

함께하는 FTA

May 2016 vol.48

한·멕시코 FTA의 필요성
분야별 중국 현지 시장 반응



한중FTA 활용, 1380 차이나데스크에 다 있다!

'차이나데스크'는 한중FTA 활용에 필요한 모든 지원을 원스톱으로 제공합니다.



한중FTA 활용, 차이나데스크 상담은?

국번 없이 1380

<http://fta1380.or.kr>

무역센터 트레이드타워 3층 방문

글 김선녀 기자
사진 이승재 기자



(주)비앤에이치코스메틱 권기현 대표

중국 시장은 이제 선택 아닌, 필수입니다

“이제 국내 화장품 수출 사업은 3라운드에 접어들었습니다. 브랜드 중심의 스마트폰을 이용한 마케팅이 주요한 요소로 작용하게 될 것입니다”

국내 유명 화장품 회사에 입사해 마케팅 업무를 시작으로 현재 지베르니, 아크웰 등 대표적인 코스메틱 브랜드를 갖춘 비앤에이치코스메틱의 권기현 대표. 그는 한국 화장품 사업의 격변기를 온몸으로 겪은 장본인이다.

“국내의 재고 제품을 조금씩 중국으로 수출하던 2000년 초반 이전까지를 1라운드, 2000년대 중반부터 2015년까지를 2라운드라고 볼 수 있습니다. 2000년대 초반부터 대형 화장품 기업의 주도로 대중국 수출이 본격적으로 시작되었고, 한류의 영향을 받으면서 2006년부터는 ‘메이드 인 코리아’라는 이름을 단 수많은 크고 작은 화장품 브랜드 수출이 급물살을 타게 되었죠.”

지난 10여 년간 전 세계적으로 한국 화장품 수출 시장의 규모가 커졌지만, 14억의 인구를 자랑하는 중국 시장의 크기는 다른 그 어떤 나라보다 압도적이다. 하지만 화장품 수출 시장 규모가 커졌다고 해서 수출 과정이 쉬워진 것은 아니다. 작년 한·중 FTA 발효로 관세의 부담은 조금 줄었지만, 중국의 비관세장벽이 여전히 수출 시장을 가로막고 있기 때문이다. 비앤에이치코스메틱뿐 아니라 대다수의 한국 화장품 기업들은 까다로운 위생허가와 통관, 중국식 상표나 재중책임회사 분쟁 등 수많은 시행착오를 겪어야 했다.

“한국적 사고로 중국을 바라보면 많은 것들을 놓칠 수 있습니다. 또 이제는 중국의 비즈니스 분위기나 소비자들도 조금씩 변화하고 있다는 점을 알아야 합니다.”

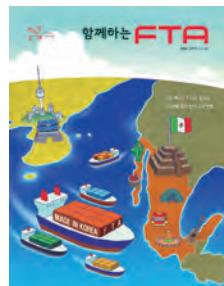
권기현 대표는 중국 시장이 설불리 단정 짓기 어려운 곳이라고 강조하면서, 향후 화장품뿐 아니라 사회·문화 등 모든 분야에서 더욱 가까워질 중국에 대해 지속적인 관심과 연구가 필요하다고 말한다. ☺



11

Contents

May 2016 vol.48



COVER STORY

지난 4월 박근혜 대통령의
멕시코 순방으로 8년 만에
한·멕시코 자유무역협정 협상이
재개의 국면을 맞이했다.
FTA 허브국가로서 빠른 경제
성장을 이루고 있는 멕시코와의
경제 협력은 우리 경제에도
새로운 바람을 불러일으킬
것으로 예상된다.

표지일러스트 서용남

함께하는 FTA

발행일 2016년 5월 1일(통권 48호)
발행처 세종특별자치시 한누리대로 402 정부세종청사 13-2동
 산업통상자원부 통상국내대책관실(문의 044-203-4131)
발행인 주형환 산업통상자원부 장관
제작협력 한국경제매거진

'함께하는 FTA'에 게재된 글과 사진은 저자의 견해로 정부의 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.

FTA People

- 01 (주)비앤에이치코스메틱 권기현 대표

Issue Focus

- 04 FTA 원산지사후검증 현황
06 제4차 한중일 FTA 세미나
08 Global FTA News

FTA Cartoon

- 10 우린 비애호 아미고!
안종만

Cover Story

한·멕시코 FTA

- 12 한·멕시코 FTA의 필요성
하상섭 한국외대 한중남미녹색융합센터 연구교수
14 북미자유무역협정(NAFTA)과 멕시코
박정준 서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 연구원
16 멕시코 소비시장 동향

Special Report

차이나 스페셜 리포트

- 18 중국 소비시장 분석
20 분야별 중국시장 현지반응
정혜선 한국무역협회 국제무역연구원
22 한·중 FTA 주요 민원 사례

FTA & Company

- 24 2015 FTA 활용 경진대회 수상기업 팀방:
(주)이가락흑마늘(최우수상)

FTA Study

- 26 WTO안의 또 다른 WTO
박정준 서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 연구원
28 실전 품목분류: ⑩소프트웨어
이민선 관세사(FTA종합지원센터 차이나데스크)
30 한·중 FTA 비관세 장벽 이해 및 활용
김기현 중국경영인증컨설팅 대표
32 한·중 FTA와 지식재산권:
⑫중국 지식재산권 계약 – 상표권
손보인 변호사·변리사(법무법인 위민)
34 실전 FTA 활용 노하우:
한·뉴질랜드 FTA 협정문 주요 내용 및 활용 방안
유영진 관세사(FTA종합지원센터 FTA활용지원실)
36 FTA 사후검증팁:
효과적인 한·미 FTA 사후검증 서류 작성법④
유영웅 관세사(FTA종합지원센터 FTA원산지지원실)

Art & Culture

- 40 최효찬의 인문학 강의:
⑯슬픈열대

FTA News

- 42 한·베트남 FTA 4개 이행기구 회의 개최 외

FTA Square

- 44 FTA 정보&독자의 소리



글 김선녀 기자
사진 한국무역협회

FTA 원산지사후검증 현황

원산지관리의 필요성 체감하지만, 대응을 위한 전문 인력 부족해

한국무역협회에서 무역업계를 대상으로 FTA 원산지사후검증에 대한 인지도와 활용도에 대한 설문조사를 실시했다.

FTA 활용 기업은 원산지 관리에 대한 중요성을 체감하고 있고, 원산지증명서 발급요청도 증가할 것으로 전망하고 있지만 인지도나 대응능력은 미흡한 것으로 나타났다.

한국무역협회 국제무역연구원 박지은 수석연구원이 지난 3월 발표한 〈FTA 원산지사후검증 현황 및 시사점〉 보고서에 따르면 한·중 FTA 활용이 본격화되는 올해부터 한·중 FTA에 따른 원산지 검증 요청이 증가할 것으로 전망됨에 따라 업계의 검증대응 부담이 가중될 것으로 보인다. 한·EU FTA, 한·미 FTA 발효 2년차에 사후 검증이 급증했던 전례에 비춰볼 때 올 하반기부터 한·중 FTA에 따른 중국 관세당국의 검증 요청이 증가할 것으로 예상된다.

보고서는 무역업계의 FTA 원산지사후검증 대응 역량을 파악하기 위해 FTA 활용기업 351개사를 대상으로 조사한 설문조사 결과를 발표했다. 조사 결과에 따르면 응답 기업의 67.3%가 FTA 원산지 관리 필요성에 공감하고 있었다. 그러나 실제 원산지증명서 발급이 많거나 향후 증가를 예상하는 기업은 86.3%에 달하지만, 원산지 사후 검증 대응이 가능하다고 응답한 기업은 32.8%에 불과해 우리 업계의 사후검증 대응 역량은 미흡한 수준인 것으로 드러났다.

FTA 활용 시 원산지기준을 충족하지 못할 경우 관세 추

징, 벌금 등의 제재조치가 가해질 수 있음에도 불구하고 FTA 활용기업의 39%가 원산지사후검증에 대해 잘 알지 못하고, 매우 잘 알고 있다고 응답한 기업이 4.6%에 불과했다. 대체적으로 원산지관리의 기본이 되는 자료 보관은 잘 수행하고 있지만, 일부 기업들은 입증서류 없이 원산지증명서를 발급(22.8%)하거나, 관세 혜택 및 원산지기준 충족에 직접적인 영향을 미치는 품목분류(HS 코드)가 수출국과 상이한 물품을 공급(20.8%)하는 등의 사후검증 리스크에 노출되어 있는 것으로 나타났다.

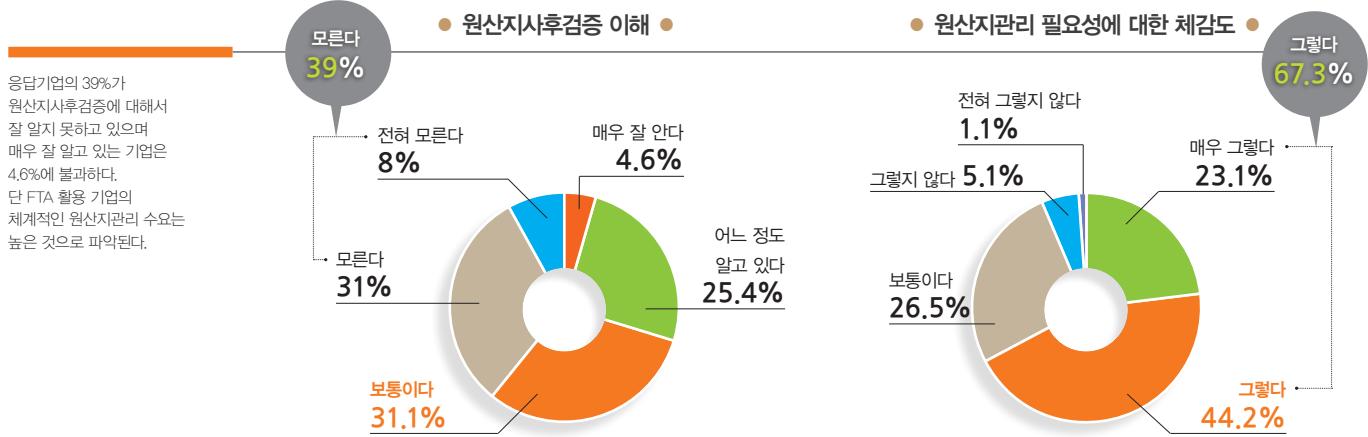
보고서는 원산지 사후검증의 체계적 대응을 위해서는 FTA 원산지관리에 대한 기본적인 이해를 바탕으로 다양한 전략이 필요하다고 강조한다. 뿐만 아니라 계약단계에서부터 수입자-수출자, 수출자-국내 공급업체 등 당사자 간 사후검증 대응의 책임소재를 명확하게 하고, 상호 긴밀한 협력관계를 구축해야 한다고 한다. 또한 사후검증 지원 컨설팅(☏ 1380), TA 자직자 교육, FTA 원산지관리시스템 구축 등 정부와 유관기관의 지원사업과 품목분류사전심사제도 등의 제도를 최대한 활용하는 것이 필요하다고 한다.❷

〈수출기업의 원산지사후검증 대응 3계명〉

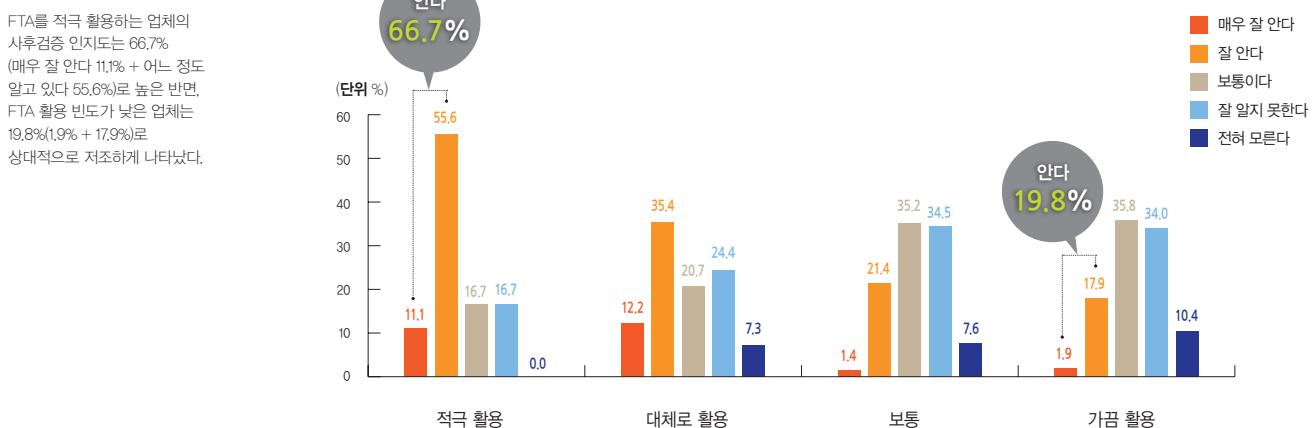
- FTA별로 검증 트렌드를 파악하라.
- 품목별 원산지기준에 따라 차별적으로 대응해라
- 사후검증 대응 시 기존의 자료를 재가공하는 관점에서 접근해라

원산지사후검증 이해 설문조사 결과

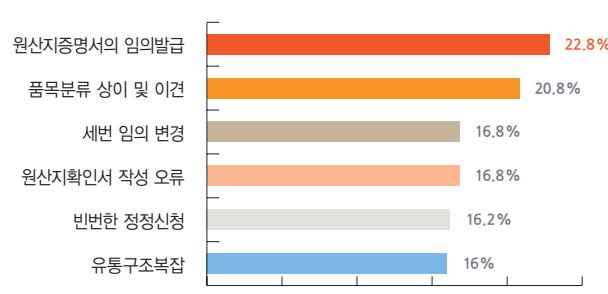
자료 한국무역협회 (N=351)



● FTA 활용 정도에 따른 원산지사후검증 이해 ●



FTA 활용 기업들에게 사후검증 관련 자사에 노출된 위험요소를 묻는 질문에 22.8%가 원산지입증서류 확보 없이 원산지증명서 (또는 확인서)를 발급하고 있다고 밝혔다. 국가 간 품목분류가 상이하거나 이견이 있는 물품 수출/공급(20.8%), 협력사의 요구에 의해 원산지확인서상 HS코드 임의 변경, 원산지확인서 작성 오류 등의 위험요소에 노출되어 있는 것으로 나타났다.



글 김은진 기자

사진 한중일 3국 협력사무국

지난 4월 7일 서울 플라자 호텔에서 열린 한중일 FTA 세미나에는 130명 이상의 한중일 참가자들이 모여 FTA의 중요성에 대해 의견을 교환했다.



제4차 한중일 FTA 세미나

한중일, FTA 3국의 침체 상황에 활로를 뚫어줄 것

한중일 3국 협력사무국(TCS)은 7일 서울 종구 플라자호텔 그랜드볼룸에서 유명희 산업통상자원부 FTA교섭관, 홍샤오동 중국 상무부 국제사 부국장, 사토 타츠오 일본 외무성 경제부국장, 이창재 초청위원 등 130여 명이 참석한 가운데 제4차 한중일 FTA 세미나를 개최했다.

한중일 3국 협력사무국(TCS)은 매년 산업통상자원부, 중국 상무부, 일본 외무성 및 경제산업성과의 협력 하에 한중일 FTA 세미나를 개최하고 있다. 제10차 한국·중국·일본 FTA 실무협상이 최근 진행된 가운데 이들 3국의 FTA 체결 필요성을 강조하는 자리가 마련된 것. 특히 한중일 3국은 제조업 중심의 산업 구조, 지리적 여건, 문화적 특성 등 공통 점이 적지 않아 FTA로 동북아시아 경제 활성화를 꾀해야 한다는 주장이 제기됐다.

총 2개 세션으로 구성된 세미나 일정 중 첫 세션은 '3국 협력을 위한 한중일 FTA의 중요성'이란 주제로, 두 번째 세션은 '아시아 태평양 경제 통합과 한중일 FTA의 중요성'이란 주제로 진행됐다. 세미나 참석자들은 3국의 FTA가 포괄적이고 높은 수준으로 타결돼야 한다는 데 뜻을 모았다. 한중일 3국은 최근 경제 성장세가 다소 둔화되고 있는 실정이다. 중국은 지난해 국내총생산(GDP) 성장률이 6.9%로 7%의 성장세가 무너졌다. 일본의 경우 작년 4분기 GDP가 전분기 대비 0.3% 감소하는 등マイ너스 성장을 기록했고 우리나라의 경제 성장률이 2%대에 머물

렸다. 이에 더해 3국은 글로벌 경기 침체와 저유가 등 요인 때문에 나란히 수출 감소세를 보이고 있다.

한중일, 서로에게 최고의 파트너

3국이 그간 많은 나라(16개국~51개국)와 FTA를 체결한 데다 상호 간 주요 무역국인 점도 FTA 효과를 끌어올릴 수 있는 요인으로 분석됐다. 우리나라와 일본은 2위, 3위를 다투는 중국의 주요 교역대상국이며 중국과 일본은 우리나라의 1, 4위 대상국이다.

동북아 지역은 북미, 유럽연합(EU)과 세계 경제의 3대 축을 이루고 있지만 정작 한중일 역내 교역 비중은 36.3%에 머물러 있다. EU(67%) 등과 비교해 절반 가까이 작아 양자 간에는 주요 교역 대상국임에도 3국 간 경제 협력은 활성화하지 못한 셈이다. FTA 체결에 걸림돌도 남아 있다. 한중일이 모두 참여한 역내포괄적경제동반자협정(RECP)이 추진되고 있지만 최근 개월 동안 3국의 FTA 협상 과정이 RECP보다 더디게 진행된다는 지적이다. 역내 RECP 가 타결되면 한중일 FTA의 당위성이 다소 희석될 수 있다는 의미다. 또 3국이 교역 부진에 따라 민간 투자에 신중하게 접근할 수 있어 FTA 협상이 급물살을 타기는 어려울 것이란 전망도 나왔다. 3국 사이에 흐르는 정치·안보 측면의 긴장 관계가 한중일의 경제 협력 관계를 저해 할 수 있다는 지적도 나온다.

사토 타츠오 외무성 경제부국장은 “박근혜 대통령, 시진핑 주석, 아베 총리 등 3국 정상은 FTA에 의지가 있고 정상회의에서도 역내 경제통합에 뜻을 같이 했다”며 “3국이 경제 개발에 적극적인 입장을 견지해 FTA가 성사되면 상당한 혜택이 국민에게 제공되고 더 많은 성장 기회를 마련할 수 있을 것”이라고 말했다.

이번 세미나는 한중일 FTA가 3국 경제를 활성화시키는데 있어서 중요하다는 것을 알리고, 포괄적이고 높은 수준의 FTA를 타결해야하는 뜻을 공유하는 자리가 되는 것에 중점을 두고 있다. 특히 이번 기회를 통해 3국의 지속적인 교류를 도모하여 관련 단체 및 기관의 협력관계를 강화시키는 계기가 될 것이다.❷



“FTA를 통해 비관세 장벽, 원산지 규정 등 수출 애로를 해결하고 전자와 정보통신기술(ICT) 등 여러 분야에서 협력을 확대하면 3국의 교역량은 늘어날 것입니다. 아시아·태평양지역 통합이 진행되는 상황에서 동북아의 경제 통합도 이를 수 있을 것입니다”

유명희 (산업통상자원부 FTA 교섭관)

“한중일 모두 경제 성장률이 둔화되고 있습니다. 자유무역협정(FTA)은 3국의 침체 상황에 활로를 뚫어줄 수 있습니다. 한중일은 제조업이 강하고 서비스업이 취약한 공통적인 산업 구조를 가졌으며 지리적으로 인접해 서로에게 최적의 FTA 파트너입니다. FTA는 침체에 빠진 경제 상황을 반전시킬 수 있는 계기를 마련할 것입니다”

이창재 (대외경제정책연구원 동북아경제분부조정위원)



[Japan]

일본 정부, 베트남 내 지적재산권 인식 개선 위해 대책 마련 검토



일본은 TPP 협정의 실효성을 높이기 위하여 개발도상국의 지적재산권 보호를 위한 대책마련을 지원하기로 하고, 그 시작을 베트남에서 하기로 했다.

일본 정부는 환태평양경제동반자협정(TPP) 발효를 맞아 협정 참가국의 모방품 및 해적판 대책 마련을 지원하기로 발표했다. 먼저 베트남 당국에 위조 명품 수입 방지 관련 노하우를 제공해 일본 기업의 정규 라이선스 상품 수입 확대를 유도하기로 하였는데 이는 TPP 참가국이 지역권 내에서 협정을 공유하는 만큼, 각 참가국의 법, 제도 및 체제를 개선시켜 TPP 협정의 실효성을 높이려는 의도로 풀이된다. 지적재산권 관련 협의 외에도 섬유산업 부문에서도 연계를 강화하기로 합의하였으며, 생산비용이 비교적 저렴한 베트남을 새로운 제품 생산거점으로 삼아, 일본 기업이 베트남에 진출할 경우 보조금 및 세금 우대혜택을 줄 것을 검토하고 있다. 경제산업성 측은 '베트남에서 오토바이를 비롯한 모방품이 중국으로부터 대량 유입되는 정황을 관측했다'고 밝혔다. 또한, 모방품이 갈수록 정교해지고 있어 전문가가 봐도 진품 여부를 쉽게 판명할 수 없는 사례가 크게 늘고 있을 정도로 위조명품 시장이 커지고 있다. 이러한 상황에서 일본 정부는 무역당국이 위조명품 시장을 단속하는 데 일조함으로써 위조명품에 대한 수요를 일본 기업이 수출하는 정품으로 돌릴 수 있다면 자국 기업에 큰 이익이 될 것으로 판단하고 있다.

지적재산권 인식 개선으로 시장 성장 기대

TPP 협정에서는 지적재산권과 관련 권리자의 고소 없이도 당국이 권리침해 사례를 적발할 수 있는 규칙을 제정하도록 돼 있어 여타 통상협정보다 보호 수준이 높은 것으로 알려져있다. 일본 정부에서는 개발도상국의 지적재산권 보호 운용체제에 개선의 여지가 있다고 판단, 자국의 지적재산권 보호 노하우를 직접 전달하기로 결정했고, 그 시작을 베트남에서 하기로 한 것이다. 이번 베트남에서의 단속 정책 행보를 지켜보고 말레이시아 등 그 외 TPP 참여국에 대해서도 조속히 협력 제의 방향을 결정짓겠다고 전했다. 모리 미키오 일본 경제산업성 대신은 베트

남 정부 고위층과 지난 3월 19일 하노이에서 열린 '일·베트남 무역, 에너지협력위원회'에서 베트남에 지적재산 보호 노하우를 전수할 것에 대해 합의했다. 또 베트남 국경에서 세관 업무를 담당하는 실무자들에게 정식 라이선스 제품과 위조상품의 구별법을 교육할 계획이라고 발표했다.

TPP 타결로 일본의 대베트남 접근 강화

일본의 대베트남 수출액은 2015년 1조 5,163 억 엔으로 전년대비 21% 증가했다. 베트남에는 약 9,000만 명의 풍부한 인적자원을 바탕으로 향후 성장이 기대되는 시장 중의 하나이며, 일본 기업들 중 제조업을 중심으로 약 1,500개사가 이미 진출해 있는 것으로 알려져 있다. 지적재산권뿐만 아니라, 베트남 청년들의 일본 기업 취업 지원이나 현지에 진출한 일본 편의점을 통해 농수산물 수출 계획을 발표하는 등 향후 일본과 베트남의 경제관계가 더욱 깊어질 것으로 전망된다.❷



[ASEAN]

아세안(ASEAN) 전기전자 장비 등 상호 인증제도 도입

아세안은 2000년 이후 회원국 간 상품관세 인하, 철폐 외 주요 산업, 서비스 분야 비관세 장벽 완화 협업 노력을 지속하고 있다. 2008년 아세안 경제 장관 회의 시, '아세안물품무역협정(ATGIA: ASEAN Trade Goods in Agreement)' 제35조에 근거, '아세안 무역 원활화 작업 프로그램' 도입을 결의하였다. 특히 교역 및 통관 관련 규정과 절차 정보를 축적, 통관 관련 제반정보를 제공하고, 개별 국가 단일창구를 통합한 아세안 단일창구를 운영해 무역원활화 목표를 달성하고자 아세안 무역 정보 데이터를 구축하고 있다.

ASEAN은 현재 회원국 간 상호인증 및 기술무역장벽 제거 목적으로 산하에 ACCSQ (ASEAN Consultative Council for Standards and Quality)라는 위원회를 운영하고 있다. ACCSQ는 산업규제 완화와 표준, 기술규제 및 적합성평가절차, 표준통일을 통한 기술무역장벽 제거, 상호 인증 및 규제의 일관성 등을 통한 비관세조치 완화를 위한 위원회로 1992년 설립되었다. ACCSQ에서는 통합 인증 및 표준 도입을 위한 산업 섹터를 우선 선정했으며, 이 해당 산업섹터에 대해서 상호 인증제도(MRA: Mutual Recognition of Approval)와 규제 통일(Harmonization of Regulation)을 추진하고 있다.

상호 인증제도 도입 현황

| 구분 | 해당 산업 |
|-------|--|
| 도입 완료 | 전기전자 장비(Electrical and Electronic Equipment): 2002년 화장품(Cosmetics): 2003년 의료기기(Medical Devices): 2009년 |
| 진행 중 | 조리식품(Prepared Foodstuff) 자동차부품(Automotive Parts) |

규제 통일 현황

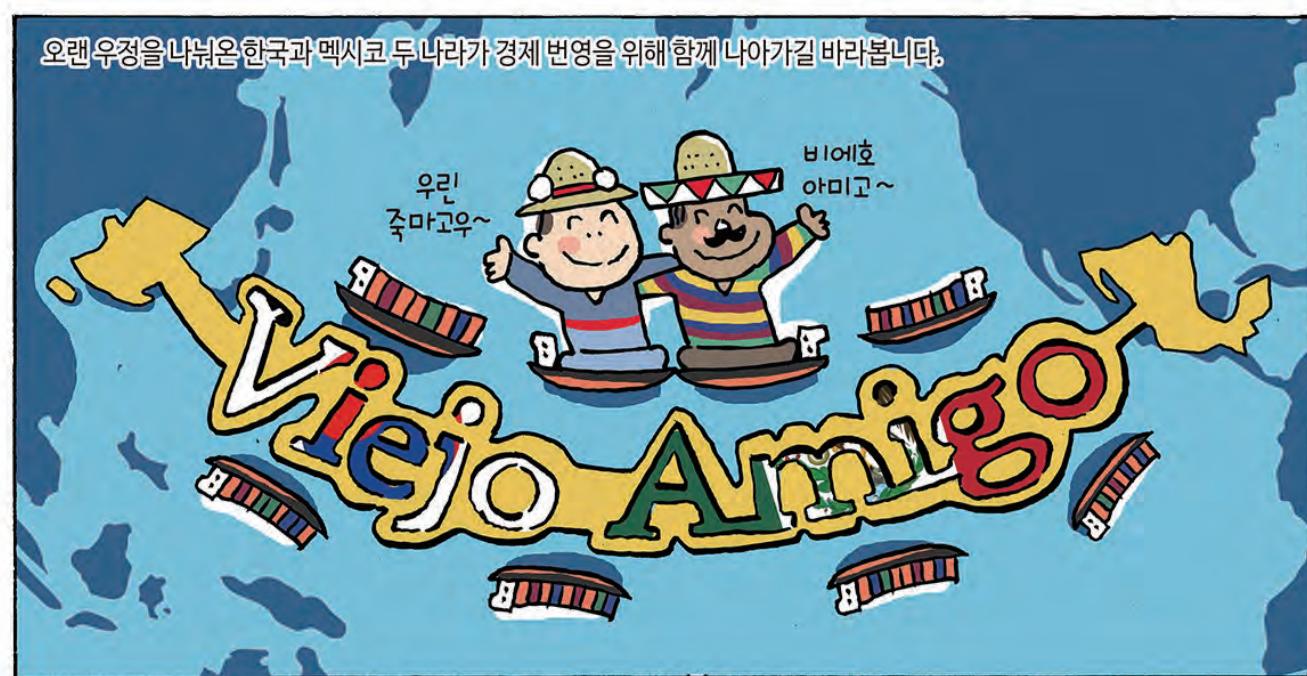
| 구분 | 해당 산업 |
|-------|--|
| 통일 완료 | 아세안 화장품 통일 지침(ASEAN Cosmetic Directive): 2003년 아세안 전기전자 통일 규정 (Agreement on the ASEAN Harmonized Electrical and Electronic Equipment Regulatory Regime): 2005년 아세안 의료기기 통일 지침 (ASEAN Medical Device Directives): 2014년 |
| 진행 중 | 전통의약품 및 건강 보조품 (Traditional Medicines and Health Supplement) |

대상품목

조리식품(Prepared Foodstuff),
헬스케어 제품(Healthcare Products), 화장품(Cosmetics),
의료기기(Medical Devices),
의약품(Pharmaceuticals),
고무(Rubber-based), 전기전자
장비(Electrical and Electronic Equipments), 전통의약품
건강보조식품(Traditional Medicine and Health Supplement), 나무
제품(Wood based Product),
자동차부품(Automotive Parts)

한국 정부도 의료기기, FDA 등 비관세 및 기술장벽이 높은 전략 분야에 KOICA 및 ODA 자금을 통한 전략적 기반을 구축할 필요가 있으며 이에 KOTRA는 ODA 협력과제 발굴 시, 이러한 전략 분야가 발굴될 수 있도록 노력하고 있다. 또한 주재국별 주도 분야 및 섹터별 주도기관(Focal Point)을 발굴하고, 이와 관련된 정보 및 인적 교류를 확대하는 한편, CSR 기부나 기술학교 운영 등 우리 관련 기업의 진출 확대를 위한 기반 작업을 강화해 나갈 예정이다.❷

우린 Viejo Amigo!!





한·멕시코 FTA

한·멕시코 FTA의 필요성
북미자유무역협정(NAFTA)과 멕시코
멕시코 소비시장 동향



한·멕시코 FTA의 필요성

21세기 FTA 허브 국가로 떠오른 멕시코와 FTA 가치 사슬 공유 필요해

지난 4월 박근혜 대통령의 멕시코 순방과 더불어 한·멕시코 자유무역협정 협상 재개의 국면을 맞이했다. 이에 그동안의 멕시코 무역정책과 자유무역협정에 대한 일반 개황을 모니터링 해보고, 멕시코 대외무역 정책에서 나타난 주요 특징들을 분석해 현재 협상 재개 중인 한·멕 FTA의 필요성과 주요 정책적 시사점을 찾아보도록 하자.

1 2015년 1월 통계로 멕시코 GDP 구성에서 가장 비중이 큰 부분은 서비스산업으로 62%에 달했으며 2차 제조업 부문은 34% 그리고 농업 부문은 4%를 차지했다.

2 멕시코는 세계 8위의 신유국이며 석유수출은 국가세입의 중요한 비중을 차지한다.

멕시코 무역 90% 이상이 FTA 기반

중남미에서 멕시코는 남미 거대 국가인 브라질에 이어 2번째 규모로 큰 경제대국이며 수출 지향적 경제 국가로 특히 90% 이상의 무역이 자유무역협정(FTA)을 기반으로 이루어지고 있다. 또한 멕시코의 경제 성장을 변화 그래프에서 볼 수 있듯 2014년 1월부터 2016년까지 연간 2~3%의 안정적인 경제성장을 (GDP)을 보이고 있다.¹ 최근 몇 년 동안 수출상품 가운데 자동차 산업을 포함하여 제조업 제품은 연간 10% 이상 확대되고 있는 추세다. 오랫동안 멕시코 무역의 문제점은 지나친 미국 시장 의존, 에너지 부문의 국가 통제에 있었으나 근래에 들어서는 이에 대

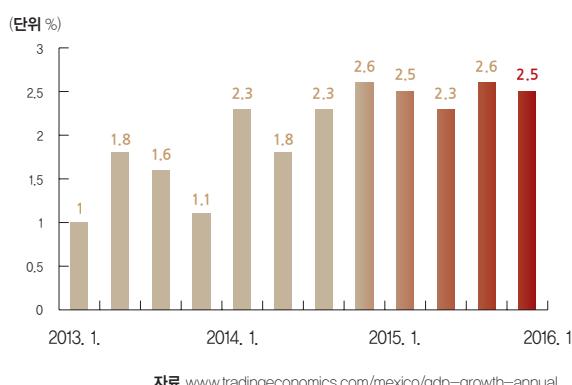
한 다양한 경제개혁이 이루어지고 있다.² 그동안 멕시코 정부는 내적으로는 경제개혁을 통해(경쟁법; competition law 도입) 시장 경쟁력을 강화하고, 대외적으로는 무역 다변화 정책을 통해 미국시장 의존도를 줄일 목적으로 다양한 지역경제 공동체 및 국가들과 양자 및 다자 관계를 통한 자유무역정책을 확대·강화해 오고 있었다.

대외무역 특징: 자동차 산업의 성장

지난 2014년 멕시코 무역에서 GDP 증가에 가장 많이 기여한 분야는 제조업 부분으로 그 중에서도 자동차 산업과 석유 산업(마킬라도라; maquiladora)이었다. 미국의 경제 회복으로 인해 서비스 산업 분야도 다소 회복되었다.

특히 자동차 부문은 멕시코 GDP 성장에 4% 가까이 기여했을 정도로 비중이 커졌다. 2014년은 멕시코 내에서 자동차 산업만 놓고 보더라도 기록을 세울 정도로 발전한 해였다. 2013년과 비교해 무려 8.4% 성장한 약 330만대를 생산해, 자동차 생산 세계 7위 국가로 발돋움했다. 조만간 생산량에서 브라질을 제치고, 곧 우리나라의 생산량까지 추월할 것이라는 예상이 지배적이다. 이들 중에 약 260만대가 해외로 수출(180만 대 미국 시장 진입)되면서 자동차 산업에서 일본에 이어 2번째 수출국으로 등장했다. 멕시코 총수출 비중

멕시코의 경제성장을 변화(2013~2016년)



에서도 자동차가 약 22% 정도를 차지할 만큼 발전을 거듭하고 있으며 2017년 400만대, 2020년에는 500만대 생산 목표를 달성할 것으로 전망되고 있다. 멕시코의 주요 무역 대상국들은 2014년 미국(64%), 중국(9%) 그리고 유럽연합(8.1%)이었다. 하지만 수출 관계로만 대상국들을 보면 미국이 약 80%를 차지하며 유럽이 5.1%, 캐나다 2.7%, 태평양동맹(PA) 지역이 2.2%, 중국이 1.5%를 차지한다.

양자 및 다자 형태의 대외개방 및 자유무역협정 확대

칠레(2010년 가입)와 비교해 이른 시기에 OECD에 가입한 멕시코(1994년 가입)는 1986년 '관세와 무역에 관한 일반협정(GATT)'에 가입했으며 이후 1995년 1월 세계무역기구(WTO) 회원국이 되었다. 특히 도하(Doha) 개발 라운드에서는 활발한 역할을 이행하기도 했다. 또 WTO의 '서비스 교역에 관한 정부간 협정(GATS)' 서명국이자 '아시아-태평양 경제협력체(APEC)', 'G20' 회원국이기도 하다. 1994년 NAFTA 가입과 더불어 경제통합을 통한 대외 무역 확대를 추구해 오다 오늘날에는 '태평양동맹(Pacific Alliance)'은 물론 '한태평양경제동반자협정(TPP)'에 참가하면서 점차적으로 아시아-태평양 지역으로 경제통합 변화 전략을 모색 중에 있다. 특히 다자가 아닌 양자 간 자유무역협정을 확대해 글로벌 차원의 FTA 가치사슬의 확대(2016년 현재 총13개 FTA 체결) 및 심화를 추진해 오고 있다.

1994년 멕시코의 북미자유무역협정(NAFTA) 참가로부터 시작된 경제자유화는 다자가 참여하는 경제통합 확대 및 양자 간 자유무역협정을 통해 지난 20년 동안 지속화되고 있다. 지역 내에서도 '라틴아메리카 통합연합(LAIA, 1980년대 설립된 경제 블럭으로 멕시코 포함 총 13개 국가 참가)과 경제보완협정(ECA), 남미지역 경제 대국들인 브라질 및 아르헨티나(양국 모두 남미공동시장 MERCOSUR 국가들)와 자동차 부문에서 '할당협약(quota agreement)', 그리고 민감

품목인 농업 분야에 대한 점진적 관세 인하 협상 등이 논의되고 있을 정도로 오늘날 멕시코를 중심으로 한 무역개방 및 경제자유화는 활발하게 진행되고 있다.

2016년 현재 멕시코 정부의 다양한 국가들과의 자유무역협정을 통한 시장 확대 노력, 멕시코 무역 특히 수출 경쟁력 강화를 위한 국내 제조업 분야 발전(e.g. 자동차 산업) 전략은, 멕시코 대외 무역에 있어 그동안의 지나친 미국시장 의존도를 낮춤은 물론(무역선다각화), 국내산업 구조개혁으로 상품의 경쟁력을 키워 국제시장에서 비교우위를 차지하고자 하는 멕시코 정부의 노력임을 확인할 수 있다.

한·멕시코 FTA 필요성 매우 커

2008년 이후 중단되었던 멕시코와의 자유무역 협상 재개는 상당히 고무적인 일이다. 이는 우리나라만의 입장이 반영된 자유무역협정이 아니라, 멕시코의 실제 국가 이익과 상당히 부합하기 때문이다. 한국의 입장도 마찬가지이다. 2004년 한·칠레 FTA 이후 폐루, 콜롬비아 그리고 멕시코까지 FTA 경제영토를 확대해 가면 중남미 지역 태평양 연안에 대한 총체적인 한·중남미 FTA 지도가 완성된다(현재 한·중미 FTA, 한·에콰도르 FTA와 더불어). 기존의 논리처럼 미국시장 진출을 위해서라는 단순한 우회 전략이 아니라 21세기 새로운 FTA 허브 국가로서 멕시코가 현재 다층적으로 맺고 있는 FTA 가치사슬에 대한 공유가 필요하기 때문이다. 특히 한국이 참여하고자 하는 TPP 가입을 위해 전략적 동반자 국가인 멕시코의 지지는 절대적이다. 우리나라 입장에서는 한·멕 양자 FTA 협정 체결 후 멕시코의 적극적 지지와 TPP 다자 협정 참여가 이루어진다면 비용편의 차원은 물론 동반성장을 위해서 멕시코만한 전략적 협력 국가도 없을 것이다. 물론 양국 간의 협상 과정에서 갈등, 양보, 타협이 뒤따르겠지만 큰 방향에서 한·멕 FTA 체결 필요성과 잠재성은 매우 크다.❷

글 박정준 서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 연구원

사진 한국경제신문



북미자유무역협정(NAFTA)과 멕시코

멕시코 경제 성장과 그 과정을 중심으로

지난 3월 15일은 한·미 FTA가 발효된 지 꼭 4년이 되던 날이었다. 한·미 FTA 당시 우리는 범국민적 기대와 갈등을 고루 겪었던 바 있는데, 당시 분위기 속에 가장 많이 연구되어왔던 것이 앞서 94년 미국과 NAFTA를 통해 먼저 무역자유화를 경험했던 멕시코의 사례였다. 그간 NAFTA와 멕시코의 경험은 실망스럽다거나 부정적이었다는 것이 대세론처럼 굳어져왔던 터, 이번 기회에 NAFTA를 통한 멕시코의 경제 성장과 그 과정에 대한 긍정적 요인들을 검토해볼 필요가 있다.

NAFTA의 태동과 멕시코

미국과 캐나다, 멕시코, 북중미를 아우르는 FTA인 NAFTA의 기원에서 사실상 멕시코는 제외된다. 미국과 캐나다, 양국은 1980년대 말 양자 FTA를 체결하였는데 이것이 이후 멕시코를 포함한 지금의 NAFTA로 발전하게 되었다. 이로써 NAFTA는 선진국(미국, 캐나다)과 개도국(멕시코) 간에 체결, 발효된 최초의 FTA로 큰 의미를 갖는 동시에 미국이 가진 자본력과 기술력, 캐나다의 천연자원, 멕시코의 값싼 노동력이 상호간 비교우위 속에 고루 작용하는 완전체 FTA로써 기대를 받게 된다. 지금도 NAFTA는 국제무역정책과 자유무역협정의 역사적 한 획을 긋고, 분수령이 되었던 협정으로 평가받고 있다.

1994년 당시 북중미 3개국의 경제규모

| | 미국 | 캐나다 | 멕시코 | 총계 |
|---------------|-------|------|------|-------|
| 명목GDP(백억 달러) | 708.5 | 56.5 | 51.3 | 816.3 |
| 실질 GDP 성장률(%) | 4.1 | 4.8 | 4.8 | 4.2 |
| 인구(백만 명) | 263.9 | 29 | 90.7 | 383.5 |
| 수출(백억 달러) | 50.3 | 16.7 | 6.1 | 73.1 |
| 수입(백억 달러) | 66.9 | 15.2 | 7.9 | 90 |

자료 Global Insight

NAFTA 이전의 멕시코 경제: 폐쇄와 고립

많은 학자나 기관에서는 해당 협정이 멕시코에 가져온 부정적인 효과에 대해 언급하곤 한다. 그러나 이

에 앞서 NAFTA 이전의 멕시코 경제상황에 대해 고민해 볼 필요가 있다. 과거 멕시코는 경제위기를 자초하는 정책들을 펼쳐 스스로를 고립시켰던 바 있다. 특히 수입대체 산업화 전략과, 이에 따른 폐쇄적 경제 정책, 계획 없는 소득 재분배로 위기를 막으려는 근시안적 재정운영 등으로 1982년 참담한 경제위기에 빠졌다. 외자 유입은 중단되고, 여기에 국제원유파동 등으로 인해 막대한 재정적자에 미국의 금리 상승 위기까지 더해졌다. 그야말로 파국 직전의 경제 정세에 직면한 멕시코는 경기침체가 장기화되자, 무역자유화 및 개방정책으로 돌파구를 찾으려 대대적인 경제전략 수정에 나섰고 그 핵심에 NAFTA가 있었다.

NAFTA 이후 멕시코 경제: 개방과 확대, 그리고 발전

NAFTA 이후 멕시코는 관세 및 비관세 장벽을 완화, 제거하는 등 수출 증가와 기술 이전을 위하여 노력했다. 또 이를 통한 국제적 신뢰도 제고를 바탕으로 외국인 투자 유치에도 박차를 가했다. 실제 NAFTA가 가져온 멕시코 경제의 긍정적 기여에 대하여 평가한 분석도 상당 수 있다. 그들은 공통적으로 NAFTA 이후 멕시코의 교역량, 외국인 투자가 증가하고 이것이 GDP 성장으로 이어졌다고 설명했다. 자료를 보면, NAFTA 이전인 1993년 1월에서 10월까지 3국의 교역 총액은 3,026억 달러에 그쳤으나 이것이

NAFTA 이후 2013년엔 9,509억 달러까지 약 3배 증가했다. 특히 같은 기간, 멕시코-미국 간 교역 비중이 29.1%(882억 달러)에서 42.6%(4,407억 달러)까지 증가한 것을 보면 멕시코는 NAFTA 특수를 톡톡히 누린 셈이다.

멕시코로 유입되는 외국인 투자도 크게 증가했음은 당연지사다. 멕시코는 NAFTA를 통한 관세 혜택과, 미국시장과의 지리적 근접성, 저임금 노동력 등을 바탕으로 미국시장에 진출하려는 외국 기업들을 적극 유치하려 했는데, 실제 NAFTA 이전 91년부터 93년 까지 멕시코에 유입되었던 해외직접투자는 120억 달러에 불과했지만, NAFTA 이후인 2000년부터 2002년까지 540억 달러로 급속히 증가했다.

NAFTA가 멕시코에 불러온 또 하나의 긍정적 변화와 효과는 바로 FTA 허브로서의 멕시코 위상 제고다. 멕시코는 NAFTA 이후 이를 기반으로 활발히 FTA를 추진, 2012년 5월 기준 45개국과 FTA를 발효, 경제영토(2011년 명목 GDP 기준) 62.2%(세계 2위)까지 기록했던 추억이 있다. NAFTA 이전의 보호무역주의적 멕시코를 떠올리면 팔목할만한 변화와 성장이다.

멕시코의 FTA 추진현황

| 총계 | 총계 |
|------------------|---|
| 발효-13건 (45개국) | NAFTA('94.1), 코스타리카 FTA('95.1), 블리비아 FTA('95.1), G3('95.1), 칠레 FTA('99.8), 니카라과 FTA('98.7), 이스라엘 FTA('00.7), EU FTA('00.7, 상품 발효/'00.10. 서비스 발효), Northern Triangle FTA ('01.3), EFTA FTA('01.7), 일본 EPA('05.4), 우루과이 FTA('04.7), 폐루 FTA('12.2) |

자료 명진호, "2011년 주요국 FTA 추진 동향과 시사점", 한국무역협회 국제무역연구원, 2011 재인용

이렇듯 NAFTA 덕분에 교역량과 투자가 증가하고, GDP 규모가 성장하고, 동시에 FTA 추가 및 확대를 통한 경제영토가 넓어지자 간접적인 경제적 효과들도 나타났다. 중남미 국가들이 공통적으로 겪고 있는 물가불안정이 크게 안정되었고, 실업률과 이자율에서 또한 상당한 감소세를 보였으며, 한때 중단되었던 외자 유입과 쌓여만 가는 재정적자로 고심했던 멕시코

의 외환보유도 크게 증가했다.

NAFTA 이후 멕시코의 성장과 변화가 주는 시사점

NAFTA 이후 수출이 증가하면서 제조업 부분에서 일자리 창출이 크게 늘어난 반면, 농업 부문과 멕시코 자국 기업의 고용은 크게 감소했다는 등 NAFTA가 가져온 효과에 대해 부정적으로 설명하는 주장들이 적지 않다. 하지만, 앞서 목격한 바와 같이 NAFTA가 멕시코의 경제 성장과 자칫 장기화 될 수 있었던 경제 위기 탈출에 크게 도움을 준 것 또한 엄연한 사실이다. 또 한 가지 지적되는 지역 간 불균형 문제도, NAFTA 때문이라기보다는 멕시코 내 지역 간 산업 구조의 성격이 현저히 달라 차이가 나기 때문이라는 분석도 있다. 특히 NAFTA 발효 이후 멕시코의 마킬라도라 산업이 크게 성장하여, 멕시코 전체의 산업구조 고도화에 가장 크게 공헌한 것으로 알려졌다.

NAFTA 발효로 멕시코엔 기존의 투자국들이 어느 정도 지위를 유지하는 동시에, 투자가 거의 전무했던 아일랜드나 인도, 노르웨이, 이스라엘, 필리핀 등의 추가 투자가 발생했다. 이후 멕시코는 총요소생산성이 향상되고, 경기순환상 변동성은 하락했다. 이 것은 궁극적으로 멕시코의 경제 제도에 변화를 불러왔고 거시정책에서도 개선을 이끌어내는 데에 성공했다. 게다가 멕시코는 FTA 허브국가 중 하나로서 여전히 활발하게 국제무역체제에 참여하고 있으며, 특히 최근에는 환태평양경제동반자협정(Trans-Pacific Partnership, TPP)에도 합류, 최종 발효를 위한 국내 비준 절차를 밟고 있는 중이다. 한국도 일본에 이어 멕시코와의 FTA를 오래 전부터 추진 중이다. NAFTA 이후 멕시코가 경험했던 부정적인 효과에 대한 논쟁을 최소화하고, 94년 NAFTA 발효 당시의 멕시코와 비교해 보다 발전한 우리의 경쟁력을 신뢰해야하는 시기다. 또한, 멕시코와의 FTA를 통해 그들이 경험한 내부적, 산업적 개혁과 발전, 조정을 우리 역시 교훈 삼아 경주할 필요가 있다. ☐

글 김선녀 기자
사진 한국경제신문



멕시코 소비시장 동향

젊은 인구 증가로 온라인·웰빙·한류 시장 유망 분야로 떠올라

인근 중남미 국가들과 비교해 안정적인 경제 성장을 이어가고 있는 멕시코는 경제활동가능인구 역시 지속적으로 늘고 있는 추세다. 낙관적인 경제 환경에 있는 멕시코 소비자들은 온라인, 미용, 싱글라이프 그리고 안전과 건강에 많은 관심을 보이고 있다. 멕시코 시장 진출에 관심 있는 기업이라면 이들의 소비자 트렌드를 분석해 마케팅 전략을 세워야 한다.

젊은 인구 수 성장하는 낙관적인 시장

지난 2015년 보스톤 컨설팅 그룹의 조사 결과에 따르면 멕시코 인구 평균 연령은 약 27세로 브라질이나 중국보다 젊은 것으로 나타났다. 경제활동가능 인구 (20~64세)는 2010년 전체 인구의 55%인 약 6,160만 명에서 2030년 전체 인구의 59%인 약 8,080만 명으로 성장할 것으로 전망된다. 최근에는 여성의 경제활동이 활발해지면서 경제활동가능 인구에서 여성이 차지하는 비중도 증가하는 추세다.

이와 함께 멕시코 소비자들은 미래의 자국 경제에 대해 낙관적으로 평가하고 있다. 멕시코 3,000가구를 대상으로 실시한 설문조사 결과, 조사에 응한 가구 중 77%는 미래 멕시코 경기를 낙관적으로 평가하는

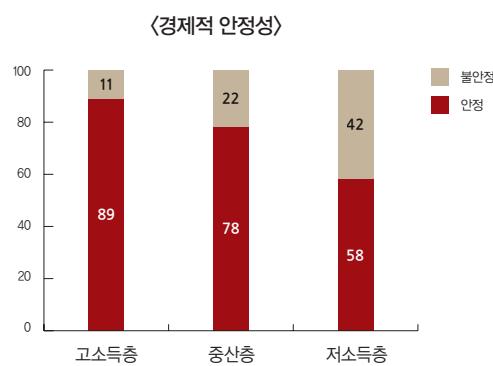
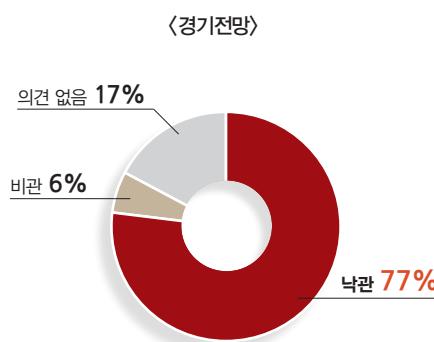
것으로 나타났으며, 6%의 응답자만 멕시코 경기를 부정적으로 전망했다. 또 멕시코 고소득층의 89%, 중산층의 78%, 저소득층의 58%가 ‘현재 경제적으로 안정적’이라고 설문에 응답했다. 최근 글로벌 경기 침체 및 자국 경제성장률 둔화에도 불구하고 멕시코 소비자들은 자국 경제를 낙관적으로 전망하고, 경제적으로 안정적으로 느끼는 것으로 나타났다.

세계 브랜드 시장의 치열한 경쟁

멕시코 온라인 시장 규모 역시 매년 큰 폭으로 성장하고 있다. 미국이나 브라질에 비해 작은 편이나 2013년 약 92억 달러였던 시장 규모가 2014년에는 약 122억 달러로 33% 성장했다. 하지만 멕시코의 온

멕시코 소비자 설문조사

(단위 %)



자료 bco. perspectives

멕시코 온라인 시장 규모는 매년 큰 폭으로 성장하고 있으며, 가전, 자동차, 화장품, 패션 등 다양한 분야에서 세계적인 브랜드들의 경쟁이 치열하다.



라인 및 홈쇼핑 시장이 아직 초기 단계인 것은, 잘 알려진 브랜드 제품을 선호하는 멕시코 소비자 경향 때문인 것으로 분석된다. 다만 오프라인 매장을 갖고 있는 업체들은 자사 온라인 쇼핑몰을 매장 내에서 무료로 홍보할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 2015년부터는 글로벌 온라인 쇼핑몰 아마존닷컴이 멕시코에 진출했다.

또한 멕시코 소비시장은 유럽, 미국, 중국 등 글로벌 브랜드들이 치열하게 경쟁을 펼치는 격전지이다. 의류산업은 Zara, Bershka, Dutti 등의 브랜드를 보유한 스페인의 인디텍스 그룹을 포함하여 GAP, Forever 21, H&M 등 다수의 글로벌 브랜드들이 진출했다. 스마트폰 시장에는 한국의 삼성과 LG, 중국 브랜드인 Lenovo, Huawei, Xiaomi 등의 진출이 이어지고 있으며 가전분야에서는 Vizio, Ativo, Speler 등이 진출했다. 멕시코 내 화장품 및 스킨케어 시장에는 다양한 해외 브랜드가 존재하며, 80% 이상의 제품들이 소매상을 통해 판매되고 있다. 자동차 시장의 경우 현대, 기아 뉴산, 혼다, 폭스바겐 등 다양한

다국적 기업들이 진출해 있으며 잇따라 신규모델을 출시하는 등 경쟁이 치열해지고 있다.

커스터マイ즈, 그린슈머 그리고 한류

멕시코 소비시장은 소비자들의 요구가 다양해짐에 따라 기존의 획일화된 제품이 아닌 개개인의 개별 수요에 맞는 맞춤형 제품이 인기를 얻는 것이 특징이다. 최근 인터넷 사용인구가 증가함에 따라 온라인 콘텐츠 및 서비스가 인기를 얻고 있으며, 태블릿 PC 또는 그와 관련된 부속품이 인기를 얻고 있다. 또 멕시코의 치안 문제에 해결책을 제시할 수 있는 안전 서비스 및 건강을 생각하는 웰빙 및 유기농 제품이 인기를 얻고 있는 것으로 나타났다. 멕시코 건축 마감재 시장에서는 친환경을 강조한 태양광 패널, 절연램프 제품들이 인기를 끌고 있으며 음료시장에서는 방부제, 설탕 등이 들어간 음료 대신 웰빙차, 건강음료의 매출이 늘어나는 것으로 나타났다. 이에 친환경 및 웰빙을 강조하는 젊은 멕시코 중산층 그린슈머(Greensumer)를 타깃으로 사회가치적 마케팅 전략이 필요하다.

멕시코는 중남미 국가 중에서도 한류에 대한 관심이 매우 큰 국가로 관련 소비재 및 콘텐츠 수출 확대도 노려볼 수 있다. 또한 정부가 지역 간 인프라 격차를 줄이기 위해 대규모 인프라 프로젝트를 진행 중인 만큼 관련 산업의 적극적인 참여가 필요하다.

최근 3년간 멕시코의 대한국 수입은 대세계 수입보다 빠른 추세로 증가했다. 소비재 중에서는 준내구재와 비내구재의 대한국 수입이 큰 폭으로 증가하는 등 멕시코 수입시장 내 한국의 점유율이 확대되는 추세이다. 그러나 전체 수요가 가장 크게 증가한 내구재의 경우 대한국 수입이 감소 중으로 내구재의 수출 경쟁력 강화 전략이 필요할 것으로 보인다. 이와 더불어 뛰어난 통상환경, 저렴한 인건비, 지리적 이점 등을 갖춘 멕시코를 미주 진출을 위한 생산거점으로 활용하려는 노력 등 다방면에 걸친 협력 강화가 필요하다.❷

글 김선녀 기자
사진 한국경제신문

중국 소비시장 분석

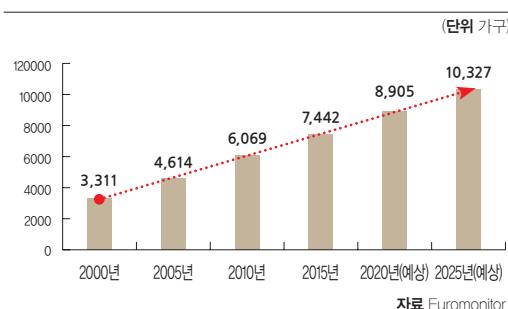
1인 가구 늘고, 웰빙 라이프에 관심 높아져

중국의 도시화, 산업화는 소비자들의 생활양식과 패턴에도 큰 변화를 가져왔다. 1인 가구가 늘어나면서 개인중심적인 소비성향이 나타나고, 서양 주류인 와인에 대한 관심도 높아졌다. 또 공기오염이 심화되면서 공기청정기 시장의 수요가 폭증하고 있다.

‘나 혼자 사는’ 1인 가구 증가

세계 2위 내수 시장을 보유하고 있는 중국의 가구 수는 전 세계의 20%인 4억5천만(2015년) 가구이다. 그 중 1인 가구는 약 16%인 7,442만 가구로 지속적 성장세를 보이며 2025년경에는 1억 가구를 돌파할 전망이다. 한국무역협회 김은영 국제무역연구원은 지난 4월 ‘중국 미래 소비의 중심, 1인 가구 분석’ 보고서에서 1인 가구는 1인당 소비지출 규모가 다인 가구 보다 높고 ‘가족중심’이 아닌 ‘개인중심’의 새로운 소비 성향을 보이고 있어 관련 트렌드 파악과 함께 대응 전략이 필요하다고 밝혔다. 중국 도시에 거주하는 1인 가구는 구매력이 높은 20~30대가 약 47%를 차지하고 있으며 약 15%가 4개 직할시에 거주하고 있다. 이들의 소비동향과 함께 이미 1인 가구 소비시장이 형성된 일본, 독일, 한국 등의 사례를 분석한 결과 ▲간편·효율 ▲소형 ▲맞춤형 서비스 ▲개인중심 소비 ▲생활밀착형 쇼핑 채널 선호 등 5가지 트렌드가 공통적으로 나타났다.

중국 1인 가구 증가 추이



제한된 공간에서 생활하는 1인 가구의 특성을 반영한 작고 간편한 콘셉트의 소비재와 효율적으로 시간을 활용할 수 있는 맞춤형 서비스가 지속적으로 확대될 것으로 전망된다.

이에 향후 중국 소비의 중심으로 부상할 1인 가구를 겨냥해 작고 간편한 것을 지향하고, 맞춤 서비스로 공략하며, 개인을 위한 소비재 및 서비스에 주목해야 한다. 또 애완동물 관련 용품 및 서비스 시장, 온라인·편의점 채널 집중공략 등의 전략적 접근이 필요하다.

세계 와인 시장의 성장 동력으로 부상 중

한국무역협회 성도지부에서 지난 4월 작성한 보고서에 따르면 2014년 이래 중국의 수출입 경기회복과 소비 활성화로 중국 내 주류 수입이 활발히 들어나고 있다. 2015년 기준 중국의 와인 생산량은 전년대비 2.2% 증가하여 2,744,000ℓ를 기록했다. 2015년 기준 중국의 와인(포도) 재배면적은 프랑스를 앞지른 7,990km²로 세계 2위를 차지했으며, 이는 전 세계 와인 재배면적의 11%를 차지하는 수치이다.

‘중국국가통계국’에 따르면 중국의 와인 소비자는 이미 5.8억 명을 넘어섰고, 연령별 와인 소비율은 19~30세가 46%, 31~40세가 38%로 신세대 소비자군이 부상하고 있다. 2014년에는 70년대 생 소비자들이 와인소비율의 30%를 차지하여 가장 큰 소비주력으로 자리매김 하였으나, 2015년에는 90년대 생 젊은 층의 소비자가 전체 와인 소비의 25%를 돌파하면서 새로운 와인 소비의 주체로 떠올랐다. 또한 오늘날 전

중국 소비자들의 라이프스타일에 변화의 바람이 분다. 웰빙과 개인 취향에 대한 관심이 높아지면서 친환경 제품, 가습기, 와인 등의 물건에 많은 관심을 보이고 있다.



자상거래의 발전으로 소비자들은 레스토랑이나 식당이 아닌 인터넷 쇼핑몰, 주류상점, 심지어 잡화점에서도 와인을 구매하기 시작했다. (중국은 전자상거래를 통한 주류 구입이 합법이다.)

소득수준 향상에 따라 건강에 대한 관심이 늘어나면서 전통 백주 보다 도수가 낮고, 100% 포도즙으로 제조된 와인에 대한 수요가 더욱 높아졌다. 와인 소비자들의 대다수는 북경, 상해, 광주, 선전 등의 1선 도시들 위주였으나 2014년 기준 3, 4선 도시의 와인 소비율도 이미 21%를 넘어섰다.

도시 산업화로 공기청정기에 대한 관심 높아

중국의 도시화, 산업화에 따른 공기오염이 심화되면서 공기청정기 시장의 수요가 폭증하고 있다. 2013년과 2014년 중국 대도시의 PM 2.5(초미세먼지) 평균 농도는 모두 국가기준인 $35\text{mg}/\text{m}^3$ 를 초과했다. 2015년 상반기의 중국 74개 도시 공기오염 상황을 측정한 결과, 기준치를 초과한 일수가 55.6%에 이른다.

중국의 공기청정기 시장은 2013년부터 급속히 성장하기 시작하여 2014년에 70억 위안 이상으로 확대,

2015년에는 117억 위안으로 전년 대비 16.5% 줄었으며 판매량은 514만대로 12.7% 감소했다. 지난해 공기청정기 시장의 판매 감소는 중국의 증시폭락과 공기청정기 국가표준 (2016년 3월 발효) 발표에 따른 소비자들의 구매 지체 현상이 원인으로 분석되며 올해에는 회복세로 돌아설 전망이다.

주요 수입국은 한국, 미국, 스위스 3개 나라로 2015년 기준 전체의 약 70%를 차지한다. 한국으로부터의 공기 청정기 수입 비중은 감소하고 있으나 한국은 여전히 중국의 공기청정기 최대 수입국이다. 2013년 ~2014년은 중국 소비자들이 공기오염 심화로 인하여 공기청정기에 대한 기초지식 없이 구매를 서두른 반면, 2015년부터는 실질적인 효율과 가격대비 성능을 꼼꼼히 비교하여 구매하는 ‘이성적 소비’ 패턴을 보이고 있다. 해외브랜드 선호도가 높은 편에 비해 우리나라 브랜드는 아직까지 인지도가 낮은 편이어서 우수한 성능과 차별화된 기능을 명확히 설명하는 것이 중요할 것으로 보인다. 또한 신규로 출시되는 중국 현지 브랜드의 추이, 주요 기능, 제품 가격 등을 비교하여 차별화된 전략을 세워야 한다.❷

중국시장 현지 반응

프랜차이즈 새롭게 뜨고, 한류 아이템 여전히 뜨거워

중국 내수시장은 ‘우승열패(優勝劣敗, 강한 자는 살아남고 약한 자는 도태한다)’ 한 단어로 압축된다. 그만큼 어느 때보다 경쟁이 치열하다는 의미이다. 포춘 500대 기업 중 중국에 진출한 기업이 490개(중국기업 포함)라고 하니 한 국가의 시장이라기보다는 글로벌 격전지라고 표현하는 것이 더 정확하다. 이처럼 가열되고 있는 중국 내수시장에서 우리 기업들의 제품이 꾸준히 인기를 끌고 있다. 가공무역 위주의 수출에서 서서히 내수시장으로 불이 옮겨 붙고 있는 것이다.

식품부터 가전까지, 장수 브랜드의 출현

중국 내수시장에서 인기를 끌고 있는 대표적인 한국 상품으로는 식품을 꼽을 수 있다. 먼저 초코파이, 유자차, 라면 등 비교적 초기에 중국에 진출한 ‘1세대 상품’들이 여전히 중국에서 큰 사랑을 받으며 장수 브랜드로서의 가능성을 열고 있다. 일례로 초코파이를 생산하는 오리온은 지난해 중국 소비자들이 애용하는 일용소비재 브랜드 20위에 올랐다. 시장조사기관인 칸타월드패널(Kantar Worldpanel)에 따르면 중국 도시가구의 63.5%에서 오리온 제품을 소비하는 것으로 나타났다. 인기를 끌기 시작하면 곧바로 중국 기업들의 유사제품과 가짜제품이 출시되는 분위기 속에서 이뤄낸 결과다.

최근에는 조미 김, 신선 우유 등 새로운 인기품목이 뒤를 잇고 있다. 조미 김은 반찬 대신 간식으로 김을 선호하는 중국인의 기호를 겨냥한 다양한 상품이 개발되면서 수출액이 2012년부터 지난해 사이 약 2.8 배 증가했다. 신선 우유는 검역 문제로 수출이 일시 중단되었으나 지난해 7월부터 수출이 재개되면서 호재를 맞고 있다. 중국 마트 판매가는 1리터당 30~40 위안(한화 5,000~7,000원)으로 한국 판매가에 비해 2~3배 비싼 가격임에도 불구하고 고소득층을 중심으로 인기를 끌며 수출 규모가 2012년 약 380만 달러에서 지난해 약 1,700만 달러로 3년 동안 4.5배나 늘었다.

이처럼 고가임에도 불구하고 인기를 끄는 품목은 전

기밥술, 찹쌀기와 같은 생활가전에서도 찾을 수 있다. 우리 기업들이 판매하고 있는 프리미엄 전기밥솥은 1,000위안 이상의 고가로 중국 기업들이 대중을 이루는 일반 밥솥(200~300위안)에 비해 약 4배 이상 비싸다. 그럼에도 불구하고 대표 브랜드인 쿠쿠는 지난 10월 중국 홈쇼핑 론칭 이후 줄곧 매진 열풍을 이어가는 중이다. 찹쌀기도 마찬가지다. 한 대에 2,500~3,000위안으로 현지 제품에 비해 약 3배 이상 비싼 휴롬의 경우 2015년 중국에서만 60만 대를 판매했다.

프랜차이즈, 떠오르는 新분야

최근에는 제조업을 넘어 서비스업에서도 한국 기업들의 활약이 두드러지고 있다. 베이커리, 한식 뷔페 등 한국 프랜차이즈들이 중국 소비자들에게 좋은 반응을 얻으며 매장을 확대하는 추세다. 프랜차이즈는 해외 유명 브랜드도 연달아 실패를 경험한 분야로 우리 브랜드의 성공이 더욱 의미 깊다.

베이커리 분야는 10년의 준비기를 거친 끝에 본격적으로 성장기에 접어들었다. 2004년 상해에 1호점을 낸 파리바게트는 현재 약 140여개의 매장을 2020년 까지 1,000개로 확대할 계획을 갖고 있다. 중국인의 입맛을 겨냥한 기획 상품 개발, 고급화 전략, 적극적인 사회공헌활동이 성공의 비결로 꼽힌다. 실제로 파리바게트가 2005년부터 진행해온 체험 프로그램인 ‘사랑의 케이크 교실’은 500회를 돌파할 정도로 소비

서비스업에서
한국 기업들의 활약이
두드러지고 있다.
베이커리, 한식 뷔페 등
한국 프랜차이즈들이
중국 소비자들에게 좋은
반응을 얻으며 매장을
확대하는 추세다.
사진은 중국에 진출한
파리바게트 매장.



자 참여도가 높다. 중국 소비자들 사이에서 ‘커피는 스타벅스, 아이스크림은 하겐다즈, 빵은 파리바게트’라는 인식이 통할 정도다. 뚜레쥬르도 올해 1월 광저우에 100호점을 내고 중국시장 공략에 박차를 가하고 있다. 지난 2008년에는 중국 정부기관으로부터 AAA브랜드 기업으로 선정되는 등 믿고 먹을 수 있는 브랜드라는 인식이 소비자들 사이에서 통용되고 있다.

한식뷔페도 인기다. 지난해 상해에 문을 연 아일랜드의 자연별곡은 개점 100일 만에 매출 20억 원을 넘어선 것으로 알려졌다. 한국에서 직접 공수한 장류로 맛을 내고, 죽부인 등 한국의 전통 소품을 활용한 인테리어로 중국 소비자들의 반응을 끌어내고 있다.

주요 품목의 對中 수출 동향 (단위: 전 달리, %)

| 품목 | 2010년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 1~3월 |
|------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|------------------|
| 조미 김 HS 2106904010 | 8,573 (33.5) | 19,382 (126.1) | 22,496 (16.1) | 28,959 (28.7) | 41,760 (44.2) | 62,227 (49.0) | 13,760 (22.1) |
| 신선 우유 HS 0401 | 476 (-75.0) | 415 (-12.8) | 3,815 (818.3) | 9,123 (139.1) | 15,573 (70.7) | 17,433 (11.9) | 3,469 (-4.2) |
| 전기 밥솥 HS 8516602000 | 6,490 (73.1) | 7,336 (13.0) | 7,838 (6.8) | 11,925 (52.1) | 17,174 (44.0) | 26,827 (56.2) | 7,442 (34.1) |
| 착즙기 HS 8509400000 | 878 (106.3) | 8,714 (892.8) | 24,479 (180.9) | 85,115 (247.7) | 147,869 (73.7) | 110,483 (-25.3) | 30,122 (10.6) |

주 ()안은 전년 동기대비 증가율 자료 한국무역협회(K-stat)

제2의 천송이 코트, 한류 아이템의 확산

중국 시장에서 우리 제품의 성공을 논할 때 빠질 수 없는 것이 바로 한류다. 현지 사업 관계자들은 한류 확산의 비결에 대해 ‘중국의 한류는 서서히 시작해 오래가기 때문’이라고 입을 모은다. 잠깐 인기를 끌다 사라지는 일시적인 유행이 아니라는 의미다. 실제로 한국 드라마에 소개된 주얼리, 패션 등 한류 아이템들은 유행을 넘어 중국 소비자들에게 꾸준한 인기를 끌고 있다. ‘별에서 온 그대’에 이어 최근에는 ‘태양의 후예’가 중국에서 큰 반향을 일으키며 드라마에 나온 주얼리와 가방, 의류가 제2의 천송이 코트로 주목받고 있다. 송혜교가 착용한 핸드백이 중국에서 완판 행렬을 이어가고 있는 가운데 국내 면세점을 찾은 한중국인 관광객은 극중 드라마에 등장한 귀걸이를 한번에 100개까지 구입했을 정도다. 한류의 열기는 제품 판매에서 끝나지 않는다. 지난해 10월에는 중국 신혼부부 100쌍이 부산에서 합동결혼식을 올렸다. 여기에는 한국식 웨딩촬영은 물론, 건강검진과 피부 관리 등이 포함되었다. 이처럼 최근의 한류는 관광, 의료, 웨딩 등 다양한 범위로 확산되고 있다. 한류가 단순한 유행을 넘어 하나의 문화 산업군 형성을 주도하고 있는 것이다. ☐

한·중 FTA 주요 민원 사례

동일물품에 대해 한·중 FTA와 APTA 원산지증명서 동시 발급이 가능할까?

관세청에서 한·중 FTA 발효 후 100일 동안 수집한 민원사례 20선을 모은 사례집을 발간했다. 사례집은 원산지증명서 발급, 직접운송, 협정관세 적용 등 세 가지 파트로 나뉘어 자주 묻는 질문과 그에 대한 답을 관련 규정과 함께 정리했다. 한 눈에 쉽게 볼 수 있는 FTA 핵심 티ップ을 이용해 한·중 FTA를 적극 활용해보자.

Part1 원산지증명서 발급

1건의 수출신고에 대하여 한·중 FTA와 APTA

원산지증명서 동시 발급 가능 여부

- ▶ 원산지증명서는 수출신고를 기준으로 작성·서명
 - * 수출신고서는 품목번호 또는 품목별로 별도의 [란]으로 구분하여 기재함
- ▶ 따라서, 수출신고서의 [란] 별로 구분하여 한·중 FTA와 APTA 원산지증명서를 신청·발급할 수 있음

〈관련규정〉

FTA 관세특례법 사무처리에 관한 고시 제4조
(원산지증명서 작성방법)

원산지증명서는 협정에서 다르게 규정하지 않았다면 수출신고 기준으로 발급 또 작성·서명하여야 한다.

원산지증명서 작성 시 물품 및 연번 기재방법

- ▶ 상품 송장의 모델·규격 별로 각 란에 상품명세를 상세히 기재하여 작성
- ▶ 20란을 초과하는 경우 새로운 원산지 증명서 발급

〈관련규정〉

한·중 FTA 원산지증명서 작성요령

제6란: 물품의 연번을 기재하며, 물품의 연번은 20을 초과하지 아니하여야 한다.
제8란: 포장의 수량 및 종류를 명시한다. 각 상품의 물품명세를 제공한다. 물품명세는 그 상품을 검사하는 세관 공무원이 상품을 식별할 수 있고, 그 상품을 송장 물품명세 및 상품의 통일상품명 및 부호체계(HS)의 물품명세와 연계할 수 있도록 충분히 자세하게 기재되어야 한다. 상품이 포장되지 아니한 경우, "IN BULK"를 기재한다.

원산지증명서 1란에 다수의 모델·규격을 기재할 수 있는지 여부

- ▶ 한·중 FTA 원산지증명서는 최대 20란을 초과할 수 없음
 - HS코드가 같더라도 모델·규격이 다른 경우 란을 달리하여 작성해야 함
- ▶ 또한 1란에 20개의 모델·규격을 기재할 수 있으나, 하나의 원산지증명서에 기재되는 모델·규격 별 전체 품목의 수는 20개를 초과할 수 없음
 - * 2란 이하 작성 불과

한·중 FTA 원산지포괄증명

- ▶ 한·중 FTA에서 원산지포괄증명은 인정되지 않음
- ▶ 한·중 FTA 원산지증명서는 해당 상품의 선적 전 또는 선적 시 또는 선적일로부터 7 근무일 이내에 발급된 것을 규정함

〈관련규정〉

FTA 관세특례법 시행규칙 제2조(정의)

원산지포괄증명은 장기간에 걸쳐 반복적으로 선적되거나 수입신고되는 동종동질의 물품에 대하여 원산지증명서 발급 또는 작성일로부터 12개월을 초과하지 아니하는 범위 안에서 최초의 원산지증명서를 반복하여 사용하는 것을 말함.

한·중 FTA 제3.15조(원산지증명서) 제3항

Part2 직접 운송

한·중 FTA 직접운송 인정 요건

- ▶ 한·중 FTA 협정관세를 적용받기 위해서는 해당 원산지상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- ▶ 다만, 동 상품이 비당사국을 경유하는 경우 아래의 요건을 모두 충족하는 경우 직접운송으로 간주함
 - 가. 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유로 경유할 것
 - 나. 비당사국에서 거래 또는 소비되지 않을 것
 - 다. 해당 상품이 비당사국에서 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외의 공정을 거치지 않을 것

〈관련규정〉

한·중 FTA 제3.14조(직접운송)

비당사국을 경유하는 경우 직접운송 입증서류

- ▶ 원산지상품이 비당사국을 경유하는 경우 아래의 서류를 수입신고 시 세관에 제출

| 통과 또는 환적의 경우 | 컨테이너 보관 또는 적출 |
|---|--------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • 항공화물운송장 • 선하증권 또는 • 수출당사국에서 수입당사국까지의 전체운송 경로가 포함된 복합운송이나 합병운송서류 | 좌동 |
| | 비당사국 세관당국이 보증하는 서류 |

* 복합운송(Multimodal Transport) 또는 합병운송서류(Combined Transport Document): 육상·해상·항공 중 2가지 이상의 형태를 복합하여 운송될 때 발행되는 운송서류

- ▶ 이때, 비당사국 세관당국이 제공하는 보증서류는 아래와 같은

1. [중국→홍콩→한국] 홍콩세관 발행 비가공증명서
2. [한국→홍콩→중국] 홍콩세관 또는 China Inspection에서 발행하는 비가공증명서

〈관련규정〉

한·중 FTA 제3.14조(직접운송)

Part3 협정관세의 적용

수입신고 시 원산지증명서 원본 제출 여부

- ▶ 우리나라를 일반적으로 수입신고 시 원산지증명서를 제출하지 않으나
 - 협정관세 적용을 신청하는 때에 원산지증명서를 갖추고 있어야 하며, 세관장 요구 시 이를 제출해야 함
 - * 세관장이 특별한 사유로 원본을 요구하지 않는 한 원산지증명서 사본 제출 스템프를 날인하여 사본 제출 가능
- ▶ 참고로, 중국의 경우에는 수입신고 시 원산지증명서 원본을 제출해야 협정관세를 적용받을 수 있음

〈관련규정〉

한·중 FTA 제3.17조(특혜관세대우의 신청) 제1항 “다”호
FTA관세특례법 제10조(협정관세의 적용신청 등) 제1항
FTA관세특례고시 제30조(원산지증빙서류 제출요구) 제3항

한·중 FTA 발효일 전에 공급한 물품에 대한 원산지확인서 발급 여부

- ▶ 한·중 FTA 협정은 협정이 발효되는 날 이후 수출신고 또는 수입신고하는 물품부터 적용함
- ▶ 따라서, 한·중 FTA 적용을 위해 원산지확인서를 발급하고자 하는 경우에는 동 협정이 발효되는 날부터 해당물품의 원산지를 확인하여 발급하여야 함
- ▶ 다만, 협정발효일 이전에 공급한 물품이라도 소급하여 원산지확인서를 발급할 수 있음

〈관련규정〉

FTA관세특례법시행규칙 제6조의3(원산지확인서)

수출물품의 생산에 사용되는 재료 또는 최종물품을 생산하거나 공급하는 자가 생산자 또는 수출의 요청이 있는 경우 해당 재료 또는 최종물품의 원산지를 확인하여 작성하여 수출자 등에게 제공

FTA관세특례법시행규칙 부칙 제1조(시행일) ②



글 김선녀 기자
사진 김기남 기자

18명의 직원들로 이루어진 이가락흑마늘은 남해의 건강한 자연을 먹고 자란 우리 마늘을 이용해 깨끗하고 안전한 먹거리를 만들어 세계적으로 인정받고 있다.



2015 FTA 활용 경진대회 수상기업 탐방: (주)이가락흑마늘(최우수상)

우리 땅에서 자란 마늘로 세계 식탁을 건강하게 만들겠습니다

해외 수출시장 중에서도 가장 까다로운 식품 분야에서 이름을 알리고 있는 기업이다. 이가락흑마늘은 흑마늘이 갖는 재료의 우수성과 자연적인 기능을 통해 정직한 방식으로 한국식품의 신뢰도를 높여가고 있다.

좋은 식품은 믿고 먹을 수 있는 안전한 원재료와 탁월한 가공기술에서 비롯된다. 이가락 흑마늘은 남해의 청정한 자연환경, 편백나무의 효능을 활용한 친환경 숙성기술 그리고 지역 특성을 100% 활용한 수출전략까지 식품사업의 조건을 두루 갖추고, 여기에 FTA를 통한 관세혜택까지 더해 수출의 길을 넓혔다.

건강한 자연을 먹고 자란 흑마늘

청정한 자연을 품은 한반도의 끝 남해는 너른 바다 위에 지어진 웅장한 남해대교에서 시작된다. 아름다운 풍광을 자랑하는 다리를 건너 푸른 바다를 끼고 조금만 달리면 그림 같이 펼쳐진 설천면 끝자락에 이가락흑마늘 공장이 나타난다. 공장이 들어서 있는 남해군 설천면 비란리는 해풍을 먹고 자란 보물섬 남해마늘로 유명한 곳이다. 굳이 이곳의 자연 환경을 설명하지 않아도, 눈에 보이는 푸르름과, 코 속으로 들어오는 청정한 공기가 이곳 남해의 건강한 자연을 그대로 대변해준다.

“2007년 처음 이 사업을 시작하겠다고 마음 먹었을 때 식품 위생에 관련된 좋지 않은 사건이 많이 있었어요. 그래서 더 제대로 된 좋은 식품을 만들어야겠다고 생각했죠.”

이가락흑마늘은 농약 성분이 전혀 검출되지 않아 안전한 농산물로 인정받은 남해마늘만을 엄선해 제품을 만들고 있다. 또 환경친화적인 편백나무 숙성함 및 쑥 훈증을 이용한 흑마늘 발효숙성 제조 특허 기술로 인공 첨가물을 전혀 사용하지 않고, 일정한 온도와 습도에서 자가 발효 시킨 가장 ‘자연스러운’ 건강식품이다.

현재 이가락흑마늘은 일본을 비롯해 포르투갈, 프랑스, 미국 등 해외 수출이 활발하다. 특히 일본에서는 지난 2013년 12월부터 지금 까지 홈쇼핑을 통해 꾸준한 매출을 올리고 있다.

“사실 흑마늘 제조기술은 일본에서 먼저 시작됐어요. 그럼에도 마늘 품종이나 기술력 등에서 확실한 차별성을 입증해, 까다로운 일본 소비자들의 마음을 돌릴 수 있었습니다.”

일본은 쇠로 만든 통에서 마늘을 숙성시켜 걸은 타고, 속은 제대로 숙성되지 않은 경우가 많은데 반해 이가락흑마늘은 편백나무의 장점을 살려 성분은 그대로 살리면서도 식감과 맛까지 완벽한 제품을 만들 수 있었다. 여기에 현지 소비자들의 성향을 간파한 마케팅 방식도 큰 힘을 발휘했다.

“한국에서는 ‘우리 제품이 제일 좋다’는 것만 강조하지만, 일본 소비자들은 ‘왜’라는 근거를 줘야 해요. 남해의 청정한 자연, 또 미용과 다이어트 효과에 좋은 S-아릴시스틴 성분 등 흑마늘의 장점을 부각시키는 광고를 통해 차츰 신뢰를 얻었죠.”

FTA로 날개를 단 우리 마늘

20년 이상 건설업에 종사했던 정윤호 대표는 1997년 IMF 여파로 운영하던 회사를 접고, 남해에 내려와 현재 이가락흑마늘의 공장 부지를 사들였다. 때마침 남해 흑마늘 사업에 관심을 갖고 있었던 CJ로부터 공장 임대 문의를 받고 우연찮게 흑마늘 사업을 시작하게 되었다.

“이런 저런 사정으로 CJ가 흑마늘 사업을 포기하면서 대신 제가 이어가게 되었죠. 그저 ‘좋은 식품을 만들어보겠다’는 생각 하나로 일본에 넘어가 처음부터 하나하나씩 사업에 대해 공부했어요. 한국에서 만든 제품을 들고 동경 역사에서 사람들에게 일일이 샘플을 나눠주기도 했지요.”

건강과 위생에 직결되는 식품 분야는 내수는 물론 수출 사업으로도 어려운 점이 이만저만이 아니다. 특히 중소기업에서는 건강기능식품 인가를 받기 위한 절차가 쉽지 않은 상황이다.

“식품 산업은 원재료의 80% 이상을 해외에서

들여오는 경우가 많습니다. 국내에도 원료가 많지만 기초과학이 부족하다보니 가공이 어려운 거죠. 또 건강기능식품 인증 절차를 위한 실험 등을 위해서는 정부나 기업의 투자가 절실한데, 아직은 여의치가 않아 안타까울 때가 많습니다.”

농산물의 물가 상승도 수출에는 큰 타격이다. 원재료가 올랐다고 해서 바이어들에게 그 만큼의 가격을 매번 올릴 수도 없는 상황이기 때문이다. 하지만 이가락흑마늘은 내수의 어려움을 오히려 수출을 통해 극복했다. 특히 남해마늘은 국립수산물품질관리원에서 우수한 지리적 특성을 가진 수산물 및 가공품의 지리적표시를 등록·보호해주는 ‘지리적표시제’ 때문에 원산지 증명이 까다로운 FTA 활용에 큰 도움이 되었다. 덕분에 일찍부터 미국은 물론 한·EU FTA를 맺고 있는 포르투갈과 프랑스에 무관세로 흑마늘을 수출하고 있다.

“매년 해외 수출로 16억 정도의 매출을 꾸준히 올리고 있습니다. 앞으로 다양한 가공품을 개발하고, 마늘이라는 건강기능식품으로서의 상품성을 활용해 세계적인 식품기업으로 자리매김할 생각입니다.”

재료에 대한 신뢰와 지속적인 개발을 통해 앞으로 이가락 마크가 달린 흑마늘 제품이 전 세계 많은 가정의 식탁에서 환영받기를 기대해본다. ☐

1



1 남해 설천면 비란리에 위치한 이가락흑마늘 공장 2 흑마늘을 만들기 위해 전처리 단계를 거쳐 편백나무 숙성함에서 한 달 가량 숙성시킨다.

2



3 이가락흑마늘은 알마늘, 진액, 분말, 젤편 등 다양한 가공식품을 선보인다.

3



WTO안의 또 다른 WTO

그린 룸(Green Room)

그린 룸이라는 것이 있다. 2015년 제레미솔니에 감독, 패트릭 스튜어트와 안톤 엘친 주연의 미국 스릴러 영화를 말하는 것이 아니다. 초록색 방으로 직역(直譯)되는 그린 룸은 세계무역기구(WTO) 안에 위치한 작은 방 하나를 가리키는데, 10명 정도가 착석하면 꽉 찰 정도라고 알려진 바로 이 '작은' 방에서 글로벌 통상 협안과 규범에 관한 '큰' 그림이 그려지고 그 협상이 이뤄진다는 사실은 새삼 흥미롭다. 과연 그린 룸에는 누가 초대되고 그 안에서는 어떤 대화가 오고 가는 것일까.

그린 룸이 알고 싶다: 위치와 유래

스위스 남서부에 위치한 스위스 제3의 도시, 제네바에는 약 300여 개가 넘는 국제기구가 자리잡은 것으로 알려져 있지만, 그 중에서도 WTO는 유독 아름다운 경관을 자랑하는 장소에 자리잡은 것으로 유명하다. 스위스라는 국가 자체가 원래 청정자연, 그리고 나라 안 온 구석구석이 하나의 화폭과도 같은 것으로 명성이 자자하지만, 그 중에서도 제네바는 특출나다. 금융과 상업도시이며 관광도시로써, 보석과 시계 거래의 중심지인 제네바는 도시 자체가 하나의 보석과도 비견될 수 있는데, 그 중에서도 특히 아름다운 레만 호수 어귀에 WTO가 위치해있다.

이렇듯 경관이 아름다운 WTO의 사무국 3층에는 특별한 관심을 끄는 장소가 또 하나 있다. 바로 WTO의 대표라 할 수 있는 사무총장의 집무실 바로 옆에 위치한 회의실,

이른바 그린 룸이다. 이 방이 그린 룸이라고 이름 붙여진 배경은 실제 그 내부에서 다뤄지는 복잡, 다양한 의제 및 협상 현안들에 비하면 비교적 단순명료하다. 그린 룸의 '그린'은 바로 회의실 내에 초록색 카펫과 벽지 등 그 방의 전체적 색조가 '초록색'이라는 사실에서 유래했던 것. 세월이 많이 흐른 지금, 그 인테리어가 초기와는 많이 달라졌다고 하니 이제 '그린'이라는 명칭이 조금은 무색하지만, 지금도 '그린 룸 회의'는 하나의 상징성을 지닌 고유명사로써 널리 쓰이고 있다.

그린 룸에서는 어떤 일이 벌어지는가: 역할과 합의

WTO의 공식 홈페이지는 기구의 역할에 대하여 5가지 정도로 분류해놓고 있는데, 그 중 눈에 띄는 것 중 하나가 바로 '무역협상의 포럼(forum for trade negotiations)'으로서의 역할이다. 실제 WTO는 최고의사결정기구인 각료 회의(Ministerial Conference)를 중심으로 매 2년마다 회원국 전체가 모여 협상 회의를 하게 되는데 가장 최근에는 지난 2013년과 2015년 각각 인도네시아 발리와, 케냐 나이로비에서 도하개발어젠다(Doha Development Agenda, DDA) 협상을 개최했던 바 있다.

WTO의 건물 내에 그린 룸이 존재하듯이 이러한 WTO 주요 회의 내부에는 그린 룸 회의가 존재한다. 산업통상자원부의 공식적인 정의에 따르면 '그린 룸 회의'라 함은 각국의 협상대표가 참석하여 주요 안건들을 다루는 회의를 말하는데, 특히 정치적인 판단을 요구하는 의제에 대하여 토론, 그리고 나아가 최종 결정을 하기 위해 개최된다. 여기서 그린 룸 회의의 참가국은 WTO 전체 회원국의 대표가 아닌 주요 국가로 한정되며, 회의는 WTO 사무총장의



그린 룸 회의의 참가국은 WTO 전체 회원국의 대표가 아닌 주요 국가로 한정되며, WTO 사무총장의 초청 형식으로 이루어진다. 지난 2003년 멕시코 칸쿤에서 개최되었던 DDA 제5차 각료회의에서도 막판까지 미국, EU와 개도국 간의 대립이 계속되자 주요국들을 초청한 그린 룸 회의가 개최되었다.

초청 형식으로 이루어지게 된다. 보통은 그린 룸의 좌석 수에 따라서 30개국을 넘지 않고 약 20여 개국의 초청 대상국가가 유동적으로 결정된다(일각에선 그린 룸의 크기가 워낙 작아 참석 대표들은 서로 어깨가 부딪힐 지경이라고도 한다). 실제로 지난 2003년 멕시코 칸쿤에서 개최되었던 DDA 제5차 각료회의에서도 막판까지 미국, EU 와 개도국 간의 대립이 계속되자 주요국들을 초청한 그린 룸 회의가 개최되었던 바 있고, 당시 초청된 국가는 미국, EU, 일본, 캐나다, 호주, 뉴질랜드, 브라질, 아르헨티나, 인도, 모리셔스, 방글라데시, 말레이시아, 온두라스, 스위스 등으로 국한되었던 기억이 있다.

그린 룸 회의를 이해하는 데에 더 없이 정확하고 간결한 해석과 예시이지만, 그간 알아왔던 WTO의 민주적인 성격과는 다소 거리가 먼 내용이다. 그간 WTO는 국제기구로서는 예외적으로 민주적인 절차와 참여방식으로 찬사를 받아온 바 있다 그도 그럴 것이 IMF나 세계은행과는 다르게 회원국 1개국 당 1개의 투표권이 주어지고, 분쟁해결기구와 통상협정 내에서 개도국들의 목소리를 적극 수용하고 배려하기 때문이다.

그러나 실제 그린 룸 회의에서는 보통 전체 162개 회원국 (2015년 11월 기준) 중 이른바 '주요국'들의 협상대표 1명씩 만이 선발되어, 협상 내용 중 특히 정치적인 판단을 요구하는 의제들이나 국가 간 합의가 어려운 현안들에 대해 수시로 회동을 갖고 소규모로 토론하며 결정하는 형태가 취해진다. 특히 분야별로 협상국가들이 막판까지 이견 차를 좁히지 못할 때에 시도된다. 그리고, 여기서 결정된 사안들은 이후 전체 회의에서 최종 결정되게 되는데, 이미 해당 안건과 관련한 대부분의 주요 국가들(통칭 '프렌즈 그룹')이 그린 룸 내에서 합의에 이른 뒤의 절차이기 때문에 결국 그 대세에 힘입어 최종 결정에 이르는 경우가 많다는 게 일반적인 이해다. 심지어 "그린 룸 회의에서 모든 것이 결정된다"고까지 할 정도다.

그린 룸 회의는 비(非)민주적… 비난의 목소리도 높아

WTO뿐만 아니라 기타 통상 협상의 자리에서도 각 국가의 통상장관들은 수시로 식당, 복도 등에서 만나며 세부 현안에 대하여 논의하는 것은 일상적인 풍경이다. 즉, 다시 말해 전체 회원국의 대표들이 아닌 일부 국가들의 대

표들끼리 회의를 하는 것은 그리 낯설거나 특별한 연출은 아니라는 것이다.

그럼에도 불구하고, WTO의 그린 룸 회의는 엄연한 밀실 회의로써 투명성을 저해한다는 반대와 비난의 목소리가 결코 적지 않다. 분야별로 찬반그룹의 주요국들만이 초청되는 소규모 회의로, 최종 의사결정과정에서 배제된 국가들의 불만이 고조된 탓이다. 호베르토아제베도(Roberto Azevedo) 현 WTO 사무총장도 이러한 그린 룸 회의의 발전 및 개선의 필요성에 대해 공감한 바 있다. 그렇다고 그린 룸 회의가 매번 성공적인 것 또한 아니다. 실제 1999년 시애틀 각료회의 당시에도 첨예한 의견 대립과 지속되는 괴리로 그린 룸 회의에 대한 기대가 고조되었지만, 결국 농업 수출보조금 문제 등에서 이견을 좁히지 못하여 별다른 성과를 도출해내지 못했던 경험이 있다.

그린 룸 회의에 초대받지 못한 100여 개 이상의 회원국들은 자연스레 소외감을 느낄 수밖에 없다. 인도의 상공장관이었던 무솔리 마란(Musoli Maran)은 과거 그린 룸 회의에 대하여 크게 비난하며, 몇 일간 지속된 회의에서 어마어마한 양의 논의 자료들이 한 시간 단위로 쌓이져 나왔지만, 그린 룸 회의에 참석하지 못한 대부분의 회원국들은 이들을 제대로 검토할 시간조차 갖지 못했으며 특히 개도국들은 마지막 순간에 거의 강제로 주요 분야의 초안들을 받아들이게 된다고 불만을 토로했다.

잘 알려져 있다시피 WTO의 협정 조항들과 합의문의 내용들은 그 양이 매우 방대할 뿐만 아니라, 기술적으로도 굉장히 까다롭게 만들어져 있다. WTO 회원국의 대부분을 차지하는 개도국들은 WTO에 대사를 파견하지 못하는 경우도 있고, 파견하더라도 1명 정도만을 파견하는 게 다반사다. 반면, 미국과 같은 경우는 회의 때마다 250여 명의 전문 변호사를 대거 파견, 협정 조항들을 꼼꼼히 분석하고 자국의 경제에 조금이라도 불리한 내용이 있으면 바로 이의를 제기하며 협상을 최전방에서 주도한다. 이러한 현실과 더불어 암묵적으로 이를 지지하는 그린 룸 회의는 'WTO는 회원국들이 주인'이라는 표제나, 파스칼 라미(Pascal Lamy) 전 WTO 사무총장이 "WTO는 민주적이고, 누구나 똑같이 합의할 수 있는 권한, 그리고 합의하지 않을 권한을 가진다"라고 발언했던 것을 다시 한 번 생각해보게 한다.◎

글 이민선 관세사(FTA종합지원센터 차이나데스크)

사진 한국경제신문

산업용 로봇과 그 로봇을 조작하기 위해 필요한 소프트웨어가 함께 수입되는 경우 소프트웨어는
산업용 로봇 내에 설치되어 로봇을 운영, 관리, 제어하기 위한 보조적인 물품이기 때문에 로봇이 분류되는 HS 8479.50호에 분류된다.



실전 품목분류: ②소프트웨어

전자도서는 관세 대상에서 제외, CD에 담긴 프로그램은 수출입 시 통관절차 필요

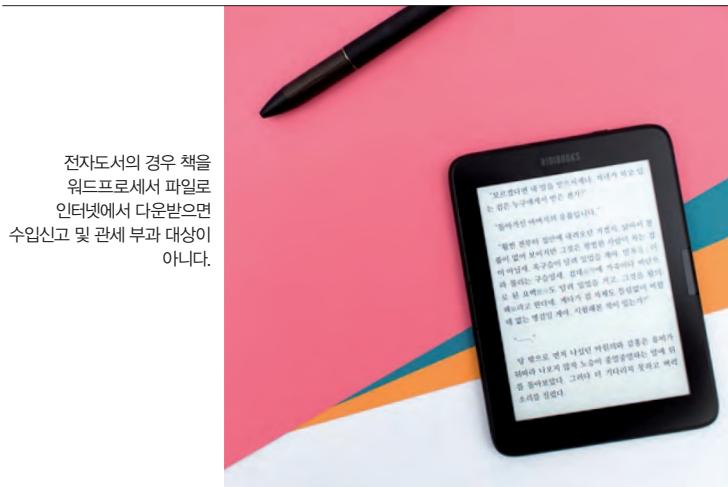
최근 국내에서는 알파고(AlphaGO)와 이세돌의 바둑 대결에 관심이 높았다. 무인 자율주행차량은 이제 거의 실용화 단계에 이르렀고 차세대 전투기 기능의 90% 이상이 소프트웨어로 구현될 예정이다. 스마트 시대가 본격화되면서 전 산업에서 소프트웨어의 역할이 점차 강화되고 있다. 이에 소프트웨어 산업의 선전과 함께 소프트웨어의 수출입 문의가 증가하고 있다.

소프트웨어 산업 증가에 비해 관세나 통관 측면에서 이러한 소프트웨어를 비롯한 디지털콘텐츠 중 영상물(영화, 게임, 애니메이션, 만화, 캐릭터 등), 음반물, 전자서적, 데이터베이스 등 형태가 없는 물품에 대한 HS 코드 및 수출입 처리를 어떻게 해야 할지 모르는 경우가 많다. 전자적 형태의 무체물로 수출입한 경우에는 별다른 수출입통관 절차를 거치지 않아 관세가 부과되지 않지만, 유체물이 수입되고 이와 관련이 있는 전자적 형태의 무체물이 함께 공급되는 경우에는 수출입신고가 이루어지며 유체물인 CD 또는

기기의 HS 코드 및 소프트웨어 금액을 유체물의 가격에 포함시킨 금액에 따라 관세가 부과된다.

CD등 기록·저장매체는 HS8523호에 분류

소프트웨어를 수출입하는 경우는 일반적으로 온라인으로 전송하는 방법과 CD 등 기록매체에 담아 송부하는 방법을 생각해볼 수 있다. 먼저, HS 코드는 형태가 있는 유체물에만 부여되는 상품코드이기 때문에 소프트웨어 등 전자적 형태의 무체물 그 자체는 별도의 HS 코드가 존재



전자도서의 경우 책을
워드프로세서 파일로
인터넷에서 다운받으면
수입신고 및 관세 부과 대상이
아니다.

하지 않는다. 따라서 소프트웨어 프로그램을 온라인을 통해 공급하거나 개발자가 현지 국가에 가서 용역 형태로 개발하는 경우 가격을 지불했다 하더라도 관세법상 수출입 신고 대상이 아닌 무체물에 해당하므로 별도의 수출입통관 절차가 필요 없다. 결국 관세가 부과되지 않는다. 전자 도서로 예를 들면, 책을 워드프로세서 파일로 인터넷으로 다운받는 경우에는 수입신고 및 관세 부과 대상이 아니다.

그러나 현재 거래되는 소프트웨어의 대부분은 CD 등 기록매체에 수록되어 수출입 되는 형태로 이 경우 '유형'으로 제품화되어 있기 때문에 통관절차가 필요하며 기록 매체의 HS 코드로 분류되어 당해 관세율에 따라 관세가 부과될 수 있다. 관세율표상 기록·저장매체는 HS8523.4호에 분류되고 있으며 구체적으로는 HS8523.4호에 광 학식 매체로 분류된다. 그리고 같은 호 해설서에서 광학 식 매체를 정의하면서, 컴팩트 디스크(예: CDs, V-CDs, CD-ROMs, CD-RAMs), DVD가 포함된다고 설명하고 있다. 이 내용에 의거하여 기록되지 않은 공CD 등은 HS 8523.41호에 분류되지만, 음악 CD, 게임 CD, 영화 DVD 등 소프트웨어를 수록한 CD나 DVD는 HS 8523.49호에 분류되게 된다. 다만, 유의할 점은 CD 등의 가격에 소프트웨어의 가격을 더한 금액으로 수출입신고를 해야 한다는 것이다.

산업용 로봇과 관련 소프트웨어는 모두 HS 8479.50호

그밖에 소프트웨어가 특정 기기나 설비의 구동 소프트웨어이면서 그 기기와 함께 제시되는 경우도 있을 것이다. 예를 들어, HS 8479.50호에 분류되는 산업용 로봇과 로봇을 조작하기 위해 필요한 소프트웨어가 함께 수입되는 경우는 어떨까? 별도로 수록된 소프트웨어의 제공 없이 이미 소프트웨어가 산업용 로봇에 설치되었든, 소프트웨어

어가 로봇에 설치되어 있는지 않지만 별도의 CD에 소프트웨어가 수록되어 제공되는 경우는 대부분 소프트웨어는 통상 산업용 로봇 내에 설치되어 로봇을 운영, 관리, 제어하기 위한 보조적인 물품이기 때문에 장비와 소프트웨어 모두 본질적인 특성을 가진 로봇이 분류되는 HS 코드인 HS 8479.50호에 분류된다. 그러나 함께 제시된 CD에 수록된 소프트웨어가 그 기기에 설치되어서 사용되는 것이 아닌, 기기와 연결되어 사용되는 PC에 설치되는 일반적인 활용 프로그램인 경우가 있다. 이 경우 소프트웨어는 기기의 기능을 함께 수행하기 위한 물품으로 볼 수 있으므로 기기와 소프트웨어 CD를 각각 분리하여 분류한다.

이는 HS 84류의 기계류 이외에도 85류 전기기기, 90류의 각종 광학, 측정, 의료기기 등에도 동일하게 적용된다. 즉, 라우터(HS 8517호), 컴퓨터 서버(HS 8471호) 등도 수입 시 소프트웨어가 본체에 내장된 경우 본체의 HS 코드로 함께 분류되지만 그렇지 않은 경우 본체의 기능을 함께 수행하기 위한 것인지 여부에 따라 본질적인 특성을 부여하는 기기에 따라 같이 분류하거나 구성요소별로 분리하여 분류하게 된다. 그리고 이러한 기기나 설비의 수입 신고 시에도 앞서 설명한 바와 같이 소프트웨어의 가격을 기기의 가격에 가산하여 신고하고 기기의 HS 코드에 따른 관세율을 적용하여 관세를 납부해야 한다.

소프트웨어 거래 시 수출실적 확인

일반적으로 수출실적은 수출신고를 하게 되면 자동으로 집계되어 한국무역협회에서 확인받을 수 있다. 하지만 소프트웨어를 인터넷 등을 통하여 거래하는 경우에는 전자적 형태의 무체물로서 실제로 물품의 이동이 없어서 관세법상 별다른 수출통관 절차를 거치지 않지만, 대외무역법에 따라 한국무역협회나 한국소프트웨어산업협회에서 확인을 받을 수 있다. 다시 말해, 한국무역협회 또는 한국소프트웨어산업협회가 발급한 수출입확인서에 의거하여 거래 외국환은행이 확인한 외화입금액을 수출실적으로 인정하고 있다.(www.onlinetrade.or.kr 참고) 소프트웨어의 수출입과 관련하여 또 한 가지 유의할 점은 각국의 저작권 관련 규정을 확인할 필요가 있다는 것이다. 실제 저작권 침해가 많은 문제가 되고 있으며 특히, 프로그램 저작권은 각국마다 많이 상이하고 자주 변경되고 있으므로 주의해야 한다.❷

글 김기현 중국경영인증컨설팅 대표

사진 한국경제신문

해외직구 거래가 증가하고, 낮은 과세율과 세수 면제를 약용하는 사례가 발생함에 따라 중국 정부는 해외직구 세수정책을 대폭 조정했다.



한·중 FTA 비관세 장벽 이해 및 활용

해외직구 시 개인 1회 거래금액은 2천 위안, 연간 구매한도액은 2만 위안

중국의 새로운 해외직구 세수정책이 시행됨에 따라 국내 역직구 업체들이 비상체제에 돌입하게 되었다. 중국의 해외직구 세수제도 정비는 중국 수출입에서 국제전자상거래가 차지하는 비중이 급상승함에 따라 새로운 수출입 통관질서를 확립하는 데 그 목적이 있다. 신규 세수 정책을 면밀히 살피고, 추후 변화에 대한 지속적인 관심이 필요하다.

1
국경 간 전자상거래¹ 보세구 수입과 우편방식 수입을 모두 포함한 표현으로 Cross border EC라고도 불리며 해외직구 방식(소비자들이 해외 온라인 쇼핑몰을 통해 직접 외국상품을 구매하는 방식)이 포함되었다.

2
행우세 중국 해관이 소량의 자가시용물품(여행객의 휴대물품, 증정품, 비상업 목적으로 우편을 통해 국내 반입되는 물품 등)에 징수하는 일종의 수입관세로, 간이통관세 혹은 우편세로 해석할 수 있음.

“중국 재정부는 3월 24일 국경 간 전자상거래¹ 행우세²를 포함한 세수정책 조정 방안을 공식적으로 발표했다. 관련 정책 조정의 기본 취지는 국경 간 전자상거래의 발전을 규범화하고 전통무역과의 과세 방식 차이를 줄이는 한편, 적절한 수준에서 업계의 발전을 도모하는 것이 기본 취지이다. 행우세를 폐지하고, 일정한 비율을 기준으로 관세, 증치세(부가가치세) 및 소비세를 부과하는 방안이 포함된 이번 조치는 지역별(도시별) 선 시행 후, 최종적으로 전국에 걸쳐 일괄 적용하려는 것으로 볼 수 있다.”

자료 大河網(大河網)

업계 일각에서는 B2C, B2B, C2C 해외직구 상품의 세수 관리 및 시스템에 대한 중국 정부의 감독관리 강화에 목적을 두고 있다고 분석하고 있다. 새로 변경된 조정안은 행우세(개인 수화물과 우편물에 부과되는 수입관세, 증치세와 관세를 통합 적용했다) 폐지와 해외직구 상품 구매 한도 상향조정을 골자로 하고 있다. 또한 일정한 비율을 기준으로 과세, 증치세(부가가치세) 및 소비세를 부과한다는 내용이다.

그동안 중국의 해외직구는 크게 보세구 수입과 우편 수입 방식 두 가지로 운영되어 왔으며 수입물품의 종류에

따라 10%, 20%, 30%, 50% 행우세 세율을 부과해 왔다. 그러나 대다수 상품들의 행우세가 10%로 일반적인 무역에 비해 세금 폭이 매우 낮았다. 특히 세액이 50위안 미만인 경우 세금을 면제해줬으며, 1회 거래 당 1,000위안을 넘지 못하도록 제한했다. 이는 해외전자상거래에 통일된 과세기준이 없어 임시적으로 마련된 방책이다. 낮은 과세율과 세수 면제를 적용하는 사례가 발생함에 따라 중국 정부는 해외직구 세수정책을 다음과 같이 조정했다.

개혁 전후 세율 비교

| 품목 | 개혁 전 행우세 | 개혁 후(B2C) | | | 개혁 후 행우세 |
|----------|---------------|-------------------------|---------|----------------------|----------|
| | | 한도액 내 (증치세+소비세)×70% | | 한도액 초과 관세+증치세+소비세 | |
| 보건식품 | 10% | 11.90% | 17%×70% | 27% | 10%+17% |
| 영유아용품 | 10% | 11.90% | 17%×70% | 32% | 15%+17% |
| 가방 | 10% | 11.90% | 17%×70% | 37% | 20%+17% |
| 신발 | 10% | 11.90% | 17%×70% | 29% | 12%+17% |
| 의류 | 20% 11.90% | 17%×70% | 25% | 8%+17% | 30% |
| 전자제품 | 20% 11.90% | 17%×70% | 32% | 15%+17% | |
| 금·은 액세서리 | 10% | 18.90% (17%+10%)×70% | 47% | 20%+17%+10% | |
| 주류 | 10% | 25.90% (17%+20%)×70% | 52% | 15%+17%+20% | |
| 고급시계 | 30% 25.90% | (17%+20%)×70% | 48% | 11%+17%+20% | |
| 화장품 | 50% 32.90% | (17%+30%)×70% | 49% | 2%+17%+30% | |

주 1) 단, 최혜국세율이 0%인 상품은 15%의 행우세 적용

2) 파란색은 세제 개혁 후 세금납부액 감소하는 경우, 주황색은 상품별 소비세

해외직구 시 개인 1회 거래금액은 2,000위안으로 상향조정하고 연간 구매한도액은 2만 위안으로 제한한다. 한도를 초과한 부분은 일반무역과 같은 세율을 부과하며, 50위안 미만 면세정책 폐지, 증치세 및 소비세 합의 70%를 과세한다. 또한 통관 수입 상품은 품목별로 세액을 달리 적용하여 ① 최혜국 세율이 0%인 상품에 대해 15%, ② 화장품 등 소비세가 매겨지는 상품은 60%, ③ 기타 상품은 30%의 행우세를 부과하는 것으로 변경됐다.

새로운 세수정책 전후의 해외직구 상품 세율 비교

(행우세 면세 범위 안 구매금액 기준)

| 상품 (구매금액) | 세수정책 변경 전 | 세수정책 변경 후 | 비교 |
|-----------------|-----------|--|----|
| 분유 (<=500위안) | 행우세 면세 | 11.9% 증치세 | 상향 |
| 식품 (<=500위안) | 행우세 면세 | 11.9% 증치세 | 상향 |
| 화장품 (<=100위안) | 행우세 면세 | (기초) 11.9% 증치세 (색조) 11.9% 증치세+ 21% 소비세 | 상향 |
| 디지털제품 (<=250위안) | 행우세 면세 | 11.9% 증치세 | 상향 |
| 의류 (<=250위안) | 행우세 면세 | 11.9% 증치세 | 상향 |

주 11.9% = 증치세 17%×70%

역직구 업체 가격 경쟁력 확보, 소액 상품 업체는 타격

특히 신규 세수 정책에 따라 '의류'의 경우 상품 구매 금액이 250위안 미만이면 기존 면세에서 11.9% 증치세가 부과되어 과세가 상승한 반면, 250위안 이상 2,000위안 이하 물품이면 20% 행우세에서 11.9%로 하향되어 혜택을 받게 됐다. 이에 따라 2,000위안 미만 의류 역직구 업체들은 기존의 행우세보다 금액이 낮아져 가격 경쟁력을 확보하게 됐지만, 250위안 미만 소액 상품을 유통·판매하는 업체들은 타격을 받을 것으로 예상된다. 세제 개편 후 오히려 세금 부담이 줄어드는 상품도 있다. 가령 원래 정식통관 수출을 해오던 100위안 이상 화장품의 경우 세금 부담이 기존 50%에서 47%로 소폭 낮아진다. 이번 조치는 C2C 거래가 포함돼 있는 우편 배송방식(直郵)과 B2C 거래인 보세구 수입방식이 모두 적용될 가능성이 크다고 전망했다. 특히 보세구 수입 모델에 일반 무역과 같은 위생허가 기준을 적용할 경우 보세구 이용의 의미와 가치가 퇴색되므로 정부의 세부시행에 대한 정부의 주의를 좀 더 지켜볼 필요가 있다.

중소 영세 업체 대응방안

우편 방식과 보세구 수입을 통해 들어오는 한국 제품의 대다수가 식품, 화장품, 의류에 집중돼 있는 만큼 신제품 출시 전부터 선제적인 대응이 필요하다. 또한 해외직구 상품에 대한 관리 척도가 점차 세분화되는 기조가 이어짐에 따라 관련 변화에 예의주시해야 된다. 국내 업체들은 세제 개편안을 면밀히 분석해 세금 부담을 최소화할 수 있는 판매 전략을 수립하고, 가격보다는 차별화된 상품 구색을 통해 경쟁하는 데 주력해야 한다.❷

새로운 세수정책 전후의 해외직구 상품 세율 비교

(행우세 면세 범위 밖 구매금액 기준)

| 상품 (구매금액) | 세수정책 변경 전 | 세수정책 변경 후 | 비교 |
|----------------------------|-----------|--|----|
| 분유 (>500위안) | 10% 행우세 | 11.9% 증치세 | 상향 |
| 식품 (>500위안) | 10% 행우세 | 11.9% 증치세 | 상향 |
| 화장품 (>100위안) | 50% 행우세 | (기초) 11.9% 증치세 (색조) 11.9% 증치세+ 21% 소비세 | 하향 |
| 명품가방 (>500위안) | 10% 행우세 | 11.9% 증치세 | 상향 |
| 디지털제품 (250위안 이상 2000위안 이하) | 20% 행우세 | 11.9% 증치세 | 하향 |
| 의류 (250위안 이상 2000위안 이하) | 20% 행우세 | 11.9% 증치세 | 하향 |

한·중 FTA와 지식재산권: ⑫중국 지식재산권 계약 – 상표권

브랜드, 서비스와 관련된 모든 계약에는 상표사용에 관한 내용 담고 있어

우리 기업이 중국에서 상품 또는 서비스를 공급하는 경우, 자연스럽게 해당 상품 또는 서비스에 관련된 브랜드인 상표권도 중국에서 사용된다. 단독으로 중국에 진출하는 것이 아닌 다른 중국 기업과 협업을 통한 진출 시, 이해관계자들 사이에서 해당 상품 또는 서비스 브랜드인 상표권의 권리관계 및 사용관계를 계약으로 명확하게 설정하는 것이 중요하다. 중국 상표 사용 계약 체결 시, 계약 당사자 자격 확인, 상표 사용 권한, 상표 사용 허락 범위 설정, 계약 종료 후 권리관계, 상표 사용료의 지급 및 검증 등에 관한 항목에 유의해야 한다.

상표사용계약은 해당 기업이 처한 구체적인 조건과 상황에 따라 매우 다양한 형태로 체결될 수 있다. 우리기업이 중국기업과 명시적인 상표사용계약이 아닌 일반적인 물품매매계약, 기술이전계약, 프랜차이즈계약, OEM 또는 ODM 계약, 영업양수도계약 등을 체결할 때, 실질적인 계약의 내용에서 상표사용의 허락에 관한 것들을 포함하는 경우가 있는데, 전혀 다른 계약에서 묵시적으로 포함된 상표사용에 관한 것이 향후 분쟁과 갈등의 소지를 만들거나 기업에 매우 불리한 조건으로 남는 경우가 있어 주의해야 한다. 특히 브랜드 즉, 상표는 관련 계약이 종료한 이후에도 소비자들에게 브랜드 이미지나 인지도로 남는 것으로, 무형 자산적 가치는 계약이 종료된 시점에서 가장 높은 것이므로, 당사자 간의 계약 종료 이후의 상표사용관계를 보다 명확하게 하는 것이 중요하다.

1. 중국 상표권 사용 계약 일반

일반적으로 중국 상표사용허가계약은 상표권자가 자신이 중국에서 등록한 상표를 타인에게 중국 내에서 사용할 수 있도록 허가하고 허가 받은 자는 상표 사용료를 지불하는 계약을 의미한다. 참고로, 상표권은 속지주의가 적용되는 권리로 중국 내에서 등록된 중국 상표권은 중국 내에서만 효력이 인정된다.

중국 상표권 사용 계약은 허가 범위에 따라 독점사용허가 계약, 배타사용허가계약, 일반사용허가계약으로 나눌 수 있다. 독점사용허가는 등록상표를 피허가자에게만 사용하도록 하는 것(상표권자는 약정에 의해 사용할 수 없음)

이며, 배타사용허가는 등록상표를 피허가자와 상표권자가 사용할 수 있으나 다른 제3자는 사용하도록 허가할 수 없는 것이고, 일반사용허가는 상표권자가 다수의 제3자에게 사용하도록 별도로 허가를 할 수 있는 것이다.

상표 사용 계약은 브랜드 이미지를 확장하고 추가적인 수익을 얻는 기회이기도 하지만, 상표의 명성과 가치를 제3자인 피허가자에게 맡기게 되는 리스크가 있는 계약이므로, 상품품질에 대한 통제가 필요하다. 특히 피허가자는 등록상표의 표장과 반드시 일치한 표장을 사용해야 하며, 허가된 상품에 피허가자의 명칭과 상품의 생산지가 표기되어야 하는 점 등에서 피허가자에 대한 관리 및 감독이 필수적이다.

2. 상표사용계약 체결 시 주의사항

가. 계약 당사자의 자격 확인

상표사용계약 체결 시, 상표사용을 허락하는 자가 진정한 상표권자 또는 사용허락권한이 있는 자인지 여부를 우선 확인해야 한다. 상표권의 양도 현황 파악, 상표 사용 허락 권한 부여, 상표 사용권의 양도 권한 여부 등을 검토해야 하며, 특히 중국 상표법 제42조에 따라 상표권 양도는 중국 상표국의 확인공고가 되어야 법적효력이 발생하는 것이므로, 양도로 상표권자가 된 자와 상표 사용 계약을 체결하는 경우 계약 체결 시점을 적절히 조정해야 한다. 또한 상표권이 무효심판 중이거나 다른 분쟁이 계류 중에 있는 경우, 그 결과에 따라 계약 당사자의 지위가 달라질 수 있어 그에 대한 대비도 필요하다.

나. 사용 상표와 사용 상품 또는 서비스 정의

상표사용계약 체결의 대상이 되는 상표권이 무엇인지, 또한 그 상표권



중국 수출을 위한 상표사용계약 시에는 계약 당시자 자격, 사용 상표 또는 상품 등의 정의, 상표 권한의 범위, 계약 종료 후 권리 관계 등 구체적인 상황에 따라 다각도 측면에서 면밀하게 검토한 뒤 체결해야 한다.



의 어떠한 지정상품 또는 서비스에서 사용을 허락한 것인지를 분명히 해야 한다. 하나의 표장을 기준으로 다수 개의 등록상표권들이 존재하는 경우도 있고, 하나의 등록상표라고 하더라도 다수의 지정상품들 또는 지정서비스들로 이뤄져 있을 수도 있으므로, 계약에서 사용을 허락하는 등록상표가 무엇인지, 어떠한 상품 또는 서비스에 사용을 허락하는 것인지를 분명히 해야 한다. 통상적으로 계약의 기본 사항으로 등록상표의 상표명칭(표장), 등록증번호, 등록일자, 사용이 허가된 상품이나 서비스범위, 상표 유효기간, 등록인의 명의와 주소가 함께 기재될 수 있다.

다. 사용 권한 범위

독점사용, 배타사용, 일반사용에 따라 피허가자의 이익에서 큰 차이가 있으므로 독점 효과 및 반대급부 등을 고려하여 그 사용권한을 잘 선택해야 한다. 사용상표의 허락기간 및 지역범위도 명확히 약정해야 한다. 등록상표는 10년간 보호 받을 수 있고 갱신절차에 따라 10년씩 연장이 가능하므로, 이론적으로는 10년 이상의 허락기간도 가능하지만 통상적으로는 수년 정도로 체결하고 계약 연장 조항을 넣는 것이 보통이다. 중국 내에서 지역적인 사용범위를 제한하는 경우, 그 사용범위의 제한이 실효성이 있는지, 사용범위 제한을 위한 효과적인 제한 방법이 있는지 함께 고민해야 한다.

최근 자체 생산보다는 외부 아웃소싱을 통한 OEM 생산을 하는 경우가 많아, 피허가자가 외부 타인에 의한 OEM

생산으로도 해당 상표를 사용할 수 있게 할 것인지를 명확히 해야 한다. 특히 유의해야 할 점은 OEM 생산의 상표 사용 허락은 묵시적으로 피허가자에게 제3자에 대한 재사용허락을 포함하는 경우가 있으므로, 그 범위를 보다 구체적으로 기재하여 분명히 해야 한다.

라. 계약 종료 후 권리관계

상표 사용 계약이 종료되면, 원칙적으로 피허가자는 그 즉시 해당 상표가 부착된 상품이나 서비스를 판매할 수 없다. 따라서 피허가자인 입장에서 계약 종료 이후 이미 생산해 놓은 관련 제품의 처리에 대해 약정할 필요가 있다. 다만, 북경시고급인민법원은 “상표민사분쟁사건의 심리 중 일부 문제에 관한 해답”에서 ‘구체적인 약정이 있으면 그에 따라 처리하며, 약정이 없다면 구체적인 정황으로 합리적인 판매기간을 확정하고 해당 기간에 생산한 상품을 판매하는 경우에는 침해가 되지 않는다고’ 하였는데, 상표권자 입장에서는 피허가자가 생산한 상품의 물량 및 마지막 판매기간이 불명확할 것이므로 계약 체결 시 종료 후 관련 제품을 처리 기간에 대하여 명시적으로 약정하는 것이 좋다.

마. 사용료의 지급

통상적으로 사용료는 정기분할지급 방식을 택한다. 정기 분할 지급 시 사용료의 산정 기준은 제품의 생산량, 판매량, 매출액, 또는 이익액 등의 다양한 방식으로 산정이 가능하다. 사용료의 산정 기준을 정하는 경우, 해당 산정 기준에 따른 사용료가 제대로 지급되고 있는지 검증하는 절차도 필요하므로, 피허가자의 재무장부에 대한 제공의무 및 상표권자의 열람과 검증 권한을 규정하고, 그에 따른 비용 부담에 관한 내용을 함께 넣기도 한다.❷

실전 FTA 활용 노하우: 한·뉴질랜드 FTA 협정문 주요 내용 및 활용 방안 ①

상품 수입 후 1년 내에 납부한 모든 초과관세 환급 신청 가능



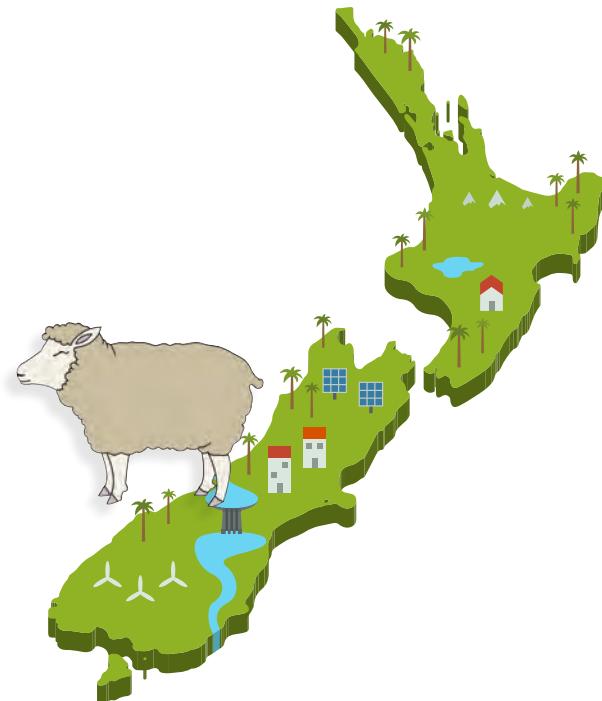
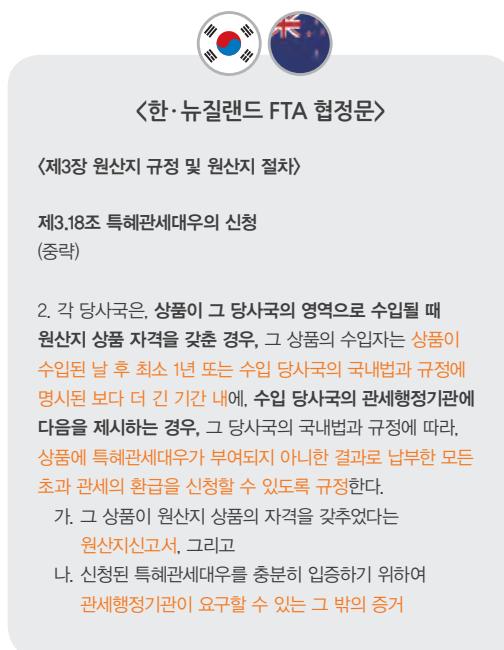
뉴질랜드는 아시아·태평양·오세아니아 지역 다수의 국가들과 FTA 체결을 완료했다.

또 지난 10월 타결된 TPP(한태평양경제동반자협정) 참여국이며 한국과 함께

RCEP(역내포괄적경제동반자협정)에도 참여하고 있어 우리의 전략적 FTA 활용을 극대화 할 수 있는 국가 중 하나이다. 따라서 지난 12월 20일에 발효된 한·뉴질랜드 FTA 협정문의 주요 내용 중 특이사항 및 활용 방안에 대해 알아보자 한다.

1. 협정관세 사후적용

물품이 수입될 당시에 협정 적용을 받지 못했다 하더라도 수입신고가 수리 된 이후에 일정한 절차에 따라 특혜관세의 적용을 신청하여, 수입 시에 납부했던 관세를 돌려받을 수 있다. 즉, FTA의 사후적용을 통한 관세 환급에 대해 한·뉴질랜드 FTA 협정문에서는 다음과 같이 규정하고 있다.



협정에서는 수입된 날 이후 최소 1년 또는 따로 정하는 더 긴 기간 내에 사후적용이 가능함을 규정하고 있다. 우리나라의 경우 FTA이행특례법에서 수입신고가 수리된 날로부터 1년 이내에 협정관세의 적용을 신청할 수 있다고 규정하고 있으므로, 모호할 수 있는 '수입된 날'이라는 규정보다 그 기준을 명확히 하고 있으며, 특별한 경우를 제외하고는 일반적인 '수입된 날'보다는 '수입신고가 수리된 날'이 더 뒤에 있으므로, 협정에서 정하는 수입된 날 후 최소 1년보다는 납세자에게 유리하도록 규정하고 있다고 볼 수 있다.

2. 원산지 신고서(Origin Declaration) 관련 내용

한·뉴질랜드 FTA에서는 협정적용을 위해 해당 상품이 원산지 상품의 자격을 갖추었다는 증명서류로서 원산지 신고서(Origin Declaration)를 규정하고 있다. 이러한 한·뉴질랜드 FTA 하에서 원산지 신고서는 크게 송품장신고 방식 또는 협정에서 정하는 권고서식을 사용하는 방식으로 구분하고 있으며, '부속서 3-다'에서 예시를 통해 작성 방법에 대해 안내하고 있다.

〈한·뉴질랜드 FTA 협정문〉

〈제3장 원산지 규정 및 원산지 절차〉

제3.19조 원산지의 증명

- 각 당사국은 수입자가 수출자 또는 생산자에 의한 **시면 또는 전자적** 원산지 신고서에 근거하여 특혜관세대우를 신청할 수 있도록 규정한다.
- 원산지 신고서는 **이 장 부속서 3-다에** 첨부된 원산지 규정 운영 절차에 대한 이행 약정에 규정된 형식을 따를 수 있다. 이행 약정은 양 당사국 상호간의 결정에 의하여 개정되거나 수정될 수 있다.
- 원산지 신고서는 다음의 정보를 포함한다.
 - 필요한 경우 그 밖의 신원확인 정보를 얻기 위한 상세 연락처를 포함하여, 증명인의 성명
 - 상품의 수입자(아는 경우에 한정한다)
 - 상품의 수출자(생산자와 다른 경우에 한정한다)
 - 상품의 생산자(아는 경우에 한정한다)
 - 통일 상품명 및 부호 체계에 따른 6단위 세번 및 상품명
 - 상품이 충족하는 원산지 규정
 - 원산지 신고서의 날짜, 그리고
 - 제7항나호에 따라 발급되는 포괄신고서의 경우, 그 원산지 신고서가 포괄하는 기간
- 원산지 신고서는 **영어**로 작성된다.
- 각 당사국은 당사국 영역의 수출자가 상품의 생산자가 아닌 경우, 그 수출자가 다음에 기초하여 원산지 신고서를 작성하고 서명할 수 있도록 규정한다.
 - 그 상품이 원산지 상품의 자격을 갖추었는지에 대한 수출자의 인지
 - 그 상품이 원산지 상품의 자격을 갖추었다는 생산자의 서면 진술에 대한 수출자의 합리적인 신뢰, 또는
 - 생산자가 수출자에게 자발적으로 제공한, 그 상품에

관하여 작성하고 서명한 원산지신고서

- 제5항의 어떠한 규정도 **생산자가 수출자에게 원산지 신고서를 제공하여야 하는 것으로 해석되지 아니한다.**
- 각 당사국은 다른 쪽 당사국 영역의 수출자 또는 생산자에 의하여 적절한 절차에 따라 작성되고 서명된 원산지 신고서가 다음에 적용되도록 규정한다.
 - 다른 쪽 당사국의 영역으로 **하나 이상의 상품의 단일 수입**, 또는
 - 최초 신고일부터 12개월을 초과하지 아니하는 기간**으로서, 명시된 기간 이내에 이루어진 다른 쪽 당사국 영역으로의 동일상품의 복수 수입
- 제2항에서 언급된 원산지 신고서는 원산지 신고서의 **서명일부터 2년 동안 유효**하다.
- 이 협정이 발효한 날 또는 그 이후 당사국의 영역 내로 수입되는 모든 원산지 상품에 대하여 각 당사국은 그 상품의 수출자 또는 생산자에 의하여 발효일 전에 작성되고 서명된 원산지 신고서를 수락한다.

위와 같이 한·뉴질랜드 FTA에서는 한·미 FTA와 유사하게 원산지 신고서 상에 포함되어야 할 8가지 항목을 규정하고 있다. 이러한 8가지 항목은 송품장 신고방식을 사용하는 경우 송품장 등 상업서류 상에 빠짐없이 기재되어야 하며, 권고서식을 사용하는 경우에는 해당 서식 안에 8가지 항목이 포함되어 있다.

원산지 신고서의 작성 주체는 5항에서와 같이 수출자뿐만 아니라, 수출자와 생산자가 다른 경우 생산자까지도 포함하고 있으나, 이를 이유로 수출자가 생산자에게 원산지 신고서의 작성을 당연한 권리로서 요구하는 것을 방지하기 위해 6항을 명시적으로 규정하고 있다.

한·뉴질랜드 FTA를 적용받기 위해 발급된 하나의 원산지 신고서는 해당 수입건 뿐만 아니라, 최대 12개월의 기간을 정하여 해당 기간 이내에 수입되는 동일 상품의 복수 수입 건에 대해서도 협정 적용을 받을 수 있도록 포괄발급 및 사용이 가능하다.❷

글 유영웅 관세사(관세법인 네오)

사진 한국경제신문

FTA 사후 검증tip: 효과적인 한·미 FTA 사후검증 서류 작성법④

제조공정도는 원재료와 공정순서를 명확하게 보여주는 것이 관건

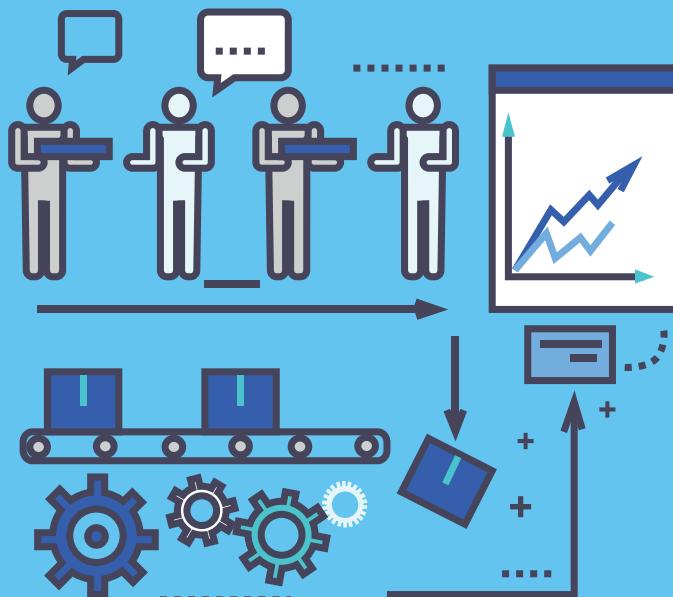
지난 호에서는 한·미 FTA 사후검증을 위한 소명자료 준비 단계 중 원산지결정기준 충족을 위한 서류(BOM) 작성방법과 유의사항에 대해 알아보았다. BOM과 함께 원산지검증을 위한 소명자료로 중요한 것이 바로 '제조공정도'이다. 제조공정도를 통하여 협정 당사국 역내에서 물품 생산 과정과, 각 협정에서 규정하고 있는 불인정공정(단순공정) 이상 수행 여부를 확인할 수 있기 때문이다. 제조공정도 역시 FTA 검증에 적합하도록 작성하여야 한다. 정해진 서식은 없지만 주요 공정을 기준으로 제3자가 보았을 때 어떤 원재료를 사용하여 어떤 공정순서로 수출물품이 제조되었는지 알 수 있도록 작성하는 것이 중요하다.

Materials to Demonstrate Product Country of Origin under the UKFTA

- I. About Exporter/Manufacturer)
- II. CBP Form 28, Request for Information
- III. Tariff Classification and Country of Origin Certification under the UKFTA
- IV. Additional Information**
- V. Evidence/References

한·미 FTA 하에서의 물품의 원산지 소명 자료

- I. 수출자 / 제조자 소개
- II. 검증대상 품목에 대한 설명
- III. 원산지결정기준 충족
- IV. 추가 정보**
- V. 관련 증빙자료



제조공정도 작성방법

① 역내에서 수행하는 제조공정을 모두 기재

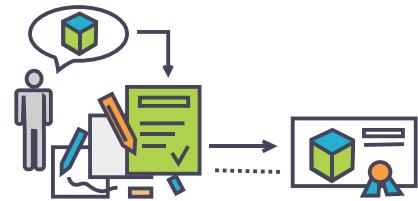
검증소명자료 작성 시 역내에서 충분한 가공이 이루어졌음을 증명하여야 하는데 제조공정도는 이를 입증하는 데 중요한 서류이다. 따라서 외주가공(임가공)을 의뢰하거나 국내에서 제조한 원재료를 매입하여 사용하는 경우 외주업체와 원재료 생산업체의 제조공정을 반영하여 작성하는 것이 좋다. 협정에서 정한 '충분한 가공'이 하나의 회사에서 이루어져야 한다는 의미가 아니기 때문이다.

② 공정 수행 장소 기재(외주가공인 경우)

일부 공정이 외부에서 수행되는 경우 제조공정도 상에 해당 공정을 기재하고 공정을 수행하는업체명을 기재하여야 하며, 이를 증명하기 위하여 임가공계약서, 거래명세서, 작업지시서, 물품의 이동증명(입출고내역), 국내제조확인서 등을 구비하여야 한다.

③ 각 공정별 실제 수행사진과 공정에 대한 설명 기재

제조공정도 작성 시 필수 기재사항은 아니나 실제 공정 사진을 넣는 것이 좋다. 검증요원은 검증 대상 회사의 공장 등을 직접 방문하지 못하여 서류만으로 판단하게 되므로 실제 공정수행사진을 넣어 쉽게 이해할 수 있도록 배려하는 것이 중요하다. 또한 실제 사진을 첨부함으로써 충분한 가공능력이 있음을 보여주게 되는 것이다.



④ 각 공정별 투입 원재료 기재(작성된 BOM과 연계)

각 공정에서 사용되는 원재료와 해당 HS 코드를 기재한다. BOM의 원재료 리스트에 있는 원재료의 품명을 사용하여 기재하여야 한다. BOM상의 구매 원재료가 어떤 공정에 사용되는지를 직관적으로 나타낼 수 있으므로 역내에서 이루어진 공정을 쉽게 파악할 수 있게 된다. 여러 물품을 동일공정으로 생산하는 경우나 사용되는 원재료의 수가 많은 경우 제조공정도에 전부 표현할 수 없으므로 주요 원재료를 기준으로 하여 포괄적으로 기재하여도 무방하다.

⑤ 공정별 기계, 설비 등의 명칭(모델명) 기재

특정 설비나 기계를 사용하여 제조하는 물품인 경우 설비나 기계 명칭(모델명 등)을 기재하는 것도 해당 공정이 국내에서 이루어졌음을 입증하는데 증거가 될 수 있다. 또한 기계의 성능, 생산량 등의 스펙은 공개되어 있기 때문에 실제 해당 수출물을 만들기 위해 어느 정도의 설비와 인원이 필요한지 대략적인 데이터를 산출할 수 있다. 따라서 이러한 정보를 제공하여 검증요원이 의구심을 갖지 않게 하는 것도 도움이 된다.

외주 가공 시 원산지확인서 등 증빙서류 발급

일반적으로 원재료 구매 시 역내산 원재료인 경우 '원산지(포괄)확인서'를 공급자로부터 받게 된다. 그러나 일부 공정을 외부업체에 의뢰하면서 임가공 업체로부터 '원산지확인서'를 요청하는 경우가 있는데 이는 사안에 따라 발급가능 여부가 달라지므로 주의하여야 하며, 일반적으로 다음과 같이 처리하게 된다.

① 무상사급의 경우

무상사급이란 가공을 의뢰하면서 주요 원재료를 무상으로 공급하는 방식을 말한다. 따라서 임가공 업체는 일부 원재료와 임가공비만을 청구하게 된다. 무상사급의 경우에는 실제 제조자가 의뢰인이므로 임가공 업체는 원산지확인서를 발급할 수 없다. 임가공 업체로부터 원산지확인서를 받으려면 공급 원재료의 단가를 공개하여 임가공 업체가 BOM을 작성할 수 있도록 하여야 한다. 이 때 FOB 또는 EXW 가격을 산정할 때 실제 지급가격인 임가공비로 산정할 수 없으며, 무상사급 받은 원재료 단가를 고려하여 산정하여야 할 것이다. 이러한 문제로 무상사급일 경우 임가공 업체가 원산지확인서를 발급하는 것은 적절하지 못하다. 그러나 실제 가공이 이루어졌음을 증명하여야 하므로 '국내제조(포괄)확인서'를 받거나 임가공계약서, 원재료 사급내역 등으로 증명하면 된다.

제조공정도 예시

다음의 제조공정도는 완구생산업체를 가정하고 작성한 것이다.

- ① 각 해당 공정별로 실제 제조사진을 넣고, 공정명과 간략한 설명을 하였다.
- ② 사용된 원재료 내역을 BOM과 동일하게 작성하였다.
(원재료가 많을 경우 주요원재료만 기재하여도 무방하다)
- ③ 해당 공정에 사용된 설비명을 기재하였다.
- ④ 외주가공을 하기 때문에 해당 업체를 기재하였다.

* 자세한 제조공정도 예시는 38p 참조.

② 유상사급의 경우

유상사급의 경우는 임가공이 아닌 '도급' 거래의 형태이므로 가공업체로부터 완성된 원재료를 구매하는 것과 마찬가지가 된다. 가공업체가 임가공이 아닌 제조자가 되는 것이므로 가공업체도 원산지확인서를 발급하는데 무리가 없다.❶

제조공정도 1/2 (Manufacturing Process 1 of 2)

제품명 (Description) : Dolls of Textilesr (HS 9503.00)

모델규격 (Model) : NEO-01

| 공정명 (Process) | ① 원자료 입고 | ② 철형 제작 | ③ 재단 | ④ 봉제 |
|------------------------------------|---|--|--|--|
| ① 세부설명 (Process Description) |  <ul style="list-style-type: none"> 입고되는 원자료 불량 검수 (Checking raw materials) |  <ul style="list-style-type: none"> 원단 재단을 위해 패턴 모양대로 철재의 칼 제작 |  <ul style="list-style-type: none"> 철형을 이용하여 원단 재단 |  <ul style="list-style-type: none"> 재단된 원단을 가지고 봉제 |
| ② 투입 원자료 (Input Material) | <ul style="list-style-type: none"> 원단 플라스틱 부분품 면솜 |  <ul style="list-style-type: none"> 외주가공(가나단조) | <ul style="list-style-type: none"> 80% cotton 20% poly fabrics – black (NEO-01-F01B) (5210.31) 100% POLYESTER fabrics – red (NEO-01-F02R) (5407.10) 100% wool pile fabrics – yellow (NEO-01-F03Y) (5801.10) 100% wool pile fabrics – green (NEO-01-F04G) (5801.10) | <ul style="list-style-type: none"> 재봉사 sewing thread of polyesters – black (STP-001B) (5401.10) |
| ③ 사용 설비 (Facilities) | <ul style="list-style-type: none"> 지게차(Fork lift truck) | | <ul style="list-style-type: none"> 프레스 재단기 (Cloth Cutting Machine) | <ul style="list-style-type: none"> 봉제기(미싱) (Sewing Machine) |

작성일 (Date) : 2016. 05. 01

작성자 (Declarer) : NEO Toyland 대리 박대리 *(서명)*

제조공정도 2/2 ((Manufacturing Process 2 of 2)

제품명 (Description) : Dolls of Textilesr (HS 9503.00)

모델규격 (Model) : NEO-01

| 공정명 (Process) | ⑤ 부속품 부착 | ⑥ 솜충전 | ⑦ 마무리 공정 | 원제품사진 |
|------------------------------------|---|---|---|---|
| ④ 세부설명 (Process Description) |  <ul style="list-style-type: none"> 눈, 코 등 인형에 사용되는 부속품 부착 외주가공 (다리산업) |  <ul style="list-style-type: none"> 솜충전 |  <ul style="list-style-type: none"> 마무리 봉제작업 (last sewing) |  <ul style="list-style-type: none"> 품질검수 (Quality Inspection) |
| ③ 투입 원자료 (Input Material) | <ul style="list-style-type: none"> 부속품(플라스틱제 눈, 코) eye & nose of Plastics (9503.00) (NEO-01-EYE, NEO-01-NOSE) | <ul style="list-style-type: none"> 솜 (cotton wadding) (5601.21) | <ul style="list-style-type: none"> 재봉사 (5401.10) sewing thread of polyesters – black (STP-001B) | |
| ④ 사용 설비 (Facilities) | <ul style="list-style-type: none"> 봉제기(미싱) (Sewing Machine) | <ul style="list-style-type: none"> 패딩기 (Padding machines) | <ul style="list-style-type: none"> 봉제기(미싱) (Sewing Machine) | |

작성일 (Date) : 2016. 05. 01

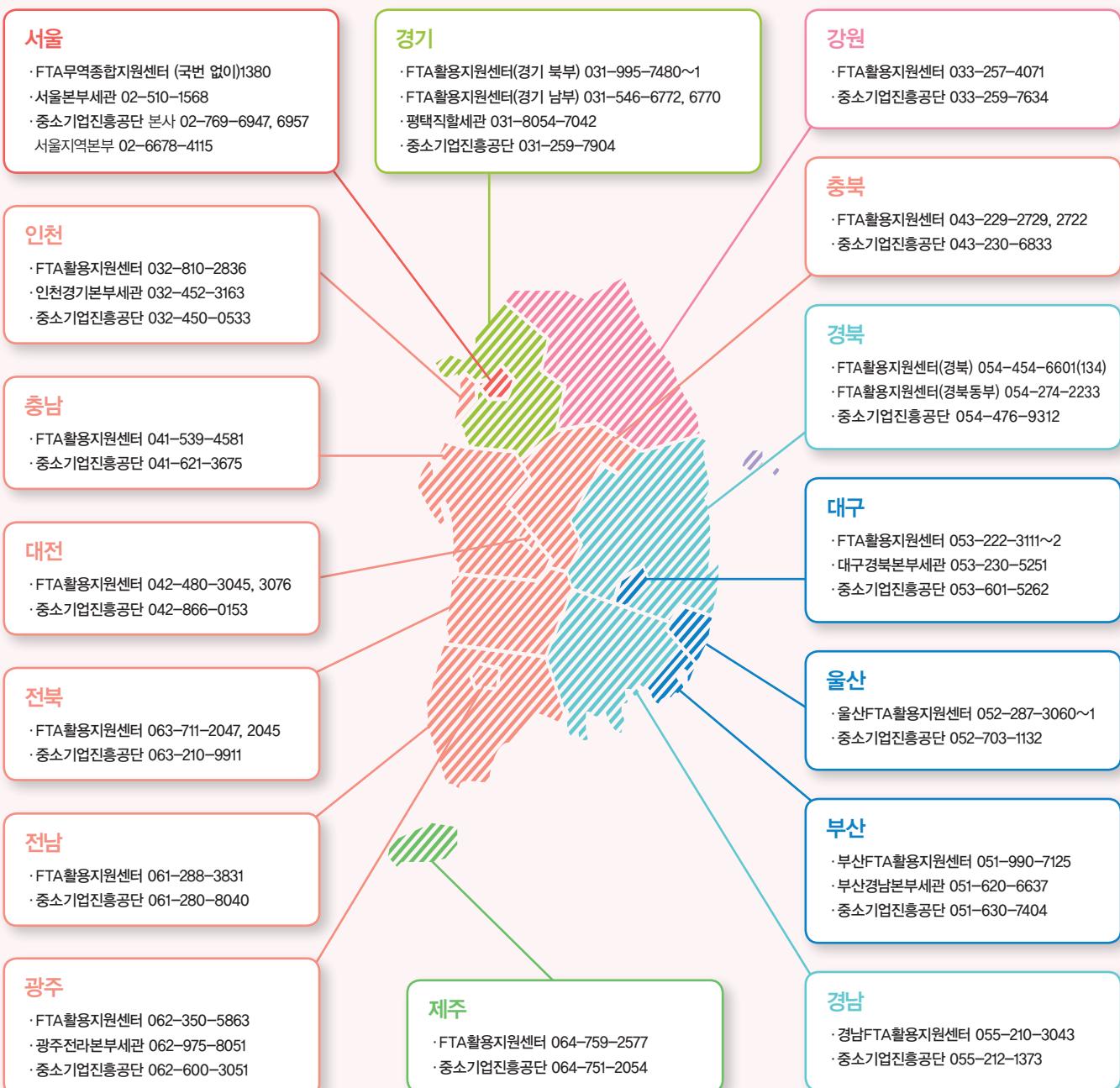
작성자 (Declarer) : NEO Toyland 대리 박대리 *(서명)*

전국 FTA 활용 지원기관 안내

대한민국 중소기업을 기다리고 있습니다

FTA 활용은 더 이상 특별한 일이 아닙니다. 이미 많은 기업들이 FTA를 활용해 수출경쟁력을 키우고 있습니다.

FTA는 바로 중소기업 여러분을 위한 것입니다. FTA에 대해 어려움을 느끼거나,
궁금한 것이 있다면 주저 말고 FTA 지원 기관의 문을 두드리십시오.



글 최효찬 자녀경영연구소 소장(문학박사)

사진 한국경제신문

레비스트로스는 가장 원시적인 삶을 살고 있는 미개인 부족을 탐방하면서 그들이 본질적으로는 문명인과 다를 바 없음을 보여준다. 여기서 그는 문명과 미개가 모두 서구인의 욕망이 발명한 상상의 실체에 불과하다는 것을 발견한다. 사진은 톨스토이 '안나 카레리나'의 한 장면을 그린 그림.



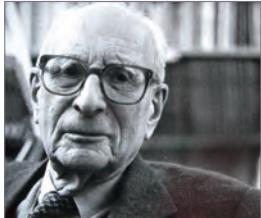
최효찬의 인문학 강의: ⑧슬픈 열대

야만인은 없다, 다만 야생적 사회가 있을 뿐이다

"귀부인들은 공공연하게 남자들과 알고 지냈는데, 이들은 흔히 부인들의 연인이기도 했다. 그러나 이 같은 경우에도 남편들은 결코 질투를 나타내지 않았으며, 만약 질투를 나타내는 남편이 있다면 그는 체면을 잊고 마는 것이었다." 이는 마치 근대 프랑스의 부르주아지 여성들의 '살롱문화'를 대하는 것 같다. 귀부인들이 정부를 두는 문화는 벌자크의 '고리오 영감'에 적나라하게 재현되고 있고 톨스토이의 '안나 카레리나'에서도 묘사되고 있다. 카두베오족의 경우를 보면 원시적인 생활상을 보이는 야생적 사회에서도 문명사회와 다름없는 계급적이고 에로틱한 문화를 보여주고 있음을 엿 볼 수 있다.

문명은 서구인의 욕망이 만든 상상

이러한 내용이 담긴 책은 남아메리카의 네 인디언 부족들의 탐사여행을 토대로 쓴 여행기인 레비스트로스(C. Lévi-Strauss, 1908~2009)의 '슬픈 열대'(1955)이다. 이 책에서 분석된 부족은 서구인들이 식인습관을 지닌 야만인으로 인식한 인디언들이다. 레비스트로스는 가장 원시적인, 따라서 가장 자연적인 상태의 삶을 살고 있는 미개인 부족을 탐방하면서 그들의 심성과 사고방식, 사회조직과 생활양식, 종교와 의례, 예술과 상징 등을 통해 그들이 본질적으로는 문명인과 다를 바 없음을 보여준다. 여기서 그는 서구의 '문명'과 비서구의 '미개'를 별개의 것으로 논하던 종래의 습관을 벗어나서 문명과 미개가 모두 서구인의 욕망이 발명한 상상의



클로드 레비스트로스(1908~2009)
1908년 브뤼셀에서 태어나
2009년 100세의 나이로 파리에서
사망한 레비스트로스는 20세기
인문학에 결정적인 영향을 끼친
세계적 석학으로, 철학을 비판하며
철학에 대항하는 인간과학으로서의
인류학을 정초했다.

실체에 불과하다는 것을 발견한다.

레비스트로스는 네 부족의 텁방을 통해 이를 '발견'했다. 므바야족은 서구의 계급사회처럼 귀족과 무사계급, 천민의 카스트로 조직되어 있었다. 므바야족의 귀족들은 시합을 즐기면서 노예인 구아나족의 시중을 들었다. 구아나족은 경작하여 농작물을 므바야의 지배자에게 세금으로 바쳤다. 이것은 말을 타고 다니면서 약탈을 일삼던 무장한 떼거리로부터 구아나족을 보호해준 대가로 지불되는 것이다. 16세기 이 지역을 탐험했던 어떤 독일인은 구아나족과 므바야족의 관계가 중세 유럽의 봉건영주와 농노 사이에 존재했던 관계와 유사한 것이라고 기록했다.

레비스트로스는 원시인의 사고가 일반적으로 생각하는 것처럼 단순하거나 무질서한 것이 아니라고 여긴다. 즉 원시인들도 고도의 복합적인 형식으로 사고하지만, 그들이 사용하는 논리란 단지 서구인들에게 익숙한 추상과학의 논리와는 다른 종류의 질서를 지녔을 뿐이다. 원시인은 자연적이고 현대인은 문화적이라는 도식을 받아들이지 않는 것이다. 원시상태든 문명의 상태든 사람은 자연과 문화의 길목에 있다는 것이다.

레비스트로스는 신석기 시대에 사는 사람들이라는 남비과라족의 사례를 통해 그들 또한 과학의 시대를 사는 동시대의 문명화된 사회에 뜻지않은 조직을 갖추고 있음을 밝히고 있다. 즉 남비과라족은 우리 시대의 리더 뜻지않게 '준비된 리더'에 의해 다스리는 촌락 리더십을 보여주고 있다. "족장은 전쟁할 때 선두에 나아가는 사람이다" 몽테뉴는 1560년 항해자를 따라온 세 명의 브라질 원주민을 루앙에서 만났는데 이렇게 말했다고 '수상록'에 적었다. 남비과라족의 언어에서 족장을 나타내는 말로 추측되는 '우일리칸데'는 '결합시키는 사람' 또는 '결속시키는 사람'이라는 의미를 지니고 있다. 일부일처제인 이 부족은 족장에

개는 일부다처제를 허용해준다. 족장에게 일부다처의 특권을 제공함으로써, 족장으로부터 집단적 안전을 받게 되는 것이라고 설명한다. 이 같은 제도는 그 무리의 집단생활, 특히 결혼생활에 중대한 영향을 끼쳤다. 그래서 남비과라족은 '타민디제 키안디제'라고 부르는 동성애를 허용했다. 족장이 젊은 소녀들을 빼앗아냄으로써 불균형이 초래되었기 때문이다. 우리 사회에서도 공론화되지 못한 동성애가 일종의 권력의 기술로서 허용된 것이다.

외관은 언제나 '믿지 못할 것'이다

흔히 레비스트로스는 구조주의의 창시자라고 불린다. 레비스트로스는 얼핏 보아 제각각이고 우연적인 것처럼 보이는 뒷 현상들도 그 뒤에는 그들의 동기, 과정, 결과를 조건지우는 어떤 무의식적 기제가 있다고 믿었다. 그는 젊은 시절 자신을 자극한 학문, 즉 스승과 같은 역할을 한 것으로 지질학, 프로이트의 정신분석학, 마르크스주의를 들고 있다. 이 세 가지의 공통점은 의식할 수 있는 표면이 아닌, 의식이 접근하지 못하는 심층에서 진실을 찾으려 한다는 것이다. 특히 레비스트로스는 마르크스로부터 "의식은 자신을 속인다"라는 명제를 포착해낸다. 이 문장은 바로 구조주의의 핵심을 담고 있다. 개인적 삶이든 사회적 생활이든 그 안에는 오랜 시간 변화하지 않는 법칙·원리·틀이 존재하는데, 그것들을 통칭해 '구조'라고 부른다. 레비스트로스는 로만 야콥슨의 언어구조학과 함께 소쉬르의 사회적 측면의 언어인 랑그(langue)와 개인적 측면의 언어인 빠를(parole)의 개념을 적용해 원시적 사회에 내재하는 '이항적 대립'을 분석함으로써 사회를 재생산하는 구조를 발견하고서 '문명의 사고'와 '미개의 사고'의 이분법을 거부했다. 미개의 사고는 문명의 사고보다 결코 열등하지 않은 야생의 사고라는 것이다.

레비스트로스를 비롯해 많은 구조주의자가 표방하는 논리 속에는 르네상스 이래 강조되어온 인본주의에 대해 매우 깊은 불신이 들어 있다. 사회구조 속에서 사람은 자신을 감싸고 있는 구조적 조건을 벗어날 수 없고, 사람의 이성이나 감각이 그렇게 믿을 만한 것이 못 된다는 것이다. 그 사례로 레비스트로스는 남비과라족을 든다. 남비과라족은 극도의 빈궁한 생활과 함께 벌거벗은 채 땅바닥에 잔다. 견제의 밤은 춥기 때문에, 그들은 서로 꼭 부둥켜안고 잠으로써 몸을 덥히거나 아니면 꺼져가는 모닥불 곁으로 다가간다. 그래서 '땅바닥에서 그대로 자는 사람들'이라는 별명이 붙은 것이다. 레비스트로스는 이렇게 말한다. "이것이 나로 하여금 외관이라는 것은 언제나 믿지 못할 것이라는 생각을 또 다시 하게 만들었다. 그들의 헐벗은 모습에도 불구하고, 신체형은 멕시코 최고의 주민을, 또 언어의 구조는 치브차 왕국을 닮은 이들 남비과라족이 진정한 의미의 미개인일 가능성은 희미한 것이다."

여기서 레비스트로스는 "외관은 언제나 믿지 못할 것이다"라고 강조한다. 이 명제야말로 '슬픈 열대'를 관통하는 클로드 레비스트로스의 생각이라고 요약할 수 있다. 진실은 외관이 아니라 그 이면의 심층에 있다는 것이다. 심층을 보기 위한 이론적 도구로 채택한 것이 바로 구조주의라는 이름이다.❷

정리 김은진 기자
사진 한국경제신문

FTA NEWS



사진은
지난 3월 2일
베트남 수도
하노이에 문 연
'한·베트남 FTA
활용지원센터'
개소식.

한·베트남 FTA 4개 이행기구 회의 개최 상품무역위, 경제협력위, 위행 및 식품위생조치 위원회 및 투자 실무협의 개최

산업통상자원부는 한·베트남 자유무역협정 발효 후 처음으로 4월 11일부터 12일까지 2일 동안 베트남 하노이에서 제1차 상품 무역위원회를 포함해 총 4개 분야 이행기구 회의를 개최하여 발효 초기 이행현황을 점검했다. 11일에는 양국 간 실질적 경제 협력 방안 모색과 검역 분야 상호 관심 사항 논의를 위하여 제1차 경제협력위원회와 제1차 위생 및 식물위생조치에 관한 위원회(SPS 위원회)가 개최되었으며, 투자분야에 대한 후속협상 (한·베트남 자유무역협정 제9.12조 제5항)은 발효 1년 내 협약 타결을 목적으로 발효 후 양국이 투자 유보안 협상 시작할 것을 규정)의 추진방향 논의를 위한 별도의 실무협의도 가졌다. 이튿날 12일에는 자유무역협정 발효 초기 상품분야 교역현황 점검, 업계 애로사항 등을 주요 의제로 제1차 상품무역위원회가 열렸다.

특히, 제1차 상품무역위원회에서는 '16년 1분기 동안의 한·베트

남 자유무역협정 효과 등 이행현황에 대한 상호의견을 교환했으며, 발효 초기 단계에 철저한 이행 점검이 요구되는 통관, 원산지 등 분야에서의 업계 애로사항과 그 밖의 비관세장벽 해소 방안에 대해 논의했다. 이번 위원회에 우리 측에서는 여한구 산업통상자원부 자유무역협정(FTA) 정책관이, 베트남 측은 레 안 하이(Le An Hai) 산업무역부 무역진흥청 부국장이 수석 대표로 나섰다. 경제협력위원회에서는 한·베 자유무역협정 경제협력장(章) 및 이행협력약정에 따라 향후 양국 간 경제협력 사업 추진체계와 추진방향에 대해 논의하였으며, 위생 및 식물위생조치(SPS)위원회에서는 협정 이행 사항 점검 및 상호 관심 현안에 대한 정보 교류 등의 기회를 가졌다. 한편, 정부는 이후 여타 분야와 관련한 이행기구를 추가적으로 개최하고, 하반기 중 장관급 자유무역협정 공동위원회를 열어, 한·베트남 자유무역협정 전반에 대한 이행 현황을 점검해 나갈 예정이다.

한·중 합동 자유무역협정 활용 설명회 개최

베이징서 중국 바이어 및 중국 진출 우리기업 대상 한·중 FTA 활용 홍보 나서



사진은 지난 2월 서울 강남구 코엑스에서 열린 '한·중 FTA 종합대전'의 모습

산업통상자원부는 KOTRA와 함께 중국 상무부, 중국국제무역촉진위원회(CCPIT) 등 중국 정부와 손잡고 4월 15일 중국 베이징 샹그릴라 차이나월드호텔에서 '한중 합동 자유무역협정(FTA) 활용 설명회'를 가졌다. 본 설명회는 핵심개혁과제 및 경제혁신 3개년 계획의 일환으로, 한·중 FTA 발효 초기부터 한국과 중국 기업들이 FTA를 적극 활용도록 하자는 양국 정부의 합치된 의지를 토대로 성사되었으며, 중국 바이어, 중국 진출 우리기업 등 200여명이 참석하는 등 현지 기업인들의 많은 관심을 이끌어냈다. 이번 설명회는 FTA 활용 홍보대상은 '중국 바이어(수입업체)로 선정'했다는 점과, 한·중 FTA 발효 이후 '양국이 처음으로 합동 개최하는 FTA 활용 설명회'라는 점에서 의미하는 바가 크다. 이호동 통상국내대책관은 "설문조사 결과 FTA 미활용 원인의 40%가 상대국 바이어의 원산지증명서 미요청에 따른 것임을 확인해, 현지 바이어들의 FTA 활용에 대한 인식확산 및 한·중 기업 간의 시너지 창출을 위해 금번 합동 설명회를 추진하게 되었다."라고 말하고, "FTA의 적극적 활용을 통해 양국 기업들이 글로벌 경기침체 속에서 새로운 활력을 얻길 바란다."라고 강조했다. 뒤이어 진행된 '베이징 FTA 활용지원센터 자문단 간담회'에서는 현지 FTA 활용 컨설팅을 위해 위촉된 자동차부품, 소비재 등 15개 분야 자문위원들의 활동사항을 점검하고, 현지기업의 FTA 활용애로 및 자유무역협정을 활용한 대중 수출확대 방안에 대한 논의가 이뤄졌다.

한중일 FTA 제10차 실무협상 개최

3국 협상단은 한중일 FTA의
실질적 진전을 위해 노력

한중일 자유무역협정(FTA) 제10차 실무 협상이 4월 5일부터 8일까지 서울 중구 플라자호텔에서 열렸다. 우리 측은 유명희 산업통상자원부 자유무역협정 교섭관, 중국 측은 흥샤오동(洪曉東) 상무부 국제사 부국장, 일본 측은 사토 타초오(佐藤達夫) 외무성 경제부국장이 대표로 참석했다. 이번 실무협상에서는 상품 양허 협상지침(모델리티) 및 서비스 자유화방식 등 핵심 이슈들에 대한 논의와 함께, 원산지, 통관, 무역구제, 위생 및 검역(SPS), 기술무역장벽(TBT) 등 약 20개의 분야에서 작업반 및 전문가 대화를 개최하여 협정문 협상 등을 진행했다. 한중일 3국은 2012년 11월 협상 개시선언 아래 '포괄적이고 높은 수준의 상호호혜 자유무역협정(FTA) 원칙' 하에 지금까지 9차례 협상을 진행해 왔으며, 지난 11월 한중일 정상회담에서 3국 정상은 한중일 자유무역협정 타결을 가속화하는 데 합의했다.❶


Information



**제2기 '사례로 예방하는
FTA 세관 심사 및 사후검증' 과정**

관세청의 FTA 심사 대응, 특혜원산지 증명서의 상대국 세관 불인정, 원산지 사후검증 시 불인정 사례 등 FTA 실무 담당자의 애로사항을 무역아카데미 FTA 심화과정으로 해결하세요.

- **교육대상** 무역업체 수출입업무 및 FTA 원산지 관련 업무 담당자 FTA 기본과정 혹은 종합실무 과정 이수자
- **일시** 5월 13일(금) 10:00~17:00(총 1일, 6시간)
- **장소** 강남구 삼성동 코엑스 4층 무역아카데미 강의실(대중교통 이용 요망)
- **수강료** 회원사 6만원, 비회원사 8만원
- **신청마감** 선착순 50명(조기마감 유의)
- **문의** 02-6000-5378/5379

| 교육일정 및 커리큘럼 |

| 시간 | 제목 | 상세내용 |
|---------------------|--------------------------------|---|
| 10:00 ~ 13:00 | FTA개요 및 향후전망 | <ul style="list-style-type: none"> ◎ FTA 추진현황 및 향후 전망 ◎ FTA 정보 조회 방법(사례 중심) |
| | 수출기업의 FTA 원산지증명서 및 활용 | <ul style="list-style-type: none"> ◎ 원산지증명 프로세스 이해 ◎ 원산지 결정기준 이해 및 적용 ◎ 원산지 결정기준 오적용사례 |
| | 원산지증명 관련 서류의 작성 | <ul style="list-style-type: none"> ◎ 서류작성 실무 및 유의사항 ◎ 특혜원산지증명서의 상대국 세관 불인정 사례 |
| 14:00 ~ 17:00 | 관세청 FTA 관련 추정 사례 (8대통관 적법성 심사) | <ul style="list-style-type: none"> ◎ 관세청 FTA 심사 관련 사례 소개 ◎ 관세청 FTA 심사 대응 방안 |
| | 원산지 인증수출자제도 활용 및 원산지 사후 검증 사례 | <ul style="list-style-type: none"> ◎ 인증수출자 취득 및 활용 시 유의사항 ◎ 일반적 기준(직접운송원칙, 충분기공원칙) 불인정 사례 |
| | 원산지 판정시스템 활용 | <ul style="list-style-type: none"> ◎ 원산지 판정시스템 구현 사례 ◎ 원산지 판정시스템 활용을 통한 사후검증 대응방안 |

*상기 일정은 사정에 의해 변경될 수 있습니다.


독자의 소리

**'함께하는 FTA'는 여러분의
소중한 의견에 귀를 기울입니다.**

'TPP 이후 주목해야 할 5가지 사업환경 변화'를 흥미롭게 읽었습니다. TPP 타결을 계기로 정부에서 다양한 변화에 대해 면밀히 분석·연구하여 새로운 규준에 잘 적응해 나가야겠다고 생각했습니다.

우정화 부산광역시 동래구 명륜로

'미국 대선 임박, 보호무역주의의 부활'을 읽고 미국 대선이 다가옴에 따라 세계 최대 경제 대국인 미국에서도 자국 산업을 보호하고 수입을 규제하는 최악의 보호주의 무역정책인 '스무드-할리 관세법'에 대한 철저한 대비가 있어야 한다고 생각했습니다.

강은희 경상남도 거제시 옥포2동

'FTA 수혜품목 중심으로 대미 수출 견인' 기사를 가장 흥미롭게 읽었습니다. 더욱이 2016년부터는 한·미 FTA 발효 이후 4년간 유지되었던 승용차에 대한 25% 관세가 철폐됨에 따라 우리 FTA 효과가 더 두드러질 것으로 전망된다고 하니 기대가 많이 되네요.

전진혁 경상남도 창원시 마산합포구

그동안 FTA라고 하면 수출가격 측면에서의 장점만을 생각해왔는데, 그러한 가격 경쟁력 향상은 수출 성공 전략의 작은 촉매일 뿐, 결국은 차별화된 품질과 디자인 등의 고부가 가치적인 부분이 반드시 필요하다는 사실을 정확히 알 수 있었습니다.

조향원 경기도 의정부시 민락동

함께하는 FTA

May 2016 / vol.48 www.fta.go.kr

알림

독자엽서를 이메일로도 받습니다.

보내시는 분의 이름, 주소, 연락처와 엽서의 질문 답변 내용을 적어서 agami2@korea.kr로 보내주시면, 좋은 의견을 선정해 소정의 상품을 보내드리겠습니다. 기존처럼 우편엽서로 보내셔도 됩니다.

함께하는 FTA

독자엽서

보내는 사람

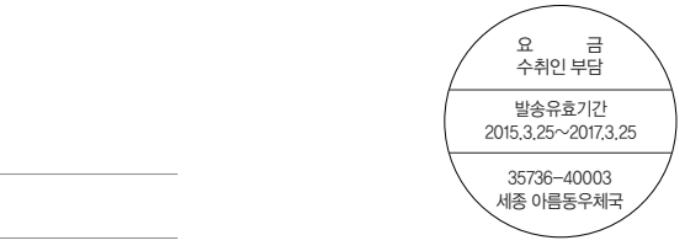
이름

주소

E-mail

□□□□□

전화번호



받는 사람

〈함께하는 FTA〉

세종시 한누리대로 402 정부세종청사 13-2동
산업통상자원부 통상국내대책관실

3 0 1 1 8

〈함께하는 FTA〉는 독자 여러분의 따뜻한 이야기를 나누는 열린 공간입니다.

독자 여러분의 목소리 하나하나가 〈함께하는 FTA〉를 만들어가는 에너지입니다. 소중한 의견을 5월 26일까지 보내주세요.
의견이 채택되신 분들에게 정성껏 마련한 선물을 드립니다.

〈함께하는 FTA〉를 보신 소감은?

이번 호에서 가장 좋았던 기사는 무엇이었나요?

이유를 적어주세요.

〈함께하는 FTA〉를 어디에서 보셨나요?

예) 은행, 관공서, 도서관 등

〈함께하는 FTA〉에서 다뤘으면 하는 내용은?

(또는 FTA와 관련해 구체적으로 알고 싶은 것은?)

정기구독(무료) 신청을 받습니다.

신규 독자 신청 또는 기존 독자 주소 변경은
성명, 주소, 연락처를 기재하여
이메일(agami2@korea.kr)로
신청하여 주시기 바랍니다.

2016년 4월호에 좋은 의견을 보내주신
아래 분들께 소정의 상품을 보내드립니다.

〈함께하는 FTA〉 4월호
독자 이벤트 당첨자 명단

조향원 경기도 의정부시 민락동
백귀혜 전라남도 장성군 삼계면
석지훈 경기도 이천시 중리천로
전진혁 경상남도 창원시 마산합포구
강은희 경상남도 거제시 옥포2동
우정화 부산광역시 동래구 명륜로
김혜선 광주광역시 북구 천변우로
채병관 부산광역시 동구 수정2동
최진철 인천광역시 남동구 구월남로
최임마누엘 경기도 성남시 분당구 판교원로

※독자엽서 당첨상품 반송 시 1년 간
(우체국 배송자료 보관 시한) 보관합니다.

NEW STAY 새로운 주거문화의 시작

이사 걱정없는 우리집을 소개합니다

분양주택 수준의 새집에서 8년 동안 안심하고 살게 됩니다

- 8년간 내 집처럼, 이사 걱정없이 오래오래
- 연 5%이내로 임대료 인상이 제한, 임대료 부담없게
- 육아, 청소, 교육 등 토탈 주거 서비스로 편리하게
- **연말까지 12,000호 모집**
(서울, 인천, 대구, 수원, 화성, 진천 등)

www.molit.go.kr/newstay/



FTA 활용과 인증 표준 업무, 무엇이든 물어보세요!

FTA무역종합지원센터

1380

국내외 인증 표준 콜센터

1381



전국 어디서나
FTA 콜센터 1380, 인증 표준 콜센터 1381

FTA 콜센터 1380과 인증 표준 콜센터 1381은 중소기업의 해외 진출과 경쟁력 강화를 위하여
전문상담, 정보제공 등의 다양한 서비스를 보다 빠르고 보다 편리하게 제공하고 있습니다.



▶ FTA 콜센터 1380

FTA 협정별·품목별 원산지 증명서 작성,
사후검증 대응,
원산지시스템 구축 상담 등
FTA 전문 컨설팅 서비스 제공



▶ 인증 표준 콜센터 1381

350여 개의 해외인증과 300여 개의 국내 인증 및
4만 3천여 개의 표준 정보를
수요기업이 요구하는 품목별·국가별
맞춤형 정보로 가공해 제공