

한눈에 OK! 'FTA인트로' 찾아가자



FTA에 대한 다양한 궁금증, 찾아보기가 어려웠다고요?
사이트를 일일이 찾아다니기 불편했다고요?
이제는 걱정 마세요!

FTA에 관한 모든 것 'FTA Intro(인트로)'가 있으니까요,
기획재정부·관세청·외교통상부·FTA 무역종합지원센터·FTA활용유관기관까지,
5개 FTA 포털의 특화된 정보를 한눈에 OK!!

FTA종합지원포털 | www.ftahub.go.kr | 에서 'FTA 인트로'를 만나보세요.
여러분의 생활이 더욱 편리해집니다!

함께하는 FTA

June 2012¹
www.ftahub.go.kr | vol.1¹



한·미 FTA 발효 두 달, 소비자도 기업도 '활짝' 웃는다

한·중 FTA 그 첫걸음, 다시 쓰는 역사



함께하는 **FTA**를 발간하며

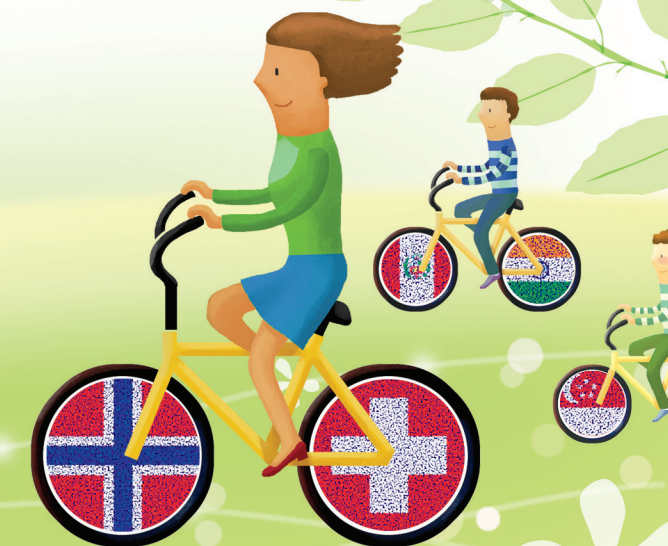
‘이제 개방은 선택의 문제가 아니라 생존의 문제다’ – 세계 각국이 앞 다투어 외치는 말입니다. 우리나라도 세계화에 능동적으로 대처하기 위해 2004년 칠레와의 FTA를 시작으로 거대경제권인 미국, EU 등과 글로벌 FTA 네트워크를 구축해 왔습니다. 그리고 지난 3월 15일 한·미 FTA 발효를 계기로 명실상부한 ‘글로벌 FTA 허브국가’로서 첫발을 내디뎠습니다.

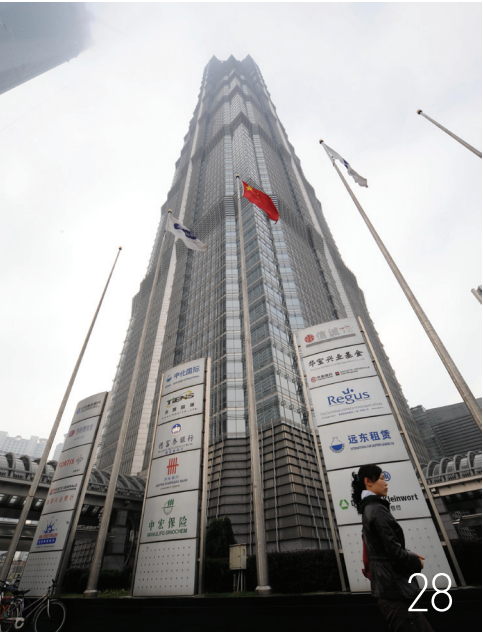
FTA는 개방과 경쟁을 통해 우리 국민과 기업, 나아가 우리나라의 경쟁력을 강화하는 절호의 기회입니다. 세계 시장의 문턱을 낮추어 글로벌 기업들과 경쟁하고 우리 기업의 품질과 브랜드 가치를 한 단계 높이는 계기가 될 것으로 기대합니다. 또한 거대시장인 북미와 유럽 등을 경쟁국보다 먼저 선점하는 효과도 거둘 것입니다.

〈함께하는 FTA〉는 기업인과 농민, 학생, 주부 등 남녀노소 각계각층 국민 모두의 소중한 이야기에 귀 기울이겠습니다. FTA가 우리 경제에 미치는 영향, 유익한 생활 속 FTA 정보, 기업 및 농민들에게 실질적으로 도움이 되는 다양한 활용정보 및 보완대책 등 국민들의 관심사와 바람을 충실히 반영하겠습니다.

세상은 넓고 우리가 할 일은 많습니다. 이제 FTA를 통해 대한민국의 경제영토가 넓어지고 세계가 우리에게 더욱 가까워졌습니다. 글로벌 무한 경쟁시대에 이제는 당연히 세계 모든 나라와 경쟁하며, 더 먼 곳을 주시하고 더 큰 포부를 가슴에 품어야 할 때입니다.

〈함께하는 FTA〉는 우리 국민들이 FTA에 대한 이해를 넓히고 생활 속에서 FTA 효과를 체감할 수 있도록 하기 위한 든든한 길라잡이가 될 것입니다.





커버 스토리

한·미 FTA 발효 두 달, 소비자도 기업도 '활짝' 웃는다

- 04 한·미 FTA 발효 후 수출입 동향
대미 수출 11.3% 확대... 무역 흑자폭 커져
- 06 FTA 이후 물가지수
자동차 등 일부 품목 관세 인하율보다 더 싸졌다!
- 09 한·미 FTA 발효 후 미국에서는
'한국산 굿!' 미국 바이어들의 눈빛 달라져
- 10 3인의 여성, 한·미 FTA 후 장바구니 물가 리얼 토크
생활 속에 어떤 변화가 있나요
- 12 기획재정부 김익주 무역협정국내대책본부장
FTA로 글로벌 시장에서 앞서나갈 터

FTA 뉴스

- 14 FTA 이제 활용이다! 활용 역량 키우기 위한 각종 제도 풍성
- 16 수출 시장 다변화·주도권 확보 목적 FTA 국제 경제 대세론으로 확산
- 18 막 오른 한·중·일 FTA 협상 미국과 유럽 이은 3대 경제권 통합 시동

별별 랭킹

- 19 누가 누가 잘했나 1분기 FTA 상대국 무역 수지 랭킹 5

뷰 파인더

카툰

- 20 중소기업 천하 수도권까지 전문 회사(주)다다, FTA로 '날개' 달다
- 22 글로벌 생생 통신 - 터키 현지 국내 기업들 '환영'... 거대 시장 열려
- 23 행복한 동행 강소농, 우리 농업의 미래다

스페셜 리포트

한·중 FTA, 첫걸음을 내딛다

- 24 한·중 수교 20년 돌보기
최대 교역국으로 '우뚱'... 13억 시장 노려라
- 26 중국 중산층, 한국 제품에 매료되다
날로 커지는 메이드 인 코리아 파워
- 28 중국은 지금
막강 소비력 갖춘 매력적 시장 부상
- 30 '중국의 부상 2.0' 시대
한·중 FTA, 이렇게 하면 된다

FTA 스쿨

올 댓 라이프

- 32 FTA 어렵지 않아요 세대 공감 FTA, 아는 것이 힘!
- 34 ㉠ 패션 드라마 '패션왕'에 숨은 FTA 이야기
- 36 ㉡ 트렌드 묵향 은은한 한옥에서 즐기는 '뷰티풀 코리아'
- 38 ㉢ 아트 '지젤'로 돌아온 서희, 한미 문화 교류의 주역이 되다

캠페인

- 40 FTA, 내 삶에 플러스가 됩니다

한·미FTA 발효 후 수출입 동향

대미 수출11.3% 확대... 무역 흑자폭 커져

지난 3월 15일 한·미 자유무역협정(FTA) 발효 후 2개월 동안 대미 수출입이 안정적으로 늘어난 것으로 나타났다. 특히 대미 수출은 11.3% 늘고, 대미 수입은 2% 늘어 무역수지 흑자에 한·미 FTA가 기폭제가 된 것으로 분석된다. 이 기간 동안 중국의 경제성장 둔화와 EU 재정위기로 여파로 대 세계 전체 수출입이 위축된 것과는 상반됐다.

글 이진원 기자 사진 한국경제신문



최근 발표된 관세청의 수출입 동향 자료에 따르면 한·미 FTA가 발효된 3월 15일부터 5월 14일까지 2달간 대미 수출은 111.8억 달러(11.3% 증가), 수입은 77.3억 달러(2% 증가)를 기록했다. 수출이 크게 확대된 덕분에 34.5억 달러의 무역수지 흑자를 기록했다.

대미 수출의 주요 품목을 살펴보면, 자동차 부품, 석유 제품 등 FTA 수혜품목의 증가세가 두드러졌다. 2.5~4% 관세가 즉시 철폐된 자동차 부품의 수출은 전년 동기 대비 15% 증가했다. 대미 수출의 18%를 차지하는 국내산 자동차의 경우 관세 인하가 유예됐음에도 동반 기대 심리로 수출이 이 기간 동안 31% 증가했다. 건설·광산·기계는 전년 동기 1억3400만 달러에서 올해 2억9400만 달러로 수출량이 늘려 119%의 큰 폭의 성장세를 보였다. 이와 같이 품목별로 대미 수출이 크게 늘어난 이유는 미

국 바이어들이 FTA 체결로 한국산 구매를 늘렸고, 한국으로 수입선을 전환한 것으로 분석된다.

석유제품 42%, 건설·광산·기계는 무려 120% 증가

석유제품은 전년 대비 수출이 42% 증가했다. 이는 석유제품 수출의 66%를 차지하는 제트유에 부과된 배럴당 평균 52.5센트의 관세가 즉시 철폐된 덕분이다. 제트 연료유의 5.1억 달러 수출 규모 중 관세 절감액은 200만 달러에 달하는 것으로 추산된다. 타이어, 고무관, 고무벨트 등 고무제품도 대미 수출 호조를 보이며 10% 증가했다. 섬유류 역시 평균 10.1% 관세가 즉시 철폐돼 7.4% 증가한 2억4,600만 달러 수출을 기록했다.

한·미 FTA의 수출 활용률은 58.7%로 발효 초기임에도 불구

하고 높은 수준으로 나타났다. 발효 1년차의 한·아세안 FTA, 한·인도 CEPA가 각각 3.5%, 17.7%였던 것과 비교해도 두드러진다. FTA 수출 활용률은 관세 혜택이 있는 대상 품목의 수출액 중 실제 적용된 비중으로 수출 통관 시 신고 자료에 근거해 작성된다. 한·EU FTA나 한·페루 FTA 발효 후 수출 활용률이 점진적으로 확대된 것을 감안할 때 한·미 FTA의 수출 활용률은 앞으로 지속적으로 늘 것으로 예상된다.

그런가 하면 수입에 있어서는 한·미 FTA 협정 관세를 적용받은 품목들의 수입량이 크게 늘었다. 오렌지는 한·미 FTA 협정 관세 30%를 적용받아 대미 수입이 전년 동기 대비 31% 증가했다. 한·미 FTA 효과와 더불어 최근 모바일기기, 스마트가전 시장의 확대에 힘입어 반도체 및 제조장비는 각각 35%, 49% 수입이 늘었다.

한·미 FTA 수입 활용률은 현재 48.2%로 발효 첫 달 44%에서 증가하는 추세를 보였다. 한·EU FTA 발효 후 2달간 수입 활용률이 30.1%인 점을 감안하며 높은 수준이다.

관세청은 국내 수출입기업이 FTA를 활용할 수 있도록 대대적인 지원에 나섰다. 전국 세관에 ‘한·미 FTA 특별지원팀’을 24시간 운영하며 FTA 발효 이후 약 1백만 건에 달하는 대미 수출입 통관을 빠르고 정확히 할 수 있도록 지원하고 있다. FTA 혜택 품목을 수출하는 6,100개 기업을 전수 조사해 기업지원 정책의 효과를 점검하고 추가 대책을 수립하는 데 근거를 만들었다. 세관 직원 및 민간 FTA 컨설턴트를 통해 미국으로 수출하는 중소기업 8,000곳에 방문해 상담하고 FTA 활용 정보를 제공하고 있다.

대미 수출 주요 품목의 수출 증가율

주요 수출 품목	수출액 (백만불)		증가율 (%)
	2011.3.15 ~ 5.14	2012.3.15 ~ 5.14	
자동차	1,509	1,973	31
자동차부품	803	919	15
석유제품	538	765	42
철강관및철강선	284	347	22
고무제품	285	315	10
건설광산기계	134	294	119
섬유및화학기계	250	263	5
컴퓨터	235	251	7

자료:관세청(2012.5)



국내 기업의 FTA 활용 사례

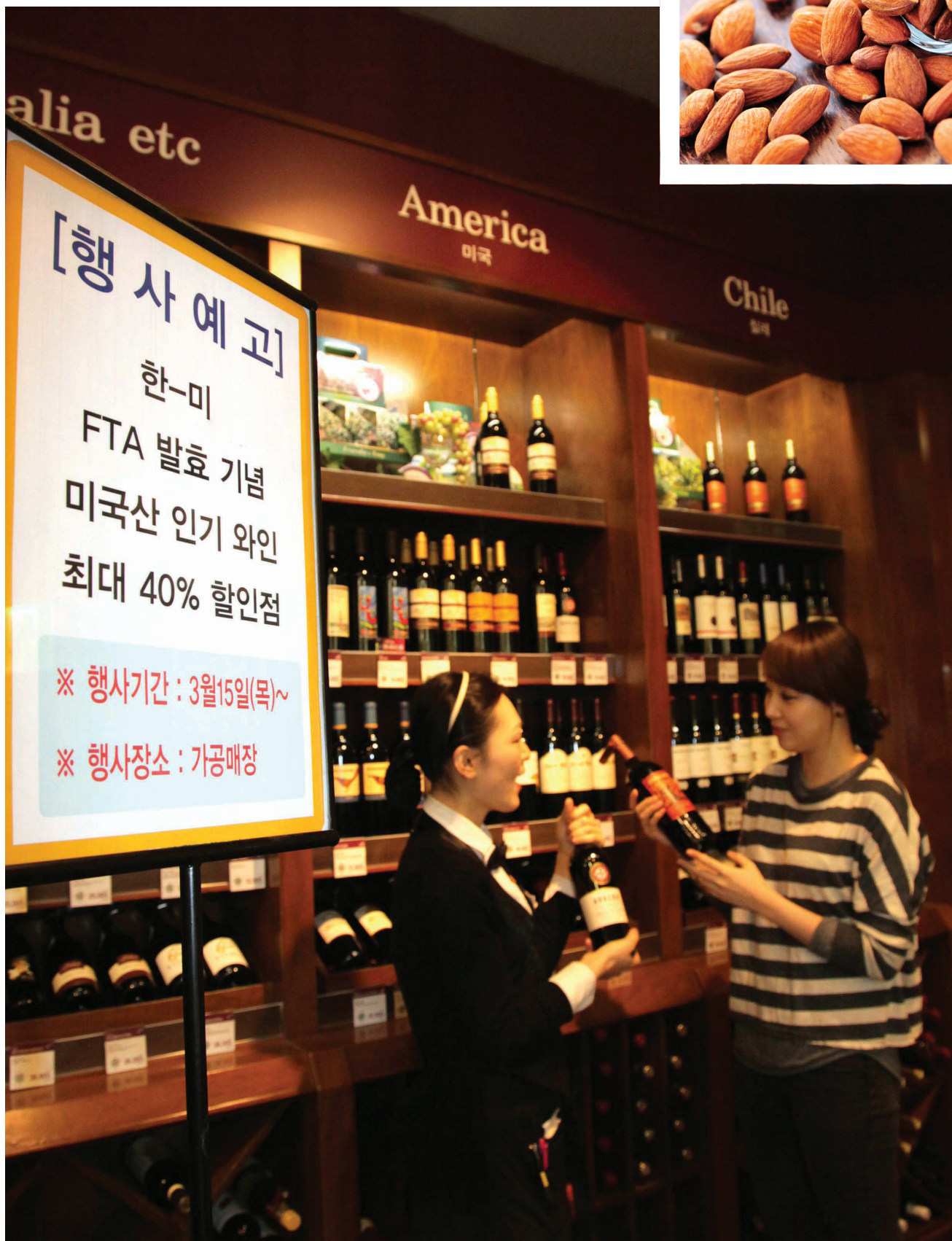
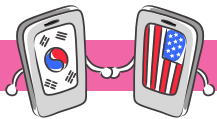
FTA 통해 수출국 다변화 모색

경기도 안성에 위치한 L사는 반도체, 디스플레이, 태양광 등 제조 공정에 탑재되는 진공 펌프를 제조하는 기업이다. 국내 S전자의 협력업체로 진공 펌프를 납품하는 동시에 독일, 미국 등으로 수출하고 있다. L사는 한·EU 및 한·미 FTA 발효를 기회로 삼아 최근 해외 수출에 박차를 가하고 있다. L사는 2011년 한·EU FTA에 대비해 관세청의 ‘원산지 사전진단 서비스’를 신청하고 세관으로부터 원산지 관리능력이 있는 인증 수출자로 지정받았다. 덕분에 한·EU FTA가 발효되자마자 유럽의 수입 바이어가 관세율 0%를 즉시 적용받았다. L사 차원에서는 한·EU FTA 발효로 유럽에서 원재료를 수입할 때 관세와 통관 소요 시간이 줄어 연간 4억 여원의 비용을 줄일 수 있을 것으로 예상된다. 한·EU FTA를 성공적으로 활용한 L사는 한·미 FTA를 통해서도 진공 펌프의 가격 경쟁력을 갖추고 미국 시장 수출을 늘린다는 계획이다. 진공 펌프의 관세율 2.5%가 즉시 철폐됐기 때문이다. 한·미 FTA 발효 후 L사의 올해 대미 수출 실적은 전년대비 30% 늘 것으로 기대하고 있다.

국내 기업의 FTA 활용사례2

가격 인하 파고, FTA를 통해 넘어서다

부산에 위치한 P사는 세계적으로 유명한 도어회사 메이슨나이트(Masonite)에 도어 프레임을 납품하는 회사다. 지난해 12월경부터 미국 수입업체로부터 수출 단가의 10% 인하 압력을 받고 있어 어려움이 있었다. 도어 제품은 한·미 FTA 덕분에 미국 측 관세율 5.9%가 철폐되는 것을 알고 있었지만 P사에는 원산지 관리 전담 직원이 한 명 밖에 없어 한계가 있었다. 그렇지만 관세 철폐의 혜택을 바라만 보고 있을 수는 없었다. P사의 2011년 대미 수출액을 기준으로 연간 30만 달러의 관세가 절감될 것으로 계산됐기 때문이다. P사는 FTA 혜택을 잡고자 부산 세관의 컨설팅을 받고 원산지 기준을 충족한 한국산 제품을 확인 받을 수 있었다. P사가 공급받는 원재료의 원산지를 확인하고 원산지 관리 매뉴얼을 갖춰 미국 바이어가 수입 통관 시 관세를 물지 않도록 ‘한·미 FTA 원산지 증명서’를 발급받았다. 이로써 미국 측의 원가 인하 압력에 P사의 가격 인하 없이 협상을 성공시켜 원-원의 결과를 만들어 냈다.



FTA 이후 물가지수

자동차 등 일부 품목 관세 인하율보다 더 싸졌다!

한·미, 한·EU 자유무역협정(FTA)이 발효되고 여러 상품의 관세가 철폐된 이후, 실제 소비자들이 느끼는 물가 인하효과는 얼마나 될까. 무역협정국내대책본부는 이를 조사하기 위해 FTA 관련 수입 품목 20여 개에 대해 대형마트, 백화점, 수입 업체 등을 대상으로 조사했다. 그 결과 삼겹살, 와인, 오렌지, 승용차 등의 품목은 가격 인하 효과가 클 뿐만 아니라 수입 품목도 다양화되고 있었다. 글 이진원 기자



한·미 FTA 효과 _ 오렌지, 와인 등 가격 하락 커

우선 국내 소비자들 자주 찾는 삼겹살의 경우, 관세 22.5%인 냉장 삼겹살은 한·미 FTA 발효 직후부터 10년간 균등 철폐가 예정돼 있다. A마트에서 판매되는 미국산 냉장삼겹살은 100g을 기준으로 한·미 FTA 발효 전인 2012년 2월 7일 가격은 1,200원이었다. 하지만 한·미 FTA 발효 후인 5월 8일의 가격은 1,000원으로 무려 16.7%의 가격 하락률을 보였다.

오렌지는 우리나라 감귤 출하가 9~2월 기간을 제외한 3~8개월 동안 기존 50%의 계절관세가 30%로 줄어든다. 덕분에 미국산 오렌지는 B마트 기준으로 지난 2월 7일 개당 1,495원 하던 것이 5월 8일 860원으로 42%나 떨어졌다. C마트와 A마트도 마찬가지로 각각 1,480원에서 980원, 1,141원에서 969원으로 떨어졌다. 미국산 오렌지의 평균 수입가는 같은 기간 kg당 2,063원에서 1,991원으로 3.5% 하락했다.

와인은 FTA발효 이후 가격 경쟁이 본격화 돼 소매 유통점 별로 할인행사 및 기획 상품이 많아졌다. 따라서 즉시 철폐된 15%

관세 효과 이상으로 소비자 가격이 큰 폭으로 떨어졌다. B마트 등 대형마트와 A백화점에서 2월 5만6,000원에 판매되던 C 와인(750ml)은 5월 3만5,000원으로 떨어져 무려 2만1,000원이나 싸졌다. J 와인은 11만1,000원에서 9만9,000원으로, 또 다른 C 와인은 9만원에서 3만3,000으로 63% 가격을 내렸다. 와인 과 같이 기존 45% 관세가 즉시 철폐된 포도주도 직수입 제품이 확대되고 가격이 큰 폭으로 떨어졌다. W사 포도주 1ℓ는 지난 2월 가격이 4,050원이었으나 5월에는 3,700원으로 350원 싸졌다.

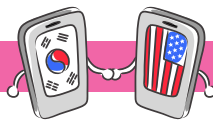
미국산 승용차의 경우도 큰 폭의 하락으로 소비자들의 부담을 덜었다. 승용차는 기존 8%의 관세가 4%로 인하됐고 앞으로 4년간 균등하게 철폐될 계획이다. 게다가 개별 소비세 인하 기 타, 기업 마케팅 정책에 따라 추가 할인 등도 가격인하에 한 몫을 하고 있다. 대형세단 C사 자동차는 2월 6,580만원에 판매됐으나 5월에는 5,890만원으로 690만원이 싸져 소비자들의 부

담을 덜어주고 있다. F사 자동차는 같은 기간 4,550만원에서 3,750만원으로 800만원 이란 큰 폭의 내림세를 보였다.

승용차도 각 해외
제조업체의 FTA
마케팅에 힘입어
추가할인이 적용되고
있는 품목이다.
승용차는 기존
8%의 관세가 4%로
인하됐고 앞으로
4년간 균등하게
철폐될 계획이다.

맥주는 브랜드에 따라 하락 폭이 차별적으로 나타났다. 관세 30%가 앞으로 7년간 균등 철폐되는데 아직 관세 인하폭이 크지 않기 때문이다. 가장 가격이 많이 떨어진 브랜드는 M사 맥주로 355ml 용량이 2,400원(2월)에서 2,000원(5월)으로 내렸다. 맥주 안주로 인기가 높은 미국산 아몬드 300g은 (8% 즉시 철폐) 4,868원에서 4,700원으로, 건포도 95g(21% 즉시 철폐)은 1,980원에서 990원으로 내렸다.

8% 관세가 3년간 균등 철폐되는 화장품은 관세인하 폭이 크지 않아 가격 하락으로 연결되지 못했다. 여성들에게 인기가 높은 K사 수분크림(50ml)은 2월 3만9,000원 가격이 5월에도 변함이 없었다. 의류도 마찬가지로 미국산 브랜드들은 아직 가격



한·미 FTA 발효 후 가격 하락 품목

품목 (단위)		관세인하 내용 (철폐 시기)	소비자 가격(원)	
			발효 이전 (2012년 2월말)	발효 이후 (2012년 5월초)
육류	냉장 삼겹살 (100g)	22.5% (10년 균등 철폐)	1,200	1,000
과일	오렌지 (개당)	50% (30%계절관세)	1,495 ~1,141	969 ~790
	건포도 C마트(95g)	21% (즉시 철폐)	1,980	990
주스	포도주스 W사(1ℓ)	45% (즉시 철폐)	4,050	3,700
	오렌지주스 W사(1ℓ)	54% (즉시 철폐)	3,884	3,700
견과류	아몬드	8%(즉시 철폐)	4,868	4,700
주류	와인(750ml) • C 와인1 • C 와인2 • J 와인	15% (즉시 철폐)	56,000 90,000 111,000	35,000 33,000 99,000
	맥주(1캔) M사 355ml	30%(7년)	2,400	2,000
	자동차	승용차 • F사 • C사	8% (4%인하 후/ 4년 균등 철폐)	4,550만원 6,580만원

한·EU FTA 발효 후 가격 하락 품목

품목 (단위)		관세인하 내용 (철폐 시기)	소비자 가격(원)	
			발효 이전 (2011년 6월말)	발효 이후 (2012년 5월)
육류	냉동 삼겹살(100g) • 벨기에산 • 스페인산	25% (10년 균등 철폐)	1,000 880	950 850
	와인(750ml) • N 와인 • M 와인1 • M 와인2	15% (즉시 철폐)	19,900 23,000 22,000	16,900 13,500 15,000
주류	맥주(네) H사	30% (7년)	2,450	2,000
	전기면도기(네) • P사1 • P사2	8% (5년)	333,344 269,000	266,038 210,000
소형 전자 제품				
식품	비스킷 S사(300g)	8% (5년)	3,880	3,101

자료_대형마트 3사 / (네)=네덜란드 산



을 조정하지 않고 있다. 그러나 향후 균등 철폐에 따라 관세 인하 효과를 볼 것으로 기대되는 품목들이다.

한·EU FTA의 효과 _ 면도기 크게 싸져

유럽산 수입품의 가격 인하효과를 알아보기 위해 육류, 주류, 식품, 생활용품, 기타 품목에 대해 한·EU FTA 발효전인 2011년 6월 가격과 발효 후인 2012년 5월 가격을 비교했다.

관세 25%가 10년간 균등 철폐되는 냉동 삼겹살은 지난해 FTA 발효전 대형마트에서 스페인산이 1,000원(100g기준)이었으나 올해 950원으로 소폭 내렸다. 한·EU FTA 발효 직후에는 850원까지 내렸으나 행락철을 맞아 수요가 크게 늘면서 다시 가격이 상승했다. 100g 당 평균 수입가가 발효 전 420원에서 올해 5월 현재 485원으로 올랐는데, 시기에 따라 다시 인하될 수 있다는 기대감이 크다.

유럽산 와인은 최근 미국산 와인 가격인하에 따른 경쟁효과로 인해 할인행사가 많아져 최대 30% 이상 소매가격이 내려갔다. M 와인(750ml)은 지난해 6월 2만3,000원에서 올해 5월 1만3,500으로 떨어져 절반에 가깝게 가격이 떨어졌다. 그 외 N 와인이 1만9,900원에서 1만6,900원, 또 다른 M 와인은 2만2,000원에서 1만5,000원으로 싸졌다. 맥주도 브랜드에 따라 가격이 싸졌다. H사 맥주(350ml)은 지난해 7월 2,450원에서 올해 5월 2,000원으로 18% 내렸다.

소형 전자제품 중 네덜란드산 P사 면도기는 33만3,344원에서 26만6,038원으로 내렸다. 소형 전자제품은 관세 8%가 5년 동안 균등 철폐되는데 P사 면도기의 가격하락은 FTA의 효과와 더불어 새 제품이 나오면서 기존 모델이 가격이 싸져 가격이 크게 떨어졌다.

화장품은 8%의 관세가 3년간 균등 철폐되지만 해외 기업의 고급 이미지 유지 전략, 낮은 관세 인하폭, 높은 광고비 비중 때문에 가격 하락 효과가 두드러지지는 않았다. [圖]

한·미 FTA 발효 후 미국에서는…

‘한국산 굿!’ 미국 바이어들의 눈빛 달라져

글 유창재 한국경제 뉴욕특파원

“중국산 섬유는 값은 싼데 고가의 제품을 만들 만큼 품질이 뒷받침되지 않아 늘 고민이었습니다. 반면 한국산은 품질은 좋은데 가격이 좀 비싼 게 딜레마였죠. 한·미 자유무역협정(FTA)이 발효되면서 이제 한시를 덜었습니다. 우리 회사는 한국산 섬유를 사용하기로 결정했어요.”

최근 뉴욕에 아이패드용 핸드백 제조 업체를 설립한 마이클 유먼스. 패션 디자이너 출신인 그는 “가족은 이탈리아산, 화학 섬유는 한국산을 구매해 핸드백 제조에 사용하기로 했다”고 말했다. 유먼스의 목표는 최대 2,000달러(약 200만 원)에 달하는 고부가 핸드백을 애플 공식 매장인 애플스토어에 납품하는 것. 그는 “애플의 까다로운 품질 기준을 통과하고 돈 많은 고객들의 관심을 끌기 위해 좋은 원재료는 기본”이라면서 “중국산 섬유는 더 이상 사용하지 않을 것”이라고 말했다.

한국산, 품질력에 가격 경쟁력까지

한·미 FTA 발효 후 한국산 제품에 대한 미국 바이어들의 눈빛이 달라지고 있다. 미국은 지난 십수 년간 원재료에서 완제품까지 중국산 저가 제품이 장악했던 시장이다. 미국 기업들은 이를 통해 비용을 줄일 수 있었고 나라 전체로는 물가 안정에 도움이 됐다. 하지만 낮은 품질과 신뢰할 수 없는 거래 관행 때문에 끊임없이 불만이 제기돼 왔다. 그런데다 최근에는 중국 노동비용이 상승하면서 가격마저 비싸져 ‘중국산 회의론’이 더욱 커지고 있다. 이런 상황에서 한·미 FTA로 한국 제품이 가격 경쟁력을 갖추자 바이어들의 관심이 집중되는 건 어찌 보면 당연한 결과다. 미국 최대 드러그스토어인 월그린의 프리실라 랑 글로벌 소싱 매니저는 “경기 침체의 영향으로 미국 유통기업들은 최근 거래처를 전면 재검토하고 있다”며 “이런 상황에서 한·미 FTA 발효로 한국산이 가격 경쟁력을 갖춘다면 구매 확대를 검토할 것”이라고 말했다.

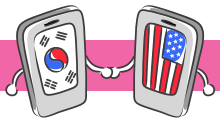
한·미 FTA의 효과는 단순한 제품 수출 증가를 넘어선다. ‘한류’와 ‘한식’ 등 한국 문화에 대한 관심이 늘어나는 상황에서 FTA가 체결되면서 문화와 상품이 서로 시너지를 내는 선순환 효과가 나타나고 있다. 뉴욕 주 북부에 있는 미국 최고 명문 요



미국 최고 명문 요리학교 CIA(Culinary Institute of America)의 도서관 강당. 세계적 요리사인 이 학교 필 크리스포 교수가 자신이 개발한 프랑스식 김 요리법을 설명하고 있다.

리학교 CIA(Culinary Institute of America)에서는 최근 특별한 요리 시연회가 열렸다. 세계적 요리사인 이 학교 필 크리스포 교수가 한국산 김을 활용한 다양한 요리법을 개발해 학생들에게 선보였다. 이곳 학생들은 졸업 후 세계 주요 도시에 진출해 음식 문화를 주도해 나갈 미래의 셰프들이다. FTA 발효 두 달여 만에 열린 시연회는 문화와 상품, 그리고 정책의 조화를 통해 어떻게 한 국가의 제품이 세계 최정상 무대에 설 수 있는 지 상징적으로 보여줬다.

크리스포 교수는 “요즘 셰프들 사이에 한식에 대한 관심만큼이나 한국산 식재료에 대한 관심도 늘고 있다”며 “FTA로 한국 식품이 가격 경쟁력까지 갖추면 한식 세계화에 큰 도움이 될 것”이라고 말했다. 실제 미국에서 한국산 김의 인기는 갈수록 늘어나고 있다. 김 수출은 2010년 1억520만 달러로 처음 1억 달러를 넘어선 이후 지난해에는 전년 대비 54% 증가하면서 1억6,150만 달러를 기록했다. 이 중 미국 시장 비중이 24%에 달한다. 여기에 FTA로 김에 대한 관세율이 6.0%에서 0%로 내려가면서 바이어들의 관심이 더욱 늘어나고 있다. 최근 한국의 김 가공 업체는 마이애미 소재 현지 바이어와 수출 협상을 진행 중이다. [圖]



3인의 여성, 한·미 FTA 후 장바구니 물가 리얼 토크 생활 속에 어떤 변화가 있나요

오는 6월 22일은 한·미 자유무역협정(FTA)이 발효된 지 100일이 되는 날이다. 여성 소비자들의 관심은 향후 장바구니 물가와 소비 생활이다. 남성보다 물가에 민감한 3인의 여성들이 체감한 한·미 FTA의 효과에 대해 직접 입을 열었다.

글 우중국 기자 사진 서범세 기자



사회 한·미 FTA가 발효된 지 두 달 남짓 지났습니다. 짧다면 짧은 시간이지만 그래도 많은 변화가 있었으리라고 생각합니다. 여러분은 한·미 FTA 효과를 어디에서 제일 먼저 느끼셨나요.

정복녀 (이하 정) 아무래도 식품류가 저렴해지다 보니 장을 볼 때 고민이 적어졌어요. 우리 딸이 과일을 워낙 좋아해 오렌지를 자주 사는데 한·미 FTA 발효 이후 1개에 630원 정도 내렸더라고요. 아

무래도 과일이 식비 중 차지하는 비중이 높아서 살까 말까 고민을 많이 하게 되는데 한 번 먹을 것을 두세 번 먹게 된다는 점에서 가벼운 마음으로 장을 보게 돼요.

이지혜 (이하 이) 맞아요. 오렌지뿐만 아니라 레몬이나 포도 가격도 작년보다 많이 떨어졌어요. 그리고 과일의 품종이 다양해지다 보니 백화점 코너에나 있던 라임이나 허브 종류도 시장이나 마트에서 쉽게 살 수 있는 것이 주부에겐 편하고 좋아요.

정 그런데 체리 값은 오히려 20~30% 올랐어요. 관세가 24% 철폐돼 가격 인하 효과가 가장 기대되는 품목이었는데... 직원에게 물어보니 현지 작황 사정과 항공 운송비가 증가해 그랬다고 하더라고요.

신주리 (이하 신) 저는 요즘 다이어트를 하고 있어서 레몬이나 자몽을 많이 사게 되더라고요. 레몬은 3개에 3,000원 정도 했는데 요즘에는 2,500원으로 내렸고 자몽도 4개에 7,500원 하던 것이 6,900원으로 내렸어요. 미국산은 아니지만 칠레산 포도도 요즘 너무 잘 사먹고 있어요. FTA에 따른 과일 값 체감은 칠레산 포도가 가장 큰 것 같아요.

정 과일 주스 가격도 떨어졌어요. 포도 주스(1ℓ)를 종종 사는데 4,050원에서 3,700원으로 떨어졌어요. 게다가 남편이 워낙 술을 좋아해 술안주를 자주 사는데 이달 초에 아몬드(500g)가 9,900원이었던 것이 9,400원으로 내렸더라고요. 피스타치오(500g)도 1만4,200원에서 1만2,800원으로 내렸고요. 평균 10% 정도가 인하됐다고 봐야겠지요. 견과류가 술안주에도 좋지만 아이들 간식으로도 제격이잖아요. 이제 부담 없이 장바구니에 담게 돼요.

이 사실 각 품목당 500원에서 2,000원 정도 저렴한 것이 하나 둘 모이면 몇 만 원을 절약할 수 있어요. 그런 측면에서 보면 FTA 발효 후에 식비로 생활비를 줄일 수 있게 된 거죠. 와인을 즐겨 마시는데 와인 가격도 내렸더라고요. 얼마 전에 이마트에 갔더니 미국산 와인 '반값 할인'을 하더라고요. 덕분에 S 와인과 T 와인을 2만원대 가격에 샀어요. 할인 행사만 잘 찾다녀도 몇 만 원은 절약할 수 있을 것 같아요.

사회 실제 소비에서는 꽤 한·미 FTA의 효과를 보셨다는 얘기를 이군요. 그렇다면 소비 이외의 다른 부분에서 한·미 FTA 효과에 대해 어떻게 느끼시는지 궁금합니다.

이 작년부터 새 차를 구입하려고 알아보고 있어요. 기능보다 디자인을 우선으로 봐서인지 수입차에 관심이 많이 가더라고요. 미국차 관세가 4% 철폐되고 세율 인하 등으로 F사 자동차는 4,550만 원하던 것이 3,750만 원으로 떨어졌어요. 사실 지금보다 가격이 더 인하될 때 사려고 예의 주시하면서 지켜보려고 해요. 그리고 저는 국내에 없는 제품은 가끔 미국 사이트에서 구매

“

저는 사실 앞으로의 한·미 FTA가 더 기대돼요. 정부에서 일상생활에 밀접한 한·미 FTA 해당 품목 20여 개를 선정해 정기적으로 물가 관리를 하고 있다고 하더라고요. 지금보다 체감할 수 있는 혜택이 많아질 것 같아요.

”

대행해 왔거든요. 그런데 그전에는 100달러 이하만 면세되던 것이 한·미 FTA 발효 이후에는 200달러 이하까지 면세가 된다고 하더라고요. 자주 구매하는 건 아니지만 괜히 부담이 줄어든 것 같은 느낌이에요.

정 제 주변에는 비자 때문에 고민하는 친구가 있는데 한·미 FTA 발효로 그 문제가 해결됐대요. 친구 남편이 회사 일 때문에 미국 현지 법인에 파견 간 지 1년이 넘었거든요. 기존에는 미국 내 현지 법인 파견 근로자 대상 발급 비자인 L비자의 유효 기간이 신설 사업 1년, 기존 사업체 3년으로 한정돼 있었대요. 아무래도 비자가 종료되면 한국에 와서 다시 비

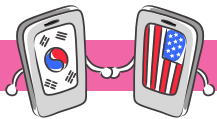
자 재신청 절차를 밟아야 하는데 사업하는 사람들에겐 번거로운 일이잖아요. 그런데 이번에 한·미 FTA에서 L비자 유효 기간이 5년으로 연장돼 걱정거리가 한결 줄었다고 하네요.

사회 마지막으로 한·미 FTA에 거는 기대를 말씀해 주시죠.

정 식품뿐만 아니라 화장품이나 의류에 대한 효과가 아직 미비하다는 것이 아쉬워요. FTA에 해당하는 품목이 좀 더 다양해졌으면 해요. 반면 걱정이 되는 부분도 있어요. 한·미 FTA 덕분에 물가가 내려간 것은 반가운 일이지만 그 때문에 우리 농민들의 노력이 외면 받으면 어떡하나 걱정돼요. 정부가 농가들의 경쟁력을 높일 수 있도록 지원해줬으면 좋겠어요. 로컬 푸드 소비 촉진 운동, 농산지 직거래 유통도 활성화되면 우리 농업의 경쟁력도 높아질 것 같은데, 사실 농산물은 우리나라 것이 최고잖아요.

이 맞아요. 제가 알기로는 정부에서 농·축산업을 위한 다양한 지원 정책을 마련해 놓은 것으로 알고 있어요. 모두의 노력으로 우리 농업이 작지만 강한 산업으로 성장할 수 있었으면 좋겠어요.

신 저는 사실 앞으로의 한·미 FTA가 더 기대돼요. 정부에서 일상생활에 밀접한 한·미 FTA 해당 품목 20여 개를 선정해 정기적으로 물가 관리를 하고 있다고 하더라고요. 가격이 관세 인하분 만큼 충분히 하락하지 않는 품목에 대해서는 유통 단계별 가격 수준과 원인을 분석한다고 하니 지금보다 체감할 수 있는 혜택이 많아질 것 같아요.



김익주 기획재정부 무역협정국내대책본부장

“FTA로 글로벌 시장에서 앞서나갈 터”



지난 3월 15일 한·미 FTA가 발효됐다. 고용 창출과 소비자 혜택, 해외시장 개척이라는 경제적 효과는 이미 서서히 우리 경제에 영향을 미치고 있다. 미국과 유럽이라는 세계 최대 시장과 자유로운 무역에 나선 한국은 한·중 FTA, 한·중·일 FTA 협상에 나선 상태다. 김익주 기획재정부 무역협정국내대책본부장을 만나 한·미 FTA의 효과와 향후 FTA 체결 전망을 물어보았다.

글 장진원 기자 사진 김기남 기자

오는 6월 22일이면 한·미 FTA가 발효된 지 100일이 됩니다. 한·미 FTA가 우리 경제에 어떤 영향을 미칠까요?

지난 3월 15일 한·미 FTA가 발효됨에 따라 세계 경제 규모의 57% 수준까지 경제 영토가 확장되었습니다. 장기적으로 우리 경제의 성장, 고용, 무역수지, 외국인 투자 등 거시경제 전반에 걸쳐 긍정적 효과가 기대되는 배경입니다. 구체적으로 살펴보면 장기적으로 실질 GDP 5.66%, 취업자 수 35만 명, 무역수지 27.2억 달러(연평균), 외국인 투자 23~32억 달러(연평균) 증가가 예상됩니다.

국민이나 소비자 입장에서 FTA로 얻는 '득'이 가장 큰 관심사입니다. 일각에서는 아직 이렇다 할 '효과'를 체감하지 못한다는 지적도 있습니다만.

한·미 FTA가 발효된 지 이제 막 3개월에 접어든 시점에서 소비자의 혜택 증가를 평가하기에는 조금 이른 측면이 있는 게 사실입니다. 발효 이후, 먹거리를 중심으로 주요 수입 소비재의 가격이 인하돼 일반 국민들도 혜택을 보고 있습니다. 예를 들어 삼겹살의 경우, 국산 전국 평균 소매가가 지난 4월에서 5월사이에 약18% 오른 반면 미국산 삼겹살은 1,100원에서 1,000원으로 오히려 9% 정도 내렸습니다.

오렌지는 관세율이 20%포인트 낮아지고, 수입량도 전년 동기 대비 29.3% 증가하는 등 한·미 FTA 발효 전후와 대비해

최고 29.5%까지 가격이 낮아졌습니다. 와인도 15%의 관세가 즉시 철폐돼 미국산 와인의 가격 인하는 물론, 유럽산, 칠레산까지 가격 인하 효과를 가져왔습니다. 다만 일부 품목의 경우 가격 인하 효과가 기대 수준에 미치지 못하고 있는데, 앞으로 정부는 소비자의 혜택을 막는 독과점 수입 체계, 가격 폭리 등의 유통구조를 개선해 FTA에 따른 이익이 우리 국민들에게 돌아갈 수 있도록 지속적으로 노력해 나갈 것입니다.

한·미 FTA 효과 중 청년층의 고용 창출 기대는 어떻습니까?

FTA는 수출 및 외국인 투자 증가 등을 통해 우리 경제에 새로운 일자리를 창출하는 경제적 효과를 지니고 있습니다. 한·미 FTA의 경우 장기적으로 약 35만 개의 새로운 일자리를 만들 것으로 예상됩니다. 특히 제2의 수출 시장인 미국시장의 점유율을 높여 우리 수출 기업들의 일자리를 증가시킬 뿐 아니라, 양국의 시장개방 확대, 투자환경 개선 등을 통해 서비스·제조업에서 새로운 유망 직업을 창출할 것으로 기대됩니다.

FTA로 인한 농업 부문의 피해가 예상되는데요, 대책은 마련돼 있습니까?

제일 먼저 한·미 FTA 체결(2007년 4월)을 계기로 총 21.1조 원 규모의 FTA 보완대책을 2007년 11월에 수립해 시행중입니다. 2011년 8월에는 이를 보완해 지원 규모를 22.1조 원으로 확대했습니다. 특히 농어업인의 수요가 많은 시설 현대화 사업을 중심으로 지원 규모를 1조 원 늘렸습니다.

또한 올 1월에는 국회와 논의된 대책을 포함해 지원 규모를 24.1조 원으로 확대했습니다. 면세유 등 세제지원이 29.8조 원이 포함되면 총 지원 규모는 54조 원 수준에 이르게 됩니다. 여기에는 재정 지원뿐 아니라, 농어가·중소상공인 영농·경영 환경 개선을 위한 다양한 세제 지원 및 제도 개선이 포함돼 있습니다. 정부는 피해보전을 위해 마련한 대책을 차질 없이 추진해 농어민의 불안감을 해소하고, 우리 산업의 경쟁력이 한층 강화될 수 있도록 정책적 노력을 지속해 나갈 계획입니다.

대기업은 FTA 활용에 적극적인 반면, 중소기업 상대적으로 어려워하거나, 소극적인 경우가 많습니 다. 중소기업의 FTA 활용도를 높이기 위한 정부 대책은 무엇입니까?

원산지 기준, 활용방법 등에 대한 이해 부족, 전문 인력 부족 등의 이유로 중소기업의 FTA 활용도가 저조한 경우가 많은 게 사실입니다. 정부는 이런 현상을 극복하기 위해 FTA 컨설팅, 각종 설명회, 지역 FTA센터 운영 등을 실시하고 있습니다. 기획

재정부에서는 'FTA닥터(컨설팅)' 사업을 통해 관세사, 회계사 등의 전문가를 투입해 중소기업의 원산지 판정, 증명서 발급을 돕고 있습니다. 또 관세청은 관세 정보에서부터 인증수출자 지정 및 원산지 관리 역량 강화를 위한 컨설팅까지 포괄적인 상담을 실시하고 있습니다. 그리고 'FTA종합무역지원센터'에서는 올해 업종별·서플라이 체인(Supply Chain) 별 컨설팅 사업을 신설해 추진중입니다.

중소기업 CEO들을 대상으로 FTA 활용 지역설명회, 자동차·부품, 섬유 등 주요 업종별 설명회를 통해 FTA 활용에 대한 중소기업의 인식 제고에도 나서고 있습니다. 뿐만 아니라 FTA 상대국 기업과 수입 바이어를 대상으로 해외 설명회도 진행중입니다. 전국 15개의 광역 시도에는 16개의 '지역FTA활용센터'가 설치돼 운영중인데, FTA 활용에 소외되는 기업이 없도록 전문 인력을 보강하고, 지자체, 지역 세관, 지역 상의, 중소기업진흥공단 등 지역 유관기관과의 네트워크도 구축했습니다.

얼마 전 한·중 FTA 협상이 개시됐습니다. 한·중·일 FTA도 속도를 내고 있는데요, 앞으로 추진 방향과, 더불어 우리 경제에 미칠 영향에 대해 말씀해 주십시오.

현재 한·중 FTA 및 한·중·일 FTA가 적극적으로 추진되고 있습니다. 우선 한·중 FTA의 경우 1차 협상이 지난 5월 14일 베이징에서 열렸고, 한·중·일 FTA는 3국 정상이 연내 협상 개시를 선언했습니다. 중국은 미국에 이어 세계 2위의 경제 대국으로, 우리의 최대 교역 상대국이기도 합니다. 앞으로 FTA가 체결되면 이미 체결한 한·미, 한·EU FTA에 버금가는 경제적 효과를 기대할 수 있게 되는 것입니다.

한·중 FTA 체결 시, 개방 수준에 따라 실질 GDP는 발효 5년 후 0.95~1.25%, 10년 후에는 2.28~3.04% 증가할 것으로 전망됩니다. 고용의 경우 발효 5년 후 19~25만여 명, 10년 후에는 24~33만여 명이 늘어날 것으로 기대됩니다.

다만 농수산업과 중소기업 등의 취약 분야는 중국산 제품 수입 확대로 피해가 우려됩니다. 하지만 협상 과정에서 민감 분야 배려 등 보호장치를 마련해 피해를 최소화 할 계획입니다. 한·중 FTA는 1단계에서 양국 간 민감 품목에 대해 합의가 이뤄지는 것을 전제로 2단계 협상(본격적 양허안, 텍스트 협상)을 진행하는 것으로 합의했습니다. 정부는 관계부처 간 긴밀한 협력을 통해 협상 전략과 피해대책을 마련할 것입니다. 이를 통해 후생 증대, 고용 창출 등 경제적 효과를 최대화하고, 취약 분야의 피해를 최소화하도록 노력하겠습니다. [E]

FTA 이제 활용이다!

활용 역량 키우기 위한 각종 제도 풍성

한·미 FTA 발효 이후 기업들의 FTA 활용도를 높이기 위한 다양한 활동들이 활발히 진행되고 있다. 지난 5월 3일 기획재정부와 주한미국상공회의소(AMCHAM)가 한·미 FTA 50일을 맞아 서울 롯데호텔에서 중소기업, 외국인 투자기업 및 FTA 관련 유관기관 등 400여 명이 참석한 가운데 '한·미 FTA 활용 세미나'를 개최했다.

이번 세미나는 수출 중소기업들에게 한·미 FTA 발효 이후 변화되는 양국 간 교역 여건에 대한 정보를 제공하고 대응 방안을 모색함으로써 한·미 FTA 활용을 극대화하기 위해 마련됐다. 김동연 기획재정부 차관은 기조연설을 통해 “한·미 FTA를 적극 활용해 일자리 창출과 소비자 후생 증진을 도모하고, 이를 통해 우리 경제 시스템이 한 단계 업그레이드될 수 있을 것”이라고 강조했다.

이 자리에서 정부는 중소기업의 FTA 활용 역량을 키우기 위해 중소기업진흥공단, 16개 지역 FTA 활용지원센터, 관세청 등을 통한 원산지·관세 관련 기업의 컨설팅을 확대하기로 했다. 금년도에 1,400개 기업을 지원하고 2014년까지 수출 중소기업에 40%까지 컨설팅 제공을 확대할 계획이다.

또 FTA 활용 인력의 양적·질적 부족을 해결하기 위해 실무형 교육 강화 및 교육 분야를 확대하기로 했다. 대기업 퇴직임원을 활용해 컨설턴트로 양성하는 것을 비롯해 맞춤형 표준교재 개발, 대학 FTA 강좌 확대, FTA 활용 전문대학원을 한시적으로 지원하는 등 교육기반을 강화하기로 했다.

FTA 정보를 한 눈에 'FTA 인트로' 오픈

한편 지난 5월 3일 열린 '제 5차 FTA 활용 지원 정책협의회'에서는 기존의 FTA종합지원포털에서 FTA 관련 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 기관별 전문정보를 한눈에 소개하는 페이지인 'FTA 인트로(FTA Intro)'를 제공하기로 했다. FTA 인트로에는 기존에 운영하던 5개(4개로 통합됨) FTA 포털의 특화된 전문정보, FTA 기관 전문정보, 애로상담 창구 등을 한 화면에서 찾아



김동연 기획재정부 제2차관이 지난 5월 3일 열린 '한·미 FTA 활용 세미나'에 참석, 한·미 FTA 활용 극대화 협력방안에 대해 기조연설을 하고 있다.

볼 수 있도록 구성했다. 이용자가 일일이 여러 사이트를 찾아다니는 번거로움 없이 필요한 정보를 한 눈에 보고 찾아갈 수 있도록 하였다. 이와 함께 수요자 유형을 구분해 각 유형별로 정보 요구 흐름에 따라 맞춤형으로 정보를 제공하는 '커스터마이징드 FTA(Customized FTA)'를 6월 말부터 제공할 계획이다. 더불어 FTA 사이버 동영상 강좌 학습자관리체계(LMS)를 상반기중에 구축해 무료로 제공할 예정이다.

FTA 인트로는 기존 FTA종합지원포털(www.ftahub.go.kr)에 들어가면 확인할 수 있고, 이 화면에서 필요한 내용을 선택해 기획재정부 FTA종합지원포털, 관세청 FTA 포털(fta.customs.go.kr), 외교통상부 자유무역협정(www.fta.go.kr), FTA 무역종합지원센터(www.okfta.or.kr)로 들어갈 수 있다. 4개의 사이트 외에도 FTA와 관련된 용어를 쉽게 찾을 수 있는 관세청 FTA 용어집·KITA 무역용어 메뉴, FTA 상담이 가능한 전화번호를 안내하는 메뉴, 20개의 FTA 유관 기관을 찾아갈 수 있는 메뉴 등이 아이콘 형식으로 제공된다. 각 기관에서 운영 중인 FTA 포털은 기관별 전문 정보 생산을 강화하기로 했다.

'한·미 FTA 활용 세미나'에 참석한 웬디 커틀러 미국 무역대표부(USTR) 한·미 FTA 수석대표.



관련 기관 'FTA 활용' 활동 본격화

FTA 활용을 위한 각 기관의 활동도 활발해지고 있다. 중소기업진흥공단은 FTA 원산지 관련 애로사항 해결과 FTA 협정국 수출시장 개척을 위한 지역별 FTA 활용 설명회를 개최하고 있다. 5월 22일 대전을 시작으로 천안·인천·부산·창원·수원·광주·울산·청주·안산 등 전국 10개 지역에서 개최될 예정이다. 프로그램은 FTA 원산지 결정 기준, 서류 작성 요령, 사후 검증 대비 방안 등 원산지 실무와 함께 FTA 협정국 무역환경·통관 절차·법규·관행 등에 대한 유의사항, 수출금융지원제도 소개, 해외 마케팅 전략 등의 내용으로 구성되어 있다.

관세청은 대미 수출 주력 품목인 섬유·의류, 자동차 부품 분야 중소기업을 대상으로 '원산지 사전 진단 서비스'를 지원할 계획이다. 지난해부터 진행하고 있는 이 서비스는 세관에서 원산지 검증 위험이 높은 산업을 중심으로 기업의 원산지 적정 여부를 점검·확인해 주는 서비스다. 2011년 대 EU 주력 수출 품목인 철강·기계, 화학, 자동차·부품, 섬유·신발류 등 92개 수출업체를 대상으로 서비스를 제공한 바 있다. 2012년 원산지 사전 진단 서비스의 가장 큰 특징은 관세청이 자체 개발한 점검표를 통해 미국세관의 실제 원산지 검증 프로세스를 경험토록 해 대응능력을 높일 수 있도록 한 점이다. [E]

주요 FTA 활용지원 제도

유형	내용
FTA 닥터	활용 능력이 부족한 수출 중소기업을 대상으로 관세사·회계사 등으로 구성된 전문가가 현장을 방문해 무료 컨설팅 서비스 제공
FTA-PASS	FTA 활용 기반이 취약한 중소기업의 부담을 해소하기 위한 원산지 관리 프로그램
FTA 홈페이지	유관 기관의 온라인 FTA 홈페이지를 통해 국민들과 기업들의 FTA에 대한 이해를 돕고 FTA 활용 정보를 제공. 기획재정부가 운영하는 FTA종합지원포털(ftahub.go.kr)이 대표적
지역 FTA 활용지원센터	전국 15개 시·도에 지역 FTA 활용지원센터를 설치해 중앙정부와 지자체간 협력 및 지방 중소기업 현장 밀착 지원
FTA 무역종합지원센터	사업기회 포착·생산·수출·사후 검증 등 FTA 관련 기업활동을 원스톱지원(www.okfta.or.kr)

제 1차 한·미 FTA 공동위원회 개최 이행 체계의 법적·절차적 기반 확보

올해 3월 15일 한·미 FTA가 발효된 이후 2개월 만인 5월 16일 처음으로 한·미 FTA 공동위원회가 미국 워싱턴DC에서 열렸다. 한국 측 박태호 외교통상부 통상교섭본부장과 미국 측 론 커크(Ron Kirk) 미국무역대표부(USTR) 대표 등 양측 대표단은 비공식 수석대표 회의 설치를 포함한 '공동위원회의 사규칙(Rules of Procedure)'을 채택한 것을 비롯해 '분쟁 해결 모범 절차 규칙' 합의 및 공동위 산하 위원회 및 작업반의 향후 일정 등에 대해 합의했다. 수석대표 회의는 공동위 의장을 보좌하고 산하 위원회 또는 작업반 활동을 조정하는 고위급 창구가 필요하다는 데 공감하고, 공동위 의사규칙을 통해 공동위원회 산하에 수석대표 간 회의 설치 근거를 마련한 것이다. 공동위원회 의사규칙은 한·미 FTA 제 22.2조 제 3항 마호에 규정되어 있는 것으로 공동위의 원활한 운영을 위해 의사규칙을 양측 간 확인함으로써 이행 체계의 법적·절차적 기반을 확보하고자 하는 취지에서 마련됐다. 한편 양측은 한·미 FTA 제 22.10조에 따라 분쟁해결을 위한 모범절차규칙을 제정했다. 1월에 협의를 개시해 5월 초 합의했으며 이 규칙은 6월 1일자로 발효된다. 또한 서비스·투자 위원회와 중소기업작업반, 상품·무역위원회, 무역구제위원회를 6월 초, 의약품·의료기기 위원회를 7월 초순 개최기로 합의했다. 여타 위원회의 개최 시기는 추후에 합의하기로 했다.



수출 시장 다변화·주도권 확보 목적

FTA 국제 경제 대세론으로 확산

경제 영토를 넓히기 위한 세계 각국의 경쟁은 자유무역협정(FTA) 확대로 이어지고 있다. 수출을 늘리고 경쟁 주도권을 확보하기 위해 경제동맹을 체결하는 국가가 빠르게 늘어나고 있는 상황이다. 기획재정부는 올 들어 세계무역기구(WTO)에 511개의 FTA를 비롯한 지역무역협정(RTA)이 통보됐으며 이 중 319개가 발효됐다고 밝혔다. 최근 국제경제의 대세는 바로 FTA인 셈이다.

RTA는 FTA·관세동맹·서비스협정 등을 포괄하는 개념이다. 1947년 가트(GATT: 관세 및 무역에 관한 일반협정) 출범 이후 조금씩 증가하다가 2000년 들어 급증했다. 2010년에만 14개, 2011년 11개의 RTA가 WTO에 통보됐다. 이 중 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것이 FTA다. 2001년부터 10년간 발효된 RTA 302건 중 FTA가 182건이다.

FTA 등 RTA가 최근 빠르게 늘고 있는 배경에는 각국의 수출 주도권 경쟁이 자리하고 있다. 또한 다자자유무역체제를 위한 도하개발 아젠다(DDA)가 10년이 넘도록 진전이 없자 각국이 대안으로 FTA 등 RTA를 추진하고 있다. 기획재정부는 “주요 선진국은 글로벌 경제 위기 여파에 따른 저성장·고실업 문제를 타개하기 위해 공세적인 수출확대 중심의 통상 정책으로 기조를 전환했다”며 “내수 의존 성장의 한계를 인식하고 공세적 수출 전략을 더욱 강화하고 있으며 이를 위해 적극적인 FTA 정책을 추진하고 있다”고 밝혔다.

미국, 일본, EU, 중국 등 세계 주요국도 FTA 확대

실제 일본은 지난해 인도와 FTA를 발효한 데 이어 페루와의 FTA 공식 서명을 마쳤다. 일본이 맺은 FTA는 15개국, 13건이다. 미국은 수출 확대 방향의 일환으로 아시아·태평양 국가들과의 FTA인 환태평양경제동반자협정(TPP)을 적극 추진하고 있다. TPP로 현재 협상 진행 중인 9개국 이외에 캐나다·일본·멕시코가 신규 가입을 추진 중이다. 지난 4월 로이터 통신에 따르면 미국과 유럽연합(EU)이 포괄적 FTA 협상 착수를 진지하게 검토 중에 있는 것으로 알려져 있다.

EU는 ‘글로벌 유럽’ 전략에 따른 적극적인 FTA 정책을 추진



전 세계 주요 국가들이 수출 다변화를 위해 앞다투어 FTA를 체결하고 있다. 사진은 거대시장 중 하나인 중국의 마켓 모습.

하고 있다. 성장률 둔화 현상을 해의 수요 확보를 통해 극복하고자 한다. 한국과의 FTA 체결도 그 일환이다. 특히 인접국 및 구 식민지국 이외에 성장 잠재력이 높은 아시아 국가와의 FTA를 적극 추진하고 있다. 말레이시아·베트남과의 협상을 진행 중이고 태국·인도네시아·필리핀 등과의 협상도 고려하고 있다. 중국은 지난해 코스타리카와 FTA를 발효하는 등 약 17개국과 FTA를 발효 중이다. 24개국과 13건의 FTA를 체결하고 있는 싱가포르의 코스타리카·걸프협력회의의 등 7개국과 2건의 FTA를 타결했다.

인도·남미·호주 등도 FTA 체결에 박차를 가하고 있다. 인도는 1991년 이른바 ‘동방 정책’을 바탕으로 한국·일본·아세안과 FTA를 체결한 뒤 EU 등 거대 경제권과의 협상을 이어가고 있으며 호주·뉴질랜드·캐나다 등과의 FTA도 적극 나서고 있다. 남미에서는 칠레와 페루가 FTA에 적극 나서고 있다. 칠레는 한국·중국·일본·EU·미국 등 세계 주요국과 FTA를 체결했고 최

근 말레이시아·베트남·태국 등 아세안 국가로도 그 영향력을 넓히고 있다. 페루 역시 칠레와 마찬가지로 한국·미국·EU·중국·일본 등과 FTA를 체결했다.

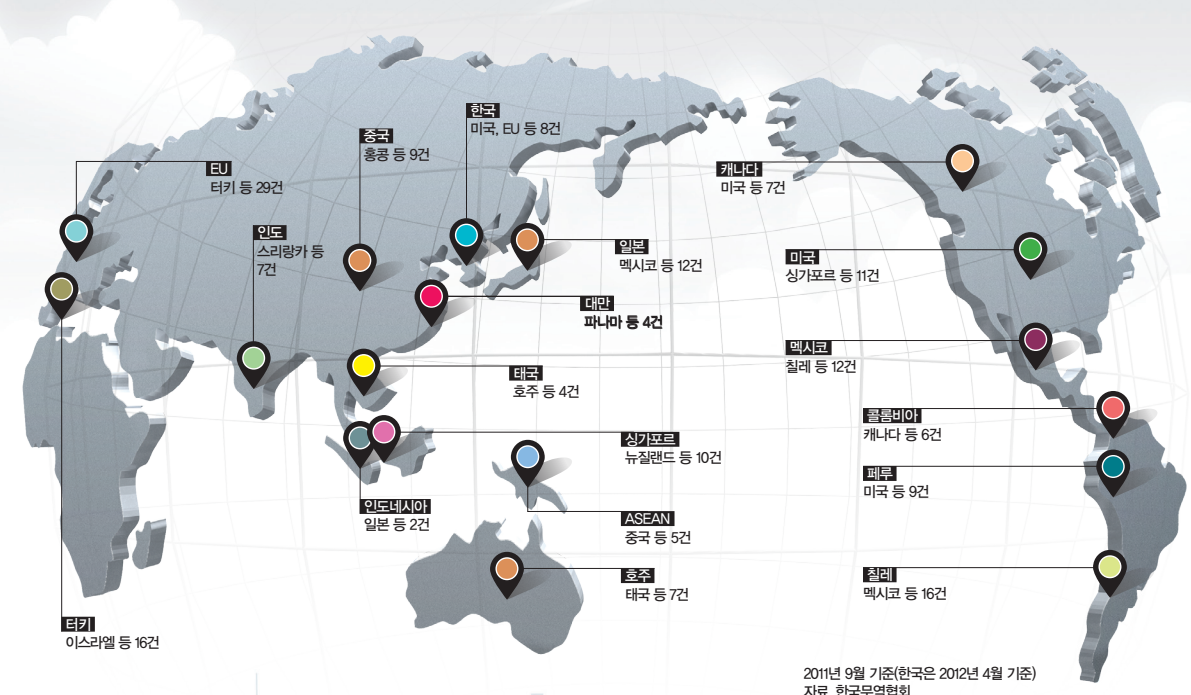
호주는 광물과 농산물의 수출 확대를 위해 유망 시장인 아시아 지역과의 FTA 체결에 적극적이며 EU에 맞서 태평양 지역에서의 리더십 확보를 위해 도서지역 국가들과의 협상에 적극적으로 나서고 있다. 뉴질랜드는 호주를 비롯한 남태평양 역내 국가들로 국한돼 있던 양자 협상 대상을 2000년 이후 환태평양 전체로 확대해 TPP·중국·아세안·홍콩 등과의 FTA를 성공적으로 체결했다. 또한 멕시코는 44개국과 12건의 FTA를 발효했다.

우리나라는 2004년 칠레를 시작으로 45개국과 8건의 FTA가 발효돼 있다. 가장 최근에는 한·중 FTA와 협상을 개시한 상태다. 기획재정부는 최근 협상을 개시한 한·중 FTA와 관련, “향후 중국의 무역은 정부 정책의 영향으로 수출 증가율 둔화, 무역수지 흑자, 가공무역 규모 축소 등의 조정기를 거치게 될 것”이라며 “관세 혜택을 받아오던 가공무역 비중이 점차 감소됨에 따라 내수용 수입 시장 규모가 확대될 전망이므로 중국 내수 시장 진출이 더욱 중요해졌다”고 설명했다.

우리나라는 또한 향후 신흥국과의 FTA에 속도를 내기로 했다. 최근 확산되고 있는 각국의 보호주의 추세에 효과적으로 대응하고 수출 시장을 다변화하기 위해서다. 당장 6월 중으로 베트남과 FTA 협상 개시를 선언하기로 했다. 정부는 5월 10일 서울 종로구 세종로 정부중앙청사에서 대외경제장관회의를 열고 ‘한·베트남 FTA 추진 계획’과 ‘우리나라 중·장기 FTA 추진 계획’ 등을 논의했다. 이미 아세안 국가와 FTA를 체결한 상황에서 베트남과의 FTA 협상에 나서기로 결정한 것은 기존 FTA를 업그레이드해 신흥 시장을 선점하겠다는 의지로 읽힌다.

우리나라는 무역 규모가 1조 달러에 이르고 7대 수출 대국으로 성장한 만큼 세계 통상 환경 변화에 민감한 경제구조를 지니고 있다. 이에 따라 신흥 경제권과의 적극적인 FTA를 통해 신흥 시장에서의 우위를 확보해야 한다는 주장이다. 박재완 기획재정부 장관은 “한·중·일 3국 간 FTA를 추진하고 있으나 물밑에선 치열한 통상 분쟁이 진행될 수 있어 자칫 국제무역 환경이 악화될 가능성이 있다. 전진하지 않으면 퇴보한다는 자세로 베트남·인도네시아 등 신흥 지역과 FTA 체결을 지속적으로 확대하겠다”고 밝혀 FTA 확대에 대한 기대감을 높였다. [1]

세계 주요국 FTA 추진 현황 (발효 기준)



FTA에 따른 세계 주요국 경제영토 순위

순위	나라 명	경제 영토(%)
1위	칠레	78.5
2위	멕시코	64.1
3위	한국	57.3
4위	싱가포르	51.8
5위	페루	38.7
6위	EFTA	36.6
7위	EU	33.4
8위	미국	32.7
9위	일본	16.0

자료_기획재정부(2012년 5월) / 2010년 명목 GDP 기준
 ** 경제영토=(자국·FTA 발효국 GDP 합계) / (전 세계 GDP 합계)

막 오른 한·중·일 FTA 협상

미국과 유럽 이은 3대 경제권 통합 시동

동북아 경제 통합의 막이 올랐다. 한·중·일 정상회담이 한·중·일 자유무역협정(FTA) 개시를 선언했다. 지난 5월 13일 이명박 대통령과 원자바오 중국 총리, 노다 요시히코 일본 총리 등 3국 정상은 중국 베이징 인민대회당 하북청에서 한·중·일 3국 정상회의를 열고 FTA 협상 연내 개시에 합의했다. 현재 한·중 FTA 실무 협상이 진행되고 있는 데다 한·일 FTA 또한 올해 안에 시작될 예정이어서 한·중·일 FTA와 맞물려 동북아 3국의 경제통합이 급물살을 탈 것으로 예상된다. 한·중·일 FTA는 한·중, 한·일 FTA와 동시에 진행되며 일종의 경제 연합체 성격을 띤다. 미국과 유럽에 이어 세계 경제 3대 축의 하나인 동북아시아 경제권이 마침내 통합을 위한 시동을 건 셈이다.

한·중·일 FTA 추진 선언은 그 의미가 상당하다. 한국개발연구원(KDI)은 최근 보고서에서 3국 간 FTA가 체결되면 우리나라의 국내총생산(GDP)은 3.38%, 수출은 6.77% 증가할 것으로 전망했다. 대외경제정책연구원도 한·중·일 GDP 증가 효과가 각각 최대 5.14%, 1.54%, 1.21%에 이를 것으로 내다봤다. 통상 전문가들은 중국·일본과의 시장 규모 차이와 우리나라의 높은 무역 의존도 등으로 미뤄볼 때 “한·중·일 경제 통합 시 최대의 수혜국은 한국”이라는 전망을 내놓고 있다.

기업들의 반응도 긍정적이다. 전경련과 중국국제무역촉진위원회(CCPIT), 일본 게이단렌과 공동으로 5월 13일 오전 베이징 인민대회당에서 개최한 제4차 한·중·일 비즈니스 서밋에 참가한 각국 경제계 대표들은 한·중·일 FTA의 협상 개시와 에너지·환경 분야와 첨단기술, 유통, 금융 분야 협력 강화를 촉구하는 공동 선언문을 채택했다. 허창수 전경련 회장은 개회사를 통해 “올해 한·중 수교 20주년, 일·중 수교 40주년을 맞아 한·중·일 간 교역이 비약적으로 발전해 왔다”며 “연내 협상 개시가 기대되는 한·중·일 FTA와 같은 제도적인 뒷받침이 있다면 동북아 지역이 유럽연합(EU)·북미자유무역협정(NAFTA)에 이은 3대 경제권이 될 수 있다”고 강조했다.

일본과 중국의 반응도 우호적이다. 특히 일본이 가장 적극적이다. 일본의 전체 무역액 가운데 한국과 중국이 차지하는 비



지난 5월 12일 중국 베이징에서 열린 한·중·일 통상장관 회담. 왼쪽부터 박태호 통상교섭본부장, 천더밍 중국 상무부장, 에다유키오 일본 경제산업장.

중은 30%에 가깝다. 중국은 1위 무역국이고 한국은 4위 무역국이다. 일본 경제산업연구소는 중국과 FTA를 체결하면 10년 후 시점에서 GDP가 0.66% 성장하는 효과가 있을 것이라고 예상했다. 한국을 포함한 3국 FTA가 성사된다면 이 비율이 0.74%로 높아질 것이라고 전망했다. 게다가 미국, EU 등과 FTA를 맺은 한국에 뒤처진다는 자국 내 여론의 못매를 맞고 있다. 미국 중심의 환태평양경제동반자협정(TPP), 동남아국가연합(ASEAN)이 주도하는 역내포괄적경제파너시프(RCEP)에도 적극적인 참여 의사를 밝혔지만 별다른 성과를 내지 못하고 있다. 5월 초 한·중 FTA 협상 개시가 공식 선언되자 초조해진 일본이 한·중·일 FTA에 힘을 쏟고 있다. 중국은 외교·안보적 요인을 고려하고 있다. 한·미 FTA가 발효되고 미국이 주도하는 TPP에 일본이 참여할 의사를 밝히자 미국 견제의 필요성을 느낀 것이다. 즉 동북아 경제 패권 유지에 관심을 갖고 있다는 것이 전문가들의 분석이다. [E]

한·중·일 FTA 경제 효과

	한국	중국	일본
GDP 증대 효과	3.27~5.14%	0.89~1.54%	1.05~1.21%
후생 증진 효과	183억3000만 달러	71억4000만 달러	105억8000만 달러

자료:대외경제정책연구원(2012.5)

누가누가 잘했나

1분기 FTA 상대국 무역 수지 랭킹 5

글 박진영 기자

경제 뉴스를 보다 보면 '무역수지'가 자주 등장한다. 무역수지는 일정 기간의 수출입 거래로 발생한 한 국가의 외국과의 대금 수불액을 말한다. 즉 무역수지가 플러스면 수출액이 수입액보다 많은 것이고 마이너스면 그만큼 수입액이 많다는 것을 뜻한다. 따라서 무역수지의 움직임은 장기적으로 그 나라 산업의 국제 경쟁력을 반영하고 단기적으로는 경기순환을 반영한다.

올 1분기 우리나라는 무역수지 흑자를 기록했다. 관세청 자료에 따르면 올 1~3월의 무역수지는 16.7억 달러의 흑자를 냈다. 그러나 흑자 폭은 전 세계적인 경기 침체 여파로 전년 동기 대비 감소했다. 앞으로 대외 여건 불안, 고유가 기조 유지 등으로 수출 증가세가 둔화되고 무역수지 흑자 규모가 축소될 것으로 전망되는 가운데 지식경제부는 미국과 유럽연합(EU) 등 선진국에 대해 이미 발효된 자유무역협정(FTA)을 적극 활용해 수출 확대를 추진하는 한편 신흥시장을 적극 공략해 나갈 방침이라고 밝혔다.

87억 달러 흑자, 미국과의 FTA 효과 커

1분기 우리나라와 FTA가 발효된 국가(또는 지역)들만 대상으로 했을 때 무역수지는 87억 달러 흑자다. 1월 17억 달러 흑자에 이어 2월에는 33억 달러, 3월에는 37억 달러의 흑자를 기록했다. 1월에 비해 2월과 3월 흑자 폭이 크게 늘어난 데는 미국 효과가 크다. 미국과의 무역수지는 지난 1월 4.3억 달러에서 2월에는 14.8억 달러, 한·미 FTA가 발효된 3월에는 19.4억 달러로 대폭 증가했다.

용어 설명

아세안 동남아시아 국가연합의 약어(ASEAN). 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아 10개국을 회원국으로 하며 경제·사회·문화 등 다양한 분야에 걸쳐 광범위한 협력체계 구축.



5월 현재 우리나라와 FTA가 발효된 상대국은 아세안(ASEAN)·미국·싱가포르·인도·EU·페루·칠레·유럽자유무역연합(EFTA) 등 8건. 이들 중 무역수지 랭킹 5를 기록한 나라는 아세안, 미국, 싱가포르, 인도, EU 순이다.

올 1분기 무역수지 1위를 차지한 상대국은 아세안으로, 49억 달러의 흑자를 기록했다. 아세안은 1월 14.3억 달러, 2월 16.1억 달러, 3월 18.7억 달러 흑자로 고른 분포를 보였다. 2위는 38.5억 달러의 무역 흑자를 낸 미국. 아세안이 9개국 가연합이라는 것을 감안하면 미국과의 무역 흑자는 그 폭이 크다. 3위는 싱

가포르(30억 달러), 4위는 인도(13.5억 달러), 5위는 EU(6.4억 달러)다. 싱가포르는 1월 6.3억 달러이던 무역수지가 2월에는 12.1억 달러, 3월에는 12.2억 달러로 늘어났고, 인도는 월별로 4.2~4.7억 달러의 고른 성적을 기록했다. 지난해 7월 FTA가 발효된 EU는 1월 2,400만 달러에서 2월 3,600만 달러로 증가했고, 유럽지역 경제 악화로 인해 3월에는 2,500만 달러로 2월 대비 감소했다. [E]

FTA 상대국과의 1/4분기 무역수지 랭킹 5

랭킹	상대국	무역수지 금액
1위	아세안	4,908,028
2위	미국	3,854,028
3위	싱가포르	3,066,012
4위	인도	1,346,317
5위	EU	635,631

(단위: 천 달러 / 자료: 관세청)



수도꼭지 전문 회사(주)다다 최강 품질력, ‘FTA 날개’ 달고 세계로

무더운 여름날, 수도꼭지에서 팔팔 흘러나오는 물은 시원함 그 자체다. 요즘 (주)다다는 그 물처럼 시원한 청량감을 제대로 듬뿍 누리고 있다. 시간이 갈수록 점점 늘어나는 수출 실적 때문이다.

글 이진원 기자 사진 김기남 기자

반월국가산업단지(반월공단)에 들어선 (주)다다의 공장 앞에는 해외로 실려 나갈 박스들이 즐비하다. 시간이 갈수록 점점 수가 많아지는 이 박스들이야말로 공장에 활기를 불어넣어 주는 주인공들이다. 이 박스 속의 수도꼭지들은 이제 곧 베트남·인도·방글라데시·중국·일본 등으로 실려 나가 제자리에 안착할 예정이다. 지난해 다다의 수출 실적은 직접 수출 146만 달러어치와 간접 수출 26만 달러어치를 합쳐 총 172만 달러어치다. 처음 수출 드라이브를 걸고 나선 2009년에 비해 약 2배 이상 증가한 금액이다. “2009년에는 전체 매출의 약 5%에 불과했던 수출액이 지난해에는 9%까지 증가했죠. 올해는 15% 정도 이상을 차지할 것이라고 예상되고 있어요.”

다다의 해외 영업 및 수출입 관리 구매 및 자재 관리를 총괄하고 있는 이강우 이사는 요즘 해외 바이어들의 문의로 정신없이 바쁜 나날을 보내고 있다. 유럽의 A급 메이커들과 비교해도 손색없는 품질력은 해외 각국에서 다다의 수도꼭지를 찾게 만드는 주된 이유다. “하지만 우리에게 날개를 달아준 건 바로 FTA였습니다.”

내수의 한계를 수출로 뛰어넘다

가정이나 공공시설의 화장실·부엌·세면대·베란다·마당·정원 등 다양한 장소에 설치되는 수전금구(배관을 통해 바깥으로 물 나오는 수도꼭지 일체)를 생산하고 있는 다다는 1965년 국내 최초의 수도꼭지 전문 회사로 창립됐다. 1970~1980년대에 물개표 사워기로도 유명했던 다다는 국내에서 가장 긴 역사를 가진 수도꼭지 전문 업체다. 중소기업임에도 불구하고 탄탄한 기술력과 품질력을 바탕으로 국내에서 다섯 손가락 안에 꼽히는 A급 메이커로, 현재 삼성건설·롯데건설·두산건설·동부건설·한국주택공사 등 대형 메이저 건설 업체에 납품하고 있다. 납품처가 많다는 것은 그만큼 다양한 디자인, 다양한 기능을 가진 제품을 생산하고 있다는 얘기이기도 하다.

“우리 회사의 강점은 바로 친환경성이죠.” 다다는 175개의 환경마크 인증을 보유하고 있는 대표적인 친환경 기업 중 하나다. 수도꼭지의 주재료인 황동에 포함된 납을 최소화하고 도금 후의 완제품에서 인체에 유해한 납을 완전히 제거한 수도꼭지 제품들은 다다의 친환경성을 잘 보여준다.


“실제로 공장에 방문하는 외국 바이어들이 예상보다 깨끗하고 첨단화된 작업 환경에 아주 놀라워 해요. 외국의 유명 A클래스 작업장과 비교해도 손색이 없다는 칭찬을 많이 들었죠.” 하지만 제아무리 좋은 작업 환경에서 좋은 품질의 제품을 생산한다고 하더라도 건설·건축 경기의 영향을 받다 보니 내수 시장만 바라보기에는 한계가 있었다. “2008년 무렵 건설·건축 경기 위축으로 타격을 많이 받았어요. 내수 물량만으로는 도저히 해답이 나오지 않더군요. 결국 생존을 위해서라도 해외시장 진출을 진지하게 고민할 수밖에 없었어요.”

대기업이나 서구 유럽 제품에 뒤지지 않는 높은 품질력과 친환경성, 제품 개발 주기의 신속성, 생산 제품의 다양화 등으로 수출에 대한 자신감은 있었지만 처음부터 날개 돋친 듯 팔려나간 건 아니었다. “지리적으로 가까운 일본이나 중국 등에 수출하다가 베트남으로의 수출길이 열리게 됐죠. 하지만 그 당시 관세가 25%나 되다 보니 가격적인 측면에서 부담이 많이 된다고 하더군요. 두 번째 수출 때부터 베트남 측에서 FTA 원산지 증명을 보내 달라는 요구를 받았어요.”

FTA 수출자 인증 후 관세 절반으로 ‘뚝’

원산지 증명은 보통 수출 기업이 원산지 증명서를 수입국 세관에 제출하는 식으로 진행되는데, 수출 기업이 관세 당국의 심사를 거쳐 인증 수출자 자격을 얻으면 일정 기간 자율적으로 원산지 증명서를 발급할 수 있게 되어 있다. 하지만 그 당시 대부분의 중소기업이 그러하듯이 다다 역시 FTA 관련 인력 부재와 접근 방법에 대한 지식 부족으로 당황할 수밖에 없었다. “결국 세관에 의뢰하니 FTA 수출자 인증을 취득하면 FTA 원산지 증명서를 쉽게 발급받을 수 있다고 하더군요. 세관에서는 FTA 수출자 인증 전담반이 운영되고 있어 그곳에서 컨설팅을 받은 다음 10여 종에 이르는 서류들을 제출한 끝에 20일 만에 FTA 수출자 인증을 취득할 수 있었습니다.”

그 결과 관세는 25%에서 12.5%로 줄어들었고 그만큼 가격적인 장점이 늘어 이후 베트남 및 아세안 국가로의 수출량은 지금까지 점점 더 늘어나는 추세다. 다다는 한·아세안 FTA에 이어 2010년 10월에는 한·EU FTA 수출자 인증도 취득했다. “한·EU FTA는 2011년 7월에 발효됐는데요, 우리는 발효 9개월 전에 인천세관을 통해 FTA 수출자 인증 가인증을 취득함으로써 미리 한·EU FTA에 착실하게 대비할 수 있었습니다.” 한·EU FTA 발효 전 6% 정도였던 관세는 발효 이후 무관세로 전환됐다. 이를 통해 다다는 EU 27개국에 자사의 수도꼭지를 무관세로 수출할 수 있는 기회를 잡게 됐다.

“현재 폴란드·이탈리아·네덜란드 쪽과 수출 건으로 활발하게 물밑 접촉을 하고 있어요. 조만간 가시적인 성과를 낼 수 있을 것으로 예상됩니다.” 하지만 이제 시작일 뿐이다. 시간이 갈수록 더 많은 국가와 FTA를 체결하고 있는 만큼 다다 역시 수출 여건이 되는 나라의 FTA 수출자 인증을 계속 추가 취득해 나갈 예정이다. 



다다는 제작 공정에 자동화 설비를 많이 도입해 싱크·욕조·베란다 수도꼭지 등 약 400여 가지에 이르는 제품들을 생산하고 있다.

FTA 시대, 수출 준비 이렇게 하세요

사전 준비는 충실하게

각 지방자치단체 수출 지원센터나 지원 부서들의 지원책들을 꼼꼼히 살펴볼 것. 다다는 경기도 수출 지원센터는 물론 환경마크를 많이 보유하고 있어 환경산업기술원에서도 친환경 제품에 대한 지원 자금을 받아 해외시장 조사 진행 및 원문 카탈로그 등을 제작했다.

FTA 수출자 인증 취득은 필수

높은 관세는 가격 경쟁력을 떨어뜨리는 주된 원인이 된다. 한·EU FTA의 경우 FTA 원산지 인증 수출자 인증을 취득하면 FTA 원산지 증명시 손쉬워지고 이를 통해 낮은 관세나 무관세로 수출이 가능하다.

수출시장 확대에 대한 강한 의지로 FTA 준비

원산지 증명 시 필요시 되는 서류는 10여 가지 정도가 된다. 완제품을 구성하는 부품이 많으면 필요 서류는 더욱 많아진다. 해당 부품 회사에서 원산지 확인을 일일이 받아야 하기 때문이다. 이를 컨설팅해 주는 사설 컨설팅 업체도 있지만 가격적인 부담이 만만치 않다. 요즘은 세관 내에 FTA 컨설팅 전담반이 운영되고 있으니 도움을 받아보자. 서류가 많거나 과정이 복잡하다고 귀찮게 여기지 말고 인내하고 수출에 대한 의지를 잃지 않는 것이 관건이다.

수출 대상을 파악하자

의지만 있다고 수출이 저절로 되지는 않는다. 그 상품을 소비할 나라의 문화나 해당 국민들의 소비성향을 파악하면 수출이 더욱 쉬워진다. 다다는 수출국의 설비 구조나 그 나라 사람들의 사용 습관, 그 나라에서 가장 잘 팔리는 제품 유형 등을 사전 조사해 파악한 다음 맞춤형 상품을 제안하며 좋은 반응을 얻었다.

한·터키 FTA 가서명 그 후

현지 국내 기업들 '환영'... 거대 시장 열려



글 공대원 KOTRA 이스탄불 무역관 과장

터키 국민들에게 '한·터키 FTA에 대해 알고 있는가?'라는 질문을 하면 대부분이 '잘 모른다'고 대답한다. 내용은 물론 심지어 현재 양국의 FTA 체결이 임박해 있다는 사실조차 모르는 사람들이 많다. 우리나라만큼 대대적인 언론보도도 이루어지지 않았을 뿐더러, 실제로 이러한 이야기를 접할 곳이 많지 않기 때문이다. 그렇다면 이번 FTA에 대해 잘 알고 있는 사람들은 어떻게 생각하고 있을까? 결론부터 이야기 하자면 대답은 대체적으로 긍정적이다. 터키 바이어의 입장에서 보면 그 이유는 간단하다. 조금 더 싼 값에 수입할 수 있는 시장이 마련된 것이며, 이는 이들에게 백화점이 '무기한 세일'을 시작한 것과 다름없으니 더없이 좋다는 것이다.

수교 이후 지속 중인 터키 무역 흑자 확대 예상

터키 국민들에게 이번 FTA는 분명 양국 모두에게 교류 확대 등 긍정적인 결과를 불러오는 사건임에는 틀림없다. 하지만 일부 터키 국민들 사이에 부정적 의견이 나오는 이유는 이미 양국 간 무역구조가 불균형 상태이기 때문이다. 우리나라의 터키 무역수지는 1957년 수교 이후 흑자를 지속하고 있는데, 2009년부터는 흑자 폭이 커지고 있는 상황으로, 이런 상황에서 한·터키 FTA까지 체결됐으니 불균형이 더욱 심화될 것이라는 예상이 가능한 것.

하지만 우리나라 입장에서 생각하면 더 큰 기회가 열린 셈이다. 때문에 이미 터키에 진출해 있는 국내기업들은 한·터키 FTA를 반기고 있다. 물론 품목에 따라서 반응이 전부 제각각이겠으나 전체적으로는 '가격 경쟁력 제고'로 인한 수출 확대를 예상하고 있다. 특히, 현재 제 3국으로의 재수출을 위한 원자재 또는 부품의 경우에는 이미 관세를 면제받고 있었으므로 큰 의미가 없겠지만 향후 터키 거대 '내수시장' 공략에는 큰 힘을 실어줄 것으로 기대하고 있는 것이다.

실제 이번 FTA는 우리 기업들에게는 적지 않은 영향을 미칠 전망이다. 그 동안 한국산 제품에 대한 이미지는 '품질에 비해 높은 가격의 제품'이었다. 이는 물론 EU와의 관세 동맹으로 인한 EU산 제품들의 가격 저하, 지리적 접근성으로 인한 높은 물류비용 등 다양한 원인이 있었기 때문이다. 이번

FTA 발효 이후에는 이러한 EU국가들과 마찬가지로 관세 면제 혜택을 받음으로써 같은 조건에서 경쟁을 할 수 있게 되었다. 우리 기업 수출 확대 측면에서는 매우 긍정적인 결과를 가져올 것으로 전망되고 있다.

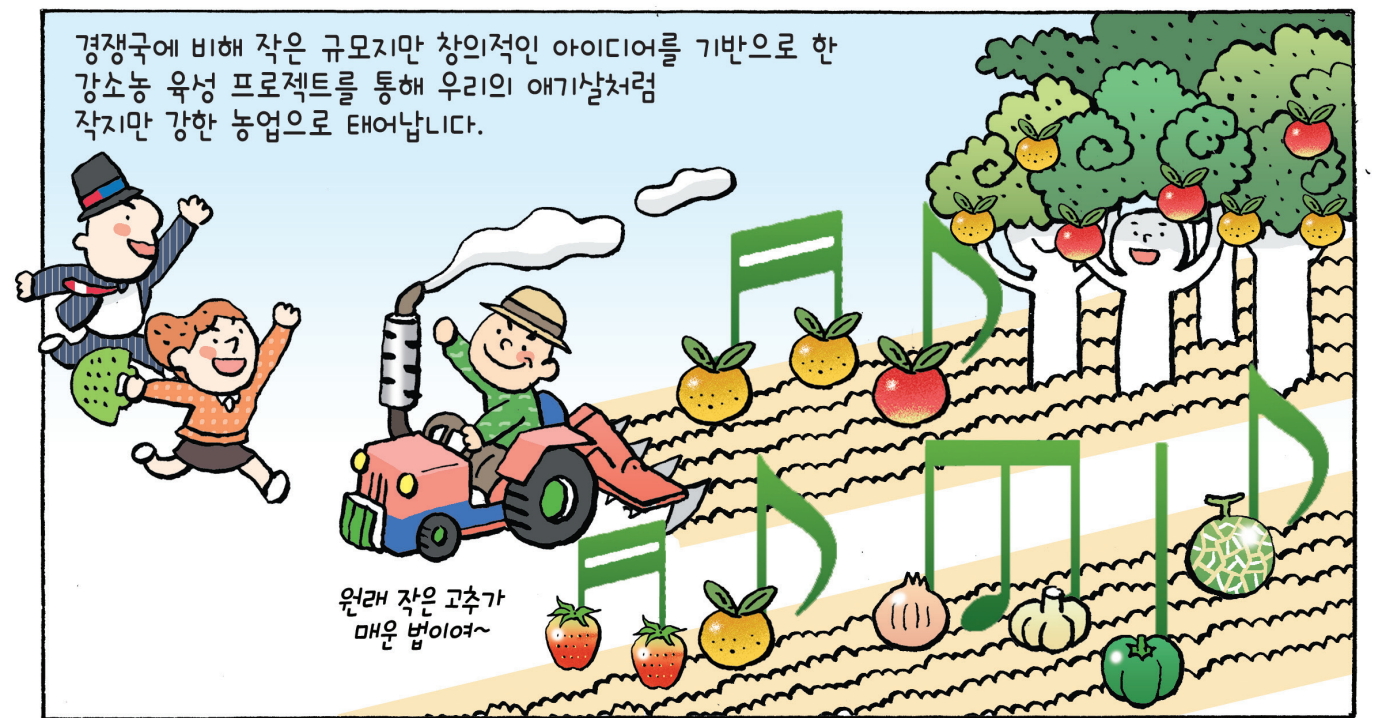
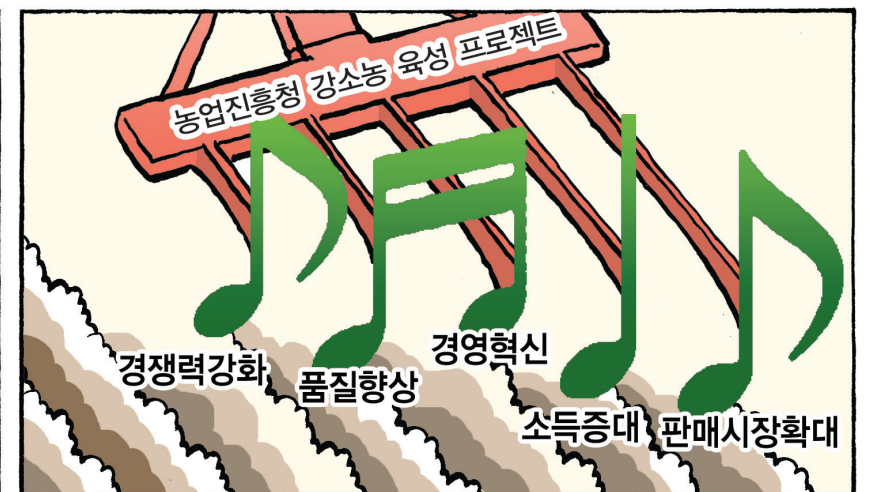
마지막으로 덧붙이자면, 이번 FTA의 가장 큰 효과는 바로 우리 제품에 대한 '이미지 제고'일 것이다. 실제 관세 혜택을 바탕으로 고품질의 유럽 기업 제품들, 값싼 중국산 제품들과의 경쟁으로 인해 우리 기업 제품들이 가질 수밖에 없었던 '가격 대비 품질이 낮은 제품'의 이미지를 탈피할 수 있으리라 생각된다. 우리 기업과 우리 제품들에 대한 이미지 변화는 향후 우리 기업들의 수출 확대에 큰 영향을 미칠 것으로 전망된다. 나아가 터키를 발판으로 진출이 용이한 유럽 및 중동지역으로의 수출 등에도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 전망되고 있다. [E]

터키 이스탄불의 한 가전매장. 남성 소비자가 삼성전자의 LED TV를 살펴보고 있다.

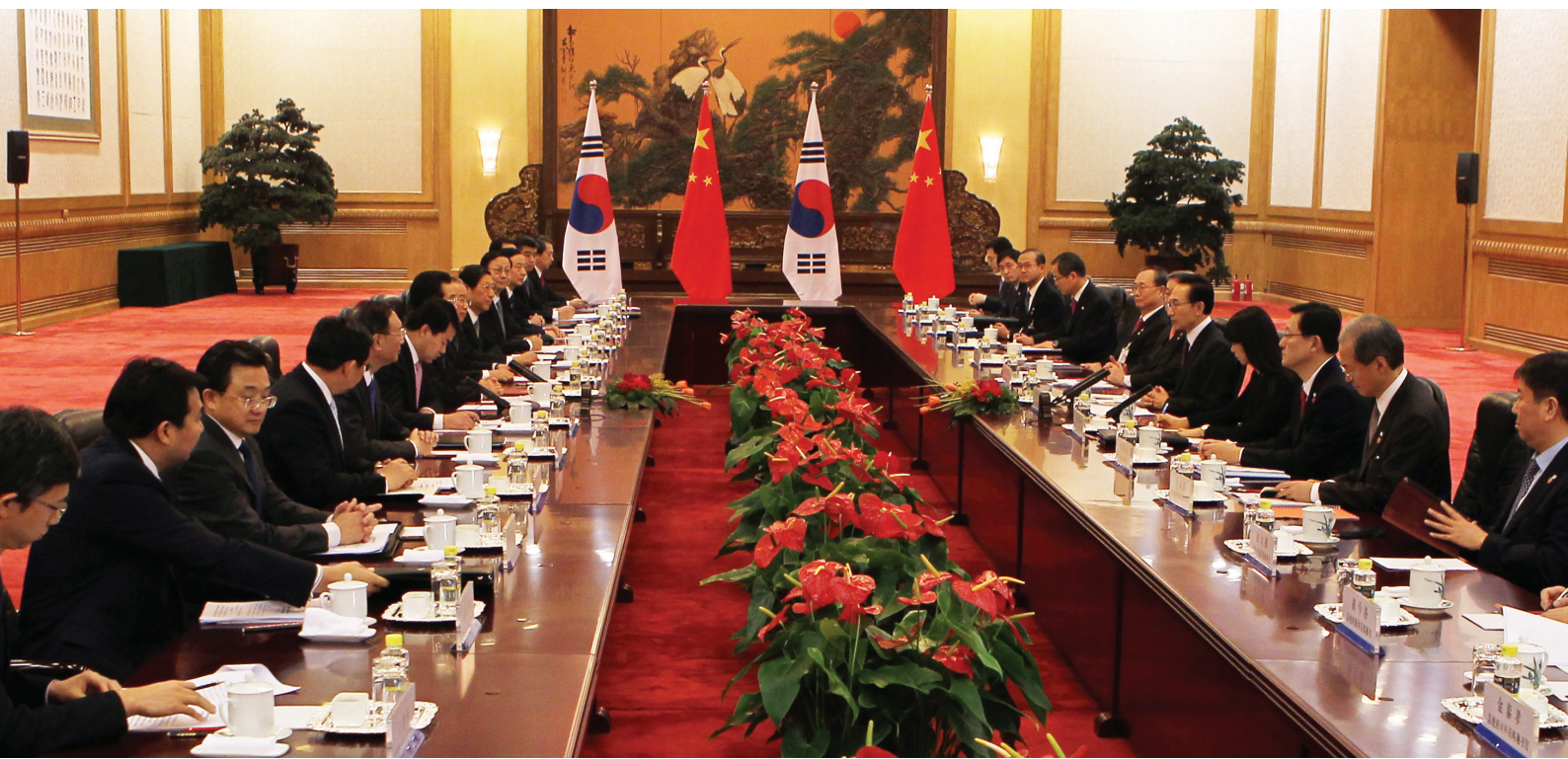


강소농(強小農), 우리 농업의 미래다!

안종만



강소농 프로젝트로 우리 농업의 경쟁력이 강화됩니다.



한·중 수교 20년 돌보기

최대 교역국으로 ‘우뚛’… 13억 시장 노려라

2012년은 한국과 중국이 수교를 맺은 지 20년이 되는 해다. 한·중 양국의 관계는 1992년 수교 당시 ‘우호협력관계’에서 ‘전략적 협력동반자 관계’로 격상됐다. 또 경제 통상 인적 교류에서도 수교 당시 양국 간 교역액 64억 달러, 상호 방문자 수 13만 명에서 2011년 기준 교역액 2206억 달러, 상호 방문자 수 641만 명으로 급속한 발전을 이뤘다. 한·중 FTA를 통해 이 같은 양국 간의 관계는 획기적인 진보를 이뤄낼 수 있을 것으로 예상된다. **글** 이홍표 기자 **사진** 한국경제신문

고대부터 한국은 중국과 인연이 깊었다. 중국인들은 고조선의 여러 종족을 포함해 중국의 동쪽에 있던 민족을 동이(東夷)라고 불렀다. 특히 고대 중국인들은 동이에 대해 다른 이민족보다 문화의 수준이 높다고 생각해 친근하게 여기고 있었다. 공자는 ‘논어(論語)’에서 “동이(東夷)가 있는 곳에 살겠다(欲居九夷)”고 했고 맹자(孟子) 역시 중국의 전설적인 현군 순(舜)도 동이의 사람이라고 했다.

근대로 넘어오면 중국과 한국은 ‘제국주의’라는 적에 맞서 같은 길을 걸어온 동지였다. 특히 1919년 상하이에 한국 임시정부가 수립되자 중국의 지도자들과 한국 독립운동은 더욱 밀접한 관계를 갖게 됐다. 중국은 5·4운동을 계기로 조중항일연석회의(朝中抗日聯席會議)를 통해 한국의 독립운동을 지원한다고 성명했다.

고대부터 인연이 깊은 중국

그로부터 100여 년이 지난 2012년 한국과 중국은 역사적인 양국 간의 FTA에 대한 공식 협상을 시작했다. 1992년 수교 이후로 한국과 중국은 지리적 접근성, 산업 및 기술 발전 단계의 차이 등에 따라 산업구조의 보완성, 중국 경제의 고도성장 등으로 20년간 교역 및 투자 규모를 비약적으로 발전시켜 왔다.

유럽계 금융회사인 크레디트스위스 등은 중국이 2020년 미국을 능가하는 세계 최대 소비 시장으로 부상할 것이라고 전망했다. 이미 중국은 우리의 최대 경제 협력국이며 앞으로도 중국 경제가 우리 경제에 미치는 영향은 지속적으로 커져 갈 것으로 예상된다. 내수 시장이 작은 우리 경제의 특성상 해외시장을 통한 활로 개척은 무엇보다 중요하며 우리의 경쟁력 수준이나 지

리적·문화적 근접성, 수출 대상국의 구매력·잠재성 등을 고려하면 중국과의 경제협력은 매우 중요하다.

정치 및 안보 분야에서 역시 한국과 중국은 그간 한반도 평화 안정과 북한 비핵화라는 목표를 공유하면서 협력해 왔다. 수교 당시 ‘우호협력관계’에서 1998년 ‘21세기를 향한 협력동반자 관계’, 2003년 ‘전면적 협력동반자 관계’, 2008년 ‘전략적 협력동반자 관계’로 지속적으로 격상돼 왔다.

그렇지만 천안함, 연평도 사태에서 보듯 양국이 목표를 공유하면서도 구체적인 방법론상 이견이 나타나기도 했다. 최근 김정일 사후 한반도 정세에 대해 국내는 물론 세계 각국의 이목이 집중되면서 한·중 간 협력 문제도 다시 도마 위에 오르고 있다. 중국 칭화대 국제문제연구센터 류장용(劉江永) 교수는 “한·중 관계는 양국 경제의 비약적인 성장과 함께 20년 사이에 두드러지게 발전한 것이 사실”이라면서도 “양국 관계는 밥그릇과 숟가락에 비유할 수 있을 만큼 가깝다”고 평가했지만 “사회제도, 이념, 한반도 문제 등과 관련해 의견 일치를 보지 못한 대목이 있다”고 지적했다.

FTA, 양국 관계 획기적 변화 시킬 것


이런 가운데 진행되고 있는 한·중 FTA는 양국과의 긴밀한 경제 협력 관계를 진일보시키고 우리나라의 경제성장 동력을 확보할 수 있는 중요한 계기가 될 것으로 판단된다. 상대적으로 높은 중국 소비재 수입 관세 인하 등을 통해 급증하는 중국 내수 시장을 선점하고 중국 대만 간 ‘양안경제협정(ECFA)’의 효과를 상쇄해 중국 시장에서 우리 기업의 경쟁력을 확보할 것으로 예상된다.

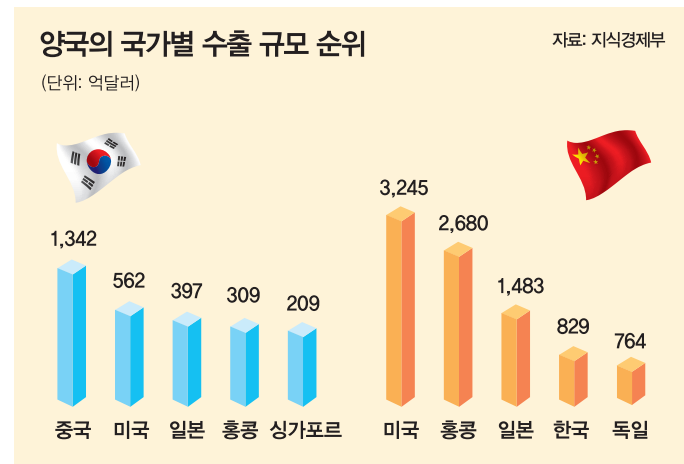
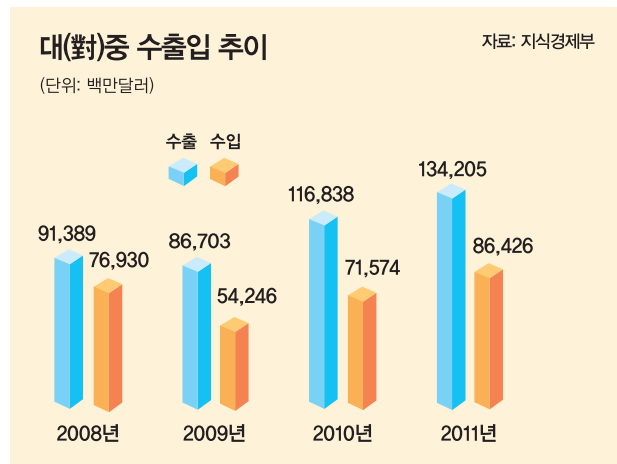
이와 함께 한·중 FTA로 인해 양국 간의 외교관계도 한층 더 가까워질 전망이다. 양국 간 점점의 폭을 넓힘으로써 한국과 중국은 한반도 평화와 안정을 유지해야 한다는 ‘공동분보’가 늘어나는 것이다. FTA를 통해 한·중 간 다양한 정부 및 민간 차원의 교류가

이어지고 이를 통해 다차원적이고 중층적인 관계망이 지속돼 간다면 한·중 관계의 기반은 더 단단해 질 것으로 판단된다.

결론적으로 중국의 부상이라는 현실을 직시하고 이를 적극적으로 활용하는 실용적인 접근법인 한·중 FTA는 중국과의 관계를 발전시켜 나가는 것은 물론 ASEAN, 한·중·일 3국 협력 등 다양한 지역 협력체의 튼튼한 기반이 된다. 실제로 한·중 FTA와 별도로 한국·중국·일본은 5월 13일 중국 베이징에서 정상회의를 갖고 공동 투자보장협정에 서명하는 한편 한·중·일 FTA 협상이 연내 개시될 수 있도록 준비 작업에 박차를 가하기로 합의했다. 이로써 무역장벽 제거와 시장 확대라는 경제적 이득 외에 정치·외교적 관계를 한층 더 긴밀히 하는 데 기여 할 것으로 기대된다.

다만 한·중 FTA는 우리 경제 전반, 특히 농림수산업, 저가 제조업 등에 대한 영향력이 클 것으로 예상되므로 이에 대한 충분한 논의와 준비가 필요할 것으로 보인다. 물론 정부는 협상 체결 전에 국내 절차 추진 과정에서 여론 수렴 및 향후 협상에 대응하기 위해 공청회와 업종별 간담회 등을 통해 폭넓은 의견을 수렴해야 한다. 또 협상 단계에서도 한·중 양국이 이미 합의한 바에 따라 2단계로 협상을 나눠 진행할 예정이다. 1단계에서 민감 분야 처리에 대해 상호 공감대를 형성할 때에만 2단계 민감 품목 이외의 양허 협상을 착수하는 안전장치를 마련하고 있다.

한·중 수교 20주년을 맞아 한·중 양국 정상은 지난 1월 베이징 정상회담을 통해 양국의 전략적 협력동반자 관계를 지속적으로 강화 발전시켜 나갈 것을 합의했다. 한·중 FTA는 이 같은 양국과의 관계에 획기적인 변화를 가져올 초석이 될 것으로 예상된다. 경제적으로 중국 내수 시장 확대에 따른 시장 선점이 가능할 것이며 정치·외교적으로는 그간 방법론에서 이견을 보였던 양국 간의 관계 역시 큰 폭의 진전을 이룰 것으로 예상된다. 



중국 중산층, 한국 제품에 매료되다

날로 커지는 메이드 인 코리아 파워

중국 내수시장의 잠재력이 큰 국가로 글로벌 기업들에게 있어 가장 매력적인 시장이다. 이미 많은 국내 기업이 중국에 진출해있지만, 한·중 FTA가 체결되면 더 많은 기업들에게 기회가 열릴 터. 더구나 중국은 프리미엄 제품을 선호하는 중산층을 중심으로 '메이드 인 코리아' 제품에 대한 선호도가 커지고 있다. 한국과 중국은 이미 생활 속에서 떼려야 뗄 수 없는 관계가 됐다. 글 우중국 기자



중국에서 '메이드 인 코리아' 제품에 대한 수요가 점점 증가하고 있다. 중국 중산층의 프리미엄 제품 선호 현상이 품질 좋은 한국 제품에 대한 선호로 이어지고 있는 것. 미국이나 유럽산 명품에 환호하던 이들도 점차 한국 제품 구매를 확대하는 분위기다. 이러한 분위기는 향후 한·중 자유무역협정(FTA)으로 자유무역이 본격화되면 더 활기를 띠 것으로 예상된다. 중국 내 '메이드 인 코리아' 파워가 어느 정도인지 중국의 대표 중산층 가정을 예로 라이프 스타일을 들여다봤다.

왕 씨네 가족 in China

“생활용품부터 고가 브랜드까지, 한국산 ‘땡호와!’”

베이징에 거주 중인 왕 씨네는 전형적인 중산층 가정으로, 이들 가족은 모두 한국산 마니아다. 한국 드라마 등 '한류'의 영향으로 한국 제품에 대해 좋은 이미지를 갖고 있기는 했지만 왕 씨 가족

이 한국 제품만 고집하게 된 데는 대학생 딸의 영향이 컸다. 지난해 대학에 입학하면서 멋을 부리기 시작한 딸은 한국 화장품과 의류에 열광했고 틈만 나면 가족들에게 '메이드 인 코리아' 제품을 홍보하기도 했다. 때마침 주변 사람들에게서도 한국 제품 사용 후기를 들을 수 있었는데, 하나같이 칭찬 일색이었다. 중국제품에 비해 값은 좀 비싸지만 품질과 만족도 면에서 그만한 값을 톡톡히 한다는 것이었다. 심지어 어떤 지인은 “그동안 미국이나 유럽 제품을 많이 썼는데, 한국 제품을 사용해 본 후 이제는 한국 제품만 산다”는 말까지 했다.

지난해 여름방학 기간에 친구들과 한국 여행을 다녀온 딸이 '메이드 인 코리아' 제품을 대거 사오면서 왕 씨 가족도 한국산 제품에 매료됐다. 기능성 화장품에서부터 건강식품, 각종 의류에 이르기까지 입고 바르고 먹어보니 다들 왜 '한국산'을 부르짖는지 이유를 알 것 같았다. 그 후 왕 씨 부인은 밥술 등 몇몇 소형

가전제품도 한국제품으로 교체했다. 소비재뿐만 아니라 왕 씨 가족은 먹을거리도 한국산을 선호한다. 몇 년 전부터 베이징에 한국 프랜차이즈 기업들이 들어오기 시작하면서 베이커리와 비빔밥, 심지어 떡볶이에 이르기까지 한국에서 건너온 메뉴를 즐겨 찾고 있다. 왕 씨 부인은 “베이커리로 유명한 ‘프랑스 빵집’이 한때 유명했는데 오래가지 못했다”라며 “한국 빵 하나 값이면 중국산 몇 개를 살 수 있지만 맛에서 확연히 차이 나고 어쩔지 한국 빵이 건강에도 좋을 것 같아 자주 찾는다”고 말했다.

지난 1월 춘제(春節)에는 왕 씨 가족이 모두 한국으로 여행을 다녀왔다. 여행의 목적은 쇼핑. 4박 5일 여행 기간 동안 관광객 필수 코스라는 명동과 동대문은 물론이고 유명 백화점과 대형 마트 등을 다니며 필요한 물품을 알뜰하게 챙겼다. 왕 씨는 홍삼 성분의 건강식품과 수제 구두를 가장 먼저 쇼핑 목록에 넣었고 왕 씨 부인은 백화점 여성복 매장에서 세련된 디자인의 한국 브

랜드 의류를 몇 벌과 기능성 화장품을 쇼핑한 뒤 대형 마트 매장에서는 값도 싸고 품질도 좋은 고무장갑을 대량 구매했다. 고무장갑은 한국 여행을 다녀온 기념으로 지인들에게 선물할 목적이었다. 그런가 하면 왕 씨의 딸은 명동 코스메틱 거리를 돌며 자신이 쓸 화장품과 친구들에게 부탁받은 화장품들을 구매했고 동대문에서는 디자인이 눈에 띄는 역시 '한국' 의류를 산 뒤 만족해했다.

왕 씨 부인은 “중국에서 경제적으로 좀 여유가 있는 중산층들의 한국 제품에 대한 이미지는 상당히 좋다”며 “아직은 중국 현지에서 구입할 수 있는 한국 제품이 제한적이라 한 번씩 한국 여행을 통해 필요한 물품을 사오는 이들이 많다”고 전했다. 왕 씨의 딸은 “물건도 물건이지만 한국에 가서 피부과·성형외과 시술을 받고 오는 친구들도 많다”며 “의료 기술이 발달해 안심할 수 있기 때문”이라고 말했다. [圖]

한국 기업의 중국진출 성공 스토리

(주)락앤락 '메이드 인 코리아' 제품 직접 수출로 승부

밀폐용기의 대명사이기도 한 락앤락의 해외매출은 국내 매출을 훨씬 상회한다. 그 중에서도 가장 큰 비중을 차지하는 것이 바로 중국시장이다. 2004년 처음 중국시장에 진출한 이후 매년 50~70%의 높은 성장률을 기록하며, 현재는 락앤락의 전체 해외매출 중 약 40%를 차지한다. 락앤락의 중국 공략이 특히 눈에 띄는 점은 '메이드 인 코리아'로 승부했다는 점이다. 사전 중국시장 조사를 통해 중국인조차 '메이드 인 차이나'를 불신하고, '브랜드' 제품만을 극히 선호한다는 점을 알고 초기에는 '메이드 인 코리아'를 부각시켜 나간 것이 성공 키워드가 됐다. 다른 기업들처럼 중국 내에 생산라인을 설치하긴 했지만, 중국산 제품은 모두 다른 나라에 수출하고, 중국에서 유통되는 제품들은 모두 관세를 물고 직접 수출한 '메이드 인 코리아' 제품으로 유통한 것이다. 높은 관세를 무는 만큼 가격도 한국보다 비싸졌지만, 오히려 그 점을 이용해 고급 브랜드로서 자리잡으며 중국 고객들의 신뢰를 샀다.



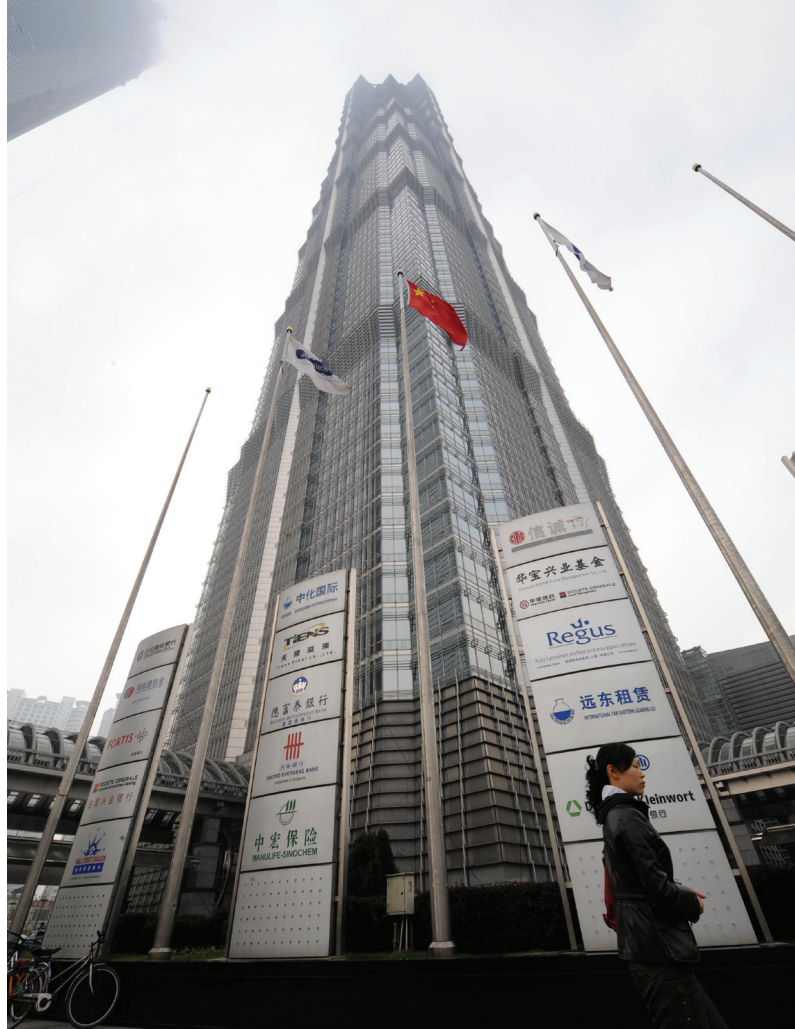
오리온 '정(情) 대신 '인(仁)'을 활용한 감성 마케팅

2011년 오리온 초코파이의 매출은 약 3200억원 대, 이 중 해외 매출은 2150억원 상당이다. 이 해외 매출의 절반 이상을 차지하는 것이 바로 중국 매출이다. 오리온은 국내 식품업계 최초로 중국에 진출한 기업으로, 중국 현지에 맞는 감성 마케팅으로 중국인의 관심을 모았다. '정(情)' 캠페인을 통해 국내 소비자들에게 다가간 것과 달리, 중국에서는 정(情) 대신 중국인들이 선호하는 '인(仁)'을 초코파이 마케팅에 활용했다. 특히 시식행사를 선호하는 중국인들 특성을 공략해 다양한 이벤트와 함께 시식행사를 통해 오리온 초코파이의 고급스러운 맛을 어필했다.

아모레퍼시픽 저가에서 최고급까지 다양한 브랜드 포지셔닝

중국 화장품 시장은 전 세계 글로벌 코스메틱 브랜드들의 경연장이자 할 수 있다. 시장 규모만 해도 2011년 기준, 약 260억 달러 정도다. 우리나라 화장품 기업들도 앞 다투어 중국시장에 진출해 있는데 이 중 가장 눈에 띄는 성장세를 보이는 곳이 바로 아모레퍼시픽이다. 2002년에 처음으로 중국에 진출한 이후, 2011년 현재 2,200개 전문점과 820개 백화점 채널망을 구축해 2010년 1,430억원, 2011년 1,870억원의 매출을 기록했다. 중국시장 진출 초기에는 중국 시장 니즈에 맞춰 중저가 브랜드 '라네즈'를 시작으로 인지도를 끌어올린 뒤 저가 브랜드에 집중하여 시장점유율을 확보하는 한편, 2011년에는 아모레퍼시픽의 최고급 브랜드인 '설화수'를 론칭하는 등 중국 시장의 특성에 맞는 '브랜드 포지셔닝' 전략을 구사했다.





중국 지금 막강 소비력 갖춘 매력적 시장 부상

세계경제에서 중국의 영향력은 커지고 있다. 지금 중국은 제조업 중심 국가에서 벗어나 문화·건설·금융 등 산업을 확대하고 있다. 세계의 공장에서 세계의 시장이 된 중국과의 자유무역협정(FTA)은 한국 기업이 새로 창출될 중국발 수요를 선점할 수 있는 기회를 제공할 것으로 기대된다. 글 오광진 한국경제 중국 특파원 사진 한국경제신문

상하이의 관광 명소 중 하나인 와이탄 관광터널에 지난 4월 중순 문을 연 매직관. 한국 작가들이 그린 22폭의 3차원 그림은 물론 매직 가구와 거울 미로 등을 체험하는 관람객들로 북적인다. 상하이 일간 신민만보가 1면에 중국에서 처음으로 3차원 예술관이 문을 열었다며 전한 풍경이다. 매직관을 만든 상하이4차원오락설비공사의 김근수 사장은 “난징과 시안에도 매직관 건설이 추진되고 있다”며 “중국 측이 한국을 내세워야 관람객이 더 온다며 부탁해 매직관 입구에 ‘한국(韓國)’이라는 문구를 넣을 만큼 한국 기술에 대한 기대가 크다”고 말했다.

중국에서 1990년대 후반 한국 드라마와 가요가 불을 붙인 ‘한류(韓流)’가 최근 다양한 문화 영역으로 확장되는 것을 보여주는 한 사례다. 롯데월드가 중국에 진출하기로 한 데 이어 한국 공룡

캐릭터 ‘디보’를 내세운 실내 테마파크가 중국 완다의 복합 쇼핑 물에 들어가기로 한 것이나 한국의 CJ가 지난해 중국에서 뮤지컬 ‘맘마미아’로 히트를 친 것도 이 같은 흐름을 엿보게 한다.

최근 한국 문화 산업이 다양한 분야에서 중국 진출을 가속화하고 있는 배경엔 중국 문화 시장의 급성장세가 있다. 영화감독 제임스 카메론은 지난 4월 베이징 국제영화제 개막식에 참석, “중국에서 올린 ‘타이타닉’ 3차원 영화 표 수입이 전 세계 나머지 국가를 합친 것보다 많다”고 말했다. 중국에서는 영화관(스크린 기준)이 2002년 1,834개에서 1만여 개로 늘었을 만큼 급증하고 있다. 영화 시장 규모도 2010년 100억 위안을 돌파한데 이어 2011년 131억 위안을 기록했다. 월스트리트저널은 2015년까지 일본을 제치고 아시아 1위 영화 시장이 될 것이라고 내다봤다.

10년 후엔 세계 1위인 미국까지 추월할 것이라는 전망도 나온다.

급성장하는 시장은 영화뿐만이 아니다. 중국에서는 2011년 가을 공산당 대회에서 문화 산업을 국가 지주 산업으로 키우기로 결정했다. 중국 GDP에서 차지하는 문화 산업의 비중을 2010년의 2.75%에서 2015년 5%로 끌어올린다는 목표도 제시됐다.

한·중 FTA는 황금 시장으로 부상하는 중국 문화 시장을 공략하는데 유리한 고지를 제공할 전망이다. 왕위(王涿) 중국 상무부 국제무역경제합작연구원 주임은 “한·중 FTA를 문화를 비롯한 중국 서비스산업을 개혁해 경쟁력을 높이는 계기로 삼아야 한다”고 강조했다. 한국이 미국과 FTA를 체결할 때 이를 지렛대로 한국의 서비스산업을 키우는 목소리가 나왔던 것을 떠올리게 한다. 한·중 FTA는 서비스산업을 포함할 것으로 보여 문화뿐만 아니라 금융·의료·법률·건설 등 급성장하는 시장이지만 개방이 될 된 중국 서비스 시장에 한국 기업이 빠르게 치고 들어갈 수 있는 고속도로 역할을 하게 될 것으로 기대된다.

한·중 FTA로 양국 산업구조 고도화에 도움 될 것

중국은 발전 모델을 바꾸기 위한 지렛대로 한·중 FTA를 적극 활용한다는 복안이다. 서비스산업 육성이 그렇고, 원자바오(溫家寶) 중국 총리가 지난 5월 한·중·일 정상회담을 갖고 FTA 연내 협상 개시에 합의한 뒤 내놓은 발표문에서 주요 협력 대상으로 제안한 도시화 건설과 신에너지 개발, 순환 경제 등도 마찬가지다. 중국이 맹목적인 도시화의 후유증을 치유하기 위해 건설을 서두르는 생태형 및 정보기술(IT)형 스마트 도시 건설과 풍력과 태양광 에너지 및 환경보호 시장에서 한국 기업의 입지가 높아질 전망이다.

“한·중 FTA가 중국의 동북 노후 공업 지역 진흥을 가속화하는 역할을 할 것(송송싱 난징대 교수)”이라는 관측도 나온다. 중국의 두만강 유역을 개발하는 ‘창지투(창춘-지린-투먼)’ 프로젝트는 동북 진흥 사업의 핵심이다. 동북 진흥 사업은 철강·기계·자원·



중국 영화시장이 급성장하고 있다. 사진은 중국 베이징에 진출한 멀티플렉스 극장 메가박스.

자동차·조선업 등을 육성하는 것을 주요 목표로 내건다. 중화학 산업에 세계 최고의 기술력을 가진 우리 기업에게는 또 다른 기회가 될 수 있다.

“전기자동차·바이오·정보통신·기술 등 신산업에서 한·중 양국의 분업 공간이 넓어지고 있다” (우징롄 국무원발전연구중심 연구원)는 시각도 FTA가 양국의 산업구조 고도화에 모두 도움이 될 것이라는 인식을 보여준다. 중국과의 FTA는 “중국의 내수 중심 성장 전략이 한국에도 큰 기회가 될 것”(쥔페이엔 전 부총리)이라는 전망을 더욱 밝게 하는 것이다.

중국 중산층 급증에 따른 새로운 수출 수요 창출

중국의 수입은 개혁개방 첫해인 1978년 109억 달러에서 2011년 1조7,434억 달러로 크게 늘었다. 세계 수입에서 차지하는 비중도 1%에서 9%로 확대됐다. “2015년 중국이 세계 최대 수입 국가가 될 것”(종산 중국 상무부 부부장)이라는 전망도 나온다. 중국은 2009년 독일을 제치고 세계 1위 수출국이 됐지만 수입은 세계 2위다. 특히 중국의 생활용품 수입을 확대한다는 계획이다. 중국의 수입에서 소비재가 차지하는 비중은 5%에 불과하다. 중진 국가의 소비재 수입 비중이 10% 안팎이고, 미국과 같은 일부 선진국에선 그 비중이 20%에 달한다. 중국의 수입에서 소비재 비중이 중진 국가 수준까지만 되더라도 2011년 기준으로 871억 달러의 추가 수입이 예상된다. 해외의 소비재 기업들에 이 정도의 새로운 수출 수요가 생겨나는 것이다. 실제 중국의 소비 시장은 급팽창 중이다. 지난해 18.4조 위안 규모의 소비 시장이 2020년에는 미국을 제치고 세계 1위가 될 것(천더밍 중국 상무부장)이라는 전망이다.

특히 중국에선 최근 먹을거리 안전 문제가 집중 부각되면서 분유 등 외국산 식품 수입이 크게 늘어나는 추세다. 중국은 온라인 쇼핑 시장 규모도 올해 일본을 제치고 내년엔 미국을 추월, 세계 1위가 될 것으로 중국사회과학원이 최근 전망했다. 지난해 중국의 온라인 쇼핑 규모는 7,500억 위안에 달했다.

중국의 소비 시장 급팽창 뒤에는 급증하는 중산층이 있다. 아시아개발은행은 2010년 중국의 중산층(하루 소비 2~20달러 기준) 규모를 8억 명으로 추산했다. 일본 미즈호증권아시아법인의 선젠광(沈建光) 이코노미스트는 “중국을 비롯한 아시아의 중산층이 향후 5년 내 세계 경제성장에서 가장 중요한 시장이 될 것”이라고 내다봤다. 한·중 FTA는 세계 큰손으로 부상하는 중국 소비자들에 경쟁국보다 한 발 빨리 다가설 수 있는 기회를 제공할 전망이다. 중국은 특히 한국과의 FTA를 안정적인 해외시장 공략을 위한 지렛대로도 활용할 수 있다고 본다. [E]

‘중국의 부상 2.0’ 시대

한·중 FTA, 이렇게 하면 된다

지난 5월 14일 한·중 자유무역협정(FTA) 1차 협상을 열고 FTA 체결을 향한 첫 발을 내디뎠다. 국내에서는 한·중 FTA의 이익과 피해, 기대와 걱정 등에 관한 논의가 뜨겁다. 어떤 목표와 전략으로 중국과의 FTA를 만들어 내느냐 또한 그만큼 중요해졌다. 좋은 FTA를 만들기 위해 힘과 지혜를 모아야 한다. 글 지만수 동아대학교 국제학부 교수 사진 한국경제신문



중국 베이징의 중심거리인 왕푸징에 위치한 롯데백화점.

하나, 한·중 FTA와 중국의 부상 2.0

현재 중국은 한국의 가장 중요한 통상과 분업의 파트너다. 미래 세계 최대의 경제권이기도 하다. 중국의 경제적 부상을 어떻게 활용하고 대응하느냐는 작금 세계 모든 주요국의 초미의 관심사다. 그런데 그 중국의 부상의 내용이 지금 달라지고 있다. 2008년 글로벌 금융 위기를 전후해 중국의 역할이 ‘세계의 공장’에서 ‘세계의 시장’으로 빠르게 바뀌고 있다. 중국이 ‘세계의 시장’으로 변모하는 과정에서는 지금까지와는 다른 경제협력 방식이 필요하다. 이는 한국이 직면한 새로운 도전이다.

사실 중국이라는 ‘공장’에 접근하는 데서는 FTA가 별로 필요하지 않았다. FTA의 핵심적 혜택 중 하나는 상품 분야에서의 관세 철폐다. 그런데 중국에 수출용 원자재와 부품을 수출할 때는 원래부터 관세가 면제·유예됐다. 실제로 2011년 한국의 대중 수출 1,342억 달러 중에서 관세적용의 대상이 되는 이른바 일반 무역이

차지하는 비중은 34.3%에 불과했다. 이런 상황에서 FTA 협상을 통해 중국의 수입관세를 철폐한들 기업이 누리는 실질적인 혜택은 크지 않다. 2007년 대외경제정책연구원의 조사에 따르면 한국의 대중 수출 제품에 대한 중국의 평균 관세율은 9.7%에 달하지만 품목별 수출액을 고려한 가중 평균 관세율은 4.54%로 낮아졌다. 또 이 중에서 관세를 물리지 않는 부분을 제외하고 계산하면 한국의 대중 수출에 실질적으로 적용되는 관세율은 2.7%에 불과했다. 그렇지만 중국이 수출용 생산 기지가 아니라 최종적인 ‘시장’이 되는 순간 얘기는 달라진다. 앞으로 한국이 중국 내수 시장을 개척하면 할수록 더 많은 제품이 관세 부과 대상이 된다. 10%에 가까운 중국의 명목 평균 관세율이 그대로 우리 기업들이 중국에서 직면하는 관세율이 된다. FTA를 통한 관세 철폐의 효과가 그만큼 커진다는 말이기도 하다.

더 중요한 것은 중국 내수 시장에서 FTA를 통한 지원 효과가

우리 기업들에는 절실하다는 점이다. 한국은 아직까지 중국 현지 시장 공략에서 이렇다할 성과를 내지 못했다. 중국 내수 시장에서 최종적으로 소비되는 제품을 교역한다는 것을 뜻하는 일반 무역의 비중이 매우 낮은 것. 2010년 주요국의 대중 수출에서 ‘일반 무역’의 비중을 보면 독일 77.9%, 미국 62.5%, 일본 50.6% 등이다. 한국은 32.7%에 불과했다. 한·중 FTA는 중국 내수 시장에서 선진국에 뒤진 우리 산업의 경쟁력을 보충해 줄 수 있다.

둘, 또 다른 기회, 서비스와 투자

내수 시장의 또 다른 기회는 서비스 시장이다. 중국 가계소비의 구성을 보면 의식주 등 기초 소비가 전체 소비의 56.5%(2007년, 도시 주민)를 차지한다.

중국을 2001년 세계무역기구(WTO)에 가입하면서 자신의 서비스 시장을 상당히 개방했다. 그러나 최근에 홍콩과의 경제협력권 밀화협정(CEPA), 대만과의 경제협력기본협정(ECFA) 등을 통해 서비스 산업의 추가 개방 기회를 특수 관계인 홍콩과 대만에 먼저 내주고 있다. 그렇지만 한국도 중국의 서비스 시장에서는 홍콩이나 대만 못지않은 경쟁력을 갖추고 있다. 원래 서비스산업에서는 제조업에 비해 사람과 사람 사이의 직접적인 소통이 훨씬 더 많이 작용한다. 한국과 중국 사이에는 전통문화의 유사성뿐만 아니라 새로운 대중적 교류의 기반도 확대되고 있다. 또 폭발적인 유학생 교류를 통해 중국인을 제외하고는 중국어를 말할 수 있는 인구를 가장 많이 보유하게 된 나라가 바로 한국이기도 하다. FTA 협상은 크게 상품 및 비상품 분야로 나누어진다. 비상품 분야 FTA 협상의 핵심이 각종 서비스 시장에 대한 개방을 확대하는 것이다. 한·중 FTA는 기왕에 한국이 키워 온 경쟁력을 중국 서비스 시장이 주는 기회에 실제로 활용할 수 있게 만들어 줄 수 있다.

투자 분야도 마찬가지다. 중국이 세계의 공장으로 부상하는 동안 중국의 수출 산업에 대한 투자 기회는 활짝 열려있었다. 2만 개가 넘는 한국 기업이 여기에 투자했다. 그러나 이제 중국은 공장이 아닌 시장으로 변모하고 있다. 이 변화는 그에 상응하는 공급 측의 변화, 즉 중국 산업구조의 재편을 초래한다. 즉 중국이

내수 중심의 발전 전략으로 전환하고 세계의 시장으로 부상하는 과정에서 중국의 임금이 상승하고 산업구조도 고도화될 것이다. 특히 그동안 수입해 왔던 원자재나 부품을 자급하기 위한 중화학 장치산업 분야의 발전이 빠르게 진행될 것이다.

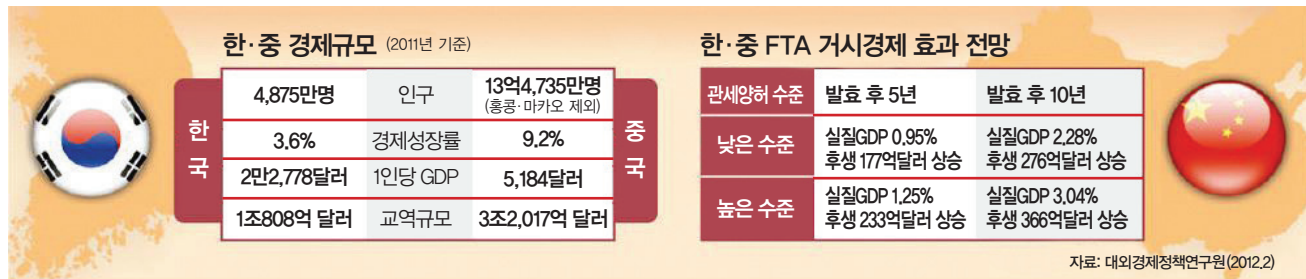
그러나 중국의 수출 가공 산업 분야와 달리 중화학 장치산업 분야에서는 아직까지 외국인 투자에 대한 많은 제약이 있다. 만일 한·중 FTA를 통해 한국이 이러한 규제를 남보다 먼저 풀어낼 수 있다면 중국의 부상 2.0이 주는 기회를 한국이 다시 한 번 활용할 수 있을 것이다. 마침 중국이 육성하고자 하는 중화학 장치산업 분야에서 한국 기업들은 이미 세계 최고의 생산 기술과 효율성을 자랑하고 있다.

셋, 협상의 목표는 지속적 개방 확대

한·중 FTA에서는 명목상의 개방도에 연연하기보다 실질적인 이익을 빠르게 실현하는 데 더 초점을 맞춰야 한다. 이를 위해 초민감 품목들을 과감히 양허 제외하는 결단도 필요하다.

서비스나 투자 분야에서는 기왕의 WTO 규정이나 투자 협정 등이 이미 많은 부분을 규율하고 있다. 상호간에 민감한 부분도 많아 단번의 협상으로 새롭게 많은 것을 주고받기는 어렵다. 한국에 막대한 무역 적자를 기록하고 있는 중국이 이 분야에서 많이 양보할 것 같지도 않다. 따라서 이 분야 협상의 목표는 미래 상황의 변화를 반영해 지속적으로 개방을 확대해 갈 수 있는 성과확대의 구조를 만들어야 한다. 중국과 홍콩 간에 진행 중인 CEPA 연례 보충 협상이나 중·미 간에 진행 중인 전략경제대화(S&ED) 등이 좋은 참고가 된다. 즉 정기적으로 양국이 만나서 서비스 및 투자 분야의 이슈들을 지속적으로 서로 조율하는 구속력 있는 논의의 틀만 만들 수 있다면 협상은 성공이다.

한편으로는 이렇게 하는 것이 한·중 FTA에 대한 국내 산업의 우려를 줄이고 피해 부문의 반발을 최소화하는 방법이다. 또한 협상 과정에서 양국민의 우의를 증진하고 양국 간 전략적 협력동반자 관계를 강화하며 장기적으로는 양국 간 FTA 논의를 동북아 경제 통합의 논의로 발전시킬 수 있는 좋은 방안이기도 하다. [E]





FTA 어렵지 않아요

세대 공감 FTA, 아는 것이 힘!

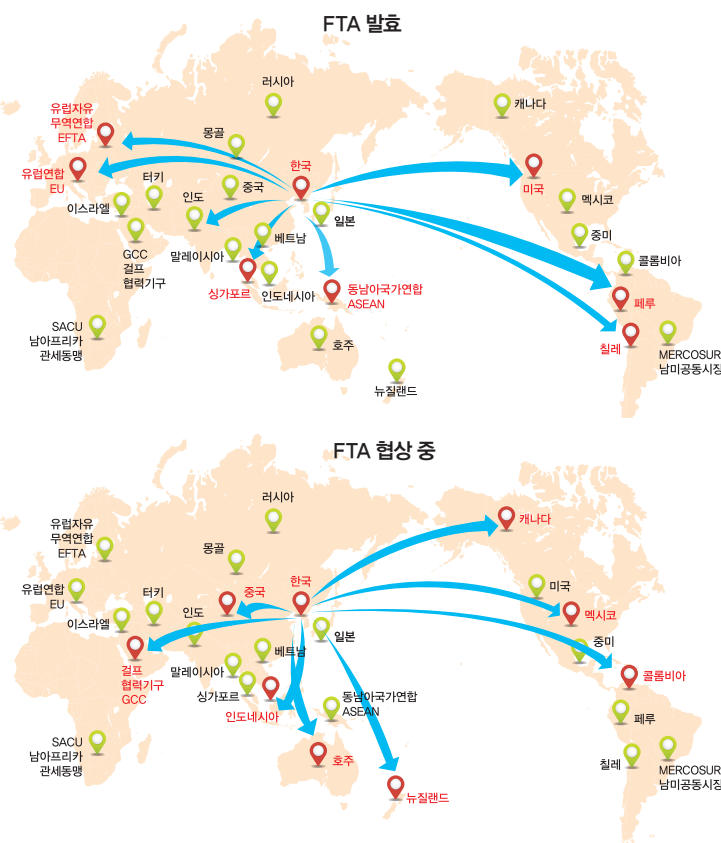
자유무역협정(FTA) 시대라고 하지만 여전히 FTA를 잘 모르는 사람들이 많다. 아니, FTA를 무슨 패션 브랜드쯤으로 착각하는 이들도 있다. FTA에 대한 궁금증, 이젠 여기서 다 풀자.

글 우중국 기자

Q 아빠와 함께 뉴스를 보다 보면 FTA 관련 소식이 많이 나오는데요, 너무 어려워서 잘 이해가 안돼요. 도대체 FTA가 뭔가요? (12세, 초등학생)

FTA(Free Trade Agreement)는 쉽게 말해 나라와 나라 사이의 약속입니다. 흔히 외국 제품이 우리나라에 들어오거나 우리나라 제품을 외국에 판매할 때는 제품에 ‘관세’라는 세금도 붙고 다른 나라의 법규가 적용되어 자기 나라에서처럼 자유롭게 사고팔지는 못합니다. 왜냐하면 자기 나라에서 만들어지는 제품과 기업들을 보호하기 위해서죠. 하지만 그러다 보니 가격도 비싸지고 물건을 판매하기에도 불편이 뒤따르게 되었습니다. 그래서 서로 뜻이 맞는 나라들은 서로 FTA라는 약속을 하게 되었습니다. “너희 나라 제품을 우리나라에서 좀 더 자유롭게 팔 수 있게 해 줄 테니 우리나라 제품도 너희 나라에서 좀 더 자유롭게 팔 수 있게 해 달라”는 내용의 약속이죠. 즉, 이 약속을 한 나라들끼리는 관세도 많이 줄어든다고 법규와 제약도 많이 줄어들어 우리나라 제품을 다른 나라에 판매하는 것이 좀 더 자유로워지게 되는 것입니다.

● 우리나라 FTA 추진 현황



Q 얼마 전 신문에서 보니 요즘 한·중 FTA가 협상 중이라고 하더군요. 이 밖에도 우리나라가 FTA를 체결하고 있는 나라는 어디 어디인가요 (22세, 대학생)

우리나라가 FTA 체결에 적극적으로 나서기 시작한 것은 2000년대 초반부터입니다. 2004년 한·칠레 FTA를 시작으로 싱가포르·EFTA·ASEAN·인도·유럽연합(EU)·페루·미국 등 45개국과의 FTA를 체결하였고, 터키와는 지난 3월에 가서명을 했습니다. 말씀하신 것처럼 중국과도 현재 FTA를 협상 중입니다. 이 밖에도 캐나다·멕시코·호주·뉴질랜드·GCC(사우디·쿠웨이트·카타르·바레인·오만·아랍에미리트연합의 걸프협력이사회)와도 협상이 진행 중에 있습니다. 왼쪽 그림을 보면 체결 및 협상 현황을 한눈에 볼 수 있을거예요.

Q 취업 준비생입니다. 면접을 보다 보면 FTA에 대한 질문을 많이 받는데요, FTA가 과연 우리나라 경제에 어떤 효과를 가져다 주는지 궁금합니다.

(26세, 취업 준비생)

가장 최근에 발효한 한·미 FTA의 결과를 볼까요. 한·미 FTA가 발효된 3월 15일부터 지난 5월 14일까지 두 달간의 대미 수출은 약 111.8억 달러였습니다. 이는 발효 전인 지난해 같은 기간보다 11.3%(11.4억 달러) 증가한 수치입니다. 이에 반해 대미 수입은 77.3억 달러로 지난해보다 겨우 2.0% 늘어나는데 그쳤습니다. 대미 무역수지 흑자 규모로 따져보면 FTA 결과가 더욱 명확해지는데요, 지난해 3월에서 5월의 대미 무역수지 흑자는 24.6억 달러에 그친 것과 달리 올해 한·미 FTA가 체결된 이후 대미 무역수지 흑자는 34.5억 달러로 약 40.2%나 급증했다는 것을 알 수 있습니다. 한·EU FTA도 마찬가지입니다. 지난해 7월 발효 후 6개월 동안 관세 인하 혜택을 본 품목의 대 EU 수출은 약 16.1% 정도 증가했습니다. 특히 관세 인하 품목 중 5대 수출 품목인 석유제품 수출은 235.4%가 증가했는가 하면 승용차는 71.8%, 자동차 부품도 15.3%, 타이어 수출도 9.1%나 증가했습니다. 이처럼 FTA 발효 이후 눈에 띄게 늘어나는 수출은 관련 기업들에도 청신호로 작용되고 있습니다. 또한 신규 일자리도 늘어나는 만큼 고용의 기회도 점점 늘어날 것으로 기대됩니다. 취업 준비생들에게도 희소식이지요.

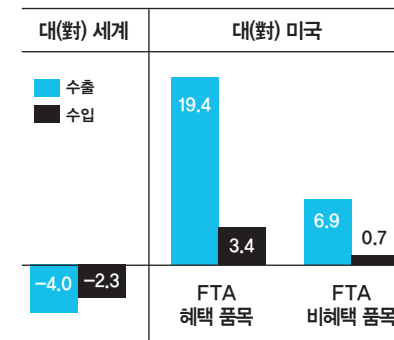
Q 저는 중소기업을 운영하고 있습니다. 우리 회사도 다른 회사들처럼 FTA를 활용하고 싶지만 어디서부터 어떻게 시작해야 할지 모르겠습니다.

(51세, 기업인)

현재 정부는 관세청, 중소기업진흥공단, 16개 지역 FTA 활용지원센터 등을 통해 원산지과 관세 관련 FTA 컨설팅을 제공하고 있습니다. 또한 국내외 설명회, 박람회 개최를 통해 FTA 활용에 대한 기업인들의 이해도를 높이고자 노력하고 있습니다. 한편 지난 2월에는 민·관 합동으로 한국무역협회 내에 FTA 무역종합지원센터를 설치, FTA 활용지원의 ‘컨트롤 타워’를 구축했습니다. 이 센터에는 무역협회·KOTRA·대한상공회의소·산업단지공단·KTNET·중소기업진흥공단 등 중소기업의 FTA 활용을 지원하는 모든 지원 기관뿐만 아니라 지식경제부·관세청·중소기업청 등 관련 부처가 참여했습니다. 사업 기회 포착, 생산·수출·사후 검증 등 FTA 활용의 전 단계에 걸쳐 지원 접수에서 사안 해결까지 원스톱으로 지원하고 있습니다. 특히 센터에서 실시하는 ‘찾아가는 서비스’는 기업의 호응이 높은 프로그램입니다. FTA 무역종합지원센터는 출범 후 4월 말까지 총 840건, 일평균 40여 건의 상담을 받는 등 성과를 기록하였으며, 한·미 FTA 발효를 전후로 평균 상담 건수가 90% 이상 증가하는 등 한·미 FTA 활용에 대한 기업들의 큰 기대감을 반영하고 있습니다. 16개 지역 FTA 활용지원센터 연락처는 오른쪽 표를 참고하세요.

한·미 FTA 발효 이후 수출입 변화

3월15일~5월 14일 두달 기준 (단위: %)



자료: 관세청

전국 FTA 활용지원센터 현황



지역 FTA 활용지원센터 연락처

경기 031-259-7204	전북 063-711-2045
경기(북부) 031-259-7204	전남 061-282-9774
인천 032-810-2854	강원 033-256-3068
대구 053-751-5765	충북 043-229-2721
부산 051-990-7082	충남 041-539-4542
울산 052-287-3060	경북 054-454-6601
광주 062-350-5864	경남 055-210-3043
대전 042-480-3042	제주 064-757-2164

드라마 '패션왕'에 숨은 이야기

픽션과 논픽션 오가는 리얼 스토리&드라마 속 FTA



1st story '패션왕' 시간 설정이 한·미 FTA 이후였다면?



드라마 '패션왕' 방송화면 캡처. '패션왕'은 한미 FTA가 발효되기 이전 패션업계의 상황을 잘 보여준다.

무엇보다 '패션왕'은 한·미 자유무역협정(FTA)이 발효되기 이전 패션 업계의 상황을 보여준다. 만일 이 드라마의 시간 설정이 한·미 FTA 이후라면 얘기는 완전히 달라질 가능성이 크다. 한·미 FTA로 패션 및 섬유산업으로 미국 시장 진출 확률도 높아졌고 그에 따라 성공 가능성도 훨씬 희망적이기 때문이다.

한·미 FTA 발효로 양국의 의류 수출입 관세가 5년 내 철폐되기 때문에 국내 패션·섬유 유통시장에 많은 변화가 일어날 수밖에 없다. 관세가 내려감에 따라 자연스레 가격 경쟁력을 갖출 수 있게 되기 때문이다. 관련 업계의 발표에 따르면 한·미 FTA 발효 후 미국으로 수출할 때 높은 관세가 부과됐던 인조 스웨터(32%), 남성 모직 정장(17.5~27.3%), 면양말

등장인물만으로도 초반 이슈를 선점했던 SBS 드라마 '패션왕'은 비극적 결말에도 불구하고 다양한 볼거리로 화제를 모았다. 눈이 호강하는 화려한 패션은 빙산의 일각. 주인공 유아인의 뉴욕 패션계 진출 스토리와 기막힌 '평행이론'을 보여주는 국내 톱디자이너 최범석의 이야기와, 국내 패션 업계가 미국 시장 진출을 위해 고군분투하는 현실은 실제 상황을 방불케 했다.

글 박진영 기자 사진 SBS 제공, 한국경제신문

(13.5%) 등의 관세가 철폐된다. 지금까지 가격 경쟁력 때문에 중국이나 동남아 제품 등에 밀려 미국 시장 진출에 좌절해야만 했던 국내 패션 업체들로서는 수출 증대를 통해 해외시장 경쟁력을 높이는 한편 지금까지 크게 주목받지 못했던 한국 패션의 저력을 제대로 평가받을 수 있는 좋은 기회를 얻은 셈이다.

패션계보다 더 크게 한·미 FTA 발효를 환영하고 있는 곳은 섬유 업체다. 섬유 수출 역시 한·미 FTA의 큰 수혜를 받게 되기 때문이다. 향후 10년간 섬유 분야에서 평균 13.1%(최대 32%) 관세가 폐지돼 국내 섬유 업체의 미국 시장 접근도가 높아지고 국내 섬유 제품의 수출이 크게 늘어날 것으로 예상돼 섬유 산업계에서는 한·미 FTA의 발효를 적극적으로 환영하고 있다.

한·미 FTA의 혜택은 여기서 끝나지 않는다. 미국산 섬유 소재를 이용해 완제품을 생산하는 국내 업체 역시 세계시장에서 수출 경쟁력을 상승시킬 수 있다. 한·미 FTA를 계기로 패션·섬유 업계의 신규 투자, 고부가 섬유 개발 등의 결과로 신규 인력의 일자리도 늘어나고 대기업과 중소기업의 동반 성장의 기회도 열릴 수 있다.

한국은 섬유 전 스트림을 보유하고 있지만 중소기업 간의 협업과 연계가 잘되지 않아 지금까지 국내 부가가치를 높이지 못했던 상태인데, 한·미 FTA 발효로 인해 제3국에서 조달하던 원자재를 국산으로 전환해 부가가치 제품을 개발해 시장을 확대할 수 있게 됐다.

상황이 이러니 한국섬유산업연합회(회장 노희찬)가 "한·미 FTA 발효로 최근 국내외적인 경기 둔화와 미국 시장 점유율 감소로 어려움을 겪고 있던 한국 섬유·패션 산업에 새로운 도전과 활력을 줄 수 있는 기회가 될 수 있다"라는 성명서까지 발표하며 적극 환영하는 건 당연한 얘기다.



최범석 디자이너(좌)와 '패션왕' 속 유아인이 성공하기까지의 스토리는 기막힌 '평행이론'이다.


2nd story 드라마 안에 최범석의 성공 스토리 있다!

드라마 시작과 함께 연관 검색어에는 디자이너 최범석의 이름이 올랐다. 주인공 강영결(유아인 분)이 우여곡절 끝에 세계 패션의 중심 뉴욕에 위풍당당 입성하기까지의 과정이 그를 떠올리게 했던 것. 디자이너 최범석은 세계 4대 패션 위크 중 하나인 뉴욕 컬렉션에서 올해까지 총 7회 컬렉션을 개최한 기록을 갖고 있는 자랑스러운 한국 디자이너다. 그러나, 그가 세계적인 디자이너로 거듭나기까지의 스토리는 드라마 그 이상으로 파란만장했다.

#1 서울, 홍대&동대문

그가 처음 패션 업계에 뛰어든 것은 고작 열아홉 살 때의 일이다. 고등학교를 중퇴하고 중졸의 학력으로 할 수 있는 일을 찾다보니 홍대 길거리에서 옷을 팔게 됐던 것. 그러다 원단매달 아르바이트를 거쳐 의정부의 골목에 작은 옷가게를 낸 것이 대성공으로 이어졌고, 그 후 매출을 늘리기 위한 전략으로 직접 디자인에 뛰어든 것이 디자인 입문의 계기였다. 의정부에서의 성공을 바탕으로 동대문에 입성한 그는 'mu'라는 자체 브랜드를 만들어 히트시켰고, 이를 바탕으로 2003년에는 동대문 출신 최초 서울 컬렉션 참가자가 돼 자신의 쇼를 개최하면서 '주목받는 신진 디자이너'로 떠올랐다. '제너럴 아이디어'라는 현재 브랜드가 론칭된 배경이다.

#2 그리고 미국 뉴욕...

이후 해외로 눈을 돌려 뉴욕 진출을 선언했지만 아무도 찬성하는 사람이 없었다. 콧대 높은 뉴욕 패션 관계자들의 시선을 사로잡는 것도 쉬운 일이 아니었고, 무엇보다 높은 수입 관세는 대한민국 패션의 세계 진출을 좌절시키기 일쑤였다. 결국 혈혈단신으로 뉴욕에 건너간 그는 디자이너들이 직접 자신의 옷을 가지고 바이어들을 만나는 대형 전본시장, 트레이드 쇼에서도 아무런 주목을 받지 못했다. 그러나 그는 좌절하지 않고 끊임없이 패션 관계자들을 직접 만나 자신의 작품을 보여줬고, 결국 2009년 뉴욕 컬렉션에 정식 데뷔, 주목할 만한 신진 디자이너 3인에 선정됐다. 

외국인 관광객 천만시대

묵향 은은한 한옥에서 즐기는 '뷰티풀 코리아!'



한국을 찾는 외국인 관광객의 발길이 급속도로 늘고 있는 가운데 미국, EU 등과의 FTA로 한국 관광산업은 또 한번 도약의 반환점을 맞았다. 이와 함께 한국만의 맛과 정서를 느끼고 체험하려는 외국인 관광객들 중 한옥 호텔을 찾는 이들이 눈에 띄게 늘고 있다. 전통과 현대가 어우러져 한국의 맛을 '오감 만족' 할 수 있다는 한옥 호텔에서 외국인 관광객들은 무엇을 느꼈을까. 글 박진영 기자



‘명품 한옥’에서의 하룻밤, 외국인 관광객을 사로잡다

FTA 체결로 외국인 관광객들이 몰려올 것으로 예상되는 가운데 관광 업계는 벌써부터 즐거운 비명을 지르고 있다. 더구나 지난 일본의 골든 위크와 중국의 노동절 연휴 동안만 15만 명의 일본과 중국 관광객이 한국을 찾았고 다가올 여수엑스포 등이 겹치면서 한국 관광공사는 금년 외래관광객 1,100만명 유치에 박차를 가할 계획이다. 외국인 관광객 증가와 함께 한옥호텔이 뜨고 있다.

지난 해 경북도는 세계 배낭 여행자들의 인기 가이드북인 ‘론리 플래닛(Lonely Planet)’에 추천 게스트하우스로 소개된 경주 황남동 소재 ‘사랑채’가 외국인이 가장 많이 다녀간 곳으로 꼽으며 지난해 전체 숙박객 7,500명 가운데 4,100명이 외국인이라고 밝혔다. 맨발로 나뭇길을 느끼며 대청마루를 밟기, 창호문을 열면 소나무 한 그루가 그림처럼 걸려있어 자연을 담은 수채화를 언제든 감상하는 것, 안과 밖의 경계, 집과 자연의 선 구분이 없는 한옥 마당에서 풍경 소리에 귀 기울이기 등의 경험은 외국인 관광객들에게는 ‘한국의 미’를 오감으로 흡수할 수 있는 잊지 못할 체험이다.



외국인들이 말하는 ‘한옥 호텔’ 체험기



나탈리 로랑 / 프랑스

한국말을 전혀 못하는 우리 부부는 친구가 추천해 준 경상도의 한옥 호텔을 찾았습니다. 톨게이트 직원에게 지도를 보여주며 위치를 물었더니 호텔 지배인이 직접 마중을 나와 주었습니다. 짐을 풀려고 대청마루에 올라가니 지배인이 손짓 발짓으로 신을 벗고 올라가라고 설명해주는 등 우리에게 없는 한국의 문화가 너무 재미있고 신기했지요. 자연에 파묻힌 집도 매우 아름다웠습니다. 건축물이라기보다는 자연의 일부 같은 느낌이 많이 들었지요. 짐을 풀고 한옥 뒤꼍의 대나무밭에 남편과 앉아 가져온 와인을 즐겼습니다. 소리와 풍경 모든 것이 아름다웠습니다. 하루 종일 조용하고 모든 것이 하모니를 중심으로 이루어져 마음이 편안했습니다. 특히 한옥의 구조는 주변의 자연 경관을 고려해 설계되었다는 점, 인체의 사이즈를 고려해 문이나 창문의 길이까지 만들었다는 점은 매우 놀라웠습니다.



티카 리치 / 인도네시아

남편이 글로벌 체인 호텔의 셰프여서 해외 각국에 머물렀지요. 그 중 한국의 한옥은 정말 특별합니다. 인테리어와 엑스테리어(외관)가 놀라울 정도로 조화롭지요. 그게 참 신기합니다. 종이를 덧바른 창호문은 마치 카메라 프레임 같죠. 창문을 열면 멋진 풍경화 그림이 걸려있는 것 같습니다. 무엇보다 서양의 리빙룸 같은 공간은 앞뒤로 뽕 뚫려있어 한 여름에도 에어컨이 필요하지 않을 거 같아요. 들쇠에 걸어 올려놓는 분합문은 정말 스마트한 아이디어입니다. 저희 집 인테리어를 할 때 참고할 겁니다.



카네코 마스미 / 일본

서울 도심에 있는 한옥 호텔에 묵었습니다. 서울 쇼핑 관광지외도 지리적으로 가깝고 무엇보다 다양한 한국의 문화를 체험할 수 있다고 해서 예약을 했습니다. 일본의 전통 가옥과는 다른 맛이 있습니다. 인위적이지 않고 모든 것이 조화로운 것이 한국의 전통적인 아름다움인 것 같아요. 우리가 묵은 곳은 김치 담그기, 판소리 공연 등이 있었는데 우리 일행은 가야금 연주를 들었습니다. 밤 시간에 한옥 안에서 울려 퍼지는 소리가 매우 아름답고 한복도 무척 아름다웠습니다. 또 한옥 한 쪽에 황토찜질방이 마련돼 친구들과 이색적인 경험을 했습니다. [E]

여수 앞바다를 품은 남도의 한옥호텔 오동재

전라남도 출연 공기업인 전남개발공사가 2012 여수세계박람회에 맞춰 여수시 덕충동에 지은 한옥호텔. 전통 한옥의 장점은 살리면서 현대적인 시설을 접목시켜 국내외 관광객들 유치를 준비하고 있다. 앞으로 3동 19실을 더 지어 51개 객실을 운영할 예정이다. 담장을 전통 방식 그대로 쌓거나 한옥의 전통적인 특징인 누마루가 객실 내에 자리해 탁 트인 여수 앞바다 즐길 수 있는 누마루형 객실 등 한국 전통미를 살리기 위한 노력이 곳곳에 엿보인다.

웰컴티로 손님 맞이, 한옥호텔의 바로미터 아름지기 함양한옥

1866년에 지어진 정선(旌善) 전씨(全氏) 가문의 집으로 안채와 사랑채 등 다섯 동의 기와집으로 이뤄져 있다. 후손이 재단법인 아름지기에 기부한 이후 ‘한옥의 현대화’에 맞춰 개보수해 개관을 했다. 외국인 관광객들이 가장 불편해하는 화장실과 주방의 현대화에 가장 중점을 두었다. 먼 길을 온 손님이 이곳에 도착하면 집사 역할을 맡은 간사가 함양한옥의 내력을 설명해주고 웰컴허브티부터 내온다. 짐을 풀고 서양의 다이닝룸처럼 꾸민 식당에서 조리장이 준비한 유기농 밥상을 즐길 동안 욕조에 따뜻한 목욕물을 미리 받아 놓는 등 손님을 위한 세심한 배려가 일급호텔 못지않은 서비스가 인상적이다.

서울 한복판에서 즐기는 선비의 풍류 락고재

‘옛 것을 누리는 맑고 편안한 마음이 절로 드는 곳’이라는 의미의 락고재. 서울 도심 한복판 북촌에 은빛 빌딩이 병풍처럼 둘러싸여 있지만 대문을 열고 들어서면 선비의 풍류가 느껴지는 정자에 한국식 연못과 돌, 장독대가 펼쳐져 마치 수 백 년된 고택을 연상케 한다.



소녀시대, 슈퍼주니어
그리고 발레리나 서희.
소녀시대와 슈퍼주니어가
케이팝(K-POP)을 매개로 한
'한류' 문화 전도사라면, 서희는
아메리칸 발레 시어터(ABT)
발레단 솔리스트로서 한국의
위상을 드높이고 있다.
한·미 문화 교류의 상징성을
띤 그녀가 5년 만에 ABT와
함께 내한 공연을 갖는다.
한·미 자유무역협정(FTA)
발효 후 첫 미국 공연이라는
점에서 더욱 의미 있다.

글 박진영 기자
사진 데이지엔터테인먼트, ABT 제공



한·미 FTA 발효 후 ABT 발레단 첫 내한 '지젤'로 돌아온 서희, 한미 문화 교류의 주역이 되다



발레 붐이 불었다. 발레리나 강수진이 수석 무용수로 있는 독일의 슈투트가르트 발레단을 비롯해 러시아의 마린스키 발레단 등 해외 유명 발레단이 잇달아 내한하고 국립 발레단과 유니버설 발레단 등 국내 발레단도 하반기 공연을 앞두고 있는 등 올해 발레 공연은 그 어느 해보다 풍성하다. 눈여겨볼 것은 세계 3대 발레단으로 손꼽히는 ABT의 내한 공연이다. 미국 발레의 대명사인 ABT가 낭만 발레 '지젤'을 들고 오는 7월 한국을 찾는 것. ABT는 강수진과 함께 세계 발레 무대에서 대한민국의 위상을 드높이고 있는 발레리나 서희가 솔리스트로 활약 중인 데다 이번 내한 공연이 지난 3월 발효된 한·미 FTA 후 첫 미국 발레단의 공연이라는 점에서 눈길을 끈다. 산업 각 부문에서 한·미 FTA의 효과가 조금씩 나타나고 있는 가운데 이번 ABT의 공연을 시작으로 FTA 후 양국 간 문화 교류는 더욱 확대될 것으로 기대된다. 서희는 '함께하는 FTA'와의 인터뷰에서 "한국을 알리는 것과 동시에 한미 양국 간 문화 교류에 조금이나마 가교 역할을 하고 싶다"고 말했다.

한국에서의 첫 '지젤' 공연입니다. ABT의 5년 만의 내한이고 한·미 FTA 발효 후 첫 미국 공연이라는 의미도 있어 기대가 큼니다.

메트로폴리탄 오페라에서 공연하는 봄 시즌은 두 달 동안 10개가 넘는 작품을 공연해요. 이 때문에 '지젤' 한 가지에만 몰두할 수 없지만 이번 내한 공연이 양국 간에는 그런 의미도 담고 있어 마지막 투어에 '지젤'을 공연하며 공들여 연습했어요. 개인적으로는 엄마가 매년 미

국에 와서 제 공연을 보시는데 아빠는 ABT와 공연하는 것을 처음 보는 기회라 더 잘하고 싶은 마음도 있어요.

ABT는 세계적 발레단이지만, 이번 공연엔 '서희'를 보고 오는 관객들도 있을 겁니다. 부담이 되지 않을 수 없을 텐데요.

저는 발레리나 서희이기도 하지만 ABT의 솔리스트예요. 그 어느 나라에서 공연을 하든 발레단의 명성에 걸맞은 공연을 매번 보여야 한다는 부담이 큼니다. 그래서 매일 최선을 다해 연습하죠.

지난해 링컨센터에서도 '지젤' 공연을 했었죠. 이번 내한 공연은 그때와 또 어떻게 달라진 '지젤'을 보여줄 건가요.

한국에서는 김연아 씨의 '스케이팅 지젤' 덕분에 대중에게 많이 알려졌는데요, 사실 발레리나에게 '지젤'은 평생을 가꾸고 다듬어야 하는 작품이에요. 매 공연마다 매 리허설마다 한 겹 한 겹 더해가는, 더 깊어지는 연기를 하기 위해 노력합니다. 이번 공연에 저를 비롯해 5명이 '지젤' 역을 선보이는데요, 클래식 작품 중에서도 '지젤'은 인간의 본모습과 감정을 섬세히 표현해야 한다는 과제가 있어요. 사실 공연 당일 그 감정이 어떻게 표현될지는 지금 예상하기 힘들어요. 그날의 감정에 따라 표현하고 싶고 부각하고 싶은 부분이 달라지거든요. 아마 내한 공연에서 제가 선보일 3번의 무대 모두 다른 모습의 '지젤'이 아닐까 싶어요.

2005년 ABT 단원으로 시작해 2010년 솔리스트로 승격됐잖아요. '초고속 승진' 케이스로 유명한데요. 한국인으로서 ABT 발레단 활동은 어떤가요.

초고속 승진이라고 생각해 본 적은 없어요. 물론 기간만 두고 말한다면 그럴 수도 있지만, 단원으로 지낸 짧은 세월 동안 보통 사람들이 상상할 수 없을 만큼의 많은 일을 겪고 배우고 성장하고 좌절해 보기도 한 결과니까요. 사실 그동안 사람들이 뉴욕에 있는 좋은 발레단

에서 좋은 대접을 받고 있다며 부러워할 때는 이해하지 못했어요. 누구도 예외 없이 거치는 ABT 2(세컨드 컴퍼니)와 연수 단원 생활을 거치며 정단원이 된다는 보장도 없이 긴 시간을 보내야 하거든요. 정단원이 된다고 하더라도 춤을 출 수 있는 것도 아니니 기약 없는 시간을 보내는 것만큼 힘든 일이 없죠. 하지만 이제는 사람들이 저를 부러워할 수도 있겠다 싶어요. 제가 가진 것 때문이 아니라 믿을 수 없을 정도의 재능을 가진 예술가들 사이에서 끊임없이 배우고 발전할 수 있으니까요.

한국에서도 발레가 많이 대중화되고 있어요. 앞으로 한·미 양국 간 문화 교류에서 서희 씨의 역할도 중요할 것 같아요.

한국 발레의 대중화 소식은 정말 반가워요. 발레를 함께 공감하고 나눌 수 있다는 게 기쁘죠. 제가 보여드리는 부분들은 그대로 한국과 연결돼 평가받겠죠. 때문에 한국인으로서는 보다 더 모범적이고 바른 사람이 되려고 노력하고 있어요. 앞으로 기회가 된다면 한국을 더 널리 알리고 양국 문화 교류에도 일조하는 예술인이 되고 싶어요. [E]

FTA로 한·미 문화 교류 전성기 '예고'



지난해 브로드웨이에서 공연돼 미국 언론의 극찬을 받은 창작 뮤지컬 '영웅'.

올 초 성 김 주한미국대사는 최광식 문화체육부 장관과의 만남에서 "한·미가 정치·경제 분야만 공고히 해왔지만 이제는 문화·체육·관광 분야에서도 교류를 확대하고 싶다"며 "앞으로 '한류'와 한국 문화의 수출을 기대한다"고 말했다. 실제로도 한·미 FTA가 발효돼 양국 간 문화 교류가 더욱 확산될 것으로 기대되는 가운데 이미 미국 문화·예술의 메카인 뉴욕을 비롯해 미국 전역에는 뮤지컬·영화·문학에

이르기까지 다양한 문화 콘텐츠를 통한 '한류' 붐이 일고 있다. 지난해 미국 출간과 함께 아마존 베스트셀러 10위권까지 오르며 문학 '한류' 파워를 보여준 소설가 신경숙 씨의 '엄마를 부탁해(Please Look After Mom)'는 지난 4월 대중 보급판인 페이퍼백으로 출간됐다. 페이퍼백은 양장본이 독자들로부터 큰 호응을 얻으면 1~2년 후 출간하는 게 일반적이다. 지난 3월 기준 양장본이 인쇄 10쇄를 넘기는 등 돌풍을 일으킨 '엄마를 부탁해'는 미국 도서관 대출에서도 인기를 누리는 책 중 하나다. 문학의 인기를 바탕으로 '엄마를 부탁해'는 뮤지컬로도 제작돼 내년 말 브로드웨이 진출을 목표로 하고 있다. 한국 영화에 대한 관심도 고조되고 있다. 뉴욕 트라이베카시네마에서 진행되는 '2012 한국 영화의 밤'은 매회 전석 매진을 이룰 정도로 호응이 뜨겁다. 오래 전부터 미국 진출을 시도해 온 뮤지컬 등 한국 공연도 브로드웨이에서 점차 자리 잡아가고 있다. 안중근 열사의 생을 다룬 창작 뮤지컬 '영웅'은 지난해 8월 브로드웨이 공연 후 언론의 극찬을 받았고, 그에 앞서 뮤지컬 '드림걸즈'는 2009년 말부터 1년여간 뉴욕을 시작으로 미국 전역을 돌며 투어 공연을 펼치기도 했다. 국가 대표 비언어극인 '난타'는 이미 2004년 뉴욕에서 장기 공연을 성공리에 마쳤고, 역시 비언어극인 '점프'도 지난해 뉴욕 브로드웨이 전용관에서 장기 공연에 나서기도 했다. 한국 문화에 대한 뜨거운 관심으로 뉴욕 시 산하 16개 공립 초·중·고등학교에서 국악과 전통 무용, 한국어 교육을 받으려는 학생들이 수요가 넘쳐나는 등 민간 외교관 역할을 톡톡히 하고 있다.

더 나은 내일을 위해

FTA, 내 삶에 플러스가 됩니다

하나

자유무역협정(FTA)으로 삶의 질이 업그레이드된다는 말이 가슴에 와 닿지 않는다고요? 여기, "FTA는 내 인생에 플러스가 된다"고 말하는 이가 있습니다. '함께하는 FTA'는 그런 분들의 소중한 이야기를 연재합니다. 더불어 나누는 것이 FTA의 참 의미니까요.

글 박진영 기자 사진 서범세 기자


저는 증권사 애널리스트입니다. 애널리스트는 기업의 가치와 경쟁력, 산업 변화 등을 분석하고 논리적으로 수치화해 보고서를 만드는 역할을 합니다. 투자자들의 투자 이해도를 높여 주고 투자에 참고할 만한 근거를 만들어 주는 것이지요.

FTA는 애널리스트라는 직업과 무관하지 않아요. FTA 이후 양국 산업 간의 교류가 늘면서 자연스럽게 상대국의 주요 산업과 주요 업체들에 대해 알고 싶어 하는 지적 욕구가 증가할 것으로 기대되니까요. 따라서 상대 국가에서 한국의 많은 업체들과 주요 산업에 대한 질문이 많아질 것으로 예상되는데, 이때 애널리스트가 상당한 역할을 할 수 있겠죠.

애널리스트는 매일매일 등락을 거듭하는 주식시장의 침병 역할을 하고 있기 때문에 다른 어떤 전문가 집단보다 자신이 담당하고 있는 산업이나 분야에 대한 최신 트렌드에 밝습니다. 물론 FTA 해당국끼리의 언어가 상이하기 때문에 의사소통에 어려운 부분이 있는데, 애널리스트에게는 구체적인 숫자와 재무제표라는 만국 공용의 대화 창구가 있어 상대적으로 객관성을 가진 대화도 가능해지지요.

주목할 점은 FTA 후 투자자들의 움직임도 애널리스트들의 발걸음을 재촉하고 있다는 것입니다. 한 예로 한·미 FTA 후 많은 투자자들이 대표적 수혜 산업으로 꼽는 자동차 등의 수혜 산업에 상당한 관심을 보이고 있습니다. 특히 FTA 전에는 아시아의 변방국으로만 생각되던 한국의 주요 산업에 대해 재조명하는 움직임들이 많아졌죠.

FTA에 대한 찬반 의견이 존재하지만, 저는 FTA가 양국의 주요 산업과 업체들에 파이를 키워준다는 면에서 긍정적이라고 봅니다. 또 결국 FTA를 통해 피해를 보는 이도 있고 이익을 보는 이도 있겠지만 전반적으로 본다면 매우 이득이라고 생각해요. 물론 우리나라가 가장 취약한 산업에 대해서는 지원책이 필요하겠죠.

FTA는 관심을 가지고 잘 따져보면 우리 경제 그리고 우리 개개인 모두에게 플러스가 되는 좋은 기회가 될 것입니다. 

“
FTA로
우리나라에
대한 외국
투자자들의
관심이
높아졌습니다
”

하준두 신한금융투자 애널리스트



한·미 FTA! 멀리 보고 따져 보면, 우리 마을 우리 가족 경제에 큰 힘이 됩니다 END