보급률은 80%에 달하는데 비해 중국의 보급률은 1% 미만으로 향후 시장 잠재력이 큼 - '12·5규획' 기간에 중국 정부는 음식물쓰레기 처리에 160억 위안 이상을 투자할 계획
------------------------	--

경쟁 동향	■ 주방용 쓰레기 처리기 시장에서 미국, 독일, 스웨덴 등 수입제품이 주를 이루고 있음 - 중국 브랜드로는 이커얼(依柯爾), 취안젠(全箭), 커왕(科王), 잉리푸(英利浦), 추팡(廚房) 등이 있음 - 주요 수입 브랜드는 미국의 Ise, GE, 독일의 LexEr 등임
--------------	--

현장의 소리	■ 주방용 쓰레기 처리기는 중국 소비자에게 생활필수품이 아니므로 우선적으로 제품에 대한 소비자의 이해를 높이고 편리성을 인식시켜야 할 필요가 있음 (중국 가전제품업체협회 판매위원회 집행장 洪仕斌) ■ 소비자의 생활 패턴 변화에 따라 주방용 쓰레기 처리기에 대한 관심이 높아질 것임 (InSinkErator 중국 지역 대표 陳劍敏) ■ 텐진 빈하이신구(濱海新區)에서는 환경보호를 위해 선진적인 기술과 제품을 적극 활용할 방침 - 주방용 쓰레기 처리기는 향후 각광받는 환경상품이 될 것으로 예상 (텐진 빈하이신구(濱海新區) 환경보호 및 도시 관리국 부국장)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제17회 중국 청결 박람회 (2016.3, 상하이, http://www.clean-expo.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

69. 전자전기 - 수질 분석기



FTA 관련 정보

중국 HS Code	9027.80-99	한국 HS Code	9027.80-2090
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 오염방지표시 부착기준 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	1,067만 달러	중국의 대한 수출액	353만 달러

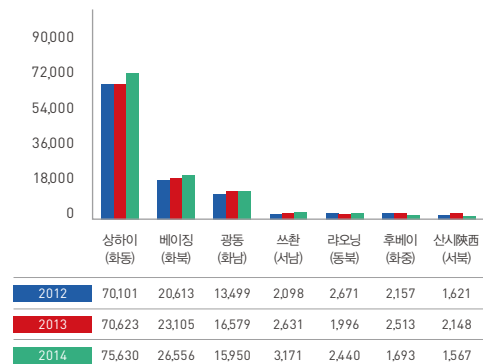
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	--

활용 모델 예시	■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등
-----------------	---------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 수질 분석기 시장은 여러 영역으로 세분되나 공업용과 실험실용 수질 분석기 시장이 가장 발전 – 수질 모니터링 원격제어 시스템 및 원격 관리 설비의 수요가 증가 ■ 중국의 수질 오염 문제가 심각해짐에 따라 수질 개선을 위한 투자가 증가하고 수질 검사가 확대되어 수질 분석기 수요도 증가 – 2014년 중국의 수질분석기 수입액은 16억 6,094만 달러로 전년 대비 5.7% 증가 ■ 2015년 발표된 수질오염방지행동계획에 따라, 향후 수질 모니터링 등 수질환경개선 관련 제품 시장이 확대될 전망 – 2020년까지 창장(長江), 황하(黃河), 주강(珠江) 등 7대 중점유역의 수질개선을 위해 약 350조원을 투자할 계획
경쟁 동향	■ 중국 수질 분석기 시장에서 미국과 일본 제품의 인지도가 높고, 미국 HACH(哈希)는 전체 수입 제품의 80%를 점유하고 있음 – 대표적인 중국 브랜드로는 선허(先河), 커쩌(科澤) 등이 있음 – 주요 수입 브랜드로는 미국의 Teledyne Iso, RAE, HACH, 유럽의 HANNA, Synodys, 일본의 ALOKA, HORIBA, YAMATO 등이 있음 – 한국 제품은 미국, 일본, 유럽 제품에 비해 인지도가 낮으며, 주요 브랜드로는 HUMAS, HMTDS 등이 있음
현장의 소리	■ 중국 수질 분석기 시장에서 미국과 일본 제품은 브랜드 인지도, 품질 안정성, 분석 측정 정밀도 측면에서 높은 평가를 받고 있으며 판매 시스템 또한 잘 구축되어 있어 시장점유율이 높음 ■ 이에 비해 한국 제품은 기술력이 일본, 미국과 유사함에도 불구하고 시장 진입이 늦어 브랜드 인지도가 낮고 시장 판매 시스템 구축도 미진한 상태임 – 만약 한국기업이 이러한 전반적인 시장상황을 고려한 전략을 세운다면 한국 제품의 성장 가능성은 클 것으로 봄 (이상 청두 커시(科析)사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제26회 중국 국제 계측제어 및 측정기기 박람회(MICONEX2015) (2015.9, 충칭, www.miconex.com.cn) ■ 제8회 중국 온라인 분석기기 이용 및 발전 국제 포럼&박람회(CIOAE2015) (2015.11, 베이징, www.cioae.com.cn)

(2) 품목별 해설

70. 전자전기 - 디지털화 장치 (RFID Reader 등)

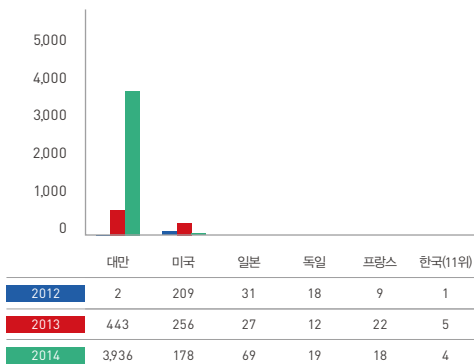


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8471.60-60	한국 HS Code	8471.60-1090
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 정보보안제품 강제인증제(SCCC) - 친환경제품 환경표지 제도 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	4만 달러	중국의 대한 수출액	17만 달러

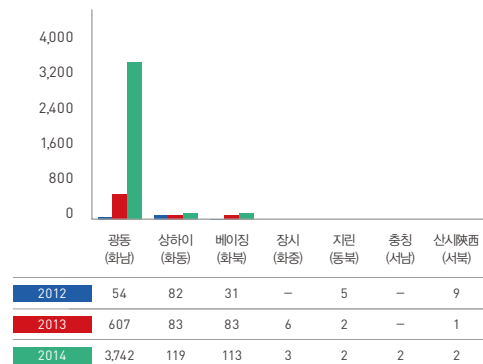
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국에서 RFID 제품은 주로 신분식별, 교통관리, 군사안전, 자산관리, 물류관리, 위조방지, 전자결제 등의 분야에 사용 – RFID 제품의 40% 이상은 신분식별, 교통관리, 군사안전 분야에 사용 – 주택, 회사, 학교의 출입 통제에도 RFID 기술이 적용되고 있음 – 물류관리 분야에서 물류 추적에 RFID 기술을 적용하면 비용·시간 절약, 도난 방지가 가능해 관련 기업의 수요 증가 전망 ■ RFID시장은 '125규획' 개발정책의 일환으로 정부 주도 하의 고속 성장이 예상됨 – 2013년 중국 RFID 시장규모는 전년 대비 25% 증가한 226억 위안을 기록했으며, 2017년 621억 위안에 달할 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ RFID 시스템은 전자라벨, 안테나, 판독기로 구성되어있으며, 이 중 전자라벨 분야는 외자기업이 주도하고 있음 – 칩 설계와 밀봉재 분야의 대표기업은 NXP, TI, Alien, 통팡국신(同方國芯), 화홍전자(華虹電子) 등임 – 소프트웨어 분야는 IBM, SAP, 오라클 등 기업들이 대부분의 시장을 점유 – 시스템통합 분야에서는 위안왕구(遠望穀), 중싱통신(中興通訊), 항톈신시(航天信息), 아파디(阿法迪), 베이징 웨이션(北京維深), 통팡즈닝(同方智能) 등 중국 기업이 우위를 보이고 있음 – 한국의 RFID 기술은 전자라벨 밀봉과 시스템 통합에 집중되어 있고, 영향력 있는 기업은 적은 편임
--------------	---

현장의 소리	■ 식품산업 분야에서 RFID 제품에 대한 수요가 높으며 앞으로도 빠르게 증가할 전망 – 중국에서 식품 안전문제가 주목을 받으면서 국가식품약품감독국은 식품 제조 원료의 근원을 추적하는 관리시스템에 RFID 기술사용을 제안 ■ 전자라벨 중 고주파 분야는 높은 기술력을 요하기 때문에 중국의 수입 수요가 많을 것으로 예상 – 현재 중국에서 고·초고주파 전자라벨 제품을 공급할 수 있는 기업이 소수에 불과해 선진 기술을 보유하고 있는 한국 기업이 진출하는데 유리 (이상 상하이 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 국제 스마트카드와 RFID박람회 (2015.6.11~13, 베이징, http://www.wangwenlin.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

71. 전자전기 - LCD 패널

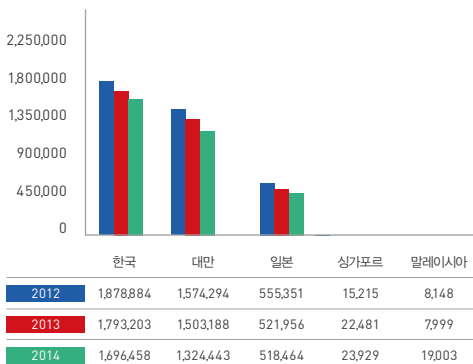


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9013.80-30	한국 HS Code	9013.80-1990
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10-A	한국 양허 일정	10-A
원산지 결정 기준	RVC(45%)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	169억 6,458만 달러	중국의 대한 수출액	22억 8,155만 달러

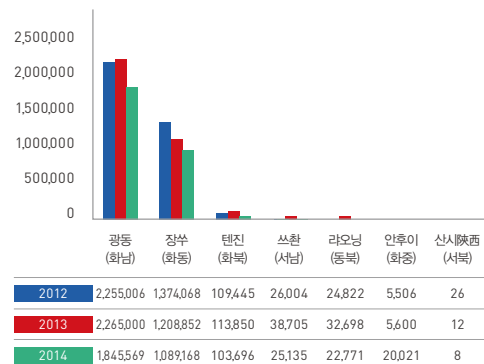
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국 수입관세율은 5%로 한중 FTA 발효 후 9년차 1월 1일에 2.5%, 10년차 1월 1일에 2.5%가 철폐되어 10년차를 기점으로 무관세 ■ 한국 수입관세율은 8%로 한중 FTA 발효 후 9년차 1월 1일에 4%, 10년차 1월 1일에 4%가 철폐되어 10년차를 기점으로 무관세
---------------	--

활용 모델 예시	■ 'Made In Korea' 프리미엄 활용 모델 등
-----------------	--------------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ LCD 패널의 주요 수요처는 TV업체, PC업체임 ■ 중국의 LCD 제품 수요는 당분간 증가세를 보일 전망이며, 특히 한국 유명 브랜드에 대한 수요가 높을 것으로 예상됨 - 2014년 중국의 LCD 패널 수입액은 437억 5,975만 달러에 달하며, 그 중 대한민국 수입액이 차지하는 비중은 38.7%임
------------------------	---

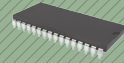
경쟁 동향	■ 중국 기업의 기술추격으로 LCD 패널 시장에서 현지 제품이 51%를 점유하고 있으나 프리미엄 제품군에서는 여전히 수입 브랜드가 강세 - 하이센스, 창홍 등 중국 국내기업의 기술경쟁력이 강화되고 있는 추세 - 주요 수입 브랜드로는 대만의 홍지(宏碁), 한국의 삼성, LG, 일본의 Sharp 등이 있음 - 2013년 2월 진행된 브랜드 관심도 조사에 따르면 삼성이 38.1%로 가장 높았으며, AOC가 19.3%, LG가 7.6%로 각각 2위와 4위를 차지
--------------	---

현장의 소리	■ 중국에 진출하는 수입 브랜드는 대부분 중국의 총판을 통해 운영 중 ■ 남부 지방에서 관련 산업이 상대적으로 발달했기 때문에 총판이나 협력사는 남부 지방에서 발굴하는 하는 것이 유리할 것으로 예상 (이상 다렌 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 국제 디스플레이 대회 (2015.11.17.~18, 선전, www.ywexpo.net) ■ 중국 국제 하이텍 기술 성과 교역회-전자디스플레이 전시회 (2015.11.16.~21, 선전, chtf.ywexpo.net)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

72. 전자전기 - 전자집적회로

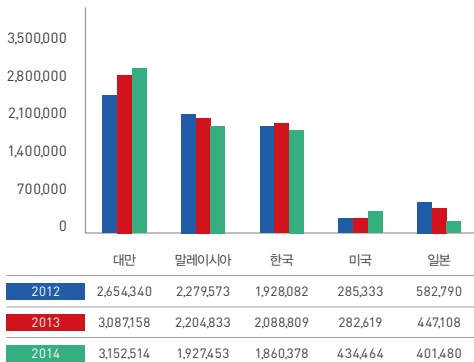


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8542.31-00	한국 HS Code	8542.31-3000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	186억 378만 달러	중국의 대한 수출액	4억 7,382만 달러

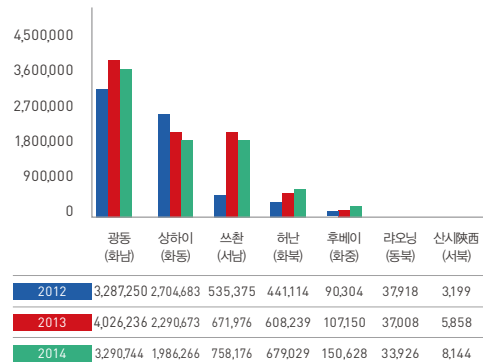
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
--------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 전자집적회로는 다양한 전자제품에 사용되고 있으며 전자제조업체가 주요 수요처임 – TV, 스피커, VCD플레이어, 녹화기, 컴퓨터, 전자피아노, 통신, 사진기, 원격조종기, 경보기 등 다양한 제품에 사용되고 있음 ■ 정부의 산업구조조정 단행과 신흥산업 발전으로 전자집적회로에 대한 수요가 지속적으로 증가할 전망 – 차량용 전자기기, 의료기기, 보안기기 및 도시정보화 분야에서 전자집적회로의 수요 증가 예상
경쟁 동향	■ 미국의 Intel, 한국의 삼성, 일본의 TOSHIBA 등이 주요 브랜드임 – 한국 제품에 대한 인지도는 높은 편으로, 삼성과 LG가 대표적임
현장의 소리	■ 중국 바이어는 가격, 품질, 제품의 인지도, 통관사항, 합작방법을 우선 고려 (항저우 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 13회 중국 국제 전력산업 박람회 (2015.5.29.~31, 쓰촨, http://www.scdlz.cn) ■ 제 12회 춘계 중국 상하이 국제 집성회로 박람회 (IIC-China 2015) (2015.8.31.~9.2, http://www.fair.iic-china.com)

(2) 품목별 해설

73. 전자전기 - 리튬 이온 축전지 (이동식 충전기 등)

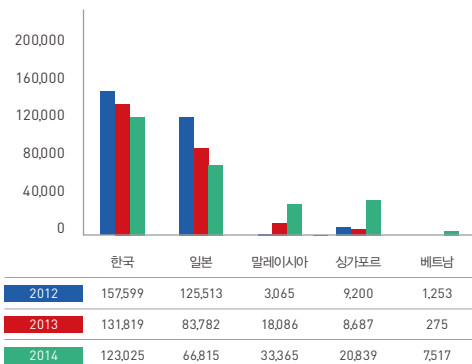


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8507.60-00	한국 HS Code	8507.60-0000
중국 수입 관세율	12%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	PR-20	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 친환경제품 환경표지 제도 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	12억 3,025만 달러	중국의 대한 수출액	2억 7,058만 달러

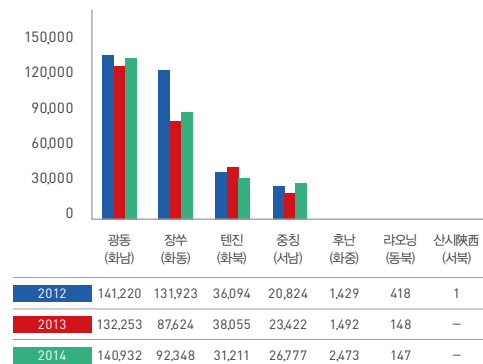
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율(12%)의 20%를 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 해외임가공 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 태블릿 PC, 스마트폰 등 휴대용 디지털 기기를 자주 사용하는 20~40대가 주요 소비층임 ■ 스마트폰이 발전하고 4G 시대가 시작되면서 이동식 충전기가 '필수 아이템'으로 자리 잡아 이동식 충전기 시장 전망은 밝을 것으로 예상 - 휴대용 디지털 기기가 보편화됨에 따라 이동식 충전기 수요가 증가할 것으로 기대
------------------------	---

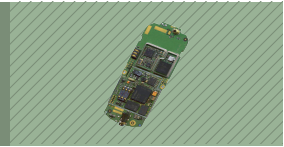
경쟁 동향	■ 수입브랜드 중 일본의 SONY, 네덜란드의 PHILIPS의 인지도가 높음 - 한국 이동식 충전기의 인지도는 다른 디지털 제품에 비해 높지 않고 사용률이 적은 편임 - 주요 브랜드는 삼성, LG 등 유명 전자제품 브랜드가 대부분임
--------------	---

현장의 소리	■ 충전기의 용량, 품질, 디자인, 중량, 가격 등 다방면을 고려한 마케팅 필요 - 제품의 품질은 반드시 보장되어야 하며 가격 또한 소비자가 받아들일 수 있는 수준 (약 100~300위안)이어야 함 - 크기가 작아 휴대하기 편리하고, 여러 개의 디지털 기기를 충전할 수 있으며 신속한 충전, 잔량 표시 기능을 갖춘 제품을 선호 (칭다오 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 중국 국제 배터리 기술 전시회 (2016.5.24.~26, 선전, http://www.cibf.org.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

74. 전자전기 - 휴대폰 부품

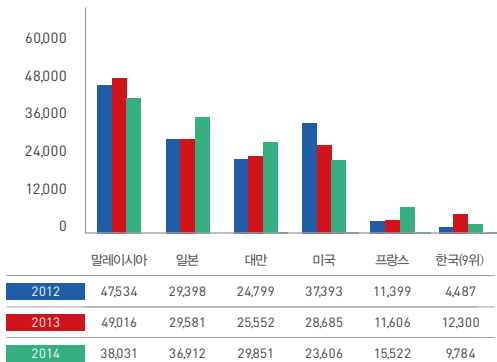


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8517.70-90	한국 HS Code	8517.70-1010
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - EHS 관련 기술기준 중국 국가 표준 승인 - 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	9,784만 달러	중국의 대한 수출액	3억 3,172만 달러

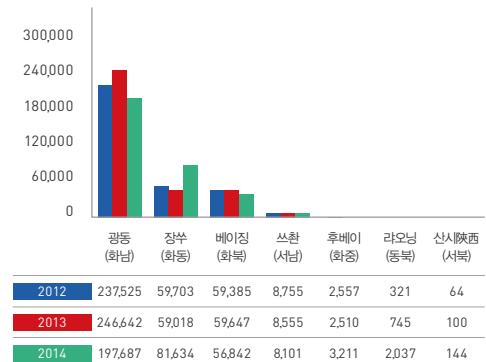
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 휴대폰 부품 주요 수요처는 휴대폰 관련 제조업체 － 휴대폰 보호류, 블루투스 등 휴대폰 사용자들이 직접 사용하는 휴대폰 관련 소품의 판매 증가 ■ 중국 스마트폰 브랜드 샤오미(小米), 련상(聯想), 화웨이(華為)가 급성장함에 따라 부품 수요가 증가 추세 － 최근 3년간(2012~2014년) 중국 스마트폰 부품 시장 연평균 성장률은 20%에 달하며, 2014년 시장 규모는 약 19억3천만 달러임 － 제품의 고급화를 위한 고가 부품의 수요 또한 증가 예상
경쟁 동향	■ 저가 부품은 중국산 및 대만산이 주로 사용되고, 마이크로 칩, 플래시 메모리카드 등의 고가 부품은 미국, 한국 제품이 경쟁력을 가지고 있음 － 마이크로 칩의 중국 시장점유율은 미국의 Qualcomm이 45%로 가장 높으며, 한국의 삼성전자가 30%, 미국의 NVIDIA가 9%, 대만의 MediaTek이 7.5%, 중국의 Hisilicon이 2.5%로 나타남
현장의 소리	■ 휴대폰 생산 기업의 요구사항에 맞춰 부품의 품질 및 가격 경쟁력을 제고하고 AS를 강화해야 함 (광둥성 동관 소재 0사) ■ 한국 기업 부품의 인지도를 높이기 위해 현지에서 개최되는 전시회, 학회, 로드쇼 등을 적극 활용할 필요가 있음 (광둥성 동관 소재 0사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 베이징 국제 스마트폰부속품 박람회 (2015.6, 베이징, www.ciftiscn.com) ■ 2015 중국 국제 정보통신전 (2015.9, 베이징, www.chinaict-expo.com)

(2) 품목별 해설

75. 전자전기 - 케이블 전선류 (광섬유 케이블)

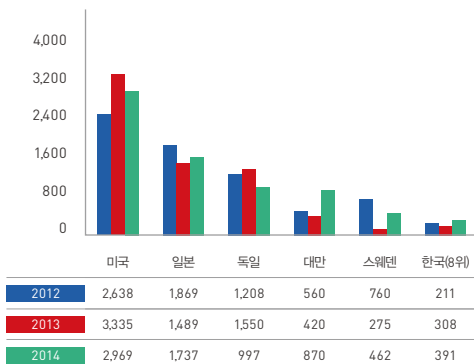


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8544.70-00	한국 HS Code	8544.70-0000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 오염방지표시 부착기준 - 폐전자전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	391만 달러	중국의 대한 수출액	1,493만 달러

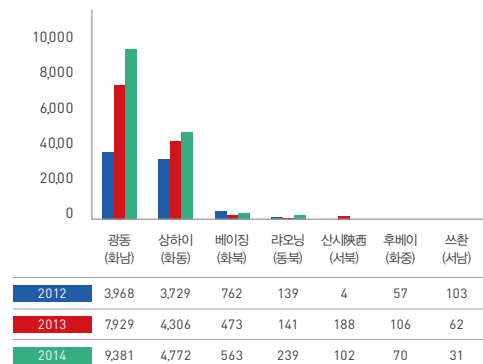
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 내 주요 수요처는 통신운영체제로 전체 수요량의 80%를 차지 - 비닐시스케이블은 상업용, 주거용으로 사용되는 배전용전선 및 조명용으로 구매 - 트레이용 난연 제어용케이블은 발전소, 변전소, 빌딩의 원격제어용으로 구매 ■ 4G 서비스 및 대형 온라인망 건설 추진으로 향후 광섬유 케이블 수요 증대 전망 - 2014년 초부터 중국공업·정보화부는 4G 서비스 실시 * 현재 베이징(北京), 상하이(上海), 광저우(廣州) 등 1선 도시와 2, 3선 도시를 포함한 340개 도시에 4G 서비스 추진 중 - 중국 통신(電信), 련통(聯通), 이동(移動) 3대 영업사는 중국 전 지역에 대형 온라인망을 건설 중이므로 광섬유 케이블 시장 전망이 밝음
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 국내 제조업체 중 6개 기업이 광섬유 케이블 시장의 60% 이상을 점유 - 창페이(長飛)의 시장점유율이 18%로 가장 높고, 평휘(烽火) 12%, 헝통(亨通) 11%, 통딩(通鼎)과 중텐(中天)이 각각 10%를 차지 - 주요 외자 기업은 미국의 Corning, OFSFitel, 한국의 LG전선, 대한광통신, 일본의 MITSUBISHI 광섬유 등이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 현재 중국 대형 통신사들은 입찰 방식으로 광케이블을 구매하기 때문에 제품에 대한 품질검사가 매우 엄격하므로 제품의 기술수준과 품질을 개선하는 것이 중요함 (후베이성 통신업체 D사) ■ 광섬유 케이블 업계 고객들은 생산기업의 인지도와 과거 실적을 중시하므로 진입 장벽이 높은 편임 (후베이성 통신업체 D사)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 중국 (상하이) 국제 광섬유 통신 전람회 (2015.11, 상하이, www.cofcexpo.com) ■ 2015 중국 국제 종합 배선 및 광섬유 통신 전람회 (2015.5, 상하이, www.cicoe.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

76. 전자전기 - 헤드폰 및 이어폰

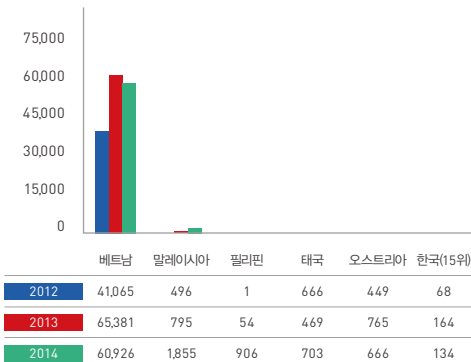


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8518.30-00	한국 HS Code	8518.30-9000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	15년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 국가강제인증제도(CCC) - 가전제품 리콜 규제 강화 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	134만 달러	중국의 대한 수출액	1억 8,577만 달러

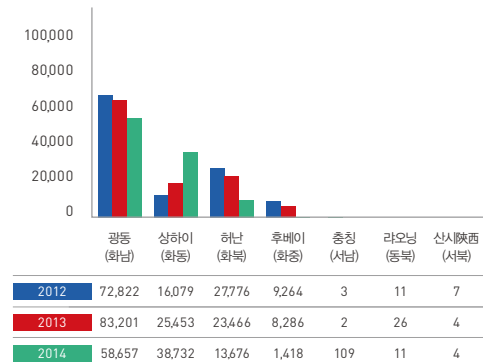
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.53%씩 15년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비층은 15~50세로, 음악 감상과 게임을 위한 이어폰 구매가 대부분임 ■ 가격대별 시장점유율은 16~18달러 제품이 49.8%로, 중저가 제품의 선호도가 가장 높음 — 이 외 80달러 이상 중·고가 제품이 39.5%, 15달러 이하 저가 제품이 10.7%를 차지 ■ 중국 음향 산업의 성장과 더불어 음향 재생 매체가 다양화되고 있어 헤드폰 및 이어폰의 수요도 증가 예상 — 2014년 중국 이어폰 시장 규모는 17억 달러로 최근 3년간(2012~2014년) 연평균 18.1%씩 꾸준히 성장하고 있어 향후에도 안정적인 성장세를 유지할 것으로 기대
------------------------	---

경쟁 동향	■ 중국 헤드폰 및 이어폰 시장에서는 유럽 및 일본 제품이 인기 — 헤드폰 및 이어폰 시장점유율은 독일의 Senheiser가 19.4%로 가장 높으며, 오스트리아의 AKG 13.1%, 일본 Audio-technica 7.5%, 네덜란드 Philips 5.68%, 일본 Sony 4.2%를 차지 — 주요 중국 브랜드로는 만부저(漫步者), 레이보(雷柏)가 있으며, 이외 대부분은 OEM 업체임 — 인지도가 비교적 높은 한국 기업은 삼성과 LG임
--------------	---

현장의 소리	■ 소비자들은 이어폰 및 헤드폰의 성능과 더불어 AS를 중요시하기 때문에 고급 브랜드와 경쟁하기 위해서는 품질 뿐만 아니라 좋은 서비스를 제공하여 제품 이미지와 기업 신뢰도를 높여야 함 (후베이성 우한 소재 L사) ■ 젊은 고객층, 특히 여성 고객들은 디자인을 중시하므로 패션 아이템으로도 활용할 수 있는 세련된 디자인의 헤드폰 제품이 인기 있을 것으로 보임 (후베이성 우한 소재 L사)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 상하이 국제 조명 음향 박람회 (2015.10, 상하이, www.prolightsound.com) ■ 베이징 국제 음악 음향 박람회 (2015.9, 베이징, www.sthifi.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

77. 전자전기 - CCTV 카메라

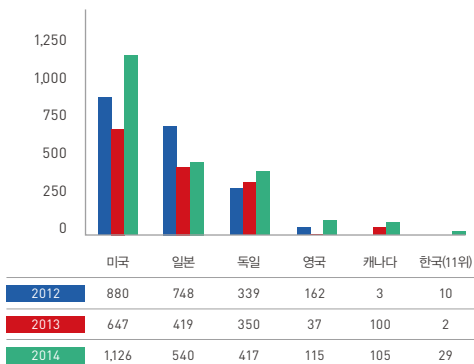


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8525.80-11	한국 HS Code	8525.80-1010
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	양허제외	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 이중용도 품목 및 기술에 대한 수출 허가(산업자원부) - 수입 물품에 대한 검사증명서(품질관리 행정기관)		
중국의 대한 수입액	29만 달러	중국의 대한 수출액	53만 달러

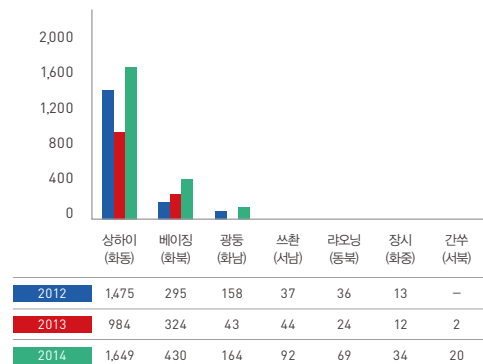
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 양허 제외 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 해외임가공 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국 내 감시카메라는 상가주택, 공공안전, 교통통제, 금융기관에 사용되고 있음 － 이 외 체육시설, 정부기관, 군부대, 발전소, 문화박물관에서도 수요가 존재 ■ 중국은 감시카메라 설치 가능지역이 광범위해 감시카메라의 잠재수요가 큼 － 현재 중국에는 57만 개의 학교, 971만 개의 기업, 2,948만 개의 자영업체, 8,000만 호의 가정 등 충분한 잠재수요가 존재 － 2014년 중국 감시카메라 시장규모는 25.8억 달러에 달하고 최근 3년간(2012~2014년) 연평균 16.6%씩 꾸준히 성장해 향후에도 지속적으로 성장할 것으로 기대
------------------------	--

경쟁 동향	■ 감시 카메라 관련 기술의 대부분은 외국 기업 의존도가 높고 중국 내 대부분의 생산 공장은 부품을 구입조립하는 시스템으로 운영 － 중국 CCTV 카메라 시장점유율은 한국의 삼성이 23.7%로 가장 높고, 중국의 항저우 하이캉웨이시(杭州海康威視)이 21.6%, 영국의 DSNNY가 8.7%, 일본의 SONY가 6.9%를 차지
--------------	--

현장의 소리	■ 향후 고화질 CCTV 카메라의 수요가 증가할 것으로 전망되므로 고화질 카메라 제품과 관련 부품을 통한 시장 공략이 필요함 (저장성 항저우 소재 H사) ■ 중국 소비자의 경우 필요한 기능에 대한 요구가 뚜렷하기 때문에 소비자의 수요를 정확히 파악하여 제품을 판매해야 함 (저장성 항저우 소재 H사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 중국 국제사회 공공안전 박람회 (2015.10, 선전, www.cpse.com.cn) ■ 2015 사법경찰용 장비 및 교도소 경비 기술 설비 박람회 (2015.7, 베이징, www.justicechina.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

78. 전자전기 - 비디오폰

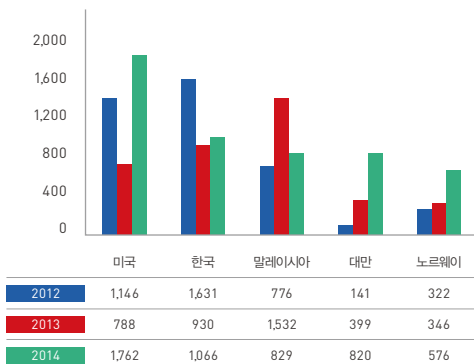


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8517.69-90	한국 HS Code	8517.69-2000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 오염방지표시 부착기준 - 수입 통제 대상 폐기물 목록		
중국의 대한 수입액	1,066만 달러	중국의 대한 수출액	1,696만 달러

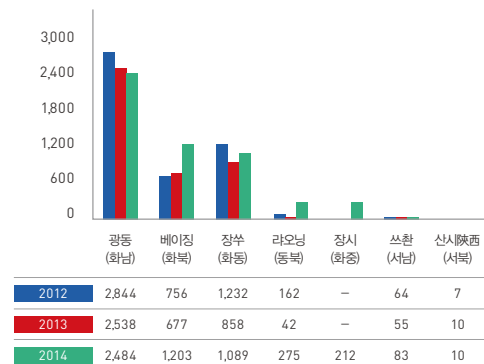
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
--------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 보안용 비디오폰 소비의 70%는 상하이, 광저우, 베이징 등 동부 연안도시에 집중되어 있으나, 향후 내륙 및 서부지역까지 수요가 확대될 전망 － 중국 대도시 신축건물의 경우 90% 이상이 인터폰 시스템이 설치되어 있으며, 그 중 비디오 인터폰 시스템은 80%를 차지 ■ 중국의 신형도시화 정책에 따른 사무용 건물 및 주택 증가와 더불어 비디오폰의 수요도 확대될 것으로 예상 － 중국주택도시농촌건설부에 따르면 신축건물의 총 면적이 매년 16~20억㎡ 증가하고 2020년에도 약 300억㎡에 달할 것으로 전망 － 2014년 비디오폰 시장규모는 약 14억 6천만 달러로 최근 5년간(2009~2014년) 연평균 성장률 15%를 기록
----------------	--

경쟁 동향	■ 비디오폰 시장은 중국 기업이 주도하고 있으며, 수입 브랜드 제품은 중국 제품에 비해 가격경쟁력이 떨어져 시장점유율이 낮은 편임 － 대표적인 중국 기업으로는 안취바오(安居寶), 관린(冠林), 정린(正林) 등이 있음 － 주요 수입 브랜드는 스페인 FERMAX, 프랑스 LEGRAND, 한국 KOCOM, COMMAX, 독일 TCS 등임
-------	--

현장의 소리	■ 농촌지역의 도시화가 가속화되고 3·4선 도시 개발이 활발히 진행됨에 따라 주택 인터폰 시장도 발달할 것으로 전망됨 (광둥성 선전 소재 L사) ■ 디자인 및 기능을 다양화한 제품을 개발할 필요가 있음 (광둥성 선전 소재 X사)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 중국 상하이 국제 스마트 건설 박람회 (2015.11, 상하이, www.csibexpo.com) ■ 2015 중국 국제 정보통신전 (2015.9, 베이징, www.chinaict-expo.com) ■ 2015 중국 국제 공공 안전 박람회 (2015.10, 선전, www.cpse.com.cn)
---------------------	--

(2) 품목별 해설

79. 전자전기 - 차량용 블랙박스

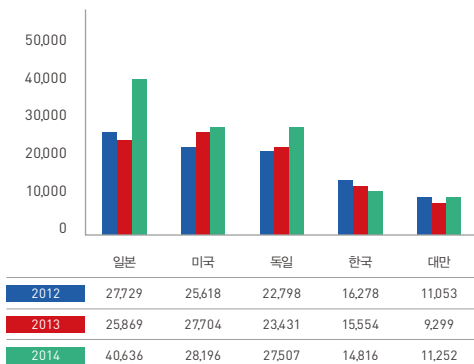


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8543.70-99	한국 HS Code	8543.70-9090
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전자전자제품(WEEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	1억 4,816만 달러	중국의 대한 수출액	1억 1,000만 달러

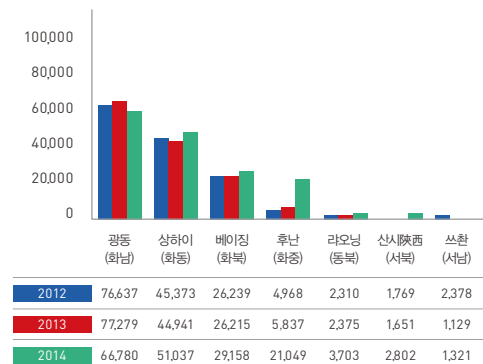
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 대도시에서 거주하는 고소득 가정과 차를 보유한 바링허우(80後) 주링허우(90後)들이 주요 소비층 ■ 오토포춘(汽車財經)에 따르면 현재 중국 차량용 블랙박스시장 규모는 약 180억 위안으로 추정 ■ 중국 정부가 블랙박스 장착 의무 범위를 개인차량으로 확대할 경우 시장이 급성장할 것으로 전망 - 2012년 중국 도로교통안전법 실시조례 제14조에 따라서 블랙박스 장착 의무화 대상이 관광버스, 견인차 등 대형 차량에서 스쿨버스, 시외버스 등 일부 대중교통으로 확대
------------------------	---

경쟁 동향	■ 중국산과 수입산 제품의 성능은 비슷하나 중국 제품의 가격경쟁력 더 높아 자국 제품을 선호하는 경향이 있음 - 현재 중국 차량용 블랙박스 시장에서 대만 기업인 Papago, DOD와 중국 기업인 제두(捷渡)의 200~500위안 대 저가 제품이 인기 - 한국 제품의 인지도는 높지 않은 편으로 주요 한국 브랜드로는 현대가 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 기존에 주차 보조 및 자동차 보안 용도로만 생각했던 블랙박스에 초고화질의 렌즈, 감지센서 기능을 추가한 제품이 있어 관심 있게 봄 (2015 CES 박람회) ■ 최근 블랙박스에 여러 기능이 추가되면서 2,000위안 대의 제품 판매가 늘어나고 있음 - 젊은 소비자층이 선호하는 디자인과 기능에 초점을 맞춘 제품 개발이 필요함 (자동차 제품전문점 C사 Z경리)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ CES ASIA 2016 (2016.5, 상하이, www.cesweb.org) ■ 제 14회 국제 자동차용품 및 차량 개조품 박람회 (2016.5, 광저우, www.ciaae.cn) ■ 제 22회 중국 국제 자동차용품 박람회 (2016.2, 베이징, www.yasn.net)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

80. 전자전기 - 차량용 GPS

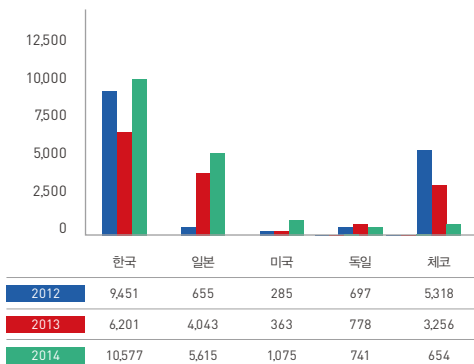


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8526.91-10	한국 HS Code	8526.91-9090
중국 수입 관세율	2%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 국가강제인증제도(CCC) - 수입 통제 대상 폐기물 목록 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	1억 577만 달러	중국의 대한 수출액	3,129만 달러

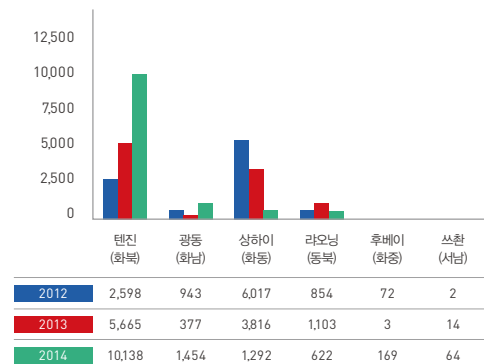
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 2%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한중 FTA 이후 차량용 GPS의 중국 수입관세율이 즉시 철폐됨에 따라 관세 절감 효과로 인해 일본, 미국 등 경쟁 국가에 비해 가격경쟁력 제고 기대
활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비처는 택시회사, 운수회사, 완성차 공장(GPS 옵션장착) 등 ■ 중국의 자동차 판매량은 지속적으로 증가하고 있으나 차량용 GPS의 보급률은 선진국에 비해 미미한 수준으로 향후 시장 잠재력이 큼 - 2013년 중국 자동차 판매량은 2,198만 대로 전년 대비 13.9% 증가 - 미국의 차량용 GPS 보급률은 65%이며 EU와 일본은 73%, 76%에 달하나 중국은 10%에도 못 미쳐 향후 발전 가능성이 큼 - 차량용 GPS 시장규모는 최근 3년간(2011~2013) 매년 약 9~10%씩 성장하여 2013년 61.03억 달러를 기록했으며 2015년 85.35억 달러에 달할 것으로 전망
경쟁 동향	■ 대표적인 브랜드는 중국과 미국 합작브랜드인 GARMIN과 중국 브랜드 뉴만(紐曼)임 - 주요 수입브랜드는 한국 시엔즈, 일본 Densou, Panasonic, Alpine, 독일 Siemens, 미국 Qualcomm 등
현장의 소리	■ 차량용 GPS 구매 시 주요 고려사항은 품질과 기능임 (아이메이쯔쑤(艾媒諮詢) 소비자 설문조사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ CES ASIA 2016 (2016.5, 상하이, www.cesweb.org) ■ 제 14회 국제 자동차용품 및 차량 개조품 박람회 (2016.5, 광저우, www.ciaae.cn) ■ 제 22회 중국 국제 자동차용품 박람회 (2016.2, 베이징, www.yasn.net)

(2) 품목별 해설

81. 전자전기 - 초음파 영상진단기

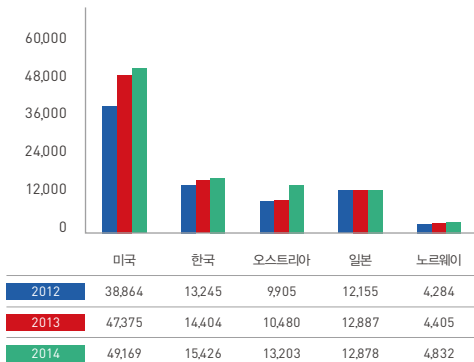


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9018.12-10 9018.12-91 9018.12-99	한국 HS Code	9018.12-0000
중국 수입 관세율	9018.12-10 : 7% 9018.12-91 : 5% 9018.12-99 : 5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	9018.12-10 : 15년 철폐 9018.12-91 : PR-10 9018.12-99 : PR-10	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)	- 중국식품약품감독관리총국(CFDA) 의료기기 수입 허가증	
중국의 대한 수입액 ⁵²⁾	1억 5,426만 달러	중국의 대한 수출액	1,701만 달러

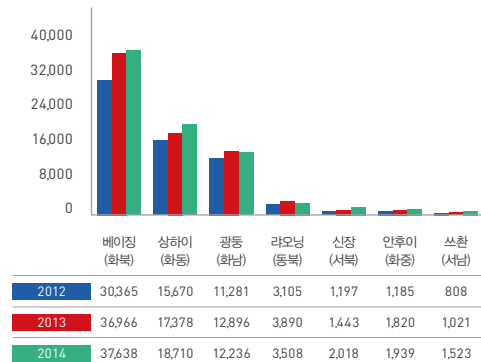
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율 - 9018.12-10 : 중국 수입 관세율은 7%로 매년 0.46%씩 15년간 균등 철폐 - 9018.12-91 : 중국의 수입 관세율(5%)의 10%를 5년간 균등철폐 - 9018.12-99 : 중국의 수입 관세율(5%)의 10%를 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 10년간 0.8%씩 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

52]

상기 국가별, 권역별 수입현황은
HS Code 6단위 기준

53]

한국보건산업진흥회,
2014년 의료기기산업 분석 보고서

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비처는 병원, 보건소 등의 의료 기관임 ■ 현재 중국 의료기관에 널리 보급되는 중이며 일부 의료기관의 경우 기기의 업그레이드 수요 또한 존재해 수요 증대 예상 - 2013년 중국 진단영상기기 시장규모는 약 63억 달러로, 2019년에는 136.8억 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨⁵³⁾
------------------------	---

경쟁 동향	■ 유럽·미국 제품의 시장점유율은 약 50%이고, 중국 제품 30%, 일본 제품 10~15%, 한국 제품 2~3%의 점유율을 차지 - 주요 외국 기업으로 미국의 GE, 독일의 지멘스, 네덜란드의 필립스가 있음 - 중국 기업으로는 마이루이(邁瑞), 상하이 타이레이즈 전자관 유한공사(上海泰雷茲電子管有限公司), 동관이라오(東軟醫療)등이 있음 - 한국 브랜드로는 삼성의 Medison이 있음
--------------	--

현장의 소리	■ 한국 제품의 경우 가격경쟁력은 있으나 화질이 선명하지 않고 인지도가 떨어져 판매에 어려움이 있음. 제품의 품질이 개선되면 구매할 의사가 있음 (산시성 시안 소재 S사)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 16회 중국 상하이 국제 의료기계 박람회 (2015.7, 상하이, www.chinaylqxexpo.com/english) ■ 제 28회 중국 베이징 국제 의료기기 및 장비 전시회 (2016.3, 베이징, www.chinamed.net.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

82. 전자전기 - 내시경

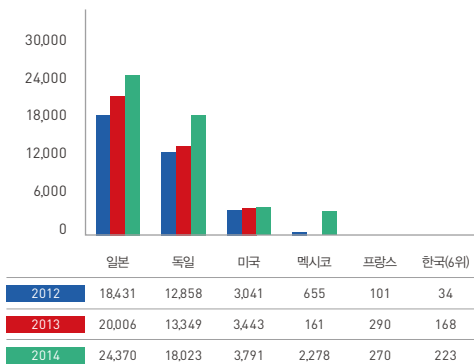


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9018.90-30	한국 HS Code	9018.90-9030
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 의료기기 제품의 기술표준 및 등록 - 의료기기 판매의 허가 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	223만 달러	중국의 대한 수출액	112만 달러

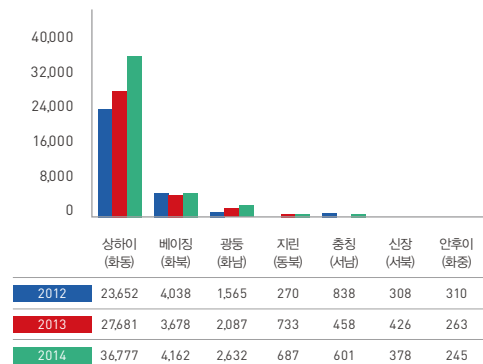
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 한국의 수입 관세율은 4%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 중국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국 무역협회에 따르면, 중국의 수입의료기기에 대한 기술장벽이 한중 FTA를 통해 일정 수준 낮아져 우리 기업의 대중국 수출 환경이 점차 개선될 것으로 전망
---------------	--

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
-----------------	------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 비만, 당뇨, 심혈관 질환을 앓고 있는 환자가 증가하는 추세여서 내시경에 대한 수요도 증가하고 있음 - 내시경은 다른 의료기기에 비해 시장 규모가 작은 편이나 성장 속도가 빠름 - 2014년 중국의 내시경 수입액은 4억 9,389만 달러로 전년 대비 26.2% 증가
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 시장에서 Olympus, Pentax, Fuji 등 일본 제품의 시장점유율은 70~80%, 중국 제품은 약 20%를 차지하고 있음 - 일본 내시경은 카메라 영상 및 화질 관련 압도적 기술력 보유 - 한국 제품에 대한 인지도는 낮은 편임
--------------	--

현장의 소리	■ 현지 시장에서 이미 일본 제품이 우위를 점하고 있고 한국 제품에 대한 정보가 거의 없어 홍보가 필요한 상태 - 소비자들의 주요 고려사항은 내시경의 카메라 화질(S사)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 16회 중국 상하이 국제 의료기계 박람회 (2015.7, 상하이, www.chinaylqxexpo.com/english) ■ 제 28회 중국 베이징 국제 의료기기 및 장비 전시회 (2016.3, 베이징, www.chinamed.net.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

83. 전자전기 - 혈압측정기

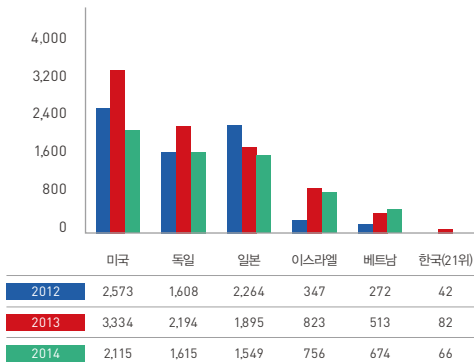


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9018.19-90	한국 HS Code	9018.19-4000
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 의료기기 판매의 허가 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 의료기기 제품의 기술표준 및 등록		
중국의 대한 수입액	66만 달러	중국의 대한 수출액	183만 달러

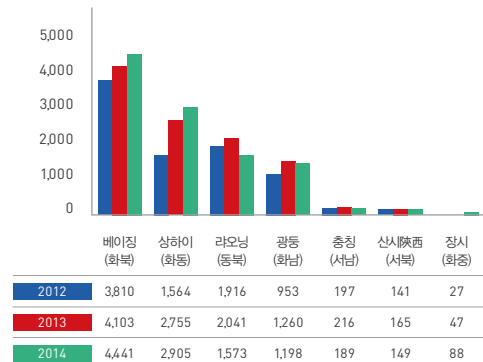
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 중국 의료시장 확대 및 관세철폐로 중국 혈압측정기 시장진출 확대기반 마련
활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 내장형 배터리 충전과 건전지 사용이 모두 가능한 휴대용 혈압측정기가 인기 – 유명 수입 브랜드 중 중국에서 생산되어 가격이 저렴한 제품을 선호하며 일본 제품에 대한 신뢰도가 높음 ■ 스마트 기술을 이용한 혈압관리가 확대될 것으로 전망 – 2014년 중국의 샤오미(小米)와 미국의 스마트 의료기업 iHealthLabs가 제휴를 맺고 스마트폰과 연동해 사용하는 혈압 측정기를 출시
경쟁 동향	■ 인지도가 높은 브랜드로는 일본의 Omron, Panasonic, 스위스의 Microlife가 있음 – 한국 브랜드에 대한 현지 인지도는 높지 않은 편으로 제품의 품질은 좋으나 가격대가 높다는 인식을 가지고 있음
현장의 소리	■ 현재 자사는 징둥(JD)에서 판매 1위 – 자사가 판매하는 제품은 혈압 측정 속도가 빠르고 정확하며 휴대가 간편하여 호평을 받고 있음 (0사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제 16회 베이징 국제 의료 기기 박람회 CMEH (2015.9, 베이징, www.chinaylqxexpo.com) ■ 제 71기 중국 국제의료기기 (춘계) 박람회 (2015.4, 선전, www.cmef.com.cn)

(2) 품목별 해설

84. 전자전기 - 전기밥솥

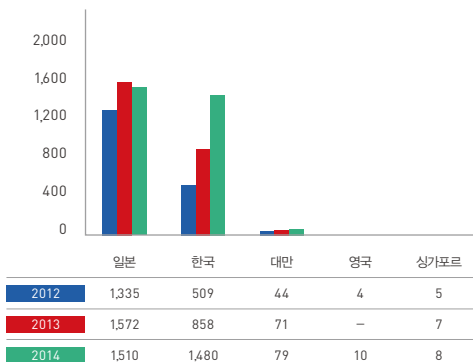


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8516.60-30	한국 HS Code	8516.60-2000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	1,480만 달러	중국의 대한 수출액	1,752만 달러

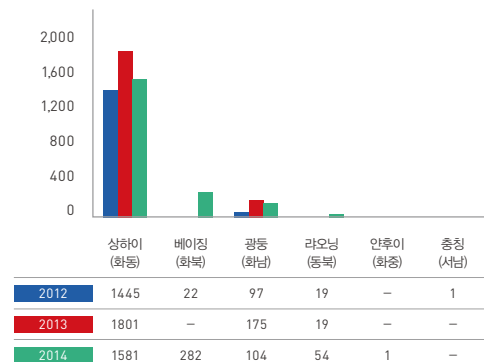
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 1.5%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
--------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
----------	---

중국 시장 진출정보

54)

한국무역협회(2014), 중국 유망
소형가전 시장동향 보고서

소비동향 및 시장전망	■ 중국에서 전기밥솥 시장은 빠르게 성장함 – 최근 5년간(2009~2013) 중국 전기밥솥 시장규모는 연평균 8.7%씩 성장했으며⁵⁴⁾, 2014년 약 132억 위안을 기록 – 현재 전기밥솥 보급률은 90% 이상임 ■ 스마트 시대 진입 및 생활수준 향상으로 고급형다기능의 스마트 전기밥솥에 대한 수요 증가 ■ 브랜드 인지도가 중요한 구매 결정요인이며 온라인 쇼핑물, TV 홈쇼핑을 통한 구매 증가
----------------	---

경쟁 동향	■ 중국 제품이 시장에서 절대적 우위를 차지하고 있으며 다음으로 일본 제품의 시장점유율이 높음 – 현재 중국 시장에 유통되는 100여 개의 브랜드 가운데 상위 3개 브랜드의 시장점유율이 약 65% 차지 – 중국 기업 쑤포얼(蘇泊爾)이 40%의 점유율을 차지하고, 일본의 Panasonic, 네덜란드의 Philips가 각각 2, 3위를 차지 – 한류의 영향으로 한국산 전기밥솥에 대한 선호도가 높아지고 있으며 가장 인지도가 높은 한국 브랜드는 쿠쿠임
-------	---

현장의 소리	■ 중국 시장에서 한국산 전기밥솥의 품질과 기술이 인정받고 있으나 유통망과 사후관리 시스템 부족으로 시장점유율 확보에 어려움을 겪고 있음 (선양 무역관)
--------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제15회 중국 순더 국제 가전 전시회 (2015.8, 광둥, www.shundeexpo.cn) ■ 제5회 베이징가전제품박람회 (2015.6, 베이징, www.heae.com.cn)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

85. 전자전기 - 가정용 소독기

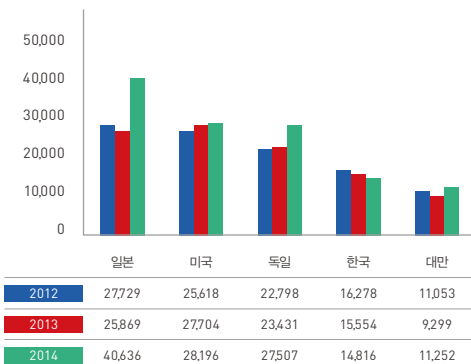


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8543.70-99	한국 HS Code	8543.70-2090
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	1억 4,816만 달러	중국의 대한 수출액	1억 1,000만 달러

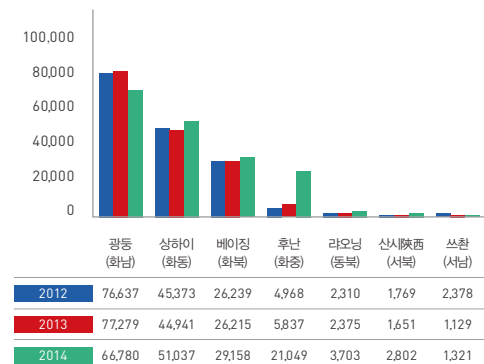
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 등
-----------------	----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 개인위생 관리를 중시하고 소득이 높은 1선 도시와 화남지역과 같이 기온과 습도가 높은 지역에서 소비가 많음 ■ 환경오염 및 각종 전염병 발생으로 인한 위생의식 제고로 가정용 소독기에 대한 수요 증가 전망 - 2014년 기준 중국 가정용 소독기 시장규모는 약 50억 위안으로 최근 몇 년간 꾸준히 성장함 - 현재 중국의 가정용 소독기 보급률은 선진국에 비해 상당히 낮은 수준인 17%로 성장 잠재력이 큰 시장으로 평가
------------------------	---

경쟁 동향	■ 현재 중국 내 유통되고 있는 가정용 소독기의 80% 가량이 중국 제품임 - 캉바오(康寶), 라오반(老板), 팡타이(方太) 등 3개 브랜드가 전체 시장점유율의 절반을 차지하고 이 중 캉바오(康寶)의 강세가 뚜렷함 - 수입 제품은 주로 유럽 및 일본 브랜드로 가격대는 일반적으로 중국 제품의 2~5배임
--------------	--

현장의 소리	■ 다른 전자제품이나 친환경 제품에 비해 보급률이 낮은 편으로 한국 기업도 충분히 시장 진입이 가능함 ■ 환경오염 문제가 심각해짐에 따라 가정용 소독기 시장의 전망은 매우 밝음 (이상 선양 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제15회 중국 순더 국제 가전 전시회 (2015.8, 광둥, www.shundeexpo.cn) ■ 제5회 베이징 가전제품 박람회 (2015.6, 베이징, www.heae.com.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

86. 전자전기 - 녹즙기(쥬서기)

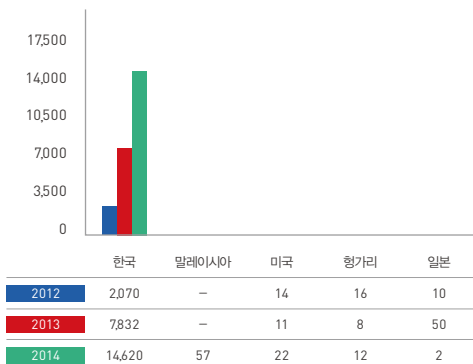


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8509.40-10	한국 HS Code	8509.40-0000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 가전제품 리콜 규제 강화 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	1억 4,620만 달러	중국의 대한 수출액	837만 달러

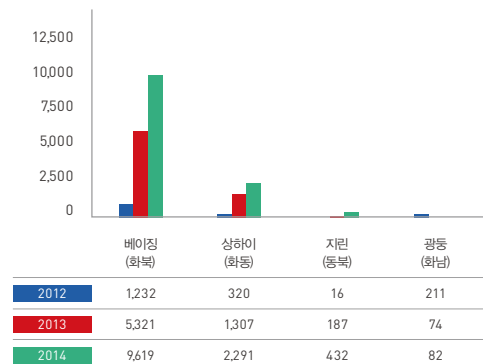
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 0.5%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 다른 전자제품에 비해 보급률이 상대적으로 낮아 한중 FTA를 계기로 중국시장 진출확대 전망
---------------	--

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 안전한 먹거리에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 녹즙기를 포함한 웰빙 음식 제조기에 대한 수요 증가 - 최근 3년간(2011~2013) 중국 녹즙기 시장은 연평균 약 20%의 높은 성장률을 유지하였고 2013년 시장규모는 5.9억 달러에 달함 - 2014년 중국의 녹즙기 수입액은 1억 5,004만 달러로 전년 대비 85.6% 증가 ■ 현재 중국의 녹즙기 보급률은 6%로 향후 성장 잠재력이 매우 큼 - 향후 5년(2013~2017) 동안 중국 녹즙기 시장의 황금기가 될 것으로 예상되며 시장규모는 매년 20%씩 성장할 것으로 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 녹즙기 시장에 유통되는 100여 개의 브랜드 가운데 중국 브랜드인 주양(九陽)이 전체 시장의 30%를 점유 - 네덜란드의 Philips와 중국 브랜드 메이디(美的)가 각각 2, 3위를 차지 - 한국 제품은 중국 시장에서 인지도를 높여가고 있으며 주요 브랜드로는 휴롬, NUC, MAGIC, GREENPOWER 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국 소비자는 다양한 성능을 갖춘 작고 정밀한 제품을 선호하며 바랑허우(80後), 주링허우(90後)들은 젊고 세련된 디자인 선호 (선양 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제15회 중국 순더 국제 가전 전시회 (2015.8, 광둥, www.shundeexpo.cn) ■ 제5회 베이징 가전제품 박람회 (2015.6, 베이징, www.heae.com.cn)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

87. 전자전기 - 안마용 기기

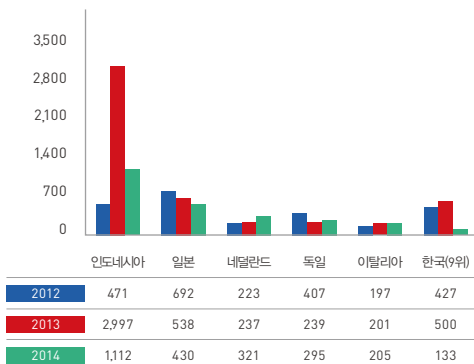


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9019.10-10	한국 HS Code	9019.10-2000
중국 수입 관세율	15%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번 변경)		
비관세장벽 수입요건	- 의료기기 판매의 허가 - 의료기기 리콜 관련 법규 - 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	133만 달러	중국의 대한 수출액	1억 5,467만 달러

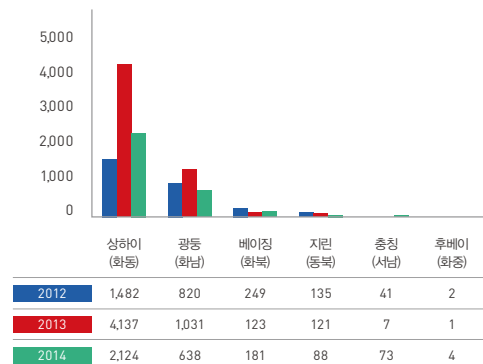
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 15%로 매년 1.5%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
---------------	---

활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비층은 직장인과 노인층임 - 중의학에서 경혈 안마의 효과를 인정하고 있고 부작용이 적다는 점 때문에 인기가 많음 ■ 급속한 고령화로 인해 노인인구가 증가하고 있어 안마기 시장의 전망은 밝을 것으로 예상 - 향후 30년간 중국 인구의 고령화가 급속히 진행될 전망으로 2030년에는 65세 이상 인구 비율이 일본보다 높아질 것으로 예상 - 일본과 한국의 안마기 보급률은 각각 40%, 15% 수준이나 중국은 아직 1% 미만으로 시장 잠재력이 큼
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 소비자들은 안마기를 포함한 자국산 전자제품의 품질에 대한 신뢰도가 낮아 수입 제품을 선호하는 경향이 있음 - 주요 브랜드로는 수입 브랜드로 일본의 FUJI, Panasonic, Sanyo, OMRON, 말레이시아의 OGAWA, 싱가포르의 OSIM 등이 있음 - 중국 브랜드로 룡타이(榮泰), 동팡선(東方神), 아이리스터(艾力斯特), 카이쓰러(凱仕樂) 등이 있음 - 한국 제품은 대형 안마기보다는 소형 안마기의 인지도가 더 높고 주요 브랜드로는 KUS, ZESPA, hueplus 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 1·2선 도시에서는 가격보다 제품의 질과 디자인을 많이 고려하는 편이고 3·4선 도시에서는 가격을 우선적으로 고려 (충칭 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 상하이 국제 의료기기 박람회 (2015.5.15.~18, http://en.cmef.com.cn) ■ 2015 제 3회 중국(광저우) 국제 건강 보건 산업 전시회 (2015.9, 광저우, http://www.hciexpo.com) ■ 제19회 중국 국제 건강 산업 전시회 (2016.4, 베이징, http://tian.odiy.cn)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

88. 전자전기 - 가정용 피부미용기기

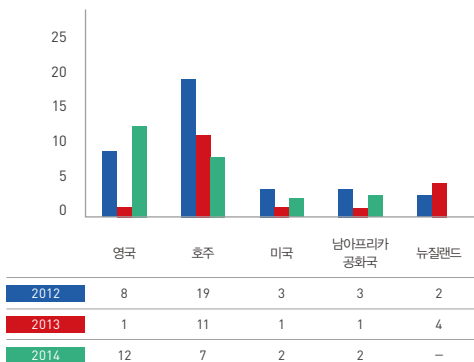


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8543.70-93	한국 HS Code	8543.70-2020
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	5년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번번경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 국가강제인증제도(CCC) - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액 ⁵⁾	1억 5,495만 달러	중국의 대한 수출액	1억 1,391만 달러

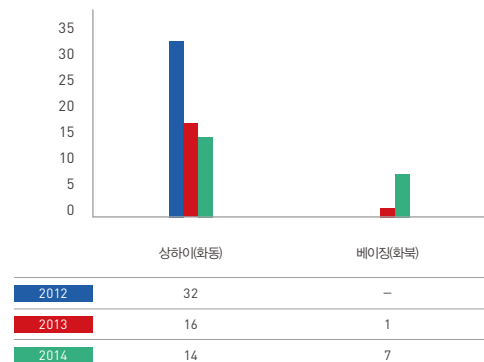
중국의 국가별 수입현황⁵⁾

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 1%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 1.6%씩 5년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

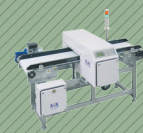
55)
중국의 대한 수출액 및 대한 수입액은
HS Code 6단위 기준임

56)
중국 HS Code 8단위 기준
2012~2014년 중국의 대한
수입액 없음

소비동향 및 시장전망	■ 전문 피부 관리실뿐만 아니라 가정에서도 피부미용기기의 사용이 일반화되면서 소형화, 다기능화 되고 있음 - 중국 피부 미용기기 시장에서 노화방지 및 주름제거 기기가 50%, 세안 및 모공세척 기기 30%, 미백, 여드름 제거, 헤어 케어, 다이어트 미용기기가 나머지를 차지 ■ 피부 미용에 대한 관심이 높아지면서 적극적인 방식으로 피부를 가꾸는 소비자들이 늘어나고 있어 피부 미용기기의 수요 증가 예상 - 2016년 중국은 미용 의류기기 시장 규모가 세계 시장의 약 15%인 7억 9,600만 달러에 달할 것으로 전망
경쟁 동향	■ 미국, EU, 일본, 대만 등 수입 브랜드에 대한 선호도가 높고 한국제품 역시 한류의 영향으로 각광받고 있음 - 단순한 기능의 피부미용기기는 중국 중 저가 제품을 많이 사용하나 고기능성 피부미용기기의 경우 안전성 및 효능이 입증된 수입 브랜드를 선호 - 대표적인 진동세안기 브랜드로는 미국 OLAY, 한국 HABALAN, 중국 Danlong(丹龍) 등이 있음 - 초음파 마사지기의 대표적인 브랜드로는 미국의 KYM, 중국의 FAO(方創), Doctor Bai(白大夫) 등이 있음
현장의 소리	■ 피부미용기기의 경우 세부 품목 별로 차이가 있어 CCC 인증 필요여부를 사전에 확인해야 함 ■ 의료 기능을 구비한 미용기기의 경우 중국에서 의료기기로 분류되기 때문에 수입 전 반드시 식품약품감독관리국에서 '수입의료기기등록증'을 발급받아야 함 (이상 충칭 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 제22회 상하이 국제 미용 헤어 화장품 박람회(추계) (2015.10, 상하이, http://chinabeautyexpo.informaexhibitions.com) ■ 2015 제43회 광둥 국제 미용 헤어 화장품 수출입 박람회 (2015.9, 광저우, http://www.cantonbeauty.com)

(2) 품목별 해설

89. 전자전기 - 금속검출기

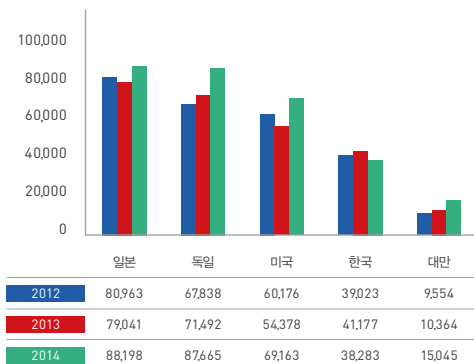


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9031.80-90	한국 HS Code	9031.80-9099
중국 수입 관세율	5%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번 변경)		
비관세장벽 수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	3억 8,283만 달러	중국의 대한 수출액	4,496만 달러

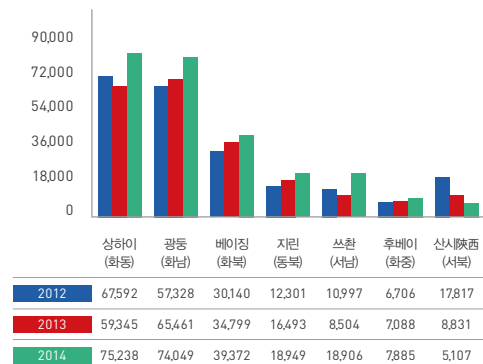
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 5%로 매년 0.5%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 1.6%씩 10년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ '125규획'을 통한 식품안전 관리 기준 강화 및 소비자들의 식품안전 의식 제고로 금속검출기의 수요 증대 예상 - 금속성분 검측, 분석기기 수요량은 매년 20% 이상의 성장세를 유지하고 있음 - 2014년 중국의 금속검출기 수입액은 42억 2,377만 달러로 전년 대비 17% 증가
------------------------	---

경쟁 동향	■ 수입 제품은 중국 제품에 비해 가격이 높은 편이지만 성능 및 품질이 우수해 중국 식품가공업체들이 선호함 - 대표적인 외국 기업으로는 미국의 SHANAN, 독일 Sesotec, 일본 Anritsu 등이 있음 - 주요 중국 기업으로는 메이창다청 안전설비 유한공사(美創達誠安檢設備有限公司), 메이더러 금속촉정탐지기 공장(美德樂金屬儀器探測廠) 등이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 관련 기업들은 유통망을 넓히기 위해 직판과 대리상을 통한 판매를 혼용하고 있음 - 외국 기업은 대리상이나 합자투자 형식으로 진출하고 있고, 일부 중국 생산기업은 직접 판매처를 설립하기도 함 (이상 총칭 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2016년 제14회 중국 국제 식품가공 및 포장 기계 전문 전시회 (16.3, 베이징, http://www.cifie-expo.com/en/index/index.asp) ■ 2015 중국 국제 식품안전 및 혁신기술 전람회 (2015.6, 베이징, http://www.foodsafetyexpo.org/)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

90. 전자전기 - 초음파 유량 측정계

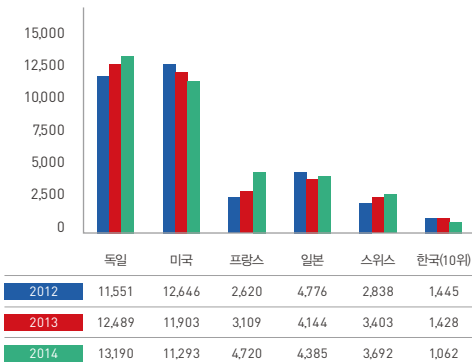


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9026.10-00	한국 HS Code	9026.10-1000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEEE)의 회수 처리 - 오염방지표시 부착기준		
중국의 대한 수입액	1,062만 달러	중국의 대한 수출액	1,692만 달러

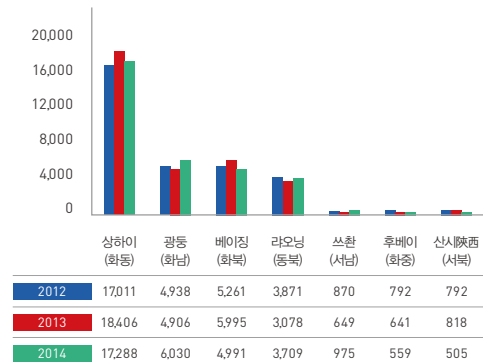
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
--------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
----------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 초음파 유량 측정계의 주요 수요처는 석유화학공업 기업, 설계원, 엔지니어링 기업, 오수처리, 금속 제련 관련 기업 등임 ■ 대형 파이프라인 건설 사업과 환경보호 사업이 진행되면서 초음파 유량계 수요 증가 전망 - 최근 중국-러시아를 잇는 천연가스 파이프라인 건설을 개시해 천연가스 유량을 측정하는 설비 및 초음파 유량계 수요 증가 예상 - 중국은 수질개선사업 등 환경보호에 대한 투자액을 매년 20% 이상 늘리고 있어 오염수를 측정할 수 있는 측정기에 대한 수요 증가 - 대용량 발전소에서는 수심이나 증기터빈의 유량을 간편하게 측정할 수 있는 초음파 유량계에 대한 수요가 증가하고 있음
----------------	---

경쟁 동향	■ 중국 제품은 성능이 좋지 않아 대부분 수입에 의존하고 있음 - 주요 브랜드는 영국의 EMERSON Daniel, 독일의 KROHNE, SIEMENS, DANFOSS, 스위스의 Cn-endress, 중국의 Dynameters 등임 - 한국 제품의 인지도는 높은 편으로 대표적인 기업으로는 한국 SONDAR, SEBA 등이 있음
-------	---

현장의 소리	■ 중국 기업은 대부분 각지에 영업사무소를 설립하여 직접 판매하기 때문에 유통경로와 가격에 대한 영향력이 비교적 큰 반면 외국 기업은 중국 내 대리상을 통해 대리판매나 위탁판매를 하는 경우가 많아 가격 결정시 영향력이 부족한 편임 ■ 따라서 중국에 자회사나 영업사무소가 없을 경우 실력 있는 대리판매업체를 찾아 유통경로를 확보하고 영향력을 넓히는 방법 필요 (이상 장쑤성 난징 소재 S사)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제26회 중국 국제 계측, 측정기기 전시회 (MICONEX 2015) (2015.9.22~25, 충칭, www.miconex.com.cn) ■ 제9회 중국 광저우 국제 환경설비 박람회 (2015.8.20~22, 광저우, www.huanbaozhan.com.cn)
---------------------	---

(2) 품목별 해설

91. 전자전기 - 불꽃감지기 (소방용품)

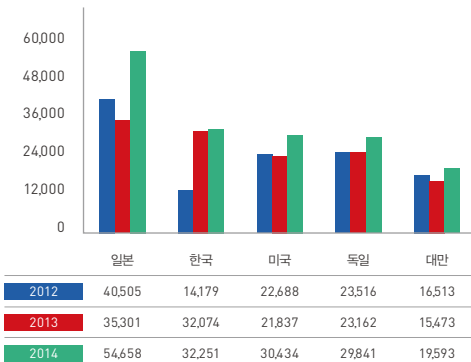


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9031.49-90	한국 HS Code	9031.49-9000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	—
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 전기전자제품 내 유해물질 사용금지 - 폐전기전자제품(WEE)의 회수 처리		
중국의 대한 수입액	3억 2,251만 달러	중국의 대한 수출액	1,072만 달러

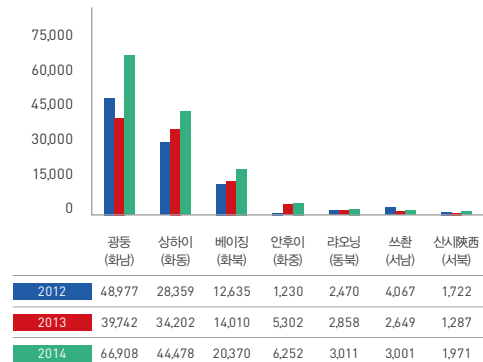
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 대상에서 배제
---------------	--

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 중국에서 유통되고 있는 불꽃감지기는 자외선·가시광·적외선 불꽃감지기 등이 있음 – 주로 건축시장, 소방부대설비시장, 화력발전소 등에서 수요가 있음 ■ 정부의 소방산업에 대한 투자 확대 및 도시화 수준 제고로 소방공정 수요가 증가해 불꽃감지기 시장 또한 지속적으로 성장할 전망 – 중국 불꽃감지기 시장은 최근 3년간(2011~2013) 15%이상의 성장률을 유지해왔고 2013년 시장규모는 약 20억 위안을 기록
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 불꽃감지기 시장은 외자기업이 주도하고 있으며 미국 및 유럽 브랜드가 전체 시장의 80% 차지 – 중국 불꽃감지기 시장의 주요 브랜드는 미국의 FORNEY, COEN, Honeywell, 스위스의 ABB, 대만의 위안둥(遠東) 등이 있음 – 한국 제품은 인지도가 낮은 편임
--------------	--

현장의 소리	■ 중국 소비자들의 주요 구매 결정요인은 가격과 A/S임 (장쑤성 우시 소재 Z사) ■ 중소규모의 대리상들이 새로운 한국 브랜드에 대한 관심이 많음 (난징무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제16회 국제 소방 설비 기술 교류 전람회 (2015.10.20.~23, 베이징) ■ 2015 제16회 국제 소방 설비 기술 교류 전람회 (2015.10.20.~23, 베이징, http://www.haozhanhui.com/exh/exh_index_hfiek.html) ■ 2015 베이징 국제 소방 설비 기술 전람회 (2015.10.20~23, 베이징, http://www.fireexpo.cn)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

92. 전자전기 - 자동차 배터리

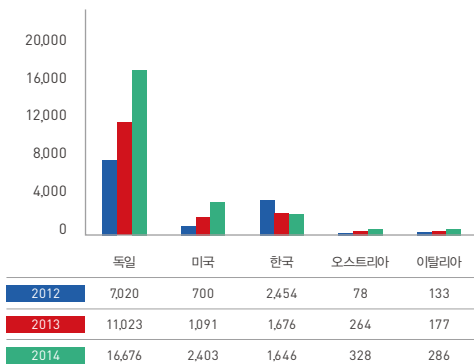


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8507.10-00	한국 HS Code	8507.10-0000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	15년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 폐전기전자제품(WEE)의 회수 처리 - 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	1,646만 달러	중국의 대한 수출액	164만 달러

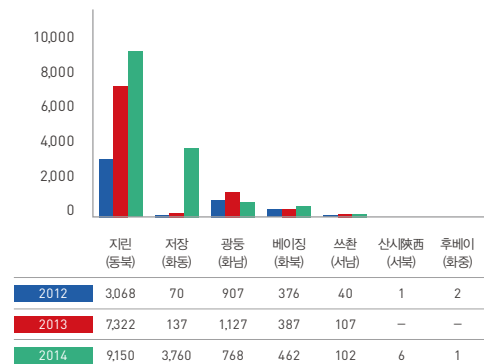
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 0.5%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.53%씩 15년간 균등철폐
---------------	--

활용 모델 예시	■ 해외임가공 활용 모델 등
-----------------	-----------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비처는 성(省)급 자동차용품 도매 대리상, 자동차용품 전문점, 자동차 수리 센터, 자동차 튜닝점 등임 ■ 자동차 보유량의 지속적 증가로 인해 자동차 배터리 수요도 증가할 전망 - 중국 공안부 교통관리국에 따르면 2014년 중국 자동차 보유량은 2억 6,400만대를 기록했고 고속 성장하는 추세를 보이고 있음 - 중국 연산축전지 시장 수요는 매년 15~40%의 증가율을 보이고 있으며 연산축전지의 48%가 자동차 산업에 이용되고 있음
------------------------	--

경쟁 동향	■ 대표적인 브랜드로는 독일의 VARTA, 중국의 평판축전지(風帆蓄電池), 뤼튀축전지(駱駝蓄電池), 일본과 대만 합자 브랜드인 통이축전지(統一蓄電池)가 있음 - 한국 제품은 인지도가 높지 않은 편으로 주요 브랜드로는 HANKOOK이 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국 제품에 비해 한국 제품의 품질이 우수하나 중국 현지에 공장이나 대리상이 없어 한국 본사와 직접 접촉한 후 구매를 진행해야한다는 점이 아쉬움 ■ 한국에서 들여올 때 운송비 가격이 높아 향후 중국 현지에서 생산이 가능해졌으면 함 (이상 난징 무역관)
---------------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 친환경차 엑스포 (2015.5, 난징, http://www.nouahsark.com)
-----------------------------	--

(2) 품목별 해설

93. 전자전기 - 자동판매기

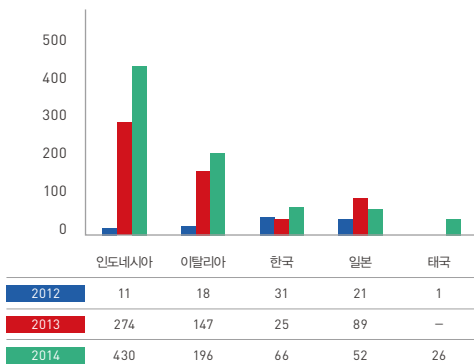


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8476.21-00	한국 HS Code	8476.21-0000
중국 수입 관세율	14%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 국가강제인증제도(CCC)		
중국의 대한 수입액	66만 달러	중국의 대한 수출액	51만 달러

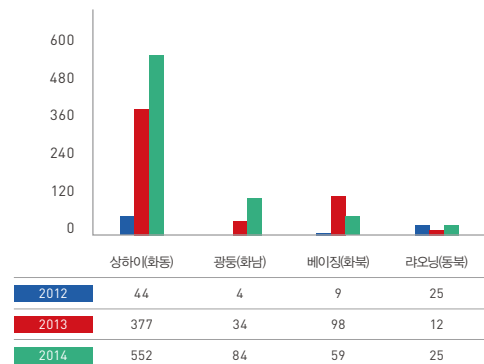
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

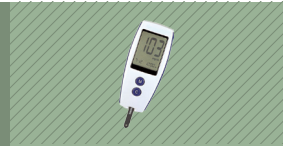
FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 14%로 매년 1.4%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 중국 내 자동판매기 수요 확대와 FTA 관세절감 효과가 더해져 중국 진출 확대 전망
활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 공원, 지하철 등 유동인구가 많은 지역에서 자동판매기의 수요가 증가 － 중국의 자동판매기 보유량은 2004년의 3만 대에서 2013년 30여 만 대로 10배 이상 증가 ■ 중국의 자동판매기 보유량은 선진국에 비해 상대적으로 적은 수준으로 향후 성장 잠재력이 큼 － 일본은 평균 25명 당 1대, 미국은 50~60명 당 1대, 유럽은 50 ~120명 당 1대를 보유하고 있으나 중국은 상대적으로 보유량 적음
경쟁 동향	■ 중국 브랜드인 빙산(冰山)과 아오커마(澳柯瑪)가 전체 자동판매기 시장의 50% 이상을 차지 － 이 외 대표적인 중국 브랜드로는 중지(中吉), 이추(易觸), 거더(戈德), 푸홍(富宏)등이 있음 － 한국 브랜드 중 S.M 코인이 성공적으로 중국에 진출해 상위 7대 브랜드에 속하였고, 이외 TEATIME 커피기가 진출해 있음
현장의 소리	■ 20개 성에 60개 지사를 설립, 1만 2,000대 이상의 자동판매기를 운영하고 있는 상하이 미위안(米偉源)의 경우 매년 자동판매기를 구매하는 비용이 크기 때문에 가격 경쟁력이 있는 제품을 선호 ■ 자동문과 무선 단말기를 결합한 자동판매기를 중국 시장에 출시하면 효과가 좋을 것으로 예상 (이상 상하이 소재 H사)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제12회 중국 국제 자동 서비스 제품 및 자동 판매 시스템 전시회 (2015.9, 상하이, www.ifairchina.com) ■ 제4회 중국 국제 자동판매 시스템 및 자동 상업 서비스시설 전시회 (2016.3, 광저우, www.chinavmf.com)

(2) 품목별 해설

94. 전자전기 - 혈당계

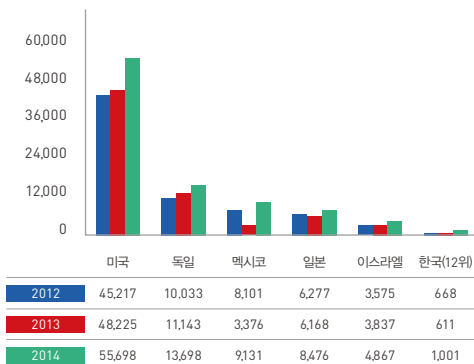


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9018.90-90	한국 HS Code	9018.90-9080
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	5년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 의료기기 판매의 허가 - 의료기기 제품의 기술표준 및 등록 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	1,001만 달러	중국의 대한 수출액	1,004만 달러

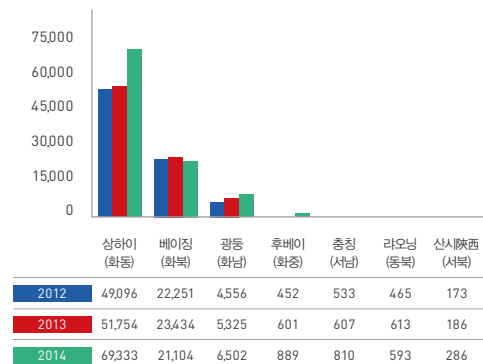
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 매년 0.8%씩 5년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출 확대 모델 등
-----------------	-------------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 당뇨병 예방 및 치료를 위하여 혈당계를 구매하는 소비자들이 증가하고 있으며 최근 스마트 혈당계에 대한 관심도 높아지고 있음 – 구매결정 시 혈당측정 정확도, 혈당시험지 가격, 보관의 편의성과 구매의 편리성 등을 중시함 ■ 2014년 중국의 당뇨병자 수는 9100만 명으로 세계 1위이고 지속적으로 증가하는 추세여서 혈당계 수요 또한 늘어날 것으로 예상됨
------------------------	---

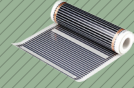
경쟁 동향	■ 중국 혈당계 시장에서 미국 Johnson&Johnson 35%, 독일 Roche 및 중국 썬넝(三諾)가 각각 20%, 중국 이청(怡成)이 15%를 점유 (2013년 기준) – 저렴한 가격과 우수한 성능을 갖춘 중국산 제품이 꾸준히 보급되는 추세 – 한국 제품의 현지 인지도는 높지 않은 편이고 주요 브랜드로는 인포피아가 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국 의료기기 시장의 경쟁이 과열되면서 다양한 기능이 추가된 혈당계가 출시되고 있지만 소비자들은 여전히 혈압계의 가장 기본적인 기능인 측정결과 속도와 정확성을 중시함 ■ 혈당계는 의료기기에 속하기 때문에 생산 및 제품 허가, 인증 절차 등이 비교적 엄격함 (이상 광저우 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ CMEH 제 16회 중국 국제 의료기기 박람회 (2015.7, 상하이, www.zhanyamedical.com/home.asp) ■ CMEH 제 17회 중국 국제 의료기기 박람회 (2015.9, 베이징, www.zhanyamedical.com/beijing/english/index.asp) ■ 제 5회 중국 국제 의료기기 및 포장설비 박람회 (2015.7, 톈진, www.chinacimee.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

95. 전자전기 - 난방필름

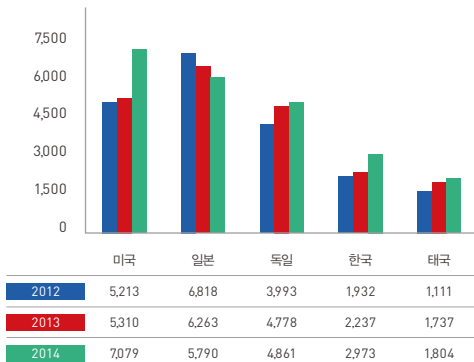


FTA 관련 정보

중국 HS Code	8516.80-00	한국 HS Code	8516.80-0000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTSH(6단위 세번변경) or RVC(40%)		
비관세장벽 수입요건	- 국가강제인증제도(CCC) - 중국 에너지효율등급제 - 전기전자제품 내 유해물질 사용금지		
중국의 대한 수입액	2,973만 달러	중국의 대한 수출액	4,889만 달러

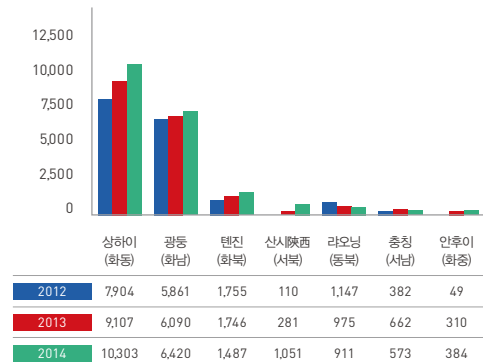
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 1%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ 환경 서비스 시장 진출 모델 등
-----------------	---------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 난방필름의 주요 소비처는 부동산업체, 난방자재 생산업체, 바닥 난방 설치 업체 등 건축 관련 업체임 ■ 대기오염 완화를 위한 정책과 집중난방시설이 없는 지역의 난방필름 사용 증대로 수요 확대 기대 - 대기오염 완화를 위해 정책적으로 과도한 보일러 사용 및 등베이, 화베이, 시베이의 석탄 난방을 제한하고 있어 전기를 사용하는 난방 증가 예상 - 남방지역(상하이, 장쑤성, 안후이성, 후베이성, 허난성)은 집중난방시설이 없는 지역으로 난방필름의 수요가 매년 25% 내외로 증가하고 있음 - 2015년 중국의 난방필름 판매액은 36억 위안으로 예상되고 2016년에는 50억 위안에 이를 것으로 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 중국 기업이 전체 시장의 50%를 점유하고 있으며 수입 제품과 기술력은 비슷하나 가격경쟁력은 더 높음 - 대표적인 중국 기업은 중후이(中惠), 신위양(新宇陽), 쌍인(雙銀) 등 - 주요 외국 기업으로는 미국의 Calorique, 일본의 irs, 한국의 대호, 독일의 LexEr 등이 있음 - 한국 제품의 인지도는 높은 편으로 대호, 렉스바, 온돌리아, 삼창 등의 브랜드가 있음
--------------	---

현장의 소리	■ 중국 소비자들은 열에너지가 저장되는 공간이 있어 에너지 절약이 가능한 원목마루를 선호하나 원목마루에 난방필름을 설치할 경우 마루 형태의 변형이 생길 수 있어 제품 사용에 제한이 있음 (인테리어 업체 Z사)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 상하이 건축 및 건자재 전시회 (2015.6.30~7.2, 상하이, http://www.expojc.com/en/index.aspx) ■ 칭다오 국제 건자재 및 인테리어재 전시회 (2015.7.17~19, 칭다오, zhanhui.sinotrips.com/qingdao/vcbvmjk1245.htm) ■ 청두 건자재 박람회 (2015.7.23~25, 청두, zhanhui.sinotrips.com/chengdu/vfjkh165465.htm) ■ 구이양 건자재 박람회 (2015.8.29~31, 구이양, zhanhui.sinotrips.com/guiyang/vfvmhm135465.htm) ■ 남징 건자재 박람회 (2015.11.11~13, 난징, zhanhui.sinotrips.com/nanjing/vnhm1453.htm)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

96. 기타 - 콘택트렌즈

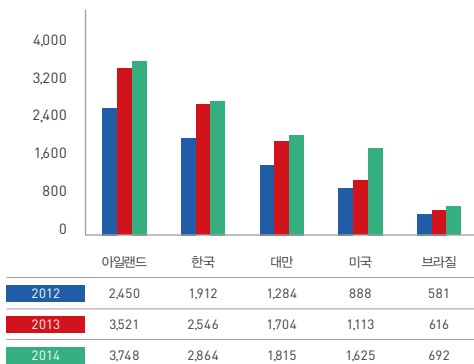


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9001.30-00	한국 HS Code	9001.30-0000
중국 수입 관세율	10%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	20년 철폐	한국 양허 일정	즉시 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 중국식품약품감독관리총국(CFDA) 의료기기 수입허가		
중국의 대한 수입액	2,864만 달러	중국의 대한 수출액	40만 달러

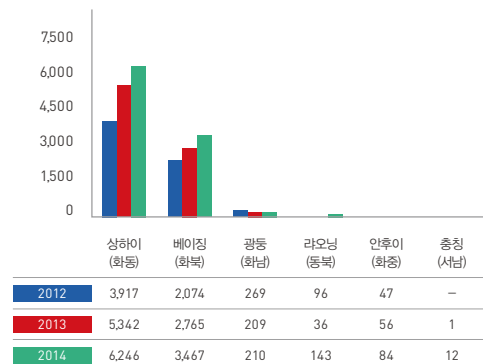
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 10%로 매년 0.5%씩 20년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 협정 발효 즉시 철폐
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 최근 미관상 또는 활동성과 편의성을 높이기 위해 콘택트렌즈 수요가 증가 － 시력교정의 목적으로 착용하는 소프트렌즈, 하드렌즈 이외에 서클렌즈, 눈물렌즈, 코스프레렌즈, 주얼리렌즈 등 미용렌즈가 패션의 하나로 자리 잡고 있음 ■ 근시인구의 증가 및 미용렌즈의 수요층 확대로 전체 콘택트렌즈 시장의 수요 증가 － 2013년 중국 콘택트렌즈 시장규모는 약 18억 위안으로 전년 대비 12% 증가
경쟁 동향	■ 미국의 Johnson&Johnson, Bausch&Lomb, 중국의 하이창(海昌), 3개 기업이 중국 콘택트렌즈 시장을 주도 ■ 시장에서 판매되는 미용렌즈의 90%가 수입브랜드 제품이며 그 중 한국 제품이 80%를 차지함 － 한국 기업 중에는 Bescon의 인지도가 높음
현장의 소리	■ 젊은 층을 중심으로 컬러렌즈 등 시력교정 기능과 패션이 결합된 차별화된 제품군에 대한 수요가 꾸준히 있음 (창사 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 상하이 국제 안경 박람회 (2015.3.1~3, http://www.siof.cn/eng/main.php) ■ 2015 베이징 국제 안경 박람회 (2015.9.9~11, http://fair.china.cn/info/3323_45.html)

(2) 품목별 해설

97. 기타 - 아동도서

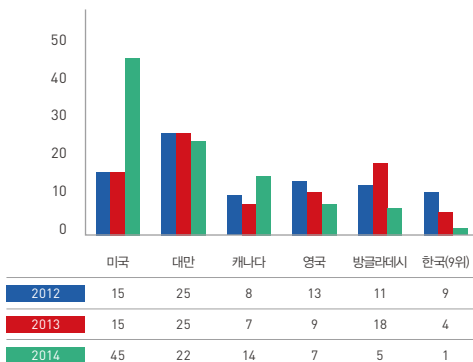


FTA 관련 정보

중국 HS Code	4903.00-00	한국 HS Code	4903.00-0000
중국 수입 관세율	0	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	0	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	- 친환경제품 환경표지 제도		
중국의 대한 수입액	1만 달러	중국의 대한 수출액	1,984만 달러

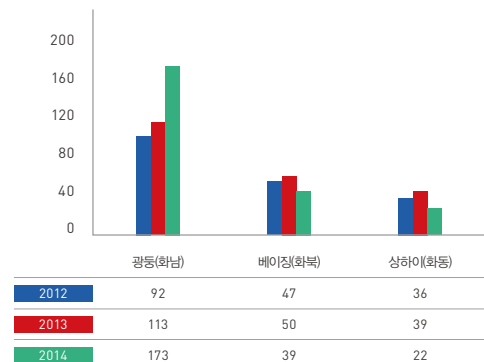
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
--------	--

활용 모델 예시	■ 개성공단 활용 모델 ■ 전자상거래 활용 모델 등
----------	---

중국 시장 진출정보

57)

아주경제(2015), "13억 중국인을
독자로" 중국 출판시장 키워드

소비동향 및 시장전망	■ 한 자녀 정책의 영향으로 학부모들의 교육열이 매우 높아, 중국 아동도서 시장의 성장을 견인하고 있음 - 자녀교육을 중시하는 차링허우(70後), 바링허우(80後) 세대가 아동도서의 주요 수요층 ■ 아동도서 시장은 중국 도서 출판시장을 지탱하는 주축이 되고 있고 향후에도 지속적으로 성장할 것으로 기대 - 중국 아동도서 시장 규모는 100억 위안에 육박하며 2014년에는 10% 이상 성장⁵⁷⁾ - 2014년 오프라인 서점 판매량 상위 10대 도서 중 6개가 아동도서 - 매년 1월 열리는 중국 최대 도서박람회인 '베이징도서주문전(北京圖書訂貨會)'에서 아동도서 주문량은 1억 위안 이상으로, 2015년 주문량은 전년 대비 20% 급등
----------------	--

경쟁 동향	■ 중국의 대표적인 아동출판사로는 베이징 중국 청소년 아동 출판사 (北京 中國少年兒童出版社), 상하이 청소년 아동 출판사 (上海 少年兒童出版社), 저장 청소년 아동 출판사 (浙江 少年兒童出版社), 제남 내일출판사 (濟南 明天出版社), 난창 21세기 출판사 (南昌 21世紀出版社) 등이 있음
-------	---

현장의 소리	■ 최근 중국에서 조기교육에 대한 관심 증대로 영어교재 등 아동 도서 수요가 증가하고 있음 - 그러나 아동서적을 포함한 도서는 관세 및 부가가치세 부과대상이 아니므로 FTA 체결로 인해 한국 제품의 대중국 진출 규모가 늘어날 것으로 예상되지는 않음 ■ 중국 현지시장을 겨냥한 영어교재, 중국어교재 또는 일부 한국어 교육을 선호하는 특정 고객을 대상으로 하는 차별화된 제품 개발이 필요 (이상 차사 무역관)
--------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015년 베이징 국제 교육 및 장비 박람회 (2015.11.11~13, www.youjiaozhan.com) ■ 2015년 베이징 국제 완구 및 유아 교육 용품 박람회 (2015.5.9.~13, http://www.beijingjite.com)
---------------------	--

(2) 품목별 해설

98. 기타 - 안경테

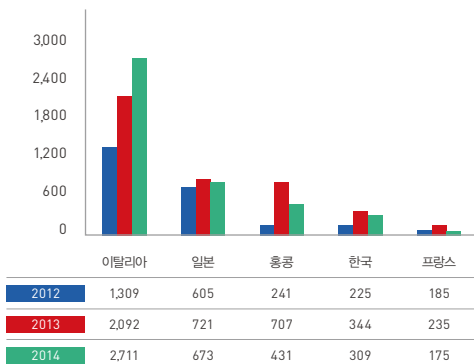


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9003.11-00	한국 HS Code	9003.11-0000
중국 수입 관세율	18%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번 변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액	309만 달러	중국의 대한 수출액	249만 달러

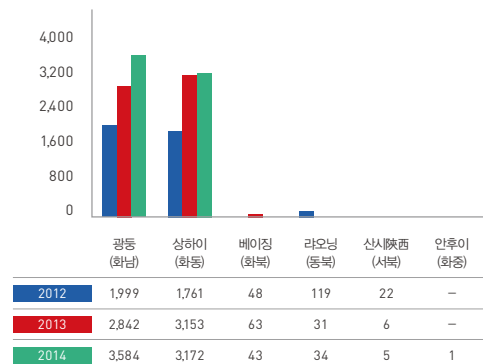
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 18%로 매년 1.8%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
활용 모델 예시	■ 전자상거래 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 주요 소비층은 학생 등 젊은 세대로 가격과 품질을 중시하고 안경을 미용 목적으로 착용하는 소비자들은 디자인에 민감함 ■ 중국은 안경테 제조 대국이자 소비 대국이며 연평균 수요량이 1억 개에 달해 향후 관련 시장이 지속적으로 성장할 것이라 예상됨 - 2013년 중국 안경테 시장은 230억 위안 규모로 2008년부터 10% 이상의 성장률을 기록 - 2020년 중국 안경 시장이 2,000억 위안 규모로 성장할 것으로 전망되어 안경테 시장 또한 동반성장 기대
경쟁 동향	■ 중국 기업은 규모가 작은 편이고 중대형 기업은 대부분 외국 기업임 - 대표적인 외국 기업으로는 프랑스 Essilor, 일본 Nojiri 등이 있음 - 주요 중국 기업은 타이헝(泰恒), 위안양(遠洋), 신타이(信泰), 동팡(東方), 카이다(凱達) 등임 - 한국 제품의 현지 인지도는 낮은 편임
현장의 소리	■ 기존의 중국 안경테 제조공장은 규모가 작고 기술력이 떨어졌으나 현재 상황이 많이 개선되었음 (광동성 소재 A사) ■ 최근 중국 안경테 제조업체는 기존의 OEM, ODM 방식에서 벗어나 자체 연구개발 및 판매를 확대하고 있음 (정저우 무역관) ■ 수입 제품의 경우 가격 경쟁력이 관건이라고 볼 수 있으며 현지 진출 시 중국 업체와 기술 및 디자인 협력을 하는 방법도 고려해 볼 수 있음 (정저우 무역관)
마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 2015 베이징 국제 안경 박람회 (2015.9.9~11, http://fair.china.cn/info/3323_45.html)

(2) 품목별 해설

99. 기타 - 시력교정용 안경

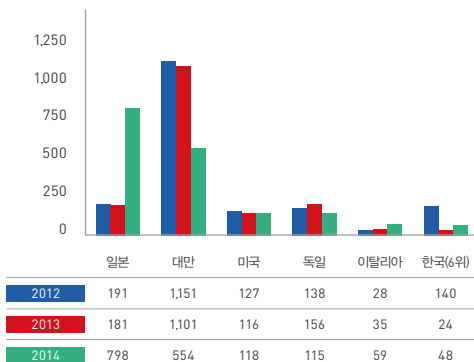


FTA 관련 정보

중국 HS Code	9004.90-90	한국 HS Code	9004.90-1090
중국 수입 관세율	20%	한국 수입 관세율	8%
중국 양허 일정	10년 철폐	한국 양허 일정	10년 철폐
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽 수입요건	- 오염방지표시 부착기준 - 수입 통제 대상 폐기물 목록 - EHS 관련 기술기준 중국 국가 표준 승인 - 의료기기 제품의 기술표준 및 등록		
중국의 대한 수입액	48만 달러	중국의 대한 수출액	896만 달러

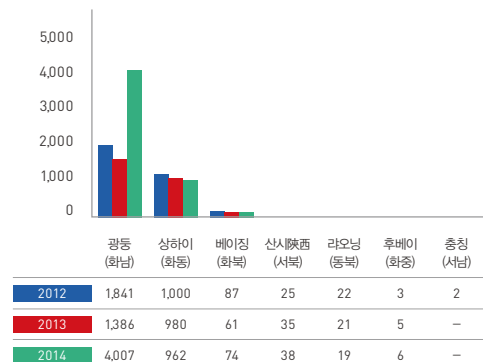
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 20%로 매년 2%씩 10년간 균등철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 8%로 매년 0.8%씩 10년간 균등철폐
---------------	---

활용 모델 예시	■ FTA 체결국 활용 수출입 모델 등
-----------------	-----------------------

중국 시장 진출정보

소비동향 및 시장전망	■ 대다수의 중국 소비자들은 안경을 구매할 때 브랜드를 크게 고려하지 않으며 기능과 품질을 중요시함 ■ 중국의 안경 시장은 세계 최대 규모이며 제품의 특성상 지속적인 수요가 존재 - 국민시각건강보고에 따르면 중국은 세계 최대 근시국가로 세계 근시인구의 1/3이 중국인이며, 난시·원시 등을 포함하면 시력교정이 필요한 중국인은 약 6억 명에 이르는 것으로 나타남 - 중국 안경협회에 따르면 2020년 안경 시장 규모가 2,000억 위안에 달할 것으로 전망
------------------------	--

경쟁 동향	■ 가격 경쟁력이 있는 중국 제품의 시장점유율이 높은 편임 - 2013년 기준 중국 안경시장 10대 브랜드 중 8개가 중국 브랜드로 다밍(大明), 보스(博士), 징이(精益), 우량차이(吳良材) 등이 있음 - 대표적인 수입브랜드로는 미국 Johnson&Johnson, 이탈리아의 Lens Crafters가 있음 - 고급제품의 경우 일부 유명 브랜드가 두각을 나타내고 있고, 세련된 디자인으로 고소득층을 공략 중
--------------	---

현장의 소리	■ 근시, 원시, 난시 등 교정을 필요로 하는 소비자는 품질을 중요시함 - 신소재를 이용한 가벼운 안경 등 신제품을 개발하여 품질 경쟁력을 확보하는 것이 필요 ■ 안경 착용자는 정기적으로 안경을 구매하므로 마일리지 적립 등 여러 혜택을 제공해 고객을 확보하는 방안을 고려해야함 (이상 선양 무역관)
---------------	--

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 제28회 중국 국제 안경산업 전시회 (2015.9, 베이징, www.chinaoptics.com)
-----------------------------	---

(2) 품목별 해설

100. 기타 - 체외진단시제

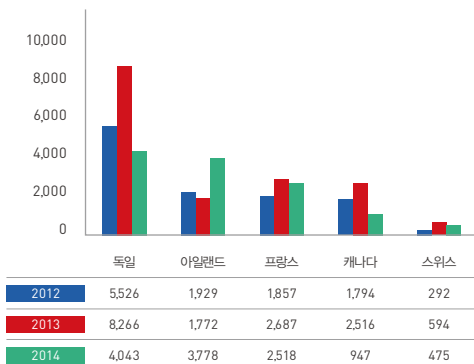


FTA 관련 정보

중국 HS Code	3006.30-00	한국 HS Code	3006.30-2000
중국 수입 관세율	4%	한국 수입 관세율	0
중국 양허 일정	즉시 철폐	한국 양허 일정	0
원산지 결정 기준	CTH(4단위 세번변경)		
비관세장벽·수입요건	-		
중국의 대한 수입액 ⁵⁸⁾	-	중국의 대한 수출액	72만 달러

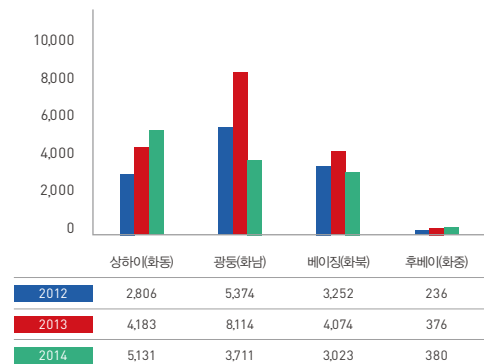
중국의 국가별 수입현황

단위: 만 달러



중국의 권역별 수입현황

단위: 만 달러



FTA 영향 및 활용 모델 예시

FTA 영향	■ 중국의 수입 관세율은 4%로 협정 발효 즉시 철폐 ■ 한국의 수입 관세율은 0%로 협정 발효 이후 변화 없음
--------	---

활용 모델 예시	■ 관세율 인하를 통한 수출확대 모델 등
----------	------------------------

중국 시장 진출정보

58]

2012~2014년도 중국의 대한
수입액 없음

59]

의료정책연구소 이정찬(2014),
중국 보건의료제도 및 최근 개혁동향

60]

대한상공회의소 북경사무소(2013),
중국 헬스케어산업 현황과 발전 방향

소비동향 및 시장전망	■ 체외진단시제 주요 수요처는 병원 검사과, 신체검진센터, 독립실험실, 방역소 등임 - 중국에는 병원이 20,291개, 향진(鄉鎮)위생소 38,475개, 혈액은행 300여개가 있으며, 신체검진센터와 독립적 임상실험실이 꾸준히 증가 ■ 중국은 의료 환경이 양질화되면서 세계 최대의 헬스케어 시장으로 급부상하고 있어, 체외진단산업의 발전을 견인 - 2020년까지 전 국민에게 포괄적 기본의료서비스 제공을 목표로 하는 보건의료개혁⁵⁹⁾ 발표 이후 중국의 기초적 의료 서비스의 질이 개선되고 있음 - 2013년 국무원은 헬스케어산업 발전 촉진 의견을 발표하고, 중국 헬스케어 산업의 내실 있는 발전을 도모하겠다고 밝혀, 관련 분야의 발전이 예상됨⁶⁰⁾ * 2020년 중국 헬스케어산업 규모는 8조원에 이를 것으로 전망 ■ 중국의 진단산업은 빠르게 성장하고 있어, 체외진단시제의 수요는 지속적으로 증가할 것으로 기대 - 2013년 중국 체외진단(IVD) 시장규모는 전년 대비 22.9% 증가한 215억 위안을 기록 - 한혈에 대한 HIV 핵산검사 정책을 적극 추진하면서 관련 진단 수요증가 - 선진국의 체외진단시제 제품 소비액은 일인당 25~30달러인 것에 비해, 중국은 2.75달러에 불과해 향후 시장 잠재력이 큼
----------------	---

경쟁 동향	■ 중국의 체외진단제품 시장에서 외국 기업이 60%를 점유하고 있음 - 대표적인 외국 기업은 Johnson & Johnson, Roche, SIEMENS, Abbott, DANAHER 등임 - 중국 기업 중 마이루이(邁瑞), 커화바이오(科華生物), 안지인(安基因), 리주(麗珠), 리더만(利德曼) 등이 경쟁력이 있음 - 한국 브랜드는 인지도가 높지 않은 편임
-------	---

현장의 소리	■ 3급급 병원을 중심으로 수입산 진단시제 수요가 많음 (상하이 무역관) ■ 현재 세계 유명 진단 시약 회사는 이미 중국 시장에 진출해 있어, 품질 및 가격 경쟁력을 높여야 승산이 있음 (샤먼 무역관)
--------	---

마케팅 정보 (수출상담회 등)	■ 상하이 체외진단기술과 검사 소모품 전시회 (2015.9.24.~26, 상하이, www.chmta.net)
---------------------	--

2. 서비스 분야⁶¹⁾

61)

서비스 양허표에 기재된 서비스 분야
중에서 FTA를 통한 변화 및 시장
확대가 기대되는 10개 분야를 정리함

① 전세계적으로 확립된 분류기준은
아직 없으나, GATS에 따른 구체적
약속에 관한 개별 국가의 양허표
작성은 대체로 UN의 잠정적 중심상
품분류체계(Provisional Central
Product Classification, CPC)
상의 서비스 업종에 관한 분류체계를
기초로 함

② CPC에 기초한 WTO/GATS의
서비스 분류체계는 서비스를 사업
서비스, 통신서비스, 건설, 유통, 교육,
환경, 금융, 보건사회서비스, 관광,
문화오락스포츠, 운송, 기타 등
12개 업종으로 분류

	분야	페이지
1	법률 서비스	270
2	문화콘텐츠 서비스	272
3	건설 및 관련 엔지니어링 서비스	274
4	교육 서비스	276
5	보건의료 서비스	278
6	환경 서비스	282
7	관광 및 여행 관련 서비스	284
8	광고 서비스	286
9	사진 서비스	288
10	전자상거래	290

(1) FTA 정보 분석 가이드

법률 서비스



<예시>

FTA 정보 및 영향

양허내용

- 시장접근에 대한 제한^①
 - (Mode1)^② 기술적 실현 가능성의 부족 국경간 공급은 약속 안함
 - (Mode2) 제한 없음^③
 - (Mode3)
 - 외국인 다수 자본 소유 합작 투자 기업이 허용됨
 - 순 외국인 소유 기업이 허용되며 순 외국인 소유 기업은 5가지 형태의 건설 프로젝트 수행만 가능함
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함
- 내국민 대우에 대한 제한^④
 - (Mode1) 기술적 실현 가능성 부족을 이유로 국경간 공급 약속 안함
 - (Mode2, Mode3) 제한 없음
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함
- 추가적 약속^⑤
 - 한국 서비스 공급자에 의해 중국에 설립된 엔지니어링 디자인 기업의 중국내 지역과 중국외 지역의 계약 이행은 중국내에서 그 기업의 자격 평가 시 산정됨

FTA 영향^⑥

- 한국 기업들의 면허 등급이 상향 조정되면서 건설 프로젝트 참여 및 수주 기회 확대

활용 모델 예시^⑦

- 상하이 자유무역시험구 활용 모델

중국 시장 진출정보

시장 정보^⑧

- 2014년 중국 법률 서비스 산업 규모는 84억 달러로 2009년 이후 연평균 9.7%씩 증가함

진출 정보^⑨

- 법률 서비스 제공에 있어 업무적-공간적인적 제한 존재
 - 한국 대표처의 업무를 자국법에 대한 자문으로 제한
 - 공동 운영 사무소는 상하이자유무역지구 내에만 설립 가능

FTA 정보 중 양허내용 및 협정내용은
산업통상자원부의 '한중 FTA 서비스
무역 양허표와 '한중 FTA 협정문'
국문본을 기반으로 정리 작성함
(<http://www.fta.go.kr/cn/doc/1/>)

FTA 정보⁶²⁾

- 서비스 무역의 구체적 양허내용은 기본적으로 시장접근에 대한 제한과 내국민 대우에 대한 제한으로 구성되어 있으며 분야에 따라 추가적 약속이 기재되기도 함

① 시장접근에 대한 제한

- 시장접근이란 외국의 서비스나 서비스 공급자에 대해 자국시장을 개방하는 것을 의미
- 시장접근의 방식은 Positive 방식(개방 서비스 분야/업종만을 양허표에 기재하고 기재하지 않은 분야/업종은 자유화의 의무가 없음)을 채택하되, 일단 기재된 분야에 대해서는 Negative 방식(시장접근 상의 조건 및 제한을 양허표에 기재하지 않은 한 기재된 제한조치 이외는 규제하지 못함)을 채택

② Mode 1,2,3,4 : GATS(서비스 무역에 대한 일반 협정)에서 구분하고 있는 서비스 무역의 4가지 공급형태(Mode of Supply)

〈표3-4〉

서비스 공급 형태

공급형태	의미
Mode1: 국경 간 공급 (Cross-border supply) 	서비스 공급자 및 서비스 소비자가 각각 자기 나라에 머물며 인터넷, 팩스를 통해 서비스만 국경을 넘어 공급하는 방식 (서비스 자체의 이동) 예) 원격진료, 전자거래, 온라인 경영컨설팅, 통신서비스 등
Mode2: 해외 소비 (Consumption abroad) 	서비스 소비자가 서비스 공급자가 머무르고 있는 국가로 이동 (여행, 출장)하여 서비스를 제공받는 방식(소비자의 이동) 예) 해외유학, 해외의료진료, 해외관광 등
Mode3: 상업적 주재 (Commercial presence) 	서비스 공급자가 있는 국가에서 서비스 소비자가 있는 국가로 자본이 이동하여 외국인 투자 기업이 주재하면서 서비스를 제공하는 방식, 자본의 이동(생산요소의 이동) 예) 지사 설립을 통한 법률 서비스 등
Mode4: 자연인의 주재 (Presence of natural persons) 	서비스 공급자가 소비자가 있는 국가로 이동(출장)하여 서비스를 제공하는 방식, 노동의 이동(생산요소의 이동) 예) 노동력의 국가간 이동, 자격면허 인정 등

③ 제한의 내용 : 시장접근 및 내국민 대우에 관한 제한 범위를 의미

- 제한 없음(None) : 개방에 대한 제한 사항이 없음을 의미
- 약속 안함(Unbound) : 이번 협정을 통한 체약국 간의 체결사항이 없음
- 수평적 양허(Horizontal Commitments) : 양허표에 포함된 모든 분야에 적용되는 사항
- 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함(Unbound except as indicated in the Horizontal Commitments section) : 수평적 양허에 해당 사항이 없다면 약속 안함

④ 내국민 대우에 대한 제한 :

- 양허표에 기재된 서비스 분야는 명시된 조건과 제한 이외에는 서비스 공급에 영향을 미치는 모든 조치와 관련하여 외국 서비스 및 공급자에게도 자국 '동종 서비스 및 공급자'의 경우와 동등한 대우를 부여함
- 양허표에 기재된 서비스 분야에 대해서는 동 양허표에 기재되지 않은 사항(조건 및 제한) 이외의 차별조치를 취할 경우, 협정상의 내국민 대우 의무 위반으로 분쟁해결 대상이 됨

⑤ 추가적 약속 :

- Positive 방식으로 기재하므로 약속할 의사가 없는 경우 양허표에 아무것도 기재할 필요가 없으며 협상에서 합의된 사항만 약속의 수락형태로 기재됨

⑥ FTA 영향

- 한-중 FTA 체결에 따른 각 서비스 시장의 변화와 한국 기업에 미칠 것으로 예상되는 영향을 정리

⑦ 활용 모델 예시

- Part 2, I 장의 비즈니스 모델 20선 중 우리 기업의 중국 서비스 시장 진출 시 활용 및 적용해 볼 수 있는 모델 제시

중국 시장 진출 정보

⑧ 시장 정보

- 시장 규모 및 경쟁 동향, 시장 전망 등 중국 해당 서비스 시장에 대한 전반적 정보 제공

⑨ 진출 정보

- 현재 중국 진출 시 진입장벽으로 작용하는 관련 규제 및 규정 정보 기재

(2) 분야별 해설

1. 법률 서비스



FTA 정보 및 영향

63)

법률 서비스(CPC 861).

중국법 실무는 제외

양해내용

■ 시장접근에 대한 제한

– (Mode1, Mode2) 제한 없음

– (Mode3)

• 한국 로펌은 대표처(이윤 추구 활동이 가능한 영업자점 성격)의 형태로만 법률 서비스 제공이 가능함

• 중국 내 대표처가 있는 한국 로펌은 상하이자유무역지구에서 중국 로펌과 공동 운영 형태로 법률 서비스를 공급할 수 있음

• 공동 운영의 고객은 상해로 한정되지 않으나 공동 운영 하에서 한국 변호사의 중국 법률 사무 취급은 허용되지 않음

• 상하이자유무역지구 내에 대표처가 있는 한국 로펌과 중국 로펌은 법률 자문가로서 상호간 변호사 이동 가능

• 한국 대표처의 사업 범위 :

(a) 로펌의 변호사가 변호사의 전문 업무에 종사하도록 허용된 그 나라/지역의 고객과 국제 협약 및 실무에 관한 자문을 고객에게 제공

(b) 고객 또는 중국 로펌에 의해 위탁된 경우 그 로펌의 변호사가 변호사의 전문 업무에 종사하도록 허용된 그 나라/지역의 법률 사무 취급

(c) 외국인 고객을 대신하여 중국 법무법인에 중국 법률 사무를 처리하도록 위탁

(d) 법률 사무를 위해 중국 법무법인과 장기 위탁 관계를 유지하기 위한 계약 체결

(e) 중국 법률 환경의 영향에 관한 정보 제공

• 위탁은 양 당사자가 합의한 대로 한국 대표처가 위탁된 중국 로펌의 변호사에게 직접 지시하는 것을 허용함

• 한국 로펌의 대표처는 중국 외 지역에서 2년 이상 개업한 WTO 회원국의 변호사 또는 법률 협회의 회원인 개업 변호사이여야 함

• 한국 로펌의 수석대표는 중국 외 지역에서 3년 이상 개업한 파트너이거나 이에 상응하는 자(예, 유한 책임 로펌의 구성원)이어야 함

– (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함

■ 내국민 대우에 대한 제한

– (Mode1, Mode2) 제한 없음

– (Mode3) 모든 대표자들은 매년 6개월 이상 중국에 거주해야하며 대표처는 중국인 등록 변호사를 고용해서는 아니 됨

– (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함

FTA 영향	■ 한중 공동운영 형태를 활용한 중국 법률 서비스 시장 진출 기회 증가 - 중국 FTA 최초로 상하이자유무역지구 내에서 중국 전역의 고객을 대상으로 한 우리 로펌 대표처와 중국 로펌의 공동사업 허용 - 한중 FTA 체결로 양국 간 무역 및 투자가 확대되어 이와 관련한 법률 수요 증대 기대
활용 모델 예시	■ 상하이 자유무역시험구 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

64)

서울신문(2015), "활짝 열린
법률시장...국내 진출 중기업 노려라

65)

산업연구원(2014), 한중 FTA
서비스협상의 업종별 대응방향

시장 정보	■ 2014년 중국 법률 서비스 산업 규모는 84억 달러로 2009년 이후 연평균 9.7%씩 증가함 - 중국 로펌은 1만 6,447개, 등록 중국 변호사는 26만 7,100명에 달함⁶⁴⁾ ■ 2012년 기준 18개국 207개 로펌이 중국 법률 시장 진출해 있음 - 법률 서비스 분야에서 경쟁력을 가지고 있는 미국과 영국 로펌이 압도적인 상황⁶⁵⁾이며 한국 로펌은 세종, 태평양, 광장, 지평, 울촌 등이 진출함 ■ 한중간 경제교류가 더욱 심화되고 중국 내수시장 진출이 확대되면서 법률 수요도 확대될 전망
진출 정보	■ 법률 서비스 제공에 있어 업무적·공간·작업적 제한 존재 - 한국 대표처의 업무를 자국법에 대한 자문으로 제한 - 공동 운영 사무소는 상하이자유무역지구 내에만 설립 가능 - 현역 중국인 변호사의 고용을 금지하여 사실상 중국 변호사로서의 업무 수행이 불가함

(2) 분야별 해설

2. 문화콘텐츠 서비스⁶⁶⁾



FTA 정보 및 영향

66)

시청각 서비스 - 엔터테인먼트 소프트웨어 및 CPC 83202를 포함하는 비디오 배급 서비스, 녹음물 배급 서비스

양해내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 시청각물의 내용을 조사하기 위한 중국의 권리를 저해함이 없이 한국 서비스 공급자는 영화를 제외한 시청각물 배급에 종사하기 위해 중국 파트너와 계약 합작 투자 기업 설립이 허용됨
 - (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함
- 내국민대우에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2, Mode3) 제한 없음
 - (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함
- 추가적 약속
 - 영화의 행정에 관한 중국의 규정의 준수를 저해함이 없이 중국은 수익분배에 기초한 극장 상영 영화의 수입을 허용하며 그러한 수입 편수는 연간 20편이어야 함

※ 특별 합의

- 영화 공동제작(부속서 8-나)
 - 부속서 8-나에 따라 제작된 공동제작영화는 각 당사국이 현재 시행중이거나 미래에 시행될 자국의 법 및 규정에 따라 자국 영화에 부여되거나 부여될 수 있는 모든 혜택을 완전히 누릴 권리가 있음
 - 부속서의 권한 당국은 한국의 영화진흥위원회(KOFIC)와 중국의 국가신문출판광전총국 전영국임
- 방송용 텔레비전 드라마, 다큐멘터리 및 애니메이션 공동제작(부속서 8-다)
 - 한국과 중국은 방송용 텔레비전 드라마, 다큐멘터리 및 애니메이션에 대한 양 당사국 간 공동제작을 장려하며 공동제작이 각국의 법과 규정*에 따라 이루어져야 함을 확인함
 - * 한국의 법과 규정은 방송법 및 방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시를 의미하며 중국의 법과 규정은 광파전영광전총국에 의하여 명령 제41호로 개정된 중·외 합작 텔레비전 드라마 제작 규정(애니메이션도 적용)을 말함
 - 양 당사국은 텔레비전 드라마와 애니메이션에 대한 공동제작 협정을 검토하고 국내법과 규정에 따라 협상을 개시하는데 합의함

FTA 영향	■ 해외 영화 및 방송 제작물에 대한 중국 시장 진입 규제 완화 통한 내수시장 진출의 제도적 기반 마련 ■ 한-중간 영화 공동제작 활성화와 문화교류 및 투자 유치 확대 기대 – 한-중 양국의 제작자가 일정한 요건을 충족하여 공동 제작한 영화에 대해 중국 국내 제작 영화와 동일한 혜택을 부여 – TV 드라마, 방송용 애니메이션 등 공동제작물에 대해 국내제작물과 동일한 혜택을 부여하기 위한 방안을 협의할 수 있는 근거규정 (built-in 조항*)을 포함 * 협상 타결이 안 되는 쟁점을 다음 협상 의제로 넘겨 다시 논의하는 방식
---------------	--

활용 모델 예시	■ 공동제작을 통한 내국민 대우 활용 모델 ■ 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

67)

중국국가통계국(2014).
2013년 국가통계연감

68)

한국무역협회 북경지부(2015).
중국 애니메이션 산업 동향

시장 정보	■ 중국 정부의 문화산업진흥정책과 소득수준 향상에 따른 문화여가 소비 증가로 콘텐츠 수요 확대 – 1인당 영화관람 횟수도 2011년 0.31회, 2012년 0.35회, 2013년 0.45회로 지속적으로 증가 ■ 2013년 중국 전체 TV콘텐츠 수입액은 5.9억 위안이며, 그 중 57.7%를 아시아에서 수입⁶⁷⁾ – 한국으로부터 수입한 TV콘텐츠는 0.8억 위안(13.1%)으로 홍콩(21.5%), 동남아(14.6%)에 이어 3위를 기록 ■ 중국 애니메이션 산업은 지속적으로 증가하여 2013년 기준 총생산액이 870억 위안까지 규모 확대⁶⁸⁾ – 애니메이션 시장이 급속히 성장하고 있는 반면, 중국산 제품들의 기술 수준이 아직 미흡하여 수입산 대비 선호가 낮아 중국 TV 애니메이션은 수출이 감소하고 수입 증가하고 있음
--------------	--

69)

한국콘텐츠진흥원(2013).
한중 FTA와 콘텐츠산업 주요 쟁점

진출 정보	■ 해외영화에 대한 수입할당제, 공동제작 요건 등 관련 규제 존재⁶⁹⁾ – 중국은 해외영화 수입을 분장제 영화(영화배급을 위탁하고, 흥행수입을 제작, 배급, 상여 주체가 나누어 갖는 방식)를 연 34편, 매단체 영화(흥행 수입을 비롯한 일체의 배급권을 파는 방식)는 연 30편으로 제한 – 외국인인 중국에서 영화 및 텔레비전 제작회사 단독 설립 불가 – 중외합작 영화제작 위한 제도적 진입요건 존재 ① 중국 측이 '영화촬영제작허가증'을 이미 취득했거나 2개의 '영화촬영제작허가증(단편)'을 취득한 경우만 참여 가능 ② 공동경영회사 등록 자본은 500만 위안 이하여서는 안됨 ③ 등록 자본 중의 외자 비율은 49%를 초과하면 안됨 ■ TV 제작물, 애니메이션 등에 대한 방영시간 및 시간대 규제 존재 – 수입 영화드라마는 TV 채널에서 당일 전체 방영시간의 25%를 초과할 수 없고, 프라임 시간대(19:00~22:00) 방영도 금지 – 수입 애니메이션의 일일 방영 시간은 25%를 넘을 수 없고, 17:00~21:00를 방송 금지 시간대로 정함
--------------	--

(2) 분야별 해설

3. 건설 및 관련 엔지니어링 서비스



FTA 정보 및 영향

701

건설 및 관련 엔지니어링 서비스
(CPC 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518)

* CPC 513은 사회기반시설 건설과 관련된 준설 서비스를 포함하며, CPC 518의 적용범위는 외국 건설 기업이 서비스 공급시 외국 건설 기업이 소유하고 사용하는 운전자 포함 건설 및/또는 철거 기계 임대 및 리스 서비스에 한정

양해내용

■ 시장접근에 대한 제한

- (Mode1) 기술적 실현 가능성 부족을 이유로 국경간 공급은 약속 안함
- (Mode2) 제한 없음
- (Mode3)

- 외국인 다수 지분 소유 합작 투자 기업이 허용됨
- 순 외국인 소유 기업이 허용되며 순 외국인 소유 기업은 5가지 형태의 건설 프로젝트 수행만 가능함

- ① 외국 투자 및/또는 원조로 전액 출자된 건설 프로젝트
- ② 국제 금융 기관의 용자로 출자되고 용자의 조건에 따라 국제적인 입찰을 통해 낙찰되는 건설 프로젝트
- ③ 외국인 투자가 50% 이상인 중국인-외국인 공동으로 건설되는 프로젝트와 중국 건설 기업이 단독으로 수행하기에는 기술적 어려움이 있는 것으로 외국인 투자가 50% 미만인 중국과 외국 의 공동 건설 프로젝트
- ④ 중국 건설 기업이 단독으로 수행하기 어려운 프로젝트는 지방 정부의 승인을 받아 중국과 외국 건설 기업이 공동으로 수행할 수 있음
- ⑤ 한국 서비스 공급자에 의해 상하이자유무역지대에 설립된 건설 기업으로서 상하이에서 중국인-외국인 공동으로 건설되는 프로젝트를 수행하는 경우 외국인 투자 지분에 대한 요건에 의해 제한되지 않음

- (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함

■ 내국인 대우에 대한 제한

- (Mode1) 기술적 실현 가능성 부족을 이유로 국경간 공급은 약속 안함
- (Mode2, Mode3) 제한 없음
- (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함

■ 추가적 약속

- 한국 서비스 공급자에 의해 중국에 설립된 엔지니어링 디자인 기업의 중국 내 지역과 중국 외 지역의 계약 이행은 중국 내에서 그 기업의 자격 평가 시 산정됨

FTA 영향	■ 중국은 외국 기업의 면허 등급 판정 시 중국내 실적만을 인정했으나 한중 FTA를 통해 한국 기업에게 중국 이외 모든 지역에서의 실적도 인정하기로 약속함 – 한국 기업들의 면허 등급이 상향 조정되면서 중국 진출에 있어 가장 큰 애로사항이었던 면허 관련 문제가 해소되어 건설 프로젝트 참여 및 수주 기회 확대 ■ 상하이자유무역지대 내에 설립된 한국 건설기업이 상하이 지역에서 외국자본비율 요건(외국투자 50% 이상) 제한 없이 중외합작 프로젝트를 수주할 수 있도록 허용
---------------	--

활용 모델 예시	■ 상하이 자유무역시험구 활용 모델 등
-----------------	---

중국 시장 진출정보

71)

뉴스1(2015), "중국건설시장 진출 본격화? 국토부, 개방대비 준비 착수"

시장 정보	■ 시장 조사 업체 글로벌 인사이트에 따르면 2014년 중국 건설시장 규모는 약 2조 7,000억 달러로 전 세계 건설시장의 30% 차지⁷¹⁾ ■ 도시화 및 산업고도화 등을 추진하며 인프라 구축을 위한 건설 프로젝트 확대 전망 – 고난이도 설계기술과 시공을 필요로 하는 플랜트 및 엔지니어링*·설계 부문 진출 기대 * 엔지니어링 산업은 플랜트 및 SOC 건설의 기획, 타당성 조사, 설계, 구매조달, 시험, 조사, 감리, 유지·보수 등의 활동을 통칭하는 개념
--------------	--

72)

산업연구원(2014), 한중 FTA 서비스협상의 업종별 대응방향

진출 정보	■ 제도적 장벽과 운영상 장벽으로 인한 어려움⁷²⁾ – 기업 설립, 입·낙찰 및 허가, 사업수행, 경영성과, 기업청산 등에 걸쳐 제도적 장벽 존재 · 외상투자건설기업관리규정, 외상투자건설공정설계기업관리규정, 외상투자건설공정서비스기업관리규정, 외상투자도시계획서비스기업관리 규정 등 – 입·낙찰 불공정, 노사문제 등 사업수행의 어려움, 대금지급문제, 청산의 어려움 등 운영상 장벽 존재 ■ 면허 취득 문제와 중국 업체의 물량공세 등 어려움 여전히 많음 – 현지에서 면허 취득이 쉽지 않고, 중국 대형업체들은 엄청난 물량과 자본력으로 승부를 하기 때문에 국내 업체 여전히 어려움 직면 – 정부와 대형 건설사들이 협업을 통해 중국 건설시장에 진출 경우 성과 기대
--------------	---

(2) 분야별 해설

4. 교육 서비스



FTA 정보 및 영향

73)

군대, 경찰, 정치적 및 정당 학교
교육 등과 같은 특별 교육은 제외,
초등교육 서비스(CPC 921, CPC
92190 내의 국가의무교육은 제외),
중등교육 서비스(CPC 922, CPC
92210 내의 국가의무교육은 제외),
고등교육 서비스(CPC 923),
성인교육 서비스(CPC 924),
기타 교육 서비스(CPC 929,
영어 언어 훈련 포함)

양허내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1) 약속 안함
 - (Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 외국인 다수 지분 소유의 합작 학교 설립이 허용됨
 - (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 내용과 다음 외에는 약속 안함
 - 한국 개인 교육 서비스 공급자들은 중국 학교들과 그 밖의 다른 교육 기관들에 의해 초청되거나 고용된 경우 중국에 입국하여 교육 서비스를 제공할 수 있음
- 내국민 대우에 대한 제한
 - (Mode1) 약속 안함
 - (Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 약속 안함
 - (Mode4) 자격은 다음과 같음
 - 자격으로 학사 학위 또는 그 이상 보유
 - 그리고 적절한 전문직 직함 또는 인증, 2년 전문직 경험

FTA 영향

- 협정에 의한 직접적 개방효과는 없으나, 인터넷·스마트폰 사용자의 증가 및 산아제한 정책 완화 등 여러 주변 요인들에 의한 시장 기회 확대 기대

활용 모델 예시

- 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델 등

중국 시장 진출정보

74)

KOTRA(2015), 中 교육시장에
불어 닥친 'e-러닝' 열풍

75)

KOTRA(2015), 빠르게 성장하는
중국 유아교육시장을 주목하라

시장 정보

1) 인터넷 교육 시장

- 인터넷 사용자 수와 보급률 확대, 스마트폰, 태블릿 PC 사용자 증가로 교육 애플리케이션 및 온라인 교육이 급성장⁷⁴⁾
 - 2010년부터 2014년까지 연평균 21.22%씩 증가하여 2014년 e-러닝 시장 규모는 1,745억 위안(약279억 달러)으로 성장
 - 기업 e-러닝은 전체 시장의 42.51%를 차지하며 베이징, 상하이 등 1선 도시 수요가 가장 크고 2,3선 도시의 수요도 점차 증가
 - 최근 중국 영어교육 시장에서 e-러닝이 확대되어 2014년 전체 시장에서 두 번째로 높은 23.55%의 점유율을 보임
 - 인터넷 사용자 확대에 따른 e-러닝에 대한 수요 증가 기대되며 특히 스마트폰 사용자가 증가로 모바일 e-러닝 시장 확대가 예상됨
- 외국 기업은 중국 기업과 제휴를 통해 시장 진출 추진
 - 인도의 APTECH와 미국의 대표적 B2B 콘텐츠 및 솔루션 회사인 Skillsoft는 중국 베이징다칭다오(北大青鳥)와 제휴를 통해 중국 기업 및 기관에 e-러닝 시스템 제공

2) 영유아 교육 시장⁷⁵⁾

- 세대 수입이 많아지고 산아제한 정책의 완화로 영유아 교육에 대한 수요 증가
 - 베이징, 상하이, 광저우, 청두, 선전 등 5대 도시 가정의 자녀 교육비는 연평균 8,754.4원으로 총지출의 35.1%를 차지
 - * 월평균 500~1,000위안을 교육비로 소비하는 가정이 74.7%, 1,000위안 이상을 소비하는 가정은 10.1%에 달함(2014년 초기 교육 소비자 조사)
 - 유아 교육용 애플리케이션 시장에서는 취학 이전과 저학년을 타깃으로 생활습관교정, 언어학습, 지능개발 등 오락과 교육을 겸비한 제품이 인기를 끌고 있음
- 소득 향상 및 정부 정책의 시행으로 수요 지속 기대
 - 중국 정부의 4~6세 아동 유치원 입학률 제고의 목표*를 감안하면 향후 유아교육의 수요는 대폭 높아질 것으로 전망
 - * 국가 중장기교육개혁과 발전계획(2010~2020년)에서 유치원 입학률을 2009년 50.9%에서 2020년 75%까지 끌어올리는 목표를 세움

진출 정보

- 해외 e-러닝 기업의 독자적 진출이 허용되지 않아(중외합작학교 설립조례 제62조), 중국 내 대표 e-러닝 기업과의 파트너 관계를 통해 중국 시장에 진출하고 있음
 - 중국 e-러닝 서비스 시장에 진출할 경우 관련 심사부서가 학위/비학위 구분뿐만 아니라 수요시장별로 상이함*
 - * 초중등 교육 관련은 교육 행정부가, 고등교육 관련은 인민정부가, 직업교육 관련은 노동 행정부가 담당
- 성장하고 있는 중국 온라인 교육 시장 진출에 대비하여 현지 기업과의 기술 협력을 추진할 필요가 있음
- 초기 교육 서비스에 있어 3·4선 도시가 블루오션으로 주목받음
 - 대부분의 초기 교육 서비스가 베이징, 상하이 등 1·2선 도시에 집중되어 있어 최근 구매력이 상승하고 있는 블루오션 3·4선 도시 시장의 공략이 필요

(2) 분야별 해설

5. 보건·의료 서비스⁷⁶⁾



FTA 정보 및 영향

76)

의료 및 치의료 서비스(CPC 9312)

양허내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 한국 서비스 공급자는 중국의 수요에 따른 양적 제한을 조건으로 중국 파트너와 합작 투자 병원 또는 진료소 설립이 허용되며 외국인의 다수 지분소유도 허용됨
 - (Mode4) 수평적 양허와 다음 기재한 사항 외에는 약속 안함
 - 본국에서 전문자격 인증이 발급된 한국 의사는 국가건강및가족계획위원회로부터 면허를 취득한 후 중국에서 단기 의료 서비스를 공급하는 것이 허용됨
 - 서비스 기간은 6개월이며 1년까지 연장될 수 있음
- 내국민 대우에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 합작 투자 병원과 진료소의 의사와 의료진 다수는 중국 국민이어야 함
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함

FTA 영향

- 한국 의사는 국가보건가족위원회의 허가를 받고 중국 내 6개월 (1년까지 연장 가능)간 의료 서비스 제공
 - 한국 의료진의 중국내 단기 의료 서비스 제공이 가능하게 되어 중국 진출에 유리하게 작용할 수 있음

활용 모델 예시

- 상하이 자유무역시험구 활용 모델 등

중국 시장 진출정보

77)

중국국가통계국 2014년
인구 통계 수치 참고

78)

KOTRA(2015), 중국 양로산업
현황 및 전망

79)

KOTRA(2012), 중국, 점점
고급스러워지는 산후조리시장 트렌드

80)

한국보건산업진흥원(2015),
중국 건강검진시장조사 및
검진 서비스 진출전략

81)

KOTRA(2015), 중국
마용의료시장 골드러시

시장 정보

1) 양로 서비스

- 인구 노령화에 따른 양로 서비스에 대한 관심 및 수요 증가
 - 2014년 중국 65세 이상 노인 인구는 1억 3,800만 명으로 전체 인구의 10.1%를 차지⁷⁷⁾
 - 의료, 거주 일체형 전문 실버타운이나 위탁관리 시장에 대한 수요가 급증하여 양로기구 산업이 블루오션으로 부상
- 미국의 Cascade, 대만의 안신양로(安心養老連鎖) 등이 대표적임⁷⁸⁾
 - 중국 고급 양로원 시장에는 미국, 일본, 프랑스 등이 진출해 있으며, 고품질의 간호·의료 서비스를 제공하고 있으나 가격이 높은 편임

2) 산후조리 서비스

- 산아제한 정책의 완화에 따른 신생아 출생과 프리미엄 의료 서비스에 대한 수요 증가
 - 얼타이 정책으로 신생아 수가 매년 12%씩 꾸준히 증가할 것으로 예측되어 산후조리 수요 또한 늘어날 것으로 예상
 - 최근 중국의 주류 임신부인 바랑허우(80後)세대는 고급스러운 이미지를 선호함
- 중국인구정보망(中國人口信息網)에 따르면 중국 출산율은 2016년 최고치 도달 예상⁷⁹⁾
 - 이에 따른 산후조리원의 수요 또한 급속히 증가할 것으로 기대
 - 대도시는 생활 수준 향상으로 고급시장이 많이 분포되었으나 중저가 시장은 수요에 비해 공급이 부족한 상황으로 잠재력이 큼

3) 건강검진 서비스⁸⁰⁾

- 질병예방 및 건강관리 등에 대한 관심이 증대하여 고급 의료 서비스에 대한 수요 증가
 - 중국 검진시장 규모는 2012년 500억 위안으로 추정되고, 2020년에는 약 3,000억 위안에 달할 것으로 예상
 - 2013년 검진 횟수는 3.88억 회로 그 중 약 42%(1.64억)가 병원급을 이용함. 민영병원 이용은 연평균 17%의 증가율을 보이고 있고, 전체 병원이용 횟수 중 11%임
 - 2013년 중국의 개인 의료위생 총지출은 1인당 평균 2,327위안이고, 도시의 경우 3,234위안을 기록
- 메이니엔다지엔캉(美年達健康), 초밍(慈銘體檢), 아이캉구오빈(愛康國寶)이 3대 민영 검진센터으로 꼽힘
- 외부환경 변화에 따른 시장 성장세 전망
 - 2020년까지 의료시장을 8조 위안까지 성장시키겠다는 중국 정부의 의료산업 육성책과 신도시화 정책, 보험 혜택 확대 등 외부환경 여건 변화에 따라 중국 의료시장의 폭발적 성장세 예상

진출 정보

- 의료기관 설립의 초기 투자 비용은 약 2,000만 위안이 소비되며 비용 회수에서 상당 시간이 소요되는데, 중국의 외자의료기관의 경영 기한은 20년으로 그 후에는 다시 인허가 절차를 밟아야 함⁸¹⁾
- 양로원 사업은 타 산업에 비해 투자 및 회수 기간이 장기이기 때문에 철저한 사전 조사와 투자 계획이 수반되어야 하며 장기적인 전략과 안정적 투자를 고려하는 투자자의 경우 검토해볼 만함

[참고]

시장 이슈 알아보기!!

※ 외국 의료서비스 개방 "중국 의료시장, 외국투자자에 기회 확대"

배경

- 재정난에 시달리는 국영병원과 절대적 수가 부족한 민영병원으로 인하여 중국 의료기술만으로는 소득수준 향상과 노령화로 급증하는 의료수요 대응 어려움
- 아울러 저소득층이나 도시 농민공 등 사회약자들이 의료 혜택의 사각지대에 놓이게 되면서 사회적 문제로 대두
- 이에 따라 외국투자자들에게 중국의료시장을 일부 개방함으로써 선진의료기술 도입을 통한 의료서비스의 질적 향상을 도모함

주요내용

- 2014년 8월 국가위생 및 출산계획위원회와 상무부는 베이징(北京)시, 텐진(天津)시, 상하이(上海)시, 장쑤(江蘇)성, 푸젠(福建)성, 광둥(廣東)성, 하이난(海南)성 등을 시범지역으로 지정해 외자독자병원의 설립을 허가
- 설립요건은 △민사책임을 질 수 있는 법인 △의료보건의투자와 관리에 직·간접 중사 경험 보유 △3개 요건 중 하나 부합(국제선진 병원 경영이념과 관리 및 서비스 모델 제공, 선진수준의 의료기술과 설비 제공, 현지 의료서비스 능력·의료기술·자금과 의료시설 분야에 공헌)

전망/시사점

- 미용에 대한 관심 증가로 건강관리, 고급치과, 성형 등 분야 新수요 창출 전망
- 중산층 이상을 대상으로 하는 고급 의료서비스 제공 및 관리 등 차별화 전략으로 유망분야 선점이 필요함



이미지: 양청원바오(羊城晚報)



이미지: 진르중국(今日中國)

자료: KOTRA(2015), 중소기업 중국 내수시장 진출 종합안내서

(2) 분야별 해설

6. 환경 서비스⁸²⁾



FTA 정보 및 영향

82)

환경 품질 모니터링 및 오염원 조사는 제외, 폐수 서비스(CPC 9401), 고형 폐기물 처리 서비스(CPC 9402), 배기 가스 정화 서비스(CPC 9404), 소음 저감 서비스(CPC 9405), 위생 서비스(CPC 9403), 자연 및 경관 보호 서비스(CPC 9406, 다만 자연 보호 구역과 습지의 건설 및 운영은 제외), 기타 환경 보호 서비스(CPC 9409)

양허내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1) 환경 자문 서비스를 제외하고는 약속 안함
 - (Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 폐수, 고형 폐기물 처리, 배기가스 정화, 소음저감, 위생 서비스 5개 분야에 있어 순 외국인 소유 기업이 허용됨
 - 자연 및 경관 보호 서비스와 기타 환경 보호 서비스는 외국인 다수 지분 소유 합작 투자 기업 형태로만 서비스 공급이 허용됨
 - (Mode4) 수평적 양허 분야 기재된 사항 외에는 약속 안함
- 내국민 대우에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2, Mode3) 제한 없음
 - (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함

FTA 영향

- 외자 독자기업의 5개 환경 서비스 분야 시장 진출 기회 확대
 - 중국은 DDA 양허에서 폐수, 고형 폐기물 처리, 배기가스 정화, 소음저감, 위생 서비스 등 5개 분야에 있어 합작기업 설립만을 허용해 왔으나 한중 FTA를 통해 한국기업의 독자 설립 허용

활용 모델 예시

- 환경 서비스 시장 진출 모델 등

중국 시장 진출정보

83)

NH투자증권(2015),
China Report

시장 정보

- 중국은 2013년 환경산업에 9,516억 위안(GDP의 1.67%)을 투자⁸³⁾
 - 환경산업 인프라 투자에 54.9%, 공업오염처리에 9.1%, 환경보호에 36.0% 투자
- 환경보호법의 개정, 12·5 계획의 7대 전략적 신흥 산업에 에너지 절약 및 환경 보호, 신재생 에너지 포함
- 환경법 강화와 친환경 분야 시장 개방으로 수요 증가 전망
 - 강화된 新환경법 제정으로 오염물질 처리 및 관리 등 환경 관련 분야의 수요 증가 기대
 - 2015년 수정된 외상투자산업지도목록에서 친환경 분야에 대한 시장 개방을 확대하였으며 이에 따른 외국인 투자 증가 기대

진출 정보

- 인허가 취득에 장기간 소요되고 인허가 불허 업종이 확대
- 해당지역의 환경 이슈에 따라 지역별 규제와 정부규제 기준 상이

[참고]

시장 이슈 알아보기!!

※ 친환경법 강화“환경오염 Stop! 초고강도 환경보호법 발표”

배경

- 최악의 스모그와 토지·수질 오염에 시달리는 중국이 25년 만에 환경보호법을 개정하여 환경오염 유발자에 대한 벌금 상한제 폐지를 규정하는 등 엄격한 환경법 도입

주요내용

- 2014년 4월 △환경보호 위법행위에 대한 벌금의 상한선 폐지 △최초로 환경 부서에 압류 및 권한 부여 △생산제한 및 중지, 폐쇄 집행 △강제 정보공개 등의 내용을 골자로 한 새로운 ‘환경보호법’을 발표
- 법 조항이 기존 47개에서 70개로 대폭 늘어나면서 기업의 오염방지 책임 강화와 위법행위에 대한 법적 제재를 강화하는 것이 주요 목표

전망/시사점

- 중국 정부는 환경문제를 반드시 해결해야 하는 국가 중대 사안으로 인식하고 다양한 정책을 통해 문제를 해결하고자 하는 강한 의지를 보이고 있어 향후 환경산업 규모는 갈수록 확대될 것으로 보임
- 중국 진출을 추진하고자 하는 한국 기업은 관련 정책을 세밀하게 파악하고 타깃시장 및 전략을 모색하는 것이 필요



이미지: 관덴중국(觀點中國)



이미지: 바이두(百度)

자료: KOTRA(2015), 중소기업 중국 내수시장 진출 종합안내서

(2) 분야별 해설

7. 관광 및 여행 관련 서비스



FTA 정보 및 영향

84]

여행 대행 및 알선(CPC 7471)

85]

김덕가유지윤(1998), 국제관광통계 작성방안, WTO와 UN의 관광 분류 기준에 따르면, 관광의 기본적인 유형은 국민국내관광(Domestic Tourism), 외국인과관광(Inbound Tourism), 국민해외관광(아웃바운드 관광)(Outbound Tourism)으로 구분됨

양허내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2, Mode3) 제한 없음
 - (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함
- 내국민 대우에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 제한 없음
 - 다만 합작 투자 또는 순지분 소유 여행 대행 및 알선업체의 중국인 해외 여행 및 홍콩, 마카오 및 대만으로의 여행 활동에 대한 종사는 허용되지 않음
 - (Mode4) 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함

※ 특별 합의

- 아웃바운드 관광⁸⁵⁾ 협력(제17.22조)
 - 중국은 한국 관광회사가 중국 관련 법 및 규정에 따라 현 시범 사업 계획 하에 서의 아웃바운드 관광 운영사업 지원을 장려함*
 - * 중국 상무부 및 국가여유국에 의해 공표된 법령 제33호에 따라 2010년부터 중국 국가여유국에 의해 운영되는 계획을 가리키며 이 계획에 따라 외자 관광회사 네곳이 아웃바운드 관광 사업 운영 허가를 취득
 - 한국 관광회사의 지원과 관련해서 중국은 지원한 한국 회사가 중국 관련 법 및 규정에 규정된 모든 조건을 충족한 경우, 한국 관광 회사의 아웃바운드 관광 사업 운영 승인을 긍정적으로 검토하는데 우선권을 부여할 것임
 - 한국의 문화체육관광부 및 중국의 국가여유국은 협력 증진을 위한 채널을 설립할 것임

FTA 영향

- 한국 기업에게 중국 아웃바운드 관광 업무 분야가 개방되어 한국 여행사가 중국에서 아웃바운드 관광 업무에 종사할 수 있는 기회 확대를 기대
- 한국 및 제3국으로 나가는 중국 관광객 대상으로 다양한 상품 개발 확대 기회

활용 모델 예시

- 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델 등

중국 시장 진출정보

86)

UNWTO(2014),
Tourism Highlights

시장 정보

- 해외여행에 대한 정책적 제한의 완화, 소득수준 향상에 따른 관광 수요가 급속히 확대
 - 2014년 해외여행을 떠난 중국인이 전년 대비 18.7% 증가한 1.2억 명에 달하며 세계 최대의 아웃바운드 관광시장으로 부상
 - 2013년 중국 관광객의 해외여행 지출규모(International tourism Expenditure)는 1,290억 달러⁸⁶⁾를 기록
 - 중국내 등록 여행사는 2만 6,054개로 전년 대비 4.5% 증가함
 - * 2013년 여행사의 자산 총액은 1,040억 위안, 영업소득은 3,599억 위안을 기록했으며, 2013년 여행사를 통한 단체 관광객은 3,356만 명으로 전년 보다 18.6% 증가
- 독일, 미국, 일본 등 3개국의 합자회사(독일-TUI, 미국-아멕스, 일본-JTB)에만 허용(2011년)되었으며 외자 단독회사 없음
- 해외관광에 대한 중국인의 수요는 지속적으로 확대될 전망이며 세계 관광시장에서 차지하는 비중 역시 상승할 전망

진출 정보

- 여행사조례(旅行社條例) 제23조에 의해 외자 여행사*는 중국인의 아웃바운드 관광 업무에 종사할 수 없으나 국무원 결정이나 자유무역협정에 의해 규정하는 것은 예외로 함⁸⁷⁾
 - * 외자 여행사란 중외합자, 중외합작, 외자단독 여행사를 의미함

87)

산업연구원(2014), 한-중 FTA
서비스협상의 업종별 대응방향

(2) 분야별 해설

8. 광고 서비스



FTA 정보 및 영향

88)

광고 서비스(CPC 871)

양허내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2) 외국 광고 서비스의 공급 권리를 가진 중국에 등록된 광고 대행사를 통해서만 가능
 - (Mode3) 한국 서비스 공급자는 중국내 광고 기업 설립이 허용되며 순 외국인 소유 자회사도 허용됨
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함
- 내국민 대우에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2, Mode3) 제한 없음
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함

FTA 영향

- 중국에 등록된 광고 에이전트를 통하여만 가능(국경 간 서비스), 중국에 광고회사를 설립한 한국 서비스 공급자는 완전한 외국인 소유 자회사만 허용
- 협정에 의한 직접적 개방효과는 없으나 전자상거래 발전 및 문화콘텐츠 교류 확대에 따른 간접적 시장 진출 기회 기대

활용 모델 예시

- 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델 등

중국 시장 진출정보

89]

한국콘텐츠진흥원(2013),
한류와 FTA를 통한 신흥시장
진출 방안 연구

시장 정보

- 온라인 광고 시장의 성장과 전통 매체 광고 대체
 - 중국 광고 시장은 2013년 5,020억 위안으로 동기 대비 6.9% 성장
 - 인터넷과 모바일 인터넷으로 대표되는 디지털 매체 광고가 TV, 신문 등 전통적 매체 광고를 대체하며 빠른 성장세를 보임
 - 인터넷 광고 시장은 검색엔진, 온라인 게임, SNS 등 새로운 매체의 보급 확대에 따라 확장하고 있음
- 인터넷 활성화와 모바일 사용자 증가로 시장 기회 확대
 - 인터넷 보급 활성화에 기인한 디지털 광고의 폭발적 성장으로 향후 5년간 12.5%의 높은 연평균 성장률을 기록하며 572억 3,400만 달러 규모에 도달할 전망^{89]}
 - 모바일 사용자 확대와 전자상거래 발달과 더불어 모바일 및 온라인 광고 시장의 활용 기회 증가 예상

90]

산업연구원(2013), 한국 광고 산업의
대중국 진출 전략

진출 정보

- 법률상 외국 기업에 대한 광고 시장 진입규제가 없으나 광고 내용과 관련해서는 법률상 광고 방영 후 강제적 사후 규제를 실시함^{90]}

(2) 분야별 해설

9. 사진 서비스



FTA 정보 및 영향

911

사진 서비스(CPC 875)

양허내용

- 시장접근에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2) 제한 없음
 - (Mode3) 외국인 다수 지분 소유의 합작 투자 기업 형태만 허용됨
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함
- 내국민 대우에 대한 제한
 - (Mode1, Mode2, Mode3) 제한 없음
 - (Mode4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함

FTA 영향

- 협정을 통한 직접적 개방효과는 없으나 문화 교류 확대와 산아제한 정책 완화 등 여러 주변 요인들에 의한 시장 기회 증가

활용 모델 예시

- 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델 등

중국 시장 진출정보

92)

중국의 인물 촬영 업종은 종합 촬영, 웨딩 촬영, 아동 촬영 시장으로 나뉘. 中國報告大廳(2014)

93)

KOTRA(2015), 차별화 전략으로 中 웨딩촬영시장 공략하는 한국업체들

94)

IBIS World(2015),
Wedding Services in China

95)

한국무역협회 국제무역연구원(2014),
중국 생활 서비스 시장, 차량 없는
국도와 유사

96)

中國報告大廳(2014)

시장 정보

1) 웨딩 촬영 시장⁹²⁾

- 중국 웨딩 산업은 지난 5년간 6.2%의 성장세를 보임
 - 2013년 206억 달러의 규모로 성장했으며 그 중 웨딩 촬영 시장은 500억 위안(약 80억 4,000만 달러) 규모에 달함⁹³⁾
 - 웨딩 서비스 중, 한국 웨딩 화보·영상 촬영에 대한 중국 소비자들의 수요가 늘고 있으며 마진율에 있어서도 17%에서 최대 50%로 높음⁹⁴⁾
- 현재 중국에는 약 45만개의 웨딩 촬영 업체가 있으며 주로 중국 현지 업체와 대만계 업체가 주를 이룸
 - (중국) 선전시 티엔창디주문화산업주식유한공사(深圳市天長地久文化產業股份有限公司), 광둥쑤쑤웨딩촬영유한공사(廣東色色婚紗攝影有限公司), V2비전촬영그룹(V2視覺攝影集團), 쓰야CC창이웨딩촬영공사(三亞CC創意婚紗攝影公司) 등
 - (대만계) 진푸런실업유한공사(金夫人實業有限公司), 웨이웨이신낭그룹(薇薇新娘集團), 상하이파리웨딩촬영유한공사(上海巴黎婚紗攝影有限公司) 등
 - (한국) ARTIZ STUDIO, IU VISION, SUM STUDIO 등
- 낮은 규제와 문화콘텐츠 교류에 따른 新블루오션으로 부상⁹⁵⁾
 - 웨딩 산업과 같은 생활밀착형 서비스 분야의 경우, 외국 기업에 대한 정부 규제가 없고, 시장을 장악하는 대기업도 없어 진입 장벽이 낮은 편임
 - 한국 문화 콘텐츠 접촉 기회 증가에 따른 한국 웨딩 촬영 수요의 지속적 확대 기대

2) 아동 촬영 시장

- 아동 성장 단계별로 앨범을 만들고자 하는 소비 트렌드에 따라 시장은 빠르게 성장 중이며 규모가 200억 위안에 달함⁹⁶⁾
 - 상무부 통계에 따르면, 중국의 아동 촬영 기업 수는 약 4만 4,000여개에 달하며 매년 빠른 속도로 증가하고 있음
- 독일 및 홍콩계 기업, 중국 시장 진출 박차
 - 독일의 FACE MEMO는 고급 아동 촬영의 대표기업인 베이징의 즈마카이먼(芝麻開門)과 협력해 2012년 6월 중국 시장에 진출
 - 홍콩의 미뤄이(米洛伊)는 2014년 8월 정식으로 중국 시장에 진출 하고 임신부 및 영유아를 주요 대상으로 친환경적이고 독특한 앨범과 액자 디자인으로 소비자 공략
- 산아제한 정책 완화 및 자녀에 대한 투자를 아끼지 않는 중국인의 소비습관은 향후 아동 촬영 시장의 발전 잠재력이 될 것으로 예상
- 아동 촬영의 수요가 증가되고 콘셉트가 다양해지면서 관련 의류 및 도구 시장의 확대도 예상

진출 정보

- 사진촬영 서비스는 생활 밀착형 서비스의 일종으로 시장 진입에 대한 규제가 없어 개인 혹은 기업 형태로 진출 가능

(2) 분야별 해설

10. 전자상거래⁹⁷⁾



FTA 정보 및 영향

97)

한·중 FTA 협정문 제13장 전자상거래

주: 전자상거래는 한·중 FTA 서비스

무역 내 구체적 양허 목록에는 포함
되어 있지 않으나 新유통채널로서
현재 큰 주목을 받고 있기 때문에
분석의 대상으로 선정하였고, 구체적인
양허일정 대신 FTA 협정문 내용을
정리함

양허내용

■ 전자인증 및 전자서명(협정문 제13.4조)

- 어떠한 당사국도 서명이 전자적 형태로 되어 있다는 근거만으로 법적 효력을 부인하는 전자서명을 위한 법률을 채택하거나 유지할 수 없음
- 각 당사국은 다음을 허용하는 전자서명을 위한 국내 법률 유지함
 - 전자상거래의 당사자가 적절한 전자서명과 인증 방법을 상호 결정하는 법률
 - 전자상거래에 대한 자신의 전자인증이 전자인증에 대한 법적 요건을 준수하고 있다는 것을 전자 인증기관이 사법 또는 행정 당국에 입증할 수 있는 기회를 갖도록 하는 법률
- 각 당사국은 디지털 인증서 및 전자서명의 상호 인정을 위해 노력
- 각 당사국은 사업 분야에서 디지털 인증서의 사용을 장려함

■ 전자상거래상의 개인정보 보호(협정문 제13.5조)

- 전자상거래상의 개인정보 보호의 중요성을 인정하면서 각 당사국은 전자상거래 이용자의 개인정보 보호를 보장하는 조치를 채택 또는 유지하고, 전자상거래상의 개인정보 보호에 관한 정보와 경험을 공유함

■ 종이 없는 무역(협정문 제13.6조)

- 각 당사국은 무역행정문서가 대중에게 전자적 형태로 이용 가능하도록 노력함
- 각 당사국은 전자적으로 제출된 무역행정문서를 종이형식의 문서와 법적으로 동등한 것으로 수용될 가능성을 모색함

■ 전자상거래에 관한 협력(협정문 제13.7조)

- 양 당사국은 특히 법과 규정, 규칙 및 기준, 그리고 우수 관행을 포함하여 전자상거래와 관련된 사안에 관한 정보와 경험을 공유하기로 합의함
- 양 당사국은 전자상거래의 발전을 증진시키기 위한 연구 및 훈련 활동에서의 협력을 장려함
- 양 당사국은 사업의 교류, 협력 활동 그리고 전자상거래 공동사업을 장려함
- 양 당사국은 전자상거래의 발전을 증진하기 위하여 지역 및 다자 협의체에 협조적인 방식으로 능동적으로 참여함

■ 분쟁해결의 적용 예외(협정문 제13.9조)

- 어떠한 당사국도 이 장에서 발생하는 어떠한 사안에 대해서도 제20장(분쟁해결)을 이용하지 아니함

FTA 영향	■ 전자서명, 종이 없는 무역, 개인정보 보호 등 전자상거래 촉진의 기반 마련 – 중국은 최초로 FTA에서 전자상거래 챕터를 수용하였으며, 전자서명, 종이 없는 무역, 개인정보 보호, 전자상거래에 관한 협력 노력에 관한 합의를 도출함
---------------	---

활용 모델 예시	■ 중국 자본 유치를 통한 내수시장 진출 모델 ■ 중국 권역별 유망산업 활용 모델 등
-----------------	--

중국 시장 진출정보

98]

iResearch 중국 전자상거래 관련
통계 수치 참고 작성

시장 정보	■ 인터넷 인프라 확충 및 이용자 수 증가로 중국의 전자상거래 시장은 높은 성장세를 지속함 – 2014년 전자상거래 시장은 전년 대비 21.3%가 늘어난 12조 3,000억 위안 규모로 성장^{98]} ■ 중국 정부는 정보통신 인프라 확충이나 전자상거래 발전촉진을 위한 다양한 정책을 추진할 것으로 전망 ■ 온오프라인 연결 및 전자상거래와 전통 유통업의 접목 – ‘인터넷플러스’, ‘중국제조 2025’ 등의 추진으로 온오프라인 연결성이 강화되고 전자상거래와 전통 유통업의 접목 통해 중국 소비자들에게는 풍부한 소비품을 업체에게는 다양한 플랫폼 제공이 예상
--------------	--

99]

산업연구원(2014), 한중 FTA
서비스협상의 업종별 대응방향

진출 정보	■ ICP 허가제와 인터넷 등록제도를 통해 기업의 전산업무 관련 경영활동을 감시함^{99]} – 인터넷 사이트는 경영성 사이트와 비경영성 사이트로 구분, 그 중 경영성 사이트는 반드시 ICP 허가증을 취득해야 하며 비경영성 사이트의 경우 등록 절차만으로도 가능 – 인터넷 등록제는 중국 정부의 그레이트 파이어월(Great Firewall)에 인터넷 도메인을 등록하는 제도로 중국 정부의 사이트 관리 규제 수단의 역할을 함 ■ 2015년 6월 ‘온라인 데이터 처리와 거래 처리 업무’에 대한 외국인 지분 비율 제한을 폐지하기로 결정 – 전자상거래 분야 외자 진입 규제가 폐지된 것으로 볼 수 있으나, 외국인 투자자의 기타 허가 조건 및 비준 절차는 ‘외상투자전신기업관리 규정’의 관련 규정에 따른다고 되어 있기 때문에 각 성의 전신관리부서 실무에 대한 사전 확인이 필요 (법무법인 율촌, 2015)
--------------	---

[참고]

시장 이슈 알아보기!!

※ 전자상거래 시장 확산"신 소비채널을 주도하며 급성장"

배경

- 정보통신(IT) 기술의 빠른 발전과 함께 시간과 장소에 구애받지 않고 자유롭게 쇼핑을 즐기는 고객층이 늘어남
- 온라인을 통해 저렴하고 다양한 제품을 구입하고 소비하려는 심리가 온라인 쇼핑 붐을 가속화시킴

주요내용

- 온라인 결제 및 송금, 지불청구 서비스 제공 사이트인 즈푸바오(支付宝)에 따르면 2013년 고객 1인당 연평균 지출이 1만 922위안을 기록하며 '만 위안시대'에 진입
- 여성은 주로 화장품과 패션 분야에서, 남성은 디지털기기와 남성복 분야에서 구매비중이 높았으며, 구매력이 상대적으로 약한 학생은 패션 및 휴대폰 관련 제품의 구매비중이 높은 것으로 나타남

전망/시사점

- 중국 온라인 쇼핑 규모는 향후 몇 년간 지속적인 확대가 기대되며, 2015년에는 63% 성장한 3조 위안(약 528조 원)에 달할 전망
- 여성용, 유아용 제품의 온라인 구매가 많기 때문에 아동용서적, 학습자료 등의 틈새 품목 공략이 필요함
- 가격은 물론 품질, 디자인 등 분야에서 고객 니즈를 만족시키고 다양한 혜택을 제공하는 등 차별화된 맞춤형 서비스 제공이 필요함



이미지: 바이두(百度)



이미지: 후둥바이케(互动百科)

자료: KOTRA(2015), 중소기업 중국 내수시장 진출 종합안내서



부록

FTA 관련 주요 정보 사이트¹⁰⁰⁾

100)

KOTRA(2015). 한중 FTA협정문 실무활용가이드

296 | 한·중 FTA 비즈니스 모델 및 활용

296 | 한·중 FTA 비즈니스 모델 및 활용



포털명 FTA 강국, KOREA 연락처 FTA클센터 1380
포털 주소 <http://www.fta.go.kr> 운영기관 산업통상자원부

국가정보	(151개국 국가정보) 국가개요, 정치사회동향, 한국과의 주요이슈, 경제동향 및 전망, 주요산업동향, 지역 무역협정 체결현황, 수출입동향, 수입규제, 주요인증제도, 통관절차 등 각 항목별 국가 정보	
상품 인증	상품DB	KOTRA 해외 무역관에서 작성한 각국 상품정보를 HS코드, 품목명, 지역 등에 따라 검색 가능
	상품 산업트렌드	각국 상품 또는 산업 트렌드
	해외인증제도	품목(HS코드)별, 국가별 인증정보 및 인증절차
	해외인증컨설팅사	고객의 해외 인증 획득 편의를 위한 참고 자료로서 현지 인증 대행 컨설팅사가 KOTRA에 제공한 정보를 취합, 수록
	국별유망산업보고서	국가별 유망산업 관련 보고서, 생생단신, GW뉴스레터
해외시장동향	국가별 경제동향, 생생단신, GW뉴스레터	
통상정보	- 국가별 FTA 통상정책, 통관·수입규제, TBT, 기타무역장벽 관련 통상속보 - 통관절차, TBT/SPS, 투자장벽, 수입규제 등의 비관세조치 데이터베이스	
해외투자 정보	해외투자속보	해외투자진출과 관련된 최신 투자환경 동향
	해외지재권보호정보	해외 현지 IP DESK에서 우리기업의 지식재산권 보호를 위해 관련 정보 제공 (중국, 베트남, 태국, 미국, 독일)
	해외진출기업정보	
	투자실무자가이드	
	주간투자뉴스	
연구보고서	정치경제이슈 무역통상 해외투자진출 상품산업	
자료실	- 지역·국별 진출전략 보고서 - 설명회·세미나 관련 자료 - 해외출장자료 - 글로벌이슈페이퍼 - KOTRA insight	- 경제·통상현안자료 - 해외전문조사기관이용안내 - 국가신용도리포트 - 해외무역관뉴스레터 - 해외기업검색사이트

FTA 무역종합지원센터

The screenshot displays the homepage of the FTA Trade Support Center. At the top, there are navigation links for 'HOME', '로그인', and 'Sitemap'. Below this, a search bar is present. The main navigation bar includes links for 'FTA1380 상담', 'FTA Flow/지원안내', 'FTA 활용', 'FTA협정정보', '관세율/원산지', 'FTA소식', '자료실', and '센터소개'. A secondary bar highlights 'FTA Flow' with sub-links for '수출자', '로컬수출자', and '수입자'. The central area features a series of icons representing different services: '고급분석', '세관법인 HSC도', '협약지대 품목분류', '원산지확인서 발급', '원산지명칭 기준 확인', '원산지명칭 원산지시스템', '통관세발급 및 서류보관', and '수입자에게 제공'. Below this, there are sections for '자주 찾는 서비스' (Popular Services) with links to '수출관세율', '비관세장벽모집 트레이드 내비', '수입관세율', 'FTA 센터안내 (홍보브로슈어)', '원산지 기준', and '사후검증 애로신고'. The 'FTA1380 상담' section lists '업종별 상담', '협정별 상담', and '애로별 상담'. The 'FTA지원사업안내' section includes '지원사업 통합안내', '설명회·세미나', 'FTA 전설설', '원산지관리 시스템 보급', and '사후검증 대응지원'. A 'FTA뉴스' section provides recent news items with dates. At the bottom right, there is a 'TradeNAVI' section with a calendar for September 2015 and a note about trade agreements.

포털명 FTA 한국, KOREA

포털 주소 <http://www.fta.go.kr>

연락처 FTA콜센터 1380

운영기관 산업통상자원부

1380 상담	업종별 상담	자동차부품 기계 화학 전기전자 섬유 농수산물
	협정별 상담	한·칠레 한·싱가포르 한·EFTA 한·ASEAN 한·인도 한·미 한·터키 한·EU
	애로별 상담	품목분류 원산지기준 원산지판정 원산지증명서발급 원산지관리시스템 사후검증
	FTA전문가	
	FAQ	
FTA Flow / 지원안내	- 수출자, 로컬수출자, 수입자별 FTA Flow 절차 안내 - 유관기관 FTA 지원사업 통합안내	
FTA 활용	- FTA 효과분석, 품목분류, 원산지기준확인, 원산지판정, 원산지증명서발급, 원산지관리시스템, 서류 및 증빙 관리, 사후검증대응, FTA 시장정보	
FTA 협정정보	- FTA 협정문 보기 - 한국 및 주요국의 FTA 체결현황 - 전세계의 RTA 체결현황 - WTO/DDA 정보	
관세율/원산지	- 수출(상대국의 관세율), 수입(한국의관세율) 조회 - 원산지기준, 판정 시물레이션, HSK품목분류	



포털명 해외비즈니스정보포털

연락처 1600-7119

포털 주소 <http://www.globalwindow.org>

부서 KOTRA

FTA 활용	- FTA 수출입 통관제도를 이용하기 위한 절차 안내 - 원산지증명서 개요, 발급절차, 서식 제공 - FTA 관련법령, 협정별 물량관리, FTA 통계정보, 세율정보 - 원산지 결정 기준, 원산지 확인서	
원산지검증	원산지 검증	개요, 체크포인트, 원산지검증 이후 조치
	서류보관가이드 라인	수출입 기업의 기록 및 자료 보관 가이드라인
	자가검증 TOOL	수출/수입자용 원산지 검증 표준 질의서 서식
	협정관세 적용제한 및 적용보류	협정관세 적용제한 및 적용보류 품목 명시
	검증사례	한·미, 한·EU/EFTA, 한·ASEAN FTA 검증사례
	원산지검증지원센터	FTA 사후검증 상담전담팀 (1577-8577)
FTA 기업지원	- FTA 비즈니스모델 제시 (FTA관세혜택활용, 원산지결정활용, 품목분류활용, 관세행정제도활용, FTA허브, 물류비 절감, 유관기관협력, 지역특화산업) - 한·미 FTA활용 - 경진대회 사례모음 - FTA 용어집 - FTA 교육일정 - HS 연계표	
FTA 자료실	- 협정별 자료, 협정별 집행지침, 협정별 서식모음, 협정별 세율정보, 협정별 원산지 결정 기준 - FTA 무역리포트, E-Book, 협정별 실무 가이드, FTA-PASS 소식지 - 상대국 통관환경 설명회 자료	
FTA 사전확인제	- 개요 및 사전확인제 처리 절차 안내	

통합무역정보서비스 트레이드네비



포털명 FTA무역종합지원센터
포털 주소 <http://okftakita.net>

연락처 FTA콜센터 1380
운영기관 산업통상자원부, 한국무역협회

뉴스	FTA / 관세	무역규제	해외마케팅
- 해외시장동향 - 해외관세동향 - 기술규제동향 - 수입규제동향 - FTA 뉴스 - 유관기관 뉴스 - 전문가칼럼 - 동영상무역정보 KITA - 동영상무역정보 KOTRA	- 품목별 정보검색 - 통합관세비교 - 세율/비관세장벽MAP - 관세안내 - FTA 현황 - FTA 원산지 - FTA 사후검증대응	- 비관세장벽 - TBT 통보문 - 환경규제 - 인증 - 규격 - 수입요건 - 전락물자 - 수출장벽 - 반덤핑 규제 - 분쟁광물규제 - 규제안내	- 해외 오피정보 - 해외 조달정보 - 해외 전시회정보 - 국가별 시장정보 - 국가별 법령정보 - 해외 시장보고서 - 해외 시장 종합보고서
해외기업정보	수출지원	무역애로	무역통계
- 무역협회 - KOTRA - 무역보험공사 - 중소기업진흥공단	- 무역통상진흥 종합시책 - 분쟁해결/규제대응 - 무역지원사업정보 - 무역지원제도 - 글로벌무역정보MAP - 서비스산업정보MAP - 무역정보안내지도 - 무역용어/서식	- Trade SOS (KITA) - Trade Doctor - FTA 1380 - 전문가상담안내 - 애로사례모음	- K-stat 국가별 무역통계

정확한 HS코드 분류 확인 방법



UNI-PASS(<http://portal.customs.go.kr/main.html>)접속 후, '정보제공' → '품목분류정보' 클릭



화면 이동 후 '품목분류 검색' 클릭



검색옵션 설정 후 검색창에 검색어 입력

TIP.

정확한 품목확인으 관세사,
FTA무역종합지원센터,
관세청 고객지원센터 등
관세관련 전문가 및 기관에
문의



HS코드 및 분류세류 등의 내용을 참고하여 정확한 품목분류 확인

품목분류사전심사제도* 이용하기

* 품목분류사전심사제도란, 물품을 수출입하고자 하는 자 등이 수출입신고를 하기 전에 관세청장에게 당해 물품에 적용될 관세율표상의 품목분류를 심사하여 줄 것을 신청하는 제도



관세청 홈페이지 - 세계 HS 정보시스템 접속(www.customs.go.kr)



화면 이동 후 '품목분류사전심사' 클릭



화면 이동 후 '품목분류사전심사신청' 클릭 후 신청서 작성 및 제출

※ 신청요건

- 신청권자 : 물품을 수출입하고자 하는 자나 관세사
- 신청시기 : 수출입 신고 전(신청 후, 15~30일 처리기간 소요)
- 신청방법 : 신청서를 인터넷, 우편, 방문 등의 방법으로 신청

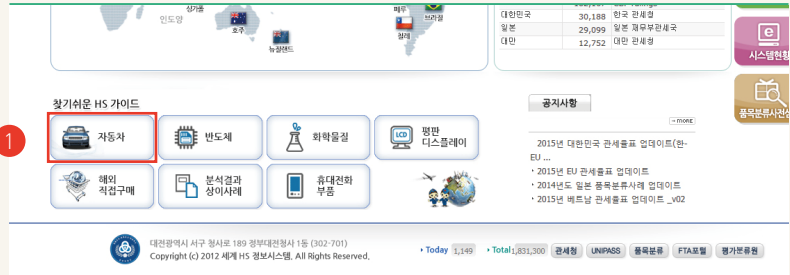
※ 우편 또는 방문 : 관세평가분류원 품목분류과 042)714-7509

※ 회신의 효력

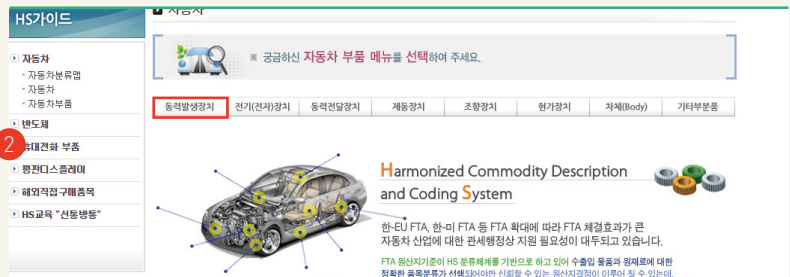
수출입신고된 물품이 회신된 것과 동일한 경우 세관장은 통지내용에 따라 품목분류하며, 품목분류사전심사서는 발급일로부터 1년간 유효

산업별 HS코드 검색*

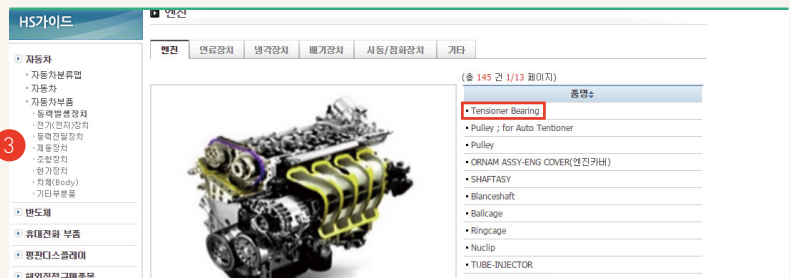
*
주요 산업(자동차, 반도체,
휴대전화 부품, 판디스플레이,
해외직접구매품목)의 부품
및 관련제품의 HS 코드 안내
(예시, 자동차 동력발생장치 중
Tensioner Bearing검색)



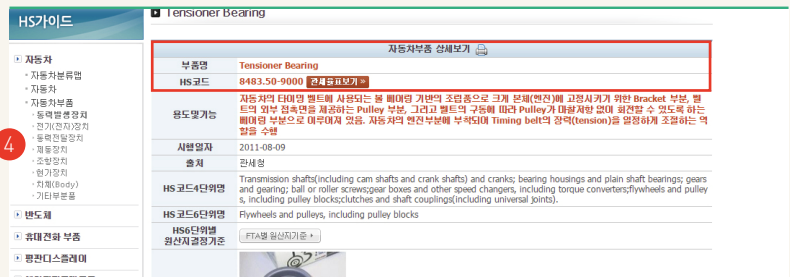
관세청 '세계 HS 정보시스템' 접속 후, '자동차' 클릭
(http://www.customs.go.kr/kcshome/wtm_index.po)



화면 이동 후 '동력발생장치' 클릭



화면 이동 후 'Tensioner Bearing' 클릭



'Tensioner Bearing'의 HS코드, 용도 및 기능 등 정보 검색 가능



FTA무역종합지원센터 홈페이지(okfta.kita.net) 접속 후, 수출자 업무흐름 확인



FTA무역종합지원센터 (okfta.kita.net) 접속 후, 로컬수출자 업무흐름 확인



FTA무역종합지원센터 홈페이지(okfta.kita.net) 접속 후, 수입자 업무흐름 확인

FTA 활용 사이버교육 소개

홈페이지 검색

FTA 강국, KOREA

홈 | 사이트맵 | 글자크기

우리나라 FTA | FTA 활용-대책 | 통상정책마당 | FTA 정보광장 | 참여마당 | 기관소개

우리나라 FTA 현황 한눈에 보기



Customized FTA
수요자 맞춤형 FTA정보

FTA 사이버연수원
FTA활용을 위한 사이버 강의

FTA활용유관기관
정부기관 및 산하유관기관 정보

국민참여마당
질의응답 및 의견제출

발효국가 | 서명/타결국가 | **협상중국가** | 협상재개여건조성국가 | 협상준비공동연구국가

자주찾는 서비스

관세율 정보 | 원산지 정보 | 시후검증 | 협정문 정보 | FTA주요내용 | 논문/연구보고서 | FTA용어찾기 | FTA뉴스 | FTA추진현황

FTA무역종합지원센터 홈페이지(okfta.kita.net) 접속 후, 수출자 업무흐름 확인

FTA 사이버연수원
FREE TRADE AGREEMENT

MEMBER LOGIN

아이디 | 비밀번호 | ID저장 | 로그인

회원가입 | 아이디/비밀번호 찾기

함께하는 FTA,
FTA사이버연수원에서
쉽게 배워보세요~!

나의강의실 | 수강신청 | FTA정보광장 | 지식플러스 | 고객센터

공지사항 | 이벤트

- [전체] FTA 사이버연수원 신규 과정 추가개설 안내를 드... 2015.08.12
- [전체] 2015년 교육일정 안내드립니다 2014.01.17
- [공지] 2015년 9월 시스템 정기점검 안내 2015.09.02
- [공지] SKT 알뜰폰 본인확인서비스 중단 안내 2015.08.20

빠른가게

01 모버일연수원 | 02 나의 학습현황 | 03 원격지원서비스 | 04 학습지원도구

열린공부방

업종별 FTA 교육과정 | FTA 기본·활용 교육과정

과정명	차시
01 전기전자산업과 FTA	
02 전기전자산업 품목분류와 세율	

FTA무역종합지원센터 홈페이지(okfta.kita.net) 접속 후, 수출자 업무흐름 확인

참고문헌

- 관세청 (2009), 한·아세안 FTA 활용방안
- 관세청 (2015), 한·중 FTA 100문 100답
- 김덕기·유지윤 (1998), 국제관광통계 작성방안
- 산업연구원 (2013), 중국 콘텐츠산업의 규제정책 변화와 시사점
- 산업연구원 (2013), 한국 광고 산업의 대중국 진출 전략
- 산업연구원 (2013), 한·중 FTA 협상준비를 위한 HS코드의 연계 및 관세율 DB 구축
- 산업연구원 (2014), 한·중 FTA 서비스협상의 업종별 대응방향
- 산업통상자원부 (2014), 한·중 FTA 상세설명 자료
- 산업통상자원부 (2015), 한·중 FTA 의미와 기대효과
- 산업통상자원부 (2015), 한·중 FTA 협정문
- 정보통신산업진흥원 (2013), 본격화되는 중국의 7대 신성장산업 육성 정책
- 중소기업청·중소기업진흥공단 (2015), 한·중 FTA 협정문 및 관세 양허표
- 한국농수산식품유통공사 (2014), 한국인삼 중국수출 증대를 위한 +ALPHA전략
- 한국무역협회 (2014), 중국 유망 소형가전 시장동향 보고서
- 한국무역협회 (2014), 중국 초음파세척기 시장 보고서
- 한국무역협회 (2015), 물산업의 한·중 FTA 활용방안
- 한국무역협회 국제무역연구원 (2014), 중국 생활 서비스 시장, 차량 없는 국도와 유사
- 한국무역협회 북경지부 (2015), 중국 애니메이션 산업 동향
- 한국보건산업진흥원 (2014), 2014년 의료기기산업 분석 보고서
- 한국보건산업진흥원 (2015), 중국 건강검진시장조사 및 검진서비스 진출전략
- 한국콘텐츠진흥원 (2013), 한·중 FTA와 콘텐츠산업 주요 쟁점
- 한국콘텐츠진흥원 (2014), 한류와 FTA를 통한 신시장 진출 방안 연구
- IBIS World (2015), Wedding Services in China
- KOTRA (2012), 중국, 점점 고급스러워지는 산후조리시장 트렌드
- KOTRA (2014), 2014 중국을 움직이는 소비트렌드
- KOTRA (2014), 중국의 산업지도 바꾸는 도시화 정책①: 국가 신도시화 계획
- KOTRA (2015), 2015 중국 사로잡을 4대 소비트렌드
- KOTRA (2015), 빠르게 성장하는 중국 유아교육시장을 주목하라
- KOTRA (2015), 中 교육시장에 불어 닥친 'e-러닝' 열풍
- KOTRA (2015), 중국 미용의료시장 골드러시
- KOTRA (2015), 중국 양로산업 현황 및 전망
- KOTRA (2015), 중국의 제조강국 도약 밑그림 '중국제조 2025' 발표
- KOTRA (2015), 중소기업 중국 내수시장 진출 종합 안내서
- KOTRA (2015), 차별화 전략으로 中 웨딩촬영시장 공략하는 한국업체들
- KOTRA (2015), 한·중 FTA 실무활용 가이드
- NH투자증권 (2015), China Report
- UNWTO (2014), Tourism Highlights
- 국제원산지정보원 (www.origin.or.kr)
- 기획재정부, 시사경제용어사전 (www.mosfgo.kr)
- 중국국가통계국 (www.stats.gov.cn)
- 한국경제신문, 한경 경제용어사전 (shankyung.com/dic)
- 한국무역협회 무역통계 (stat.kitanet)
- 한국무역협회 비관세장벽 포털 (www.ntb-portal.or.kr)

우리 기업이 꼭 알아야 할

한·중 FTA 비즈니스 모델 및 활용

KOCHI자료 15-005

ISBN: 978-89-94348-71-1 (13320)

발행인 김재홍

발행처 KOTRA

편집인 윤원석

발행일 2015년 10월

작성자 장상해, 김주혜, 오윤미

자료협조 김태경

감수 최대규 관세사 (신한관세법인), 오기형 변호사 (법무법인 태평양)

주소 서울시 서초구 현릉로 13 (우137-749)

전화 02.3460.7114 (대표)

홈페이지 www.kotra.or.kr

디자인 2b 02-545-4633

인쇄처 화신문화(주) 02-2272-0624

Copyright ©2015 by KOTRA All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

우리 기업이 꼭 알아야 할

한·중 FTA
비즈니스
모델 및 활용

Business Information for Korea-China FTA

kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency