

SCM CEO REPORT

Vol . 8
2012. 6

중국 물류시장 진출 성공키워드

[목 차]

- Ⅰ. 중국 물류산업 현황 및 전망
- Ⅱ. 글로벌 물류기업의 중국진출 현황
- Ⅲ. 우리 물류기업의 진출 현황
- Ⅳ. 중국 물류시장 진출시 유의사항

Executive Summary

- 2009년 이래 중국은 중앙정부의 주도하에 물류산업을 미래생존을 위한 10대 산업군으로 선정하고, 인프라 건설과 정책적 지원을 강화하고 있음
- 부문별 중국 물류현황 및 전망
 - 육상운송
 - 경쟁이 가장 치열한 시장 중 하나로, 영세한 업체의 난립으로 1차원적인 서비스와 낮은 운영수준이 특징
(2009년 시장규모 : 5,658억위엔, 2015년까지 연평균 10% 성장으로 1조위엔 초과 전망)
 - 택배서비스
 - 전자상거래 시장의 급속한 성장에 따라 동반 성장하고 있지만, 업체간 가격경쟁이 치열하고, 배송지연, 배송추적 불가, 화물손상 및 분실 등 고객서비스 수준 열악 (2011년 택배건수 : 36.73억건, 매출액 : 785억위엔)
 - 창고보관
 - 90% 이상이 국유창고를 재임대하는 구조로, 단순보관기능에 국한되어 있고, 전체적으로 수요대비 공급부족상태이며, 특히 입체창고, 냉장냉동창고, 위험품 창고 등 특수시설이 필요한 부문은 매우 부족
 - 제3자 물류
 - 신선물류, 화공위험품, 프로젝트화물 등에서 빠른 성장을 보이고 있으며 조달, A/S물류, 금융서비스, SCM관리 등 서비스 범위가 확대되고 있음
(2009년 시장규모 : 2,415억위엔, 2015년까지 연평균 20% 성장으로 4,000억위엔 전망)
- 중국 물류시장 진출 성공 키워드 : "GAPS (차별화)"
 - G : Glocalization (현지화)
 - A : Alliance (실력 있는 현지파트너와의 연대)
 - P : Policy (중국 중앙 및 지방정부의 정책 주시)
 - S : Specialization (특성화된 서비스 개발)

I. 중국 물류산업 현황 및 전망

'09년 이래 중앙정부의 주도하에 물류산업을 미래생존을 위한 10대 산업군으로 선정, 인프라 건설과 정책적 지원을 강화하고 있음

□ 사회 물류총비용 여전히 높은 수준

○ 발개위(國家發展改革委), 통계국, 중국물류구매연합회 등의 공동발표에 따르면, '11년 중국 사회물류총비용은 8.4조위엔('10년 대비 18.5% 증가)에 달함

* 사회물류총비용 구성 : 운송비 4.4조위엔 ('10년 대비 15.9% ↑), 보관비 2.9조위엔 (22.6% ↑), 관리비 1조위엔 (18.7% ↑)

○ '11년 국가물류비는 GDP 대비 17.8% 차지하고 있으며, 중국의 사회경제운영비용 중 물류비가 차지하는 비중이 여전히 높은 수준을 보임 (선진국의 경우 10% 내외)

* 중국 '11년 GDP총액은 47.2조RMB ('10년 대비 9.2% 증가)

* 최근 국가물류비는 물류효율화 등을 통해 그 비중이 점점 낮아지는 추세

[중국 사회물류총비용 추이]

(조RMB, %)



□ 물류 관련기관 및 물류정책

○ 관련기관

- 국가발전 및 개혁위원회, 상무부, 교통부, 철도부, 해관총서, 우정총국 등으로 기능이 분산되어 있음
- '08년초 국무원 주도로 분산되어 있는 행정기구를 통합하는 “대부제(大部制)”개혁을 실시, 기존의 교통부, 민항총국, 국가우정국을 통합하는 “교통운수부” 발족



○ 물류정책

- 중국의 경제개발정책은 5개년 계획 중심으로 이루어지며, '12년 현재 제12차 5개년 계획(12.5) 기간 중 (2011~2015년)

〈12.5 계획의 핵심내용 및 물류시사점〉

- GDP성장 7%, 소비자물가 4~5%, 도시화율 50% 전망
- 포용성 성장¹⁾, 잘 사는 국민(民富), 내수 확대, 지역간 균형발전
 - ☞ 소비재 물류 확대, 중서부지역 물동량 증가
- 7대 신흥전략산업 육성 : 에너지절약 및 환경보호, 차세대 정보기술, 바이오, 신재생에너지, 신에너지자동차, 첨단장비제조, 신소재
 - ☞ 저탄소, 환경 친화적 물류 수요 증가

1) 包容性 増長이란 그동안 성장 위주로 추구했던 경제정책을 소득분배, 민생안정을 중시하는 방향으로 선회해 모두가 함께 잘 사는 사회를 만들겠다는 것으로 2010년 9월, 후진타오 주석이 제5차 아시아 태평양경제협력체(APEC) 인력자원 개발장관급 회의 개막식에서 처음 언급한 뒤 새로운 화두가 됨

- '09년 국무원의 "물류업 조정 및 진흥규획" 발표 이후 물류산업에 대한 관심도 지속 상승

- 발개위 38개 부문과 조직에서 <규획> 실천을 위한 업무분조 구성
- 발개위, 재정부, 상무부 등 다양한 경로를 통한 자금 확보 및 중점 프로젝트 지원 확대, 각 정부 부문의 물류업 지원정책 수립
- 전국 과반수 이상의 성(省)정부는 실행세척 마련 및 전담기구 개설

〈물류업 조정 및 진흥규획의 핵심내용〉

- 물류업을 중국 10대 산업진흥군으로 선정
- 제조업 발전을 확대하기 위하여 물류업 진흥
- 주요 발전 영역 : 석유/석탄 등 광산품 물류시설 건립, 농산품 콜드체인, 농촌 물류시스템, 도시배송체계, 의약품물류, 화학 위험물 물류, 자동차 종합물류 시스템, 회수물류 및 폐기물 물류, 녹색물류

- 현재 중국 정부의 경제개발을 위한 정책초점은 서부대개발축으로 이동하고 있음

- 화동지역²⁾은 전략적 신흥산업 위주로 개편하고, 2차 산업은 중서부 지역으로 이전하는 것이 골자

〈국무원의 중서부지역 산업이전 계획서 ('10.8.31)〉

- 교통기반시설 등 사회간접자본 건설 강화 및 투자환경 개선
- 주요 산업 : 노동집약형 산업, 에너지 및 광산개발, 농산품가공업, 장비제조업, 현대서비스업, 하이테크산업, 가공무역

2) 산둥성, 강소성, 상해, 절강성, 복건성, 강서성, 안휘성을 말함

□ 부문별 중국 물류현황 및 전망

○ 육상운송

- 중국 도로운송시장은 경쟁이 가장 치열한 시장 중 하나로 영세한 업체의 난립, 1차원적인 서비스와 낮은 운영수준이 특징
 - * 중국 육로운송기업 약 1,000만개, 대부분이 차량 1~7대 보유한 소형업체, 최대 운송회사도 시장점유율 1% 미만
- 수요 대비 공급 초과로 저가수주 경쟁이 치열하고, 하청의 재하청을 반복하면서 서비스 품질 하락을 초래
- '09년 중국도로운송 시장규모는 5,658억위엔, '15년까지 연평균 10% 속도로 성장하여 1조억위엔을 초과할 것으로 전망되며,
- 이에 따라 고속도로망 발전계획(7918망³⁾)을 중심으로 교통인프라 확충에 대규모 투자를 진행하고 있음

[중국 교통기간시설 증가 현황]

(단위 : 만km)

| 연도 | 철도 | 도로 | 내하수로 | 파이프 |
|------|-----|-------|------|-----|
| 2006 | 7.7 | 345.7 | 12.3 | 4.8 |
| 2007 | 7.8 | 358.4 | 12.4 | 5.4 |
| 2008 | 8.0 | 373.0 | 12.3 | 5.9 |
| 2009 | 8.6 | 386.1 | 12.4 | 6.9 |
| 2010 | 9.1 | 400.8 | 12.4 | 7.7 |
| 2011 | 9.9 | 407.9 | 12.4 | 8.0 |

* 2011년 말 기준, 전체 도로407.9만KM 중 고속도로8.5만KM

* 자료 : 국가통계연감 2010, 2010公路水路交通运输行业发展统计公报 등

3) 국무원이 발표한 고속도로망 발전계획에 따르면, 12차 5개년 계획기간 동안 7개의 수도 방사선, 9개의 남북 종단선, 18개의 동서 횡단선이 건설될 예정이다. 이를 간략하게 "7918망"이라 지칭함

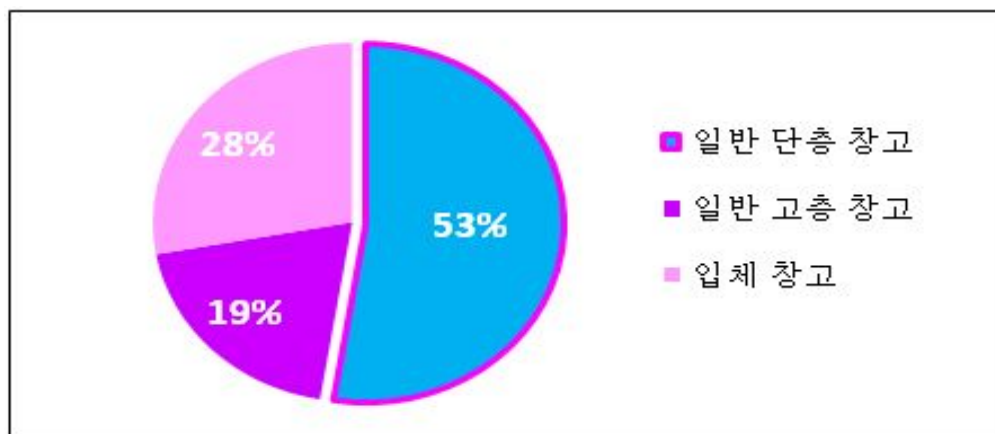
o 택배서비스

- 전자상거래 시장의 급속 성장에 따라, 택배시장도 동반 성장해 왔음
 - * '10년 기준 전체택배량 중 인터넷쇼핑 42% 점유 (자료 : 快遞咨詢網)
- '11년 중국택배시장은 36.73억건, 매출총액은 758억위엔으로 '10년 대비 각각 57%, 31.9% 성장
 - * 택배경영허가증 보유기업은 4,898개 ('10년 9월 30일 기준)
- 대부분 '四通一達(申通, 圓通, 中通, 匯通, 韻達 5개 대형 민영 택배업체)' 의 가맹점 형태이거나, 일정규모 미만의 영세업체가 주류
- 업체간 가격경쟁이 치열(2010년 업계이윤율 5% 미만)하고, 배송지연, 배송추적 불가, 화물손상 및 분실 등 고객서비스 수준은 아직 열악

o 창고보관

- 90% 이상이 국유 창고를 재임대하는 구조로 시장을 주도하는 거래기업이 없으며,
- 단순 보관기능에 국한, 차별화된 서비스가 없어 가격위주의 경쟁으로 시장환경은 매우 혼탁

[2010년 중국 주요 창고업체 시설 비례]



* 자료 : 국가통계국

- 전체적으로 수요 대비 공급부족상태이며, 특히 입체창고, 냉장냉동창고, 위험품 창고 부족 심각
 - * 전통적 평치창고가 절반이상을 차지함
- 최근 전자상거래 시장 확대에 따라 창고부족 현상 심화로 프로로지스 등 외자기업이 물류시설 개발에 적극 참여하면서, 선진 물류시스템을 갖춘 창고가 늘어나는 추세

o 제3자물류 (3PL : Third Party Logistics)

- '09년 시장규모는 2,415억위엔으로 향후 매년 20% 이상의 성장율을 보이며 '15년까지 4,000억위엔에 이를 것으로 전망
- 신선물류, 화공위험품, 프로젝트화물, 의류 등 부문에서 빠른 성장을 보이고 있으며, 조달, A/S물류, 금융서비스, SCM관리 등으로 서비스 범위가 확대되고 있음
- 또한 3자물류의 발전과 함께 정보기술이 물류기업의 가장 중요한 전략적 자원으로 떠오르고 있음

[중국 3PL 시장 추이 및 전망]

(단위 : 억 위엔)

| 구분 | 2005 | 2006 | 2010 | 2015 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|
| GDP | 183,217 | 211,923 | 285,000 | 400,000 |
| GDP대비 물류비용(%) | 18.5 | 18.3 | 16.8 | 14 |
| 물류비 | 33,860 | 38,781 | 47,880 | 56,000 |
| 3PL비율 (%) | 2.94 | 3.39 | 5 | 7 |
| 3PL연간증가율 (%) | 25 | 30 | 17 | 11 |
| 3PL 시장규모 | 1,000 | 1,300 | 2,400 | 4,000 |

* 자료 : 상하이물류발전연구원

Ⅱ. 글로벌 물류기업의 중국진출 현황

※ 물류시장 대외개방 가속화

- '05년 12월 11일 중국 WTO가입 이후, 물류시장에 외자기업 진출 국유, 민영, 외자의 삼각구도 형성
- 특히, 국제택배, 원양운수, 물류부동산 등 분야에서 외자기업이 뚜렷한 우세를 보이고 있음

| | |
|------|---|
| '03년 | 중국-홍콩/마카오 포괄적 경제동반자협정(CEPA) 체결 |
| '05년 | 중국 세계무역기구(WTO) 가입 |
| '08년 | 대륙-타이완 “대삼통(大三通)” 실현 * 대삼통 : “우편, 항공, 무역(通郵, 通航, 通商)”의 통로 확보 |
| '10년 | 중국-ASEAN 자유무역구(CAFTA) 출범 |
| '10년 | 대륙-타이완 양안경제협력기조협약(ECFA) 체결 |

□ 투자 영역별 진출현황

○ 국제우편화물 및 국내 택배서비스

- 외자기업이 가장 먼저 진입한 영역이며, 글로벌 거대 물류기업이 시장을 선점하여 과점하고 있음
 - * FedEx, TNT, UPS, DHL 등 글로벌 선진물류기업이 전체 시장의 80% 점유
- '05년 택배업 대외개방 이전 진출한 외자기업은 중외합작 형태의 진출이 대부분
 - ex) ‘시노트랜스-TNT’, ‘大田-UPS’
- 또한 '05년 완전개방 이후 글로벌 선진물류기업을 중심으로 독자법인으로 전환하는 추세
 - * UPS - 기존 大田지분 50% 인수하며 독자법인으로 전환
 - * TNT - 2007년 華宇物流有限公司 인수합병

- 국내기업으로는 현대로지스틱스, CJ GLS, CJ대한통운에서 국제택배사업 진출하고 있으나,
- 국내택배 분야에서는 현지업체의 치열한 가격경쟁과 2009년 신(新)우정법 발표 이후 불리한 경쟁조건 탓에 외자기업이 뚜렷한 성과를 내지 못하고 있음

[글로벌 물류기업 중국진출 현황]

| 현황 | DHL-Danzas | UPS | FedEx |
|-------|---|--|--|
| 진출 시기 | - DHL : 1986 - Danzas : 1998 | - 1988년 | - 1992년 아태지역본부 홍콩이전 - 1996년 : 유일한 중국 내 미국 배송업체 인정 |
| 규모 | - DHL : 베이징, 상하이, 광저우 허브 시설 - DHL-Sinotrans : 50개 도시 합자사무소 318개도시 서비스 제공 - Danzas : 2002년 선양, 쑤저우, 칭다오 물류센터 개설, 중국 전역 35개 사무소 및 창고 네트워크 | - Sinotrans로부터 23개 도시의 국제 익스프레스 업무 영업권 취득, 200개 이상 도시에 물류서비스 제공 | - 상하이, 베이징, 광저우, 선전 등 11개 국내/국제 배송거점에 |
| 전략 | - DHL : "First in China" 전략, 익일배달서비스 등 차별화 서비스 지속 개발 - Danzas : 포워딩, 소화물운송, 중량화물 운송 중심 3PL | - Sinotrans-UPS 국제택배 설립, UPS단독자본으로 운영 - Fritz, 양자강특송회사 등 인수/합병/제휴를 통한 네트워크 및 서비스영역 확장에 주력 | - 화남, 화동 중점 공략, 중미민항운수협정 활용 중국시장과 글로벌네트워크 연결 - 항저우 공항 물류센터 거점으로 국내택배시장 진출 - 220개 도시 서비스 : 대도시 → 중소도시 |

* 자료 : 한국물류기업의 중국 내 SCM전략 대안, 이현수 (2009.12.), 필자 편집

o 물류부동산

- 막강한 자금력을 바탕으로 글로벌 거대 물류부동산 전문기업의 진출이 활발
 - * 프로로지스(미), Macquarie Goodman(호주), 메이플 트리(싱), ASCENDAS 등의 산업부동산 업체 및 싱가포르항무집단(PSA) 등이 대표적
- 화동, 화남 및 화북지역의 중요 도시 물류원구에 대한 거액의 투자를 시작으로 향후 중서부 지역으로 확대될 전망

[사례 1 : 프로로지스]

- ◇ '03년 상하이를 거점으로 중국시장 진출
- ◇ '10년 말 베이징, 상하이, 광저우, 청두, 다롄, 항저우, 닝보, 선양, 티엔진, 우쑤, 주하이 등 19개 주요연해도시 및 내륙교통허브지역에 물류원구 건설
- ◇ 총 창고면적 680만 m^2 , 업계 최초 '시노트랜스' 창고면적 추월

[사례 2 : 싱가포르항무집단(PSA)]

- ◇ '01년 7월 광저우항과 8억위엔 규모 합작 체결, 광저우컨테이너 부두유한공사 설립을 통해 성공적으로 중국 시장에 진입
- ◇ '02년 광저우항무국과 합자로 광저우당성물류유한공사 추가 설립 및 20만 m^2 면적의 현대물류센터 건설 등 투자 확대

- '10년 만톤 이상 규모의 냉장창고를 건설(투자 15개 업체 중 4개 외 자기업)하는 등 최근 냉장창고의 투자 증가 추세가 완연
 - * Americold(미), PRO FORCE (미), 홍콩 타이구(太古), 일본 미쓰이(三井)
 - * '11년 11월 8일, '천진항'과 'PRO FORCE' 신선물류 합작협의 체결로 단지 총면적 약 4만 m^2 , 냉장냉동창고 2만 m^2 가 '13년에 정식 운영 예정

o 국제포워딩

- 초기 투자자본이 낮고, 거래 네트워크를 기반으로 하는 업태 특성상 가장 많은 외자기업이 진출해 있는 분야
 - * '04년 기준 5,012개 업체에 달하며 중국기업들은 영세기업이 주류
- Schenker, KUEHNE&NAGEL, PANALPINA, SDV 등 다국적기업들은 독자/합자법인 형태로 진출

o 제3자 물류

- 니폰익스프레스, 미쓰이물류, Bax Global, Havi Logistics 등 글로벌 물류기업들은 창고업, 포워딩, 택배 등을 기반으로 진출한 이후, 점차 서비스영역을 확대하며 제3자 물류에 진출하는 경우가 많음
 - * Bax Global, '04년 광저우에 독자 자회사 Bax Global Freight Forwarding (Guangzhou) Co., Ltd 설립

[사례 3 : Schenker (중문명 : 全球國際貨運代理(中國)有限公司)]

* 포워딩으로 진출 → 토탈물류서비스로 확장

- ◇ '66년 홍콩에 아시아지역본부 설립
- ◇ '70년대 중국대륙 시장 진출, 연해도시 중심으로 포워딩 수행
- ◇ '08년 베이징올림픽 개최지 결정 이후 올림픽 단독 공급상으로 지정되면서 서비스영역을 기존 포워딩에서 토탈물류 서비스로 확대
 - * '05년 9월 베이징국제기술협력중심과 공동투자하여 베이징수도공항 물류중심(창고면적 13,000m²)건설 (셱커 70%지분 보유)
- ◇ 이후, 상해外高橋보세구에 15,000m² 면적의 물류중심을 건설하여, 자동차, 반도체, 화학품, 기계 등 대형화물 물류를 수행하며 전방위로 서비스 진출

Ⅲ. 우리 물류기업의 진출 현황

□ 모기업 또는 특정고객에 의한 동반 진출

- 대기업 물류계열사들이 중국에 진출하는 가장 흔한 사례로 초기 안전한 시장진입이 가능
- 독자진출기업은 현지에서 자체적으로 고객 확보가 어려워 아직 자생능력이 취약한 상황

[사례 1 : 범한판토스]

- ◇ 98. 12 천진사무소 개설 이래, 현재 화남, 화중, 화북 3개 사업본부에 28개 법인 및 사무소 운영 중
- ◇ 주로 LG그룹 물량을 취급하였으나, 최근 그 비중을 40% 정도까지 낮추며 성공적으로 현지 물류시장에 정착
- ◇ '06~'11년 8년 연속 상해外高橋보세구 100대 우수기업 선정
- ◇ 최근 국제물류중심에서 내수물류중심으로 비즈니스 방향 전환 시도

* 주요성공전략

① Total Solution 제공

- 보세창고, 철도/육상운송, 통관, 포워딩 서비스 등 Total Service 제공 가능. 물류컨설팅 기능을 활용하여 고객신뢰도 확보

② 과감한 비딩 참여

- 외국계 또는 현지 대형 국영기업의 오픈 비딩에 적극 참여

③ 사업인허가 취득 선두주자

- 지속적이고 체계적인 대관업무 노력을 통해 TAPA, 상해해관 A급 기업인증(AEO), NVOCC, 항공1급대리(심천, 광주), Inland Trucking, ISO 9001, ISO 28000 등 인허가 조기확보, 기업영업력 증대 및 비딩참여 기회 증가

[사례 2 : 이마트]

- ◇ 1997년 한국 유통업체 최초 상하이 이마트 개점
- ◇ 현재 화북지역 5개, 화동지역 11개 매장 운영 중
- ◇ 향후 화북지역 집중 투자 계획
- ◇ 물류형태 : 자사물류팀 / 임대창고 (화동지역)
 - 1단계 : TC⁴⁾ (2009. 3)
 - 2단계 : Dry DC⁵⁾ (2010. 10 ~) : Stock W/H
 - 3단계 : Wet TC/DC +Dry TC/DC (2011. 10~)
 - * 임대방식, 저온시설 없음 (하절기 한시적 외부 냉장/냉동창고 이용)
 - 4단계 : 자체창고 개발 (수익을 확보시)
- * 창고개발 초기 Contact하여 시가 대비 낮은 비용으로 임차
- * 한국인 관리인력 최소화 1 : 150명 (중간관리인력배양이 중요)

□ 중국 내수 물류시장 확보를 위한 기반 구축

- 현지 업체와의 합작 또는 전략적 제휴를 통한 신속한 현지화 전략형 모델로 로지스올, 현대로지스틱스, 극동컨테이너 등이 시장진입에 성공

[사례 3 : 로지스올]

- ◇ 2005년 중국 시노트랜스와 합작물류회사 설립
- ◇ Pallet Pool System, 물류정보시스템, 통합물류사업 등 수행
- ◇ 2005년부터 S전자 LCD사업부 통합물류 운영 중
 - 기존 각 협력업체에서 개별 납품하던 것을 로지스올을 통하여 통합 납품하고 있으며 용기, 차량, 인력도 직접 투입
 - ☞ 물류효율의 획기적 개선으로 최대 고객 확보
- ◇ S전자 물류비딩 성공 전략
 - 현지 대형 물류업체 합작을 통한 신속한 인허가 취득
 - GPS, TMS 등 IT시스템에 과감하게 투자하여 현지업체 대비 서비스 차별화

4) TC : Transfer Center - 분산을 위한 운송 거점의 용도로 통과형 물류센터, 무재고 센터

5) DC : Distribution Center - 보관 및 분산을 위한 운송 거점의 용도로 보관형 물류센터

[사례 4 : 현대로지스틱스]

◇ 현지 업체와의 합작과 전략적 제휴를 통한 사업 확대

- 2003년 상하이 합작투자법인설립 (현대아륵)
- 2005년 중국 시노트랜스와 전략적 제휴체결
- 2008년 중국 TV홈쇼핑(아이즈비전) 물류시장(창고/택배) 진출
- 2009년 중국 코스코로지스틱스와 국내 합작법인 설립
 (부산 신항 배후물류단지 사업)
- 2011년 훈춘, 포스코, 현대 국제물류단지 합작법인 설립
 (현대그룹 20%, 포스코그룹 80% 합작)

* 훈춘시내 45만평규모의 물류단지 조성 사업

◇ 전국 네트워크망 구축 가속화

- 현재 상해 본사와 5개 지사 (청도, 대련, 천진 등) 포함하여
9개 영업망 구축/운영중이며, 향후 중국 서부내륙지역 대상의
네트워크 확장을 적극 검토 중

◇ 택배를 넘어 중국 내 종합물류업체로 도약

- 당사는 2003년 상해에 중국 코스코로지스틱스와 합작법인(현대
아륵)을 설립후, 훈춘, 홍콩 등에 네트워크를 지속 확충하여
중국 물류시장 확대에 전력을 기울이고 있으며, 해운/항공
포워딩, 운송, 창고, 통관 등 물류관련 토털서비스 제공

□ 서비스 영역확대를 위한 거점 구축

- 물류사업의 글로벌화 일환으로 중국시장에 진출한 전략모델로 서
비스 특화 및 기존 강점 극대화를 통한 고객확보

* (주)한진, CJ대한통운, 발해물류 등이 대표적

[사례 5 : CJ대한통운]

- ◇ 2006년 상하이 현지법인 설립 (지분100% 독자)
- ◇ 현재 천진, 상하이, 홍콩 3개 법인과 7개 지사 운영 중
- ◇ 항공/해상 포워딩, 육상운송, 창고사업 등 종합물류업
- ◇ 사업 초기 프로젝트 화물운송을 통한 기반 구축
 - 일반 화물운송으로는 경쟁력 없음, 특화서비스가 필요
- ◇ 중서부 지역 진출 가속화
 - 6,000m²청두창고 보유(D/C), VMI로 운영 예정
 - 2008년 쓰촨성 미엔양 C사 PDP PRJ 입찰 참여로 서부내륙지역 진입, 복합운송 Mode로 서비스 특화

[C사 PDP 공장 건설 관련 설비 운송 Case Study]



| 서비스 운영구간 | 운송 모드 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ◦ 경밀설비 (무건통입괄운송) 한국 공급상 → 중국(청도)항 → 청두(면양) ◦ 일반설비자재 (일반운송) 한국 공급상 → 중국(상해)항 → 충칭항 → 청두(면양) | <ul style="list-style-type: none"> ◦ 경밀설비 (무건통입괄운송) Ferry + Air-sus trailer ◦ 일반설비자재 (일반운송) Cntr & Barge Vessel + Normal Trucking |
| 운송 소요 기간 및 물동량 | 작업/운송특성 |
| <ul style="list-style-type: none"> ◦ 경밀설비 total 9~10Days (32 사시) ◦ 일반설비자재 total 20~25Days (5,000TEU) | <ul style="list-style-type: none"> ◦ 경밀설비 무건통사시를 이용한 입괄운송 고가설비 안정성 보장 및 리드타임 단축 ◦ 일반설비자재 Cntr Base 운송 장시간 리드타임, 물류비 절약 |



* 자료 : CJ대한통운 제공

[사례 6 : 한진]

- ◇ 2005년 칭다오 합작법인 설립 (NVOCC면허 취득)
- ◇ 현재 대련, 상해, 심천, 홍콩, 광주 등 동부연안 주요 핵심도시에 법인운영 중이며, 신규 네트워크로서 중서부 지역 진출 검토 중
- ◇ 주요 전략
 - 신규 성장동력으로 육상운송서비스 육성/강화 계획
(중국 내수시장 확대에 따른 중장기 성장 포석)
 - 고부가가치 서비스 : ‘Sea&Air’, ‘Sea&Land’ 등 복합물류서비스
예) 광동성에서 주요 철강기업을 대상으로 내수물량 육상운송과 수출입 국제물류 서비스 제공
 - Visibility 강화를 통한 차별화 : 통합 IT 시스템 운영 (GTMS, GFS 등)
 - Global Network 연계한 통합물류 서비스망 구축
 - 중국-한국, 미국, 중앙아시아, 일본, 동남아 등 네트워크 서비스 상품 지속 개발
 - 중국내 전 지점, 사무소간 육상운송 내륙서비스를 기반으로 네트워크 연계망 확충

[중국내 한국 물류기업의 현지 진출 사유, 주화주, 협력파트너 현황]

| 진출사유 | 비중(%) | 주화주 | 비중(%) | 물류협력파트너 | 비중(%) |
|-----------------|-------|---------------|-------|---------------------|-------|
| 본사영업 확대 거점구축 | 62.0 | 중국 Local기업 | 21.1 | 중국 Local 물류기업 | 84.5 |
| 특정화주 요청진출 | 23.9 | 중국진출한국기업 | 70.4 | 중국 진출 한국 물류기업 | 5.6 |
| 중국내수 물류확보 | 14.1 | 중국진출외국기업 | 7 | 중국 진출 외국 물류기업 | 5.6 |
| | | 무응답 | 1.4 | 없음 | 4.2 |
| 계 | 100 | 계 | 100 | 계 | 100 |

* 자료 : 한국물류협회 (2012.3.)

IV. 중국 물류시장 진출시 유의사항

□ 중국 물류시장 진출 성공 키워드 “GAPS (차별화)”

〈 핵심 Key Words 〉

- ① G : Glocalization (글로벌화를 위한 현지화 전략)
- ② A : Alliance (실력 있는 현지파트너와의 연대)
- ③ P : Policy (중국 중앙 및 지방정부의 정책 주시)
- ④ S : Specialization (특성화된 서비스 개발)

o G : Glocalization (글로벌화를 위한 현지화 전략)

- 가격 경쟁력 유지, 사업의 지속성을 위해서는 “인력 현지화”가 필수불가결하며, “인력 현지화”의 핵심은 중간관리자급 육성 및 활용을 극대화하는 것이 핵심

* 연수제도, 복리후생, 명확한 평가제도 등을 통해 현지 직원들의 동기부여

- ‘80后(80년대 출생)’, ‘90后(90년대 출생)’ 등 높은 교육수준과 개방된 사고방식을 가진 인재가 점점 늘어나고 있어 인재확보가 용이해지고 있음

* 해외에서 획득한 지식과 노하우를 본국에서 활용하고 싶어하는 “海歸派⁶⁾”들이 급격히 늘면서 가용할 수 있는 인재풀 확장

* 국내에서 수학 중인 중국 유학생들과의 네트워크 형성을 통해 이들을 중국사업의 핵심인력으로 활용하는 방안 검토

6) 해외유학을 마치고 중국으로 귀환하는 우수인재의 別稱

- 중국 현지 대기업 또는 정부기관 프로젝트 및 글로벌 기업 사업에 적극적으로 참여하면서 과감하게 현지시장 개척을 진행하는 것이 성공확율을 높일 수 있음
 - * 다국적 기업은 초기에는 상해 등 연해지역의 대도시에 진출하였으나, 점차 네트워크를 형성하여 내륙으로 진출 확대
 - * 중국 진출 한국 화주기업의 시장만으로는 기업성장에 한계가 있음

[중국 내 한국 물류기업의 타 권역 추가 진출 계획]

| 추가 진출 고려 지역 | 업체수(개) | 비중(%) |
|--------------|-----------|-------------|
| 환발해권 | 1 | 1.8 |
| 장강권 | 6 | 10.7 |
| 주강권 | 8 | 14.3 |
| 중서부내륙 | 37 | 66.1 |
| 동북3성 | 4 | 7.1 |
| 계 | 56 | 100 |

* 자료 : 한국물류협회 (2012.3.)

- 중국의 문화(상관행, 가치관), 역사 등의 깊은 이해를 바탕으로 Chinese Standard를 존중해야 함
 - * 중화사상에 입각한 자긍심, 중국특유의 체면의식 등이 대표적

o A : Alliance (실력 있는 현지파트너와의 연대)

- 특히 연안운송, 선박대리, 항공1급대리 등 외자 독자기업 진출 제한 분야는 현지기업과의 연대는 필수불가결
- 물류운영에 비교우위를 가지고 있는 현지 물류기업과의 연대를 통해 차별화된 부가가치 물류서비스 (Value Added Service) 제공으로 경쟁력 확보

- * 서비스 품질과 정보접근 용이성을 이유로 중국 대기업과 연대하는 것은 가격경쟁력 저하의 원인이 될 수 있어 작지만 내실 있는 중견기업 발굴이 중요
 - ⇒ 고부가가치 물류서비스와 코스트 절감을 동시에 실현하는 것이 중요
- 네트워크 확장, 서비스영역 공유(인허가 중복 취득 불필요) 등 상호 WIN-WIN을 위한 전략적 제휴가 비즈니스의 지속성을 보장
 - * 한-중간 물류네트워크 구축뿐만 아니라 ‘세계공장으로서 중국’, ‘아시아 속의 중국’, ‘세계시장에서의 중국’이라는 3개의 관점에서 표면적, 입체적인 글로벌 네트워크 구축을 모색해야 함

o P : Policy (중국 중앙 및 지방정부의 정책 주시)

- 지역별 전략산업 및 우대혜택이 다르며, 중앙정부와 지방정부의 정책이 상이, 물류 관련정책에 대한 철저한 사전숙지가 필요
 - * 법인세 등 세율적용에 있어 각성정부의 적용세율이 상이하며, 같은 지역의 외국업체에 대해서도 적용세율이 10%~40%에 이름
- 또한, 행정구역을 넘어 수송하는 경우, 그 수송차량이 해당하는 행정구역에 등록하지 않으면 환적이 필요하는 등 물류비용을 높이는 규제를 철저히 체크
- 최근 선진국 이상으로 강화되고 있는 물류품질, 안전, 환경기준에 대한 대응방안 강구 필요
 - * 중국의 물류정책, 법률체계와 역사·문화에 대한 이해의 폭을 넓힐 필요가 있으며, 특히 규제(Regulation) 부문에서 불이익을 당하지 않도록 하는 노력이 필요
- 중국 정부의 정책방향에 부합하는 사회활동에 적극적으로 참여, 기업 이미지 개선에 노력
 - * 외자기업에 대한 거부감 해소 및 우호관계 형성

o S : Specialization (특성화된 서비스 개발)

- 단순한 물류서비스 제공은 중국 현지물류기업과의 가격경쟁에서 생존가능성 희박
 - * 토지가격 및 보관임차료, 인건비 상승 등 물류비용의 증가요인이 커져 물류사업자의 사업환경 악화
- 신선물류, 특수화물, 유통가공, SCM 등 부가가치 높은 영역 진출을 통해 가치창출과 차별화된 경쟁력 확보
 - * 선진형 물류와 재래식 물류가 혼재된 시장
 - * 중국물류기업은 현지진출 글로벌 물류기업에 물류서비스 제공을 기회로 선진물류개념, 관리 및 기술을 습득하면서 급속 성장하고 있음
- 중국 정부와 현지기업이 관심을 갖고 있는 첨단 물류정보기술의 구사와 운영 노하우를 적용한 물류최적화 역량이 필요
 - * 컨설팅, SI, SCM, 금융을 포함한 4PL 모델 개발 등 종합적인 서비스 및 솔루션 제공 능력 필요

작성 : 대련물류유한공사 김영호 연구원
(Tel. 86)130-8410-1522 E-mail. lonegel@naver.com)

감수 : 대한상공회의소 물류혁신팀 임재국 연구위원
(Tel. (02) 6050-1440 E-mail. jklim@korcham.net)

Copyright © 2012 by KCCI. All rights reserved.

본 보고서의 저작권은 대한상공회의소에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와
무단복제를 금합니다.