

함께하는

FTA

September 2013

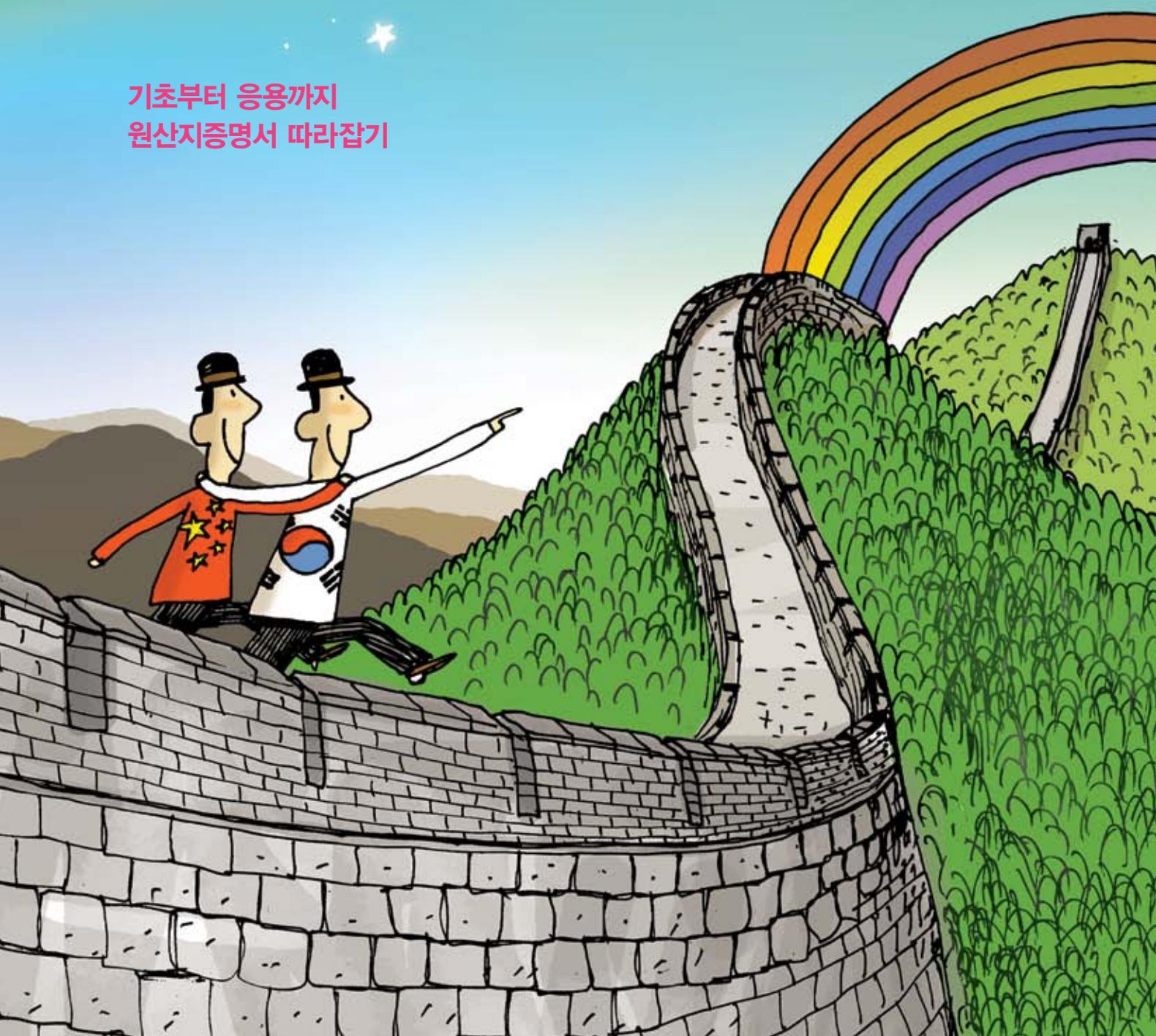
www.ftahub.go.kr vol. 16



한·중 FTA 1단계 협상 성과와 전망

기회의 땅 중국 시장, 비즈니스 한류로 열자

기초부터 응용까지
원산지증명서 따라잡기



한·중 경제공동체가 한 발짝 다가왔습니다

한·중 FTA 1단계 협상이 마무리되면서 한국과 중국이 하나의 시장이 되기 위한 발걸음을 재촉하고 있습니다.

FTA로 양국 산업은 경쟁력에 기반한 상호 협력을 통해 더욱 높은 수준으로 도약할 것입니다.

나아가 한국과 중국이 하나 된 경제공동체는 아시아의 중심, 세계의 중심에서 중요한 역할을 하게 될 것입니다.



FTA 캠페인

“한국과 중국을 잇는 무역일꾼이 될 거예요”

정문란(중국인 유학생)
가천대학교 무역학과 4학년
한국무역협회 대학생 글로벌 무역통보대사

안녕하세요, 동방신기의 매력에 푹 빠진 중국인 유학생 정문란 이에요. 사람들이 저의 한국말이 거의 한국 학생 수준이라 칭찬 해 주는데 한국어를 처음 배우기 시작한 건 2008년부터로, 짧은 얘기는 능숙하게 할 수 있지만, 좀 길게 얘기하면 들통이 날지도 몰 라요, 하하.

저는 1988년 헤이룽장(黑龍江)성 치치하얼(齊齊哈爾)시에서 태어났 어요. 하지만 고등학교(고등중학교)를 다닌 곳은 대도시인 칭다오(青島)시에요. 고등학교 때 저는 동방신기의 왕팬이었죠. 당시 한국의 노래들과 드라 마가 큰 인기였어요. 드라마 '천국의 계단'을 눈물 흘리면서 보기도 했어요. 그러나 학창시절의 즐거움은 잠시, 곧 대입 준비를 해야 하는 처지가 되었답니다. 흑흑. 그런데 아버지께서 “스트레스 받지 말고 한국의 대학을 가는 건 어때?”라고 하시는 거에요. 와, 너무 기뻤죠. 당시 저에게 한국은 말 그대로 ‘판타스틱’한 꿈이었거든요. 2008년 말 가천대학교 국제어 학원 한국어과정에 등록하면서 한국 생활이 시작됐답니다.

한국에 처음 와 본 느낌은요, 처음엔 기대와 달라서 약간 실망도 했어요. 한국은 어디든 상하이처럼 변화한 곳이라고 생각했거든요. 반면, 한국인은 중국인들을 냉랭하게 대할 것이라는 고정관념과 달리 친구들이나 주변사람들이 굉장히 잘 대해 주시는 거예요. 제가 부탁하기도 전에 먼저 전화하고, 또 쟁 거주기까지 하더라구요. 정이 많은 한국의 매력에 빠져들 수밖에 없지 않겠어요.

처음 제가 무역학과를 선택한 이유는 한국어가 능숙하지 않다 보니 실무지식을 배울 수 있는 전공을 택한 것이었어요. 그런데 1학년 때는 무역이 너무 어려웠어요. 그렇지만 배우면 배울수록 흥미롭다는 생각이 들었어요. 특히 교수님이 주전해주신 '세계는 평평하다(토머스 프리드먼 저)'를 읽으면서 무역의 힘이 세계를 평평하게 만들 수 있겠다는 생각이 들었어요. 운송·보험 등 실무를 배우는 것도 이제는 재밌어졌습니다.

세계가 평평해지고 하나의 지구촌이 되려면 자유무역이 꼭 필요한 것 같아요. 그러면 FTA도 필요하고요. 한·중 FTA로 농산물이 위기를 맞을 수도 있다고 하잖아요. 그런데 위기가 있으면 기회도 있는 것처럼, 한·중 FTA가 한국의 농산물이 중국을 비롯 세계 시장으로 진출할 수 있는 기회가 될 수도 있지 않을까요? 저도 전공을 꼭 살려 조만간 한국과 중국을 잇는 무역일꾼이 되도록 노력할께요. ☺

정리 우종국 기자 사진 서범세 기자

함께하는 FTA 1

Contents

01 FTA 캠페인

“한국과 중국을 잇는 무역일꾼이 될 거예요”

04 FTA 이슈

한·중 FTA 제1단계 협상의 주요 내용
실질적 자유화수준 합의,
농수산 등 민감산업 보호기틀 마련

06 인트로 칼럼

13억 중국시장을 공략하려면
한·중 FTA로 중국 내수시장 진입해야

커버 스토리

한·중 FTA 1단계 협상 성과와 전망

기회의 땅 중국 시장, 비즈니스 한류로 열자

08 한·중 FTA와 우리농업의 대응전략

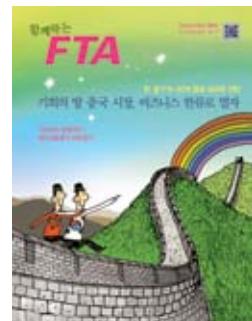
중국시장에서 ‘식품한류’ 전성시대 열자

10 한·중 FTA 체결 대비 중소기업 대응 전략

관세율 높은 식품·가구·생활용품 업종에 기회

12 특집 인터뷰: 백운찬 관세청장

“기업의 FTA 활용 원활하도록
상대국 세관과 협력 강화할 것”



함께하는 FTA

발행일 2013년 9월 12일(통권 16호)
발행처 산업통상자원부 통상국내대책관실
발행인 윤상직 산업통상자원부 장관
제작협력 한국경제매거진

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



06



12



14

2013 September vol.16

www.ftahub.go.kr

FTA 즐기기

14 강원FTA 활용지원센터

직원 모두 ‘FTA 활용’ 영업하려 다닙니다

16 강소농 천하: 전라남도 고흥군 두원농협 유자가공사업소

한국 유자 맛에 반한 중국인들 ‘하오하오(好好)’

18 대중(對中) 농수산식품 수출 상담회

중국의 신중산층, 한국산 먹거리에 반했다

FTA 카툰

19 원산지확인서, 어렵지 않아요!

스페셜 리포트

20 발효 2주년 맞은 한·페루 FTA 주요 성과

주요 수출품인 승용차·가전제품서 FTA 관세인하 효과 톡톡



16



31



34

FTA 활용

22 FTA 활용 팁: 중계무역에서 FTA 특혜관세 적용받기

인보이스와 원산지증명서 상 동일물품이면 ‘OK’

24 속담으로 풀어보는 사후검증 준비 3단계

원산지 확실해도 형식 요건 틀리면 안 돼

26 알기 쉬운 원산지증명서 작성 따라잡기

원산지증명서 작성, 이것만 알면 끝!

31 원산지확인서 제3자 확인 시범사업 업무협약 체결

연말까지 도내 100개 협력사에 무료 서비스

32 인도 경제와 비즈니스 관행

시간 두고 꾸준히 공 들이면 기회 열린다

FTA 아카데미

34 알기 쉬운 FTA: FTA의 소비자혜택

소비자물가 낮아지고, 선택의 폭 넓어져

FTA 뉴스

36 제4차 FTA 활용촉진협의회 개최 등

컬처 윈도우

38 중국 내 한류를 돌아본다

한류 스타에 대한 호감이 한국 제품으로 이어져

별별랭킹

40 2013년 상반기 커피원두 수입대상국 상위 10위

한·중 FTA 제1단계 협상의 주요 내용

실질적 자유화수준 합의,
농수산 등 민감산업 보호기틀 마련

한·중 FTA 제7차 협상이 9월3~5일 중국(웨이팡)에서 개최됐다. 이번 협상에서 양측은 1단계 협상 모델리티(Modality) 문안에 합의, 작년 5월 개시된 한·중 FTA 1단계 협상을 마무리해 향후 본격적 품목 협상인 2단계 협상 개시의 토대를 마련했다.

글 우종국 기자

1단계 협상의 내용
협상 모델리티에 합의, 2단계 협상 토대 마련

일반적으로 FTA 협상은 단계별 협상을 거치지 않고 바로 전면적인 품목 협상으로 돌입하는 것이 보통이지만, 한·중 FTA는 농수산물 및 일부 제조업 분야에 대한 국내적 우려를 충분히 감안해, 1단계에서 민감품목 보호 범위를 정한 후 2단계에서 전면적인 품목 협상을 진행하는 방식을 채택했다.

이번 협상에서는 양국이 ①상품분야, ②서비스·투자분야, ③규범분야, ④경제협력분야의 모델리티(Modality, 협상기본지침)에 대해 합의했다.

상품분야

양국은 품목군별 분류(일반/민감/초민감) 방식과 품목 수 기준 90%, 수입액 기준 85%의 자유화(관세철폐) 수준에 합의했다. 그러나 추후 협상 과정에서 자유화율의 상향 조정 가능성을 합의해 놓았다. 또한 한반도 역외가공지역 이슈, 비관세장벽, 원산지 및 통관분야도 2단계 협상대상에 포함키로 했다. 무역구제는 반덤핑, 상계관세, 세이프가드 등을 구성요소로 합의하고, 위생검역(SPS)은 WTO/SPS 협정상의 권리와 의무를 재확인한다는 점에, 기술표준(TBT)은 기술규정, 표준, 적합성 평가, 투명성, 기술 협력 등 요소를 포함하는 것에 합의했다.

서비스·투자분야

높은 수준의 협정을 체결하기로 한다는 데 합의하고, 내국민대우, 수용 및 보상, ISD 등 협정문의 기본 구성 요소에 합의했다.

규범분야

지식재산권(지재권), 경쟁, 투명성, 환경, 전자상거래 분야도 2단계 협상의 논의대상으로 한다는데 양측이 합의했다.

규범분야 이슈별 논의대상

- 지재권 보호수준 및 침해에 대한 집행강화, 행정절차 개선, 협력 확대 등
- 경쟁 투명성 제고, 당국간 협력 등
- 투명성 정보제공, 행정절차보장, 사법·준사법 재판 절차의 투명성 확보 등
- 환경 환경보호 의무, 환경협력 강화 및 제도적 장치 마련 등

경제협력분야

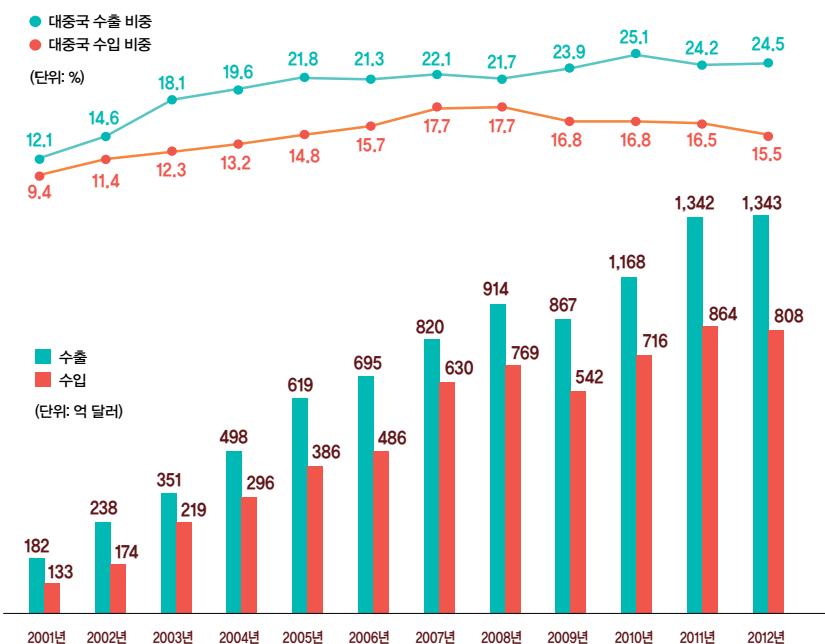
양측은 정부조달, 산업협력, 농수산협력도 2단계 협상 대상에 포함키로 합의했다.

경제협력분야 이슈별 논의대상

- 정부조달 정보교환, 양국 정부조달협력 관련사항 및 후속협상 개최 문제
- 산업협력 협력 분야: 자원, 철강, 중소기업, 과학기술, 정보통신 분야 등
- 농수산협력 식량안보, 농수산부자, 기술·정보 교환, 산림분야 협력을 논의 대상으로 하는데 합의하고, 지속가능하고 책임 있는 어업, 식품 안전 및 위원회 설치의 2단계 협상 논의근거 마련



한국의 대중국 수출입 현황



자료: 한국무역협회



1단계 협상의 의의

민감품목 보호 및 수출 주력품 이익 확보

제7차 협상은 한·중 FTA 1단계 협상이 완료되었다는 협상결과이외에도 다음과 같은 의의가 있다. 이번에 마무리된 1단계 협상은 2단계 협상을 위한 출발점으로서, 향후 양측은 협상 모델리티를 기초로 전 분야(상품/서비스·투자규범/협력분야)의 협정문(text) 및 시장개방 양허안에 대해 본격적인 협상을 진행하게 된다. 또한, 우리 민감품목에 대한 충분한 보호를 제공하면서 우리 주력 수출품에 대한 공세적 이익을 확보할 수 있는 자유화율에 합의했다. 상품분야 모델리티에서 역외가공지역 논의에 합의한 것도 큰 성과로 꼽을 수 있다. 역외가공지역 조항은 최근 남북간에 합의된 개성공단 재개와 관련, 개성공단 국제화와 한반도 평화 프로세스에도 기여할 것으로 평가된다.

서비스, 투자 분야에서는 WTO 서비스협정 및 기존 투자협정(BIT) 수준을 상회하는 높은 수준의 협정에 합의함에 따라 중국의 서비스 시장 개방 및 투자 환경을 개선할 수 있는 기반을 마련했다. 그 외에도 중국측이 논의에 소극적이었던 경쟁, 지적재산권, 전자상거래, 환경, 투명성, 경제협력 등의 분야를 향후 협상대상에 포함시킴으로써, 관세·비관세 장벽의 철폐·완화 효과는 물론이고 중국 내 우리 기업·국민의 이익 보호를 위한 제도적 기반을 구축하는 효과를 가져올 것으로 기대된다.

향후 정부는 관련 절차에 따라 1단계 협상의 주요 내용을 국회에 보고하고, 2단계 협상에 대비하여 부처간 협의 및 관련업계 의견 수렴 활동을 강화해 나갈 예정이다. ■



한·중 FTA 추진 경과

2005년 7월~2006년 9월

- 민간공동연구 진행

2007년 3월~2010년 5월

- 산관학 공동연구 진행

2010년 9월~2012년 4월

- 정부간 사전 실무협의 진행, 민감 분야 보호를 위해 단계별 협상방식(1단계:모델리티/2단계:협정문 및 시장접근) 채택

2012년 1월 9일

- 한·중 정상회담(베이징)에서 협상 개시 합의 후, 국내 절차 추진
※공청회(2월 24일), 대외경제장관회의 의결(4월 16일), 국회 외교통상통일위원회 보고(4월 23일)

2012년 5월 2일

- 한·중 통상장관회담(베이징)
개기, '한·중 FTA 협상 개시에 관한 통상장관간 공동성명' 발표

2012년 5월~2013년 7월

- 6차례 협상 개최, 상품을 비롯한 각 분야 모델리티 협의
1차 2012년 5월 14일(베이징)
2차 2012년 7월 3~5일(제주)
3차 2012년 8월 22~24일(웨이하이)
4차 2012년 10월 30일~11월 1일(경주)
5차 2013년 4월 26~28일(하얼빈)
6차 2013년 7월 2~4일(부산)

※2013년 6월 27일 한·중 정상회담(베이징) 개기. 양국 정상이 '높은 수준의 포괄적 FTA' 원칙 재확인, 1단계 협상 마무리를 위한 협상 가속화에 합의

2013년 9월 3~5일

- 제7차 협상(중국 웨이팡)에서 한·중 FTA 1단계 모델리티 협상 마무리

13억 중국시장을 공략하려면 한·중 FTA로 중국 내수시장 진입해야

한·중 FTA의 세 가지 기대효과

한·중 FTA의 효과를 가늠하기 위해서는 한·중 경제관계의 특성을 분명하게 이해할 필요가 있다. 중국은 '세계의 시장'으로 대두되는 최대의 급성장 시장이지만 각종 비관세장벽이 높은 국가다. 내수 시장이 팽창하고 있지만 한국의 수출은 중간재의 비중이 높고 단순가공형 대중투자가 많다.

한·중 교역의 이러한 특성을 고려할 때 한·중 FTA에서 우리가 얻을 수 있는 효과는 크게 3가지로 요약된다. 우선, 수출 확대다. 우리의 대중 수출에서 중간재의 비중이 75%(중국통계 기준)를 넘는다. 중국의 중간재 수입 관세가 낮고 상당 부분 관세면제 혜택을 누리고 있음을 감안할 때 중간재의 직접적인 관세인하 효과는 제한적일 수도 있을 것이다. 그러나 중국으로 수출되는 중간재가 대부분 중국에 진출한 우리 기업의 원자재로 사용됨을 감안할 때 중간재의 관세철폐는 중국에 진출한 우리 기업의 생산비용 절감으로 이어지고 이는 생산성과 경쟁력을 높여주게 될 것이다.

관세 철폐의 효과는 25% 전후를 차지하는 최종 제품에서 특히 두드러진다. 중국은 최종재, 그중에서도 소비재일수록 수입관세가 높은 특성을 지니고 있다. 최종 소비재는 한국 내 부가가치가 높고, 우리 경제의 뿌리라 할 수 있는 중소기업의 제품이 많다. 따라서 중국의 최종 소비재 관세 철폐·인하는 중소·중견기업의 대중 수출 확대 기회를 넓혀 줄 것이다.

두 번째 효과는 국내투자 확대다. 국내투자 확대는 세 분야에서 기대할 수 있다. 우선 우리 기업의 투자 확대다.



일러스트 신성희

그동안 중국시장에 진출하려는 우리 기업은 중국의 관세와 비관세장벽으로 인해 중국에 직접 투자하지 않으면 안 되었다. 그러나 관세 및 비관세장벽이 철폐·완화되면 굳이 그럴 필요가 없다. 오히려 이미 중국에 진출한 일부 기업의 국내 U-턴도 기대할 수 있다.

주요국 글로벌기업의 국내직접투자(FDI) 확대도 기대된다. 미국, 일본, EU 등 주요 지역은 중국과 FTA를 체결하지 않았고 이러한 상태가 상당 기간 지속될 가능성이 높다. 중국시장에 진출하고 싶지만 중국의 투자 제한과 비관세장벽을 경계하는 선진국 기업들에게 한국은 매력적인 우회 진출기지가 될 수 있다.

또한 세계시장, 특히 한국과 FTA를 체결한 미국, EU 등 선진 거대시장으로 수출하고자 하는 중국기업의 대외국 투자 확대이다. 한국에 투자한 중국기업은 원산지 요건 만 갖추게 되면 '메이드 인 코리아' 라벨을 붙이고 선진시장에 수출할 수 있게 된다. 이러한 국내투자 확대는 국내

생산기반 강화는 물론 일자리 창출에 기여할 것이다.

세 번째는 동아시아 국제분업 구도에서 우리 경제의 업그레이드 효과이다. FTA 체결로 무역·투자 여건이 개선되면 기존의 중간재 및 가공제품 위주의 단순 분업구조가 각국의 진정한 산업경쟁력을 바탕으로 특화된 분업구조로 재편되는 것이다. 새로운 여건에서 한국은 고부가가치 제품 생산, 연구개발(R&D), 브랜드 개발 및 마케팅 센터로 거듭날 수 있게 된다. 여기서 북한 변수를 빼놓을 수 없다. 이미 중국이 긍정적인 태도를 보이고 있는 한반도 역외가공 인정을 통한 북한의 개방 유도는 중국 내 생산비용 상승으로 어려움에 처한 우리 중소기업에 좋은 기회를 줄 뿐 아니라 지역정세의 안정과 평화에도 커다란 기여를 하게 될 것이다.

효과 극대화를 위해 2단계 협상 치밀하게 준비해야

이러한 기대효과를 잘 살리기 위해 향후 2단계 협상에서는 어떤 내용을 담아야 할까? 1단계 협상에서는 상품, 서비스·투자, 규범, 경제협력 분야의 모델리티가 합의되었고, 향후 2단계 협상에서는 한반도 역외가공지역 이슈, 비관세장벽, 원산지 및 통관분야를 협상대상에 포함시키기로 한 만큼 넓고 포괄적인 FTA가 바람직하다. 그 이유는 우리 기업의 중국 내수시장 진입을 용이하게 해주고 우리 기업이 양국을 오가며 최적의 생산과 판매 네트워크, 즉 생산의 가치사슬(value-chain)을 만들어 가도록 해주기 위해서다. 더 나아가 앞으로 본격화될 동아시아지역 경제통합을 위한 모델을 제공해 주기 위해서다.

물론 개방에 앞서 가장 중요한 전제조건은 농산품 등 우려가 예상되는 분야의 보호다. 가까운 거리와 유사한 작물구조, 생산비용 차이 등으로 보아 농산품 분야의 영향은 여타 FTA보다 클 것이기 때문이다. 금번에 마무리된 1단계 협상에서는 이러한 우리의 민감품목에 대한 충

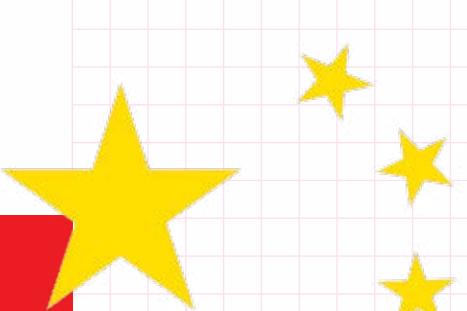
분한 보호를 제공하면서 우리 주력 수출품에 대해선 공세적 이익을 확보할 수 있는 자율화에 합의했다. 향후 전면적인 품목 협상을 진행하는 2단계 협상에서는 현재뿐 아니라 미래의 피해 가능성까지 충분히 고려하여 치밀하게 준비해 협상에 임해야 한다는 것은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

협상보다 FTA를 잘 활용하는 것이 중요해

그러나 지난 경험과 한·중 FTA의 기대효과로 보아 더욱 중요한 것은 FTA를 잘 활용하는 일이다. 중국의 제도적 특성으로 인해 한·중 FTA에서 원산지 활용 못지않게 중요한 과제가 우리 수출품의 중국 판매에 필요한 인증·허가·심사를 투명하고 원활하게 해 주는 장치를 마련하고 활용하는 일이다. 특히 인력과 자금에서 애로를 겪고 있는 우리 중소기업의 FTA 활용이야말로 가장 중요한 과제라 할 수 있다.

진흙 속의 진주를 찾는 지혜도 필요하다. 피해 예상업종 내에서도 대중국 수출 유망 분야는 있기 마련이다. 한·중 FTA가 신선우유, 기호식품, 유아용식품 등 웰빙형 가공식품의 중국 수출에 좋은 기회가 될 수 있다. 우리의 피해 예상 분야로 자주 거론되는 생활용품 중 일부 제품도 마찬가지다. 소형 생활가전, 여행·장식용품, 화장품, 의약품, 패션·의류 등 '메이드 인 코리아' 제품만의 품격을 지닌 소비품은 많다.

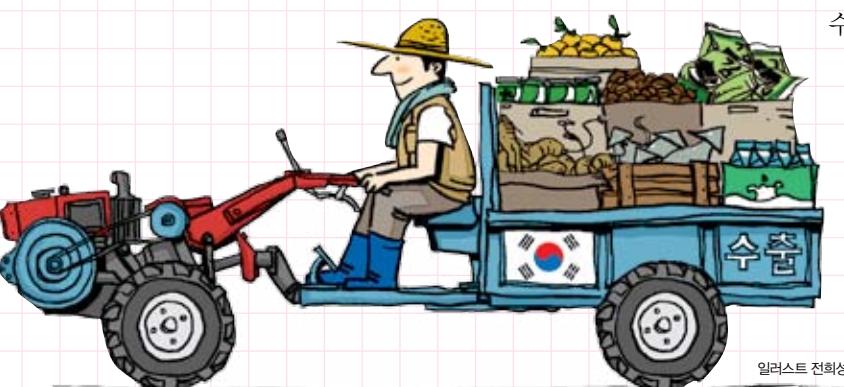
마지막으로 피해 예상 분야 특히 제조업 분야의 경우 일방적인 보호보다는 한·중 FTA를 구조 개선의 기회로 삼는 인식의 전환이 필요하다. 한·중 FTA가 발효되면 양국 간 무역·투자 자유화 확대에 따라 중국과 한국을 오가는 생산과정을 둘러싼 분업이 더욱 활발해 질 것이다. 따라서 한국을 R&D, 디자인, 고부가가치 제품 생산, 마케팅 중심으로 특화·육성하는 일이 더욱 중요해 질 것이다. ■



한·중 FTA와 우리농업의 대응전략 중국시장에서 '식품한류' 전성시대 열자

한·중 FTA 협상이 순항하고 있는 가운데, 우리나라는 중국과 어떠한 관계를 맺어야 하며, 어떻게 대응해 나가야 할 것인지 전략을 구체화해야 하는 시점이 되었다. 사회, 문화 등 다양한 측면에서의 관계 설정을 고민해야겠지만, 여기서는 경제적인 측면, 특히 한·중 FTA 등 다양한 무역협정이 진척될수록 가장 민감하고 우려가 높은 농식품 관련 이슈에 대해서 집중 조명해보기로 한다.

글 이종건 한국농수산식품유통공사(aT) 수출전략처장



우리나라의 지난해 농수산식품 수출총액은 80억 달러로 2007년 38억 달러 수준에서 불과 5년 사이에 2배 이상 증가했다. 같은 기간 국가 전체 수출액은 2007년 3,715억 달러에서 2012년 5,528억 달러로 1.5배 증가했다. 우리 농수산식품 수출은 규모면에서는 작지만 성장 속도면에서는 매우 빠른 속도로 성장하고 있는 상황이다. 작년 한 해 농수산식품의 대중국 수출액은 약 13억 달러로 2007년 4.5억 달러에서 5년 사이에 290% 성장하는 한편, 대중국 수입액은 53억 달러로 2007년 36억 달러에서 5년 사이 47% 증가했다. 물론, 규모면에서는 수입액이 훨씬 크지만, 수출도 매우 의미 있는 성장을 보였다고 하겠다.

신선식품보다 가공식품에서 한국이 경쟁력 있어

품목별로 보면, 2012년 대중국 농수산식품 수출은 신선농산물이 1.5억 달러, 가공식품이 7.6억 달러, 수산물이 3.7억 달러로 가공식품의 비중이 월등히 높다는 것을 알 수 있다. 가공식품 비중이 큰 원인은 중국의 동식물 검역조치로 신선 과채류, 신선 과실류, 신선 육류의 수입이 어렵기 때문이며, 또한 중국과 한국 간 신선농산물의 가격차이가 심하기 때문이다. 예를 들면, 사과(중국산 0.87달리, 한국산 4.51달리, 이하 1kg 당), 배(중국산 0.68달리, 한국산 2.75달리), 파프리카(중국산 0.50달리, 한국산 5.19달리), 딸기(중국산 1.08달리, 한국산 8.18달리) 등 품목에 따라 다르긴 하지만, 일반적으로 한국산이 최소 4배에서 최대 10배까지 비싸다. 또한 신선농산물의 경우, 신선도가 중요하기 때문에 중국내 인근지역에서 생산된 농산물을 소비하는 것이 신선도 측면에서 유리하기 때문이다.

반면, 가공식품의 수출이 많이 되는 이유는 다음과 같다. 첫째, 신선농산물에 비해 중국산과 한국산의 가격차이가 크지 않다. 예를 들면, 조제분유의 경우, 중국산이 0.79달리, 한국산은 1.46달리 수준이며, 요구르트 같은 경우에는 중국산이 1.37달리, 한국산은 0.80달리 수준으로 오히려 한국산이 저렴한 경우도 있다. 둘째, 식품제조 기술 및 디자인 등에서 한국산이 중국산에 비해 앞서있기 때문이다. 중국의 식품제조 기술 및 디자인도 점차 개선되고는 있으나, 여전히 한국산에 비해 뒤쳐져 있으며, 이 부분은 앞으로도 한

국산이 중국산과 대비해서 경쟁우위

를 확보할 가능성이 높은 분야라 하겠다.셋째, 식품안전성과 관련해 한국이 중국에 비해 크게 앞서 있다. 최근 중국내 멜라민 분유 사태 등으로 인해 중국 소비자들이 자국산 가공식품에 대한 신뢰가 크게 떨어져 식품안전성이 뛰어난 한국산 우유, 조제분유 등에 대한 소비가 급격히 늘고 있는 상황이다.

신선농산물을 가공식품으로 개발하는 데 주력해야

그렇다면, 이러한 상황에서 우리나라는 한·중 FTA 등 무역협상의 진전에 대비해 우리 농식품의 경쟁력을 강화하기 위해 어떠한 전략을 마련하고 어떻게 준비해야 할까?

첫째, 가장 중요한 것은 중국 대비 경쟁력이 뛰어난 가공식품과 신선농산물의 연계를 강화해야 한다. 즉, 국내 신선농산물을 원료로 한 경쟁력 있는 가공식품의 개발·생산을 대폭 확대해, 가공식품의 수출이 국내 생산농가의 수익으로 직접 연결될 수 있도록 함으로써, 농가의 소득제고 및 생산기반 유지 및 확대를 촉진해야 한다.

둘째는 수출상품 자체의 경쟁력을 높여야 한다. 수출상품의 경쟁력은 생산과 가공, 포장·디자인 측면 모두 접근되어야 한다. 특히, 중국의 한국식품 소비자는 중·고소득층임을 인지하고, 이들의 소비성향에 부합한 제품을 만들어내야 한다. 즉, 이력추적, HACCP 등 식품안전관련 시스템을 적용하고, 중국산과 차별화된 선도적 품종 개발을 통한 농산물의 고품질화를 이루고, 소비자의 기호에 맞는 가공제품을 개발하고, 세련되고 고급스러운 포장 및 디자인 적용을 통해 스토리가 있는 일류 브랜드 상품을 만들어 내야 한다.

셋째는 맞춤형으로 생산된 상품이 중국 현지로 저렴하고 신속하게 운송될 수 있도록 다양한 물류 지원이 이뤄져야 한다. 수출업체에서는 현재 정부에서 추진 중인 항공운임·해상운임 할인 지원 사업, 해외물류기지를 통한 현지 보관·운송 지원 사업 등을 적극 활용하

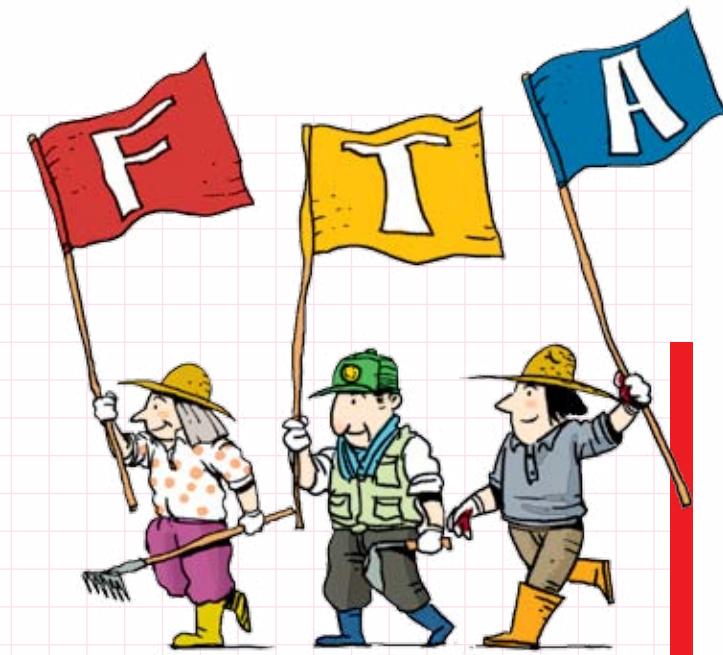
는 것도 필요하다.

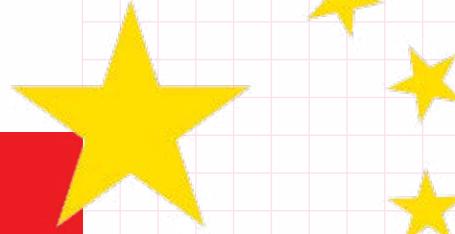
마지막으로는 생산된 상품의 소비가 폭발적으로 이뤄질 수 있도록 해외마케팅을 적극 실시해야 한다. 중국 현지 박람회 참가, K-푸드 페어 참가 등을 통한 수출상담·홍보, 대구모 바이어 한국 초청사업, 현지 시음·시식회, 현지 미디어를 통한 홍보마케팅 등 정부에서 지원하는 마케팅 지원 사업을 최대한 활용하고, 수출업체의 자체적인 마케팅 노력 또한 계을리 해서는 안 된다.

농식품 산업에서도 '한강의 기적' 이뤄낼 때

비단 한·중 FTA가 아니더라도 여러 가지 다른 형태의 국제무역협정들이 앞으로 계속 논의되고, 타결되는 협정들이 늘어날 것이다. 선진국, 개발도상국을 떠나 모든 나라들이 세계시장에서 비교우위를 획득함으로써, 자국 산업의 성장과 경제성장을 도모하기 위해 최대한 많은 나라들과 무역협정을 체결해 나갈 것이다. 분명한 것은 우리의 의사와 상관없이 우리를 둘러싼 외부환경은 점점 적자생존(適者生存) 형태로 변해가고 있다. 이러한 상황 속에서 우리나라는 최대한 강자들과의 대결 시기를 늦추는 것이 필요하다.

하지만, 언제까지나 시간이 우리 편인 것은 아님을 명심하고, 강자의 약점을 비집고 들어가 승리할 수 있는 전략을 구상하고, 이에 대한 대비를 촉음을 아끼가며 철저히 해나갈 때, 비로소 골리앗과의 싸움에서 다윗이 이긴 것과 같은 기적이 우리 농식품 산업에도 일어날 수 있으리라 생각한다. ■





한·중 FTA 체결 대비 중소기업 대응 전략 관세율 높은 식품·가구·생활용품 업종에 기회

중국은 우리나라 전체 수출의 1/4을 차지하는 제1의 교역 대상국이다. 한·중 FTA가 체결되면 교역량은 더욱 늘어날 것으로 예상된다. ‘세계의 공장’에서 ‘세계의 시장’으로 변모하는 중국과의 FTA는 우리 중소기업에 미칠 영향이 매우 클 것이다. 기회는 준비하는 자에게 온다는 말이 있듯이, 준비를 철저히 하여 대응하면 한·중 FTA는 우리에게 커다란 기회가 될 수 있다.

글 조봉현 IBK경제연구소 정책팀장

한·중 FTA가 체결되면, 중국 기업과의 차별적인 제도 관행이 개선되면서 중소기업의 중국 내수시장 진출 기회가 넓어질 것으로 예상된다. 수출 중소기업은 관세인 하와 비관세 장벽 완화로 가격경쟁력이 높아진다. 제3국에서 원부자재를 조달하던 중국 현지 기업들이 수입 선을 한국으로 바꿀 가능성도 높다. 그렇게 되면 중국 시장에 진출할 수 있는 기회 요인이 더 커지는 것이다. 하지만, 기술수준이 낮고 중저가 제품을 생산하는 중소기업에게는 부정적 영향을 끼칠 것이라는 것이 물론이다. 중국의 중저가 제품이 유입되면서 내수 중소기업은 판로에 더욱 어려움을 겪을 수 있기 때문이다.

한·중 FTA가 업종별에 미치는 영향도 상이할 것이다. 자동차 핵심부품 생산기업은 판로가 넓어지는 데 반해 단순부품 생산업체의 입지는 좁아질 것이다. 기

계와 화학 업종은 수출 효과를 톡톡히 볼 것이다. 반면 LCD와 산업용 전자부품은 이미 상당 부분 무관세 혜택을 보고 있는 만큼 한·중 FTA의 영향이 크지 않을 것으로 보인다. 그 대신 최대 30%의 고율 관세가 적용되는 가공식품이나 가구·생활용품 등 소비재 생산 중소기업은 한·중 FTA로 인해 가격경쟁력이 높아질 것이다.

중소기업의 절반 이상 한·중 FTA 대비 안 해

중국과의 FTA 체결이 가져올 파장이 큼에도 불구하고, 우리 중소기업은 어떻게 대응해야 할지 잘 모르고 있는 듯하다. IBK경제연구소가 지난 7월에 실시한 설문조사(300개 중소기업 대상)에 의하면, 중소기업의 절반 이상이 한·중 FTA 체결에 대해 긍정적 영향을 기대하면서도 이에 대한 준비는 하고 있지 않았다. 준비하고 있는 중소기업은 9.5%에 불과했다.

그러나 ‘봉산개도, 우수가교((逢山開道, 遇水架橋: 산을 만나면 길을 트고, 물을 만나면 다리를 놓는다)’의 정신으로 임하면 중소기업이 극복하지 못하고 이루지 못할 일이 무엇이 있으랴. 중소기업은 지금부터 차근차근 준비가 필요하다.

첫째, 중국의 각종 비관세 장벽과 제품허가 절차 등을 꼼꼼히 파악한 뒤 선제적으로 대응하는 것이 중요하다. 둘째, 중국 진출 시 국내 핵심기술에 대한 공개 여부는 신중히 결정하고, 중국에 신제품을 등록할 경우 복제 우려가 있으므로 지적재산권 보호 장치를 마련할 필요가 있다. 셋째, 고품질 상품에 대한 중국 내 소비자의 세밀한 트렌드 분석을 통해 대(對)중국 수출 제품의 고부가가치화 전략을 수립해야 한다. 넷째, 중국 정부의 정책에 대한 지속적인 모니터링을 통해 변동 사항에 대한 사전 파악 및 대응책을 마련할 필요가 있다. 특히 지방 정부별로 상이한 제도가 존재하는 만큼 이에 대한 주의가 요구된다. 다섯째, 소형 가전·조명·범용부품·섬유 등 단순가공·조립 등 노동집약적 산업

의 어려움에 대비해야 한다. 중국 제품과의 차별화 전략, 생산성 제고를 통한 경영효율성 제고 및 업종전환을 통해 경쟁 심화에 대응할 필요가 있다.

업종별 영향 분석해 경쟁력 제고에 매진해야

업종별로도 차별적인 대응이 필요하다. 자동차·부품의 경우 영세한 부품 중소기업의 경쟁력을 높이기 위한 생산시스템 혁신과 기술개발 노력이 요구된다. 영세한 플라스틱·고무 업종은 기술개발을 통해 제품의 경쟁력을 향상시키거나 타 업종으로의 전환 등을 적극적으로 검토해야 한다. 철강 업종은 지속적인 설비 개선과 신제품 및 기술개발 투자를 통해 국내 생산제품의 고급화를 추구하여 중국제품과의 차별화를 도모해야 한다. 비철금속은 중국 수입제품 급증으로 인한 피해 최소화를 위해 고율 관세 품목으로의 제품 전환 등 품목 및 업종 전환에 대한 검토도 이루어져야 한다.

일반기계업종은 대중국 비교우위를 지속적으로 유지하면서 중국의 상황변화에 부합하는 맞춤형 제품을 공급하는 능력을 강화해야 한다. 관련 설비 확충, 전문연구·기술자의 우대 등을 통해 기술경쟁력을 확보하고, 정부는 첨단기술력을 가진 중소기업을 적극적으로 육성할 필요가 있다. 전기·전자 업종은 중소기업에 의외로 큰 피해가 발생할 수 있는 분야라는 점에서 아이디어형 상품을 개발하거나, 가격·비가격 경쟁력을 향상시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다. 석유화학 업종은 대중국 투자 확대와 국내 산업의 구조조정을 통해 경쟁력을 높이고 지속적인 설비 확충과 신제품 및 기술 개발에 노력해야 한다.

섬유·의류 업종은 중국시장에서의 비교우위 확보를 위해 유통전문기업과의 전략적인 제휴, 전시·홍보 기능의 강화 등 고급화 전략을 수립해야 한다. 영세한 내수중소기업은 수익성이 없는 사업 분야는 과감히 축소하고, 자사가 경쟁력을 보유하고 있거나 산업용 섬유

등 미래 성장유망분야에 한정해 경영자원을 집중해야 한다. 가구·생활용품은 고율관세 폐지로 인한 수출증가가 예상됨에 따라 생산량 확대를 위한 설비 등을 사전적으로 점검하고 필요 시 신규 설비 투자에 대한 계획을 마련해야 한다. 중국산 저가 가구·생활용품의 수입급증으로 인한 피해 최소화를 위해 원가절감부터 경영 효율성 제고까지 전반적인 경영프로세스를 점검해야 한다.

마지막으로 강조하고 싶은 것은 한·중 FTA의 성공적인 대응을 위해 중소기업은 자사의 경쟁력 분석, 관세율 인하 혜택 확인 및 가격전략 수립, 원제품 수입처의 중국 전환 검토, 원산지 기준 충족을 위한 부품·소재 수입처 전환, 원산지 기준 충족을 위한 국내 조달·생산 전환, 외국기업의 국내 직접투자 유치, 중국으로의 해외 직접투자처 이전 등을 염두 해 두고 청조적 경영을 해나가야 한다. 준비가 된 중소기업에게는 한·중 FTA가 경쟁력 제고와 새로운 사업 기회로 한 단계 도약하는 계기가 될 것은 분명하다. ■



일러스트 전희성

백운찬 관세청장

“기업의 FTA 활용 원활하도록 상대국 세관과 협력 강화할 것”

한국의 FTA 무역이 본격화되면서 가장 바빠진 기관 중의 하나가 관세청이다. 수입관세율이 FTA 협정별로 다양해지면서 세관 업무가 대폭 늘었고, 세관 업무의 노하우를 바탕으로 중소기업들의 FTA 활용 지원에도 나서고 있다. 또한 FTA 협상을 위해 축적된 수출입 데이터와 상대국 관세율 분석까지 하는 등 관세청은 FTA의 첨병 역할을 톡톡히 하고 있다.

글 우종국 기자 사진 한국경제신문



한국이 세계 46개국과 9개의 FTA를 발효하고 있을 정도로 FTA 무역이 본격화되었습니다. 관세청에서는 어떤 역할의 변화가 생겼습니까?

무역환경이 FTA 양자무역 체제로 전환되면서 관세청의 업무도 새로이 재편되고 증폭되었습니다. 먼저 관세행정에서 수출입물품의 원산지관리가 중요한 이슈로 대두되었고, 중소기업의 FTA 활용 지원 가능성도 크게 확대되었습니다. 또한, 수입 시 종전에는 하나의 품목에 단일세율이 적용되었으나, 이제는 동일품목에 대해서도 원산지별로 관세율이 상이하여 관세행정이 더욱 복잡해지고 어려워졌습니다. 관세조사의 경우 종전에는 주로 수입 자만을 관리했으나, FTA 체계 하에서는 국내 생산자와 FTA 상대국의 수출자, 생산자의 원산지관리까지 조사

범위가 확대되었습니다.

이에 따라 관세청은 FTA로 인한 대내외 환경변화에 선제적으로 대처하기 위하여 2011년 4월 국 단위의 FTA 집행기획관을 신설하고, 산하에 2개과를 두는 등 관세청 직제를 확대 개편(본청-1국 2과, 27명/본부세관-5개과·5개팀, 157명)했습니다. 그 이듬해 4월에는 FTA 체결 증가에 따른 국가 간 관세집행에 관한 협력과 수출입 물품의 원산지 검증 강화를 위해 본청에 FTA협력담당관과 서울세관에 FTA집행국을 신설했습니다.

FTA가 발효된 국가의 세관과는 어떤 교류가 진행되고 있으며 어떤 성과가 있는지요?

전 세계적인 FTA 확산으로 인해 관세장벽은 대폭 낮아

지는 반면, 국가 간 불투명한 원산지 검증이나 자의적인 협정 해석이 새로운 비관세장벽으로 대두되고 있습니다. 원산지 규정의 해석·운영의 통일과 국가 간 원산지 검증 절차를 표준화하기 위한 국제적인 노력과 관세당국 간의 상호 협력이 어느 때보다 중요한 시점입니다. 이에 관세청은 관세청장회의 등 세관당국 간 협력회의 개최, 원산지 협력 양해각서(MOU) 체결, 국제원산지 컨퍼런스 개최 등 다양한 채널을 통해 FTA 체결국과의 교류를 강화하면서 긴밀한 협조 체제를 구축하고 있습니다. 또한 원산지관리를 담당하는 FTA 체결국의 관세당국 및 원산지증명서 발급기관과의 직통연락창구, 해외주재 관세관 등을 통해 현지 진출 우리기업의 통관애로를 실시간 해결하고 있습니다. 또한 쉽게 해결되지 않는 고질적인 통관애로에 대해서는 ‘FTA현장애로 해결팀’을 구성, 현지 세관당국 간 협력회의를 개최하여 적극적으로 애로를 해결하고 있습니다. 금년에도 인도, 인도네시아, 스위스 등을 방문, 세관당국 간 협력회의를 개최하여 다양한 FTA 이행문제를 해소했습니다. 특히 인도와의 세관협력회의에서는 우리 수출기업의 주요 FTA 활용애로사항으로 지적된 우리나라 전자발급 원산지증명서 거부사례 방지 및 항공화물

한·중 FTA 1단계 협상이 마무리됐습니다. 향후 한·중 FTA가 체결된 뒤 우리기업이 잘 활용하기 위해서는 어떤 준비가 필요합니까?

“관세청은 원산지관리를 담당하는 FTA 체결국의 관세당국 및 원산지증명서 발급기관과의 직통연락창구, 해외주재 관세관 등을 통해 현지 진출 우리기업의 통관애로를 실시간 해결하고 있습니다.”

등 긴급화물에 대한 수입통관 시 원산지증명서 선(先)사본제출 후(後)원본제출에 합의함으로써 수출기업에 직접적인 혜택을 주었습니다.

관세청에서는 중소기업의 FTA 활용도를 높이기 위해 어떤 지원을 하고 있습니까?

관세청은 중소기업이 FTA 활용 애로를 극복하여 중견기업으로 발돋움할 수 있도록 다양한 지원책을 추진 중입니다. 우선, 전국 6개 본부세관(서울, 부산, 인천, 대구, 광주, 평택)에 ‘FTA 원스톱 지원센터’를 설치하고, 품목 분류 등 기업의 다양한 FTA 활용애로를 한 번에 해결해주는 맞춤형 컨설팅을 실시하고 있습니다. 또한 FTA 체결상대국에서의 통관애로에 대해 해외 주재 관세관 간 협력채널 등을 통해 신속히 해소하고 있습니다. FTA 전

우리나라의 중국 수출이 미국과 EU로의 수출을 합친 것 보다 많고 평균 관세율도 높아 한·중 FTA 체결 시 우리 기업에게 중요한 기회가 되는 동시에, 중국의 높은 가격 경쟁력을 고려할 때 일부 산업의 경우 위기도 될 수 있을 것으로 전망됩니다. 이에 따라 우리 기업들이 FTA로 확대된 시장을 잘 활용하기 위해서는 미리부터 원자재 공급망 등을 재점검하여 FTA 활용이 가능하도록 하고, 기업 내 원산지관리시스템 확충을 통한 체계적인 원산지관리와 FTA 전문인력 확보를 통한 원산지관리 역량을 키워 나갈 필요가 있습니다. 아울러, 중국 내수시장 진출을 위한 현지 유통망 파악, 농수산식품 등 중소기업 제품 마케팅 활동을 병행하고, 중국 내에서 겪는 통관·인증 등 비관세장벽 완화를 위해 이를 사전 조사하고 해소할 수 있는 노력도 필요할 것입니다. ■



강원도는 넓은 면적에 비해 인구 밀도가 낮은 지역이다. 기업 하나를 찾아가려 해도 산 넘고 물 건너야 한다. 그러나 강원FTA활용지원센터는 이런 수고를 마다 않고 지역 곳곳에 레이더망을 펼치고 수출중소기업들에게 FTA 활용을 전파하고 있다.

글 우종국 기자 사진 서범세 기자

강원FTA활용지원센터

직원 모두 'FTA 활용' 영업하러 다닙니다

'강원도'라는 어감이 주는 선입견과 달리 강원FTA활용지원센터(이하 강원센터)는 서울에서 그리 멀지 않다. 오전 9시 서울역 인근에서 차량으로 출발해 강원센터가 입주한 국민연금춘천회관까지는 1시간 반이 조금 넘게 걸리니 강남 지역에서라면 1시간 정도면 충분할 듯하다. 심지어 지금은 서울에서 춘천으로 기차를 타고 출퇴근하는 사람도 있다.

그럼에도 아직 강원도는 제조업의 불모지처럼 되어 있다. 딱히 떠오르는 대표 기업도 없다. 강원도는 주로 대자연, 관광, 휴가의 아이콘으로 인식되곤 한다. "강원도는 전국에서 경북에 이어 두 번째로 넓은 지역입니다. 그런데 수출기업은 250개사에 불과하고, 수출액도 지역별 기준 하위 2번째입니다." 강원센터의 이원석 과장의 말이다.

그렇지만 이런 조건은 FTA 활용 지원을 받으려는 중소기업에 한해서는 천혜의 조건이다. 수출기업이 많지 않다 보니 강원센터는 관리하고 있는 기업들의 '순

기락 숫자까지 알고 있다'고 할 정도로 지역 기업들에 대해 속속들이 잘 알고 있다. 그렇다 보니, FTA 활용에 관한 한 전폭적인 지원을 받을 수 있다.

"강원도의 특성을 반영해 △찾아가는 컨설팅 △1대 1 컨설팅 △정확한 활용실태 조사라는 3가지 방법으로 대응하고 있습니다. 의뢰가 올 경우 직접 찾아가는 것을 원칙으로 하고, 전화가 오기를 기다리지 않고 저희가 기업보다 먼저 방문 및 전화마케팅을 통해 FTA 활용을 유도하고 있습니다."

강원도는 권역 내 중소기업들이 모두 영세한 경우가 많아 유관기관이 운영 중

인 무료 FTA 활용 교육에 참여하지 못하는 경우가 많다. 강원센터는 춘천권·원주권·강릉권으로 나누어 권역별 교육을 실시하는 것 외에 센터 직원이 평균 주 2회씩 현장을 방문해 새로운 수요 발굴 및 간접 교육의 장을 적극 마련하고 있다.



면적은 넓고 수출기업은 많지 않다 보니 강원FTA활용지원센터 직원들은 전화상담이 때까지 기다리는 수동적 지원에서 벗어나 지역 내 기업들을 일일이 찾아다니며 FTA 활용을 독려하는 적극적 지원을 아끼지 않는다.

사례 1

의료소모품 제조사 A사

FTA의 막연한 부담감 컨설팅으로 해결

강원도 춘천시에 위치한 A사는 정형외과에서 사용하는 닐 언더패드(발수 피부보호대, HS 3005.90), 닐 스프린트(부목, HS 9021.10) 및 산업용 배관보수테이프(HS 7019.90)를

전문적으로 생산하는 기업이다. A사는 해당 제품들이 FTA를 활용해 수출할 경우 실익이 있는지를 강원센터에 의뢰했고, 센터가 분석해본 결과 이 제품들은 미국·유럽·아세안 등 다수의 FTA발효국의 원산지 결정기준을 충족하는 것으로 분석됐다.

강원센터는 '찾아가는 FTA 현장컨설팅'을 통해 정확한 HS코드 확정부터 원산지관리시스템 구축, 원산지 관리 업무매뉴얼 구축과 더불어 품목별 원산지인증수출자 취득까지 진행했다. 이를 통해 A사는 막연한 불안감을 갖고 있던 사후검증에 대한 두려움까지 해소하고 전략 아이템과 전략시장을 확정해 향후 더욱 수출에 박차를 가할 예정이다. 강원센터는 "A사의 경우는 FTA 활용에 대한 실무자의 동기 부여, 밀착 컨설팅을 통한 원산지 사후검증 불안감 해소에 기인해 컨설턴트와 업체의 협조가 잘 이뤄진 성공적인 케이스"라고 평했다.

사례 2

디지털기기 방수케이스 전문업체 B사

컨설팅으로 7년간 사용한 HS코드 오류 정정

강원도 원주시에 위치한 B사는 미국·아세안·유럽 등 전 세계 50여 개국에 수출을 진행하는 저력 있는 중소제조수출업체다. 수출지역이 다양하고 매출에서 수출이 차지하는 비중이 적지 않다 보니 FTA에 많은 관심을 갖게 되었고, FTA 원산지 교육 등에 자발적인 참여를 하면서 한·EU FTA와 한·아세안 FTA에 대한 품목별인증수출자 인증 등도 준비하게 됐다.

강원센터는 '찾아가는 FTA 현장컨설팅'을 통해 B사가 자체적으로 준비하고 체크했던 인증수출자를 위한 서류들의 오류를 점검해 수정하고 향후 발생할 수 있는 검증 리스크도 꼼꼼하게 체크했다. 특히 A사는 수출국이 많다 보니 수출완제품에 대한 HS코드 분류의 정확성을 체크하는 것이 급선무였다. B사의 경우 2005년 설립 당시 바이어 및 자체 계약 관세사와의 협의 끝에 3929.10호(플라스틱 케이스)를 쓰기로 하고 수출을 진행했다. 그러나 B사의 방수케이스에는 경합되는 HS코드가 여러 개 존재하고, 기존 상이한 분류사례들도 유사한 것들이 많아 결정을 하기가 쉽지 않았다. 강원센터는 오류 가능성과 더불어 국내 관세행정상의 간이정액환급에도 문제가 있을 수 있음을 체크했다. 실제로 이후 일정 시간이 지나 세관에서는 HS코드에 문제제기를 했고 B사는 이후 제품의 HS코드를 4202.92(외부표면이 플라스틱 시트제인 케이스)로 변경하고 품목별 원산지인증수출자 변경 및 수출국 바이어들에게 새로운 HS코드로 원산지증명서를 발행하는 것으로 문제를 해결해 원활한 수출 행보를 이어오고 있다.

mini interview

"전체 예산의 30%를 찾아가는 컨설팅에 배치"



김덕영
강원FTA활용지원센터 센터장

센터 운영 상 종점을 두고 있는 사항은 무엇입니까?

대기업보다 중소기업이 위주가 된 지역인 만큼 지역 내의 수출초보 중소기업에 1대 1 맞춤형 찾아가는 지원을 통해 FTA 활용 기반을 구축하는 데 센터 운영의 최우선 순위를 두고 있습니다. 실제로 찾아가는 FTA 컨설팅에 전체 예산의 약 30%를 집중 배치하고 있습니다. 상주관세사 1명 외에 현장컨설팅을 진행하는 2명의 관세사들이 지난해 26개사, 올해 8월 13일까지 15개사의 컨설팅을 진행 중입니다.

권내 기업들의 FTA 활용률을 높이기 위한 특별한 방법이 있습니까?

수출기업 수가 250개에 그치다 보니 FTA를 활용하는 기업은 더욱 적습니다. 기업 수가 적다 보니 수동적으로 상담을 처리하는 것이 아니라 직접 기업들을 찾아가면서 FTA의 필요성을 알리고 활용을 유도해야 합니다. 곧 발간 예정인 '강원 FTA 활용 실태조사 및 산업별 비즈니스 모델' 보고서를 통해 강원도 기업들이 자자체·유관기관의 FTA 활용 지원 정책에 기대하는 바를 밀바닥부터 하나하나 사업에 반영할 예정입니다.

타 센터와의 차별화된 지원 제도가 있습니까?

강원 지역은 우수 인력이 수도권으로 많이 빠져 기업들의 인력난이 심하다 보니 숙련된 인력 1명이 아쉬운 상황이라 그 1명이 2박3일 FTA 교육을 받으러 나가기가 어렵습니다. 또 산업 클러스터가 많지 않아 집체교육이 어려운 한계를 극복하기 위해 eLearning 교육도 진행하고 있습니다.

강원FTA활용지원센터 ☎ 033-256-3068



전라남도 고흥군 **두원농협** 유자가공사업소

한국 유자 맛에 반한 중국인들 ‘하오하오(好好)’

한·중 FTA에 대한 농식품 분야에 대한 우려가 존재하는 것이 사실이다. 그러나 막연히 피해를 볼 것이라는 두려움보다는 넓어지는 시장의 기회를 모색하는 것이 필요한 시점이다. 전남 고흥의 유자 성공 스토리는 한·중 FTA에 어떻게 대처해야 하는지에 대한 좋은 본보기를 보여주고 있다.

글 우종국 기자 사진 두원농협, 우종국 기자

전라남도 고흥군 두원농협의 신창우 조합장과는 점심 무렵 두원면의 한 식당에서 처음 만났다. 신 조합장은 시작부터 유자로 기선을 제압했다. 막 개발을 완료한 유자 엑시스 시제품을 들고 나타난 그는 대뜸 유자액과 소주를 1대 6으로 타서 한 잔을 권했다. 소주의 쓴 맛이 사라지고 부드러운 유자향이 느껴졌다. 보드카와 오렌지쥬스를 섞은 ‘스크류드라이버’처럼 거창한 이름을 붙여도 손색이 없을 정도였다. 이어 간장에 유자액을 살짝 타 회를 찍어먹었다. 유자향이 거의 느껴지지 않았지만 간장의 짠 맛이 사라지면서 회의 맛을 배가시 키는 느낌이었다. 유자 엑시스는 홍초처럼 아침에 물과 희석해 매일 마셔도 좋은 식재료가 될 수 있다.

지난해 중국으로 43만 병 유자차 수출

유자는 전 세계에서 한국·일본·중국에서만 재배하고 있다. 그 중에서도 한국의 유자가 유품으로 꼽힌다. 중국산은 크지만 향이 없고, 일본은 새파랄 때 따서 가공식품 원료로만 쓴다. 노랗게 익은 생(生)유자를 썰어 유자차로 만드는 곳은 한국뿐이다. 현재 한국의 유자차가 수출되는 나라 1위는 중국으로 국내 수출량의 50%를 차지한다. 중국인들이 유자차 사랑에 빠진 이유가 흥미롭다.

중국에서 유자차가 폭발적으로 인기를 끌기 시작한 것은 2009년부터다. 그해 전 세계적으로 처음 발생한 신종플루는 유독 중국에서 맹위를 떨쳤다. 독감의 일

종인 신종플루의 예방에 비타민C가 풍부한 유자가 좋다는 것이 알려지면서 알음알음 중국에 소개됐다. 유자의 비타민C 함유량은 레몬의 3배에 이른다. 식사 때 끓 뜨거운 차(茶)를 마시는 중국인의 습관도 유자차를 소비할 수 있는 배경이다. 결정적으로 유자 알맹이가 들어 있는 유자차의 형태가 중국인들의 마음을 사로잡았다.

“중국에서 워낙 불량식품이 문제가 되다 보니 중국인들도 자기네 음식을 못 믿습니다. 이를테면 오렌지쥬스에 진짜 오렌지가 들었는지, 오렌지는 하나도 없이 오렌지향만 있는지 알 수 없죠. 그런데 유자차는 유자 건더기가 그대로 들어있다 보니 속일 수가 없는 겁니다.” 신 조합장의 얘기다.

두원농협 유자차는 2005년 국내 농산물 중 최초로 중국 인민대회당에 납품한 데 이어, 2009년에는 동방CJ와 국내 농산물 중 최초로 중국 홈쇼핑 판매를 시작했다. 두원농협은 지난해 1,862톤의 유자차를 생산해 그 중 521톤을 수출했다. 중국 수출량은 434톤으로 수출의 83%를 차지한다. 1kg들이 제품으로 무려 43만4,000병이다.

국내에서 유자는 고흥을 비롯해 남해·거제·진도·완도 등에서 재배된다. 수확 시기는 풀과 거의 비슷하게 11월부터 출하되는데, 기후 여건이 맞는 남쪽 지방에서만 재배된다. 신 조합장은 “일조시간이 길고 해풍을 맞아야 유자의 향이 좋다. 여러 지방 중에서도 고흥 유자가 가장 향이 좋다. 고흥 유자가 유명하다 보니 인근 지역에서도 ‘고흥 유자’로 판매할 정도”라고 말한다. 중국에서도 고흥의 유자는 유명하다. 고흥(高興)의 한자풀이가 ‘높고 흥한다’는 뜻으로 중국인들은 좋아할만하다.

최근 3~4년 사이 중국 시장에서 유자가 인기를 끌면서 고흥 지역 주민들도 유자 재배에 팔 붙이고 나섰다. 현재 두원농협은 인근 팔영·녹동·거금도·녹동의 1,200여 농가에서 생산한 유자를 매입하고 있다. 유자는 해독(detox) 성분이 있어 병충해에 강해 관리가 쉽다. 벼농사 등을 짓는 농가에서 부업으로 짓기 편하고, 전업으로 할 경우 적은 인력이 넓은 면적을 재배할 수 있다. 수확기에는 동네사람들이 모두 유자 따기에 동원돼 농가 소득 창출에도 톡톡한 기여를 하고 있다. 두원농협 유자가공사업소에서도 상근직원은 9명이지만, 주문이 들어오면 인근 지역 여성들 40명 규모가 생산에 가세하고 있다. 수출량이 늘어날수록 지역 부가가치와 일자리가 증가한다.

11월부터 출하되는 유자는 일단 유자와 설탕을 1대 1로 섞어 섭씨 영하 18도에서 보관한다. 이를 ‘유자절임’이라고 한다. 주문이 들어오면 이를 꺼내 섭씨 70~80도로 끓여 ‘유자차’를 만들게 된다. 유자차로 가공을 해야 하는 이유는 장기 보관 때문이다. 1994년 두원농협 유자가공사업소가 처음 만들어졌을 때 미국 수출을 시도했는데, 절임 상태로 보냈다가 바다 위에서 발효돼 끓여 넘치는 일이 있었다. 이후 적당한 온도에서의 가공법을 개발해 유자차를 만들고 있다.

중국시장은 가격 대신 품질로 승부해야

한편 중국 시장에서 유자차가 인기를 끌자 2010년 이후 시장이 혼탁해졌다. 공급이 수요를 따라가지 못하자 유자 함량이 적은 대신 유자향을 넣은 저가의 제품까지 시장에 흘러들면서 출혈경쟁이 나타났다. 그러나 이는 오히려 고흥유자의 신뢰도를 쌓는 계기가 됐다. 중국 바이어가 신 조합장에게 “고흥유자는 왜 그리 비싸나? 가격을 낮춰”고 요구했다. 품질만큼은 양보할 수 없었던 신 조합장은 중국으로 건너가 담판을 지었다. 바이어를 백화점에 데려가 “유자 5종류를 골라라”고 한 신 조합장은 중국 바이어에게 “병에 담긴 유자차를 모두 집시에 쏟아 보라”고 했다. 그러자 똑같은 1kg들이 병에 든 제품들 중 고흥유자의 유자 알맹이가 가장 많았고 다른 제품들은 유자 함유량이 현저하게 적었다. 이후 ‘두원농협’의 마크가 찍힌 유자차는 신뢰의 상징이 됐다. 신 조합장은 “중국 시장은 철저하게 품질로 승부해야지 가격으로 승부하다가는 중국 제품을 이길 수 없다”고 강조했다. 한·중 FTA로 열리게 될 중국 시장을 공략하는 데 중요한 시사점이 아닐 수 없다.





대중(對中) 농수산식품 수출 상담회

중국의 신중산층, 한국산 먹거리에 반했다

한·중 FTA는 한국에게 중국이라는 거대 시장을 공략할 수 있는 기회와 동시에, 중국 농식품과의 경쟁을 맞아야 하는 과제를 던져주고 있다. 지난 8월 22일 서울 삼성동 그랜드 인터컨티넨탈호텔에서 개최된 '대중(對中) 농수산식품 수출 상담회'에서는 56명의 중국 바이어들이 참여해 한국 농식품에 대한 중국인들의 관심을 확인시켜 주었다.

글 김보람 기자 사진 한국경제신문



'대중 농수산식품 수출 상담회'는 한국 무역협회와 한국농수산식품유통공사(aT), 중국 상무부 산하 중국상업연합회가 주관하고, 농림축산식품부와 산업통상자원부, 주한 중국 대사관이 공동 후원했다. 이 자리에는 상해, 북경 및 광저우에서 자국 내 소비트렌드를 선도하는 농식품 대표 유통기업 36개, 총 56명의 바이어가 참석하였다. 우리나라에서는 빙그레, 매일유업, 복음자리 등 한국무역협회 및 농수산식품유통공사(aT) 주관으로 선정한 90여 개의 농식품 기업이 참가했다.

최근 중국은 안전하고 품질 좋은 먹거리를 찾는 신중산층의 급증과 한류의 영향이 맞물리면서, 우수한 품질과 합리적 가격을 지닌 한국산 농식품에 대한 관심이 높아지고 있다. 전통적으로 대중수출이 많았던 인삼(3,200만 달러, 이하 2012년 대중 수출액) 등에 이어, 우리나라 유자차(1,800만 달러), 밤(2,600만 달러), 오징어(4,000만 달러), 음료수(5,000

만 달러, 생수 포함) 등이 중국에서 인기를 끌고 있으며, 최근 한류드라마 상영과 잇따른 먹거리 파동 이후, 우유(500만~3,800만 달러, 이하 2010년~2012년 수출액), 분유(800만~3,910만 달러), 비스킷(700만~2,400만 달러) 및 빵(1,800만~4,700만 달러, 유기농 원료의 영유아용 포함), 김(1,000만~3,100만 달러) 등 '신 한류 식품' 수요가 급속히 늘고 있다.

이에 따라 중국은 일본에 이어 우리나라의 제2의 농식품 수출대상국으로 부상하였으며, 최근 5년간 연평균 수출증가율이 28%에 이르고 있어, 2020년 이후에는 1위의 농식품 수출 대상국이 될 것으로 전망되고 있다.

이번 행사에 참여하는 중국 유통기업들의 주요 관심 식품류는 김, 우유, 칩쌀, 건어물 등 전통적인 농수산물은 물론이고, 분유, 음료수, 주류(소주, 막걸리 등), 차류 등 우리 농식품 원료가 사용된 가공식품에 관심을 갖는 업체도 상당 수 있는 것으로 파악

▶ 최근 중국은 안전하고 품질 좋은 먹거리를 찾는 신중산층의 급증과 한류의 영향이 맞물리면서, 우수한 품질과 합리적 가격을 지닌 한국산 농식품에 대한 관심이 높아지고 있다.

원산지확인서, 어렵지 않아요!

안종만



발효 2주년 맞은 한·페루 FTA 주요 성과 주요 수출품인 승용차·가전제품서 FTA 관세인하 효과 톡톡

올 8월 1일로 발효 2주년을 맞은 한·페루 FTA를 통해 우리나라의 대페루 수출이 크게 확대되면서 무역수지가 개선되고, 페루 수입 시장에서 경쟁국인 일본을 추월한 것으로 나타났다. 특히 관세인하 폭이 큰 품목들의 수출이 크게 늘어나면서 FTA 효과를 톡톡히 보고 있다.

글 이진원 기자 사진 한국경제신문



한·페루 FTA의 주요 내용
발효 후 10년 내 100% 관세 철폐

한국과 페루 측은 FTA 발효 후 10년 내 수입액 기준으로 모든 품목에 대한 관세를 철폐하게 된다. 발효 즉시 한국은 94.2%(이하 수입액 기준), 페루는

74.2%의 관세를 철폐했고, 조기철폐라 할 수 있는 5년 내 철폐 비중은 한국 92.6%, 페루 88.6%에 달하며, 최종적으로 10년 이내에는 한국과 페루 모두 100%의 관세를 철폐한다. 현재 한국측 최대 수출 품목인 승용차 중 우리 주요 수출 품목에 대한 관세가 이미 철폐 또는 5년 내 철폐 예정이고, 주요 가전제품에 대한 높은 관세(컬러TV 9%, 세탁기·냉장고 17%) 역시 철폐된다.

명목으로는 한국의 즉시철폐 및 5년 내 철폐 비중이 높지만, 실질적인 추가개방 부담은 페루측이 더 높다. 페루의 경우 승용차, 가전제품 등 대한국 수입액이 높은 품목의 관세를 추가 개방한 반면, 한국은 대페루 수입액 중 대부분을 광물제품이 차지하고 대부분의 수입품이 무관세혜택을 받고 있어 한·페루 FTA에 따른 추가개방 부담이 높지 않았다. 또한 페루는 쌀을 제외한 모든 농산물의 관세를 철폐했고, 한국은 쌀을 양허 제외하고 기타 농산물에 대해서는 계절관세, 현행관세 등 예외적 조치를 취하는 한편, 수요 대부분이 수입에 의해 충당되거나 국내에 영향이 적은 커피 등의 품목은 빠른 개방이 이뤄질 수 있도록 했다.

페루는 중남미 주요국에 비해 경제규모는 작지만 경기침체 속에서도 빠른 경제 성장을 보이며, 민간소득 증가와 함께 소비시장이 크게 확대되고 있다. 2004년 이래 중남미 및 세계의 경제성장률을 상회하고 있고, 2012년에도 6.3%의 높은 성장률을 기록해 향후 높은 성장률이 유지될 것으로 전망된다. 중남미 전체에서 차지하는 비중은 브라질, 멕시코 등 중남미 주요국에 비해서는 작으나 가장 높은 경제 성장률을 바탕으로 국가경쟁력이 상승하고 있다.

1인당 국민소득의 증가로 중산층이 늘어나고, 구매력 상승으로 인한 민간 소비가 증가하면서 확대된 내수시장이 경제성장의 원동력이 되고 있다. 페루의 실질 GDP는 2005년 790억 달러에서 2012년 1,990억 달러로 7년간 연평균 14% 성장했으며, 1인당 국민소득도 동 기간 2배 이상 증가해 2010년 5,000달러를 초과했다.

페루 수입시장에서 경쟁국 일본 따돌려
페루의 경제성장에 맞춰 한·페루 FTA가 발효되면서

한국의 대(對)페루 교역량도 꾸준히 늘어나고 있다. 한·페루 FTA 발효 이후(2011년 8월~2013년 6월) 23개월 동안 우리나라의 대페루 수출은 28억 달러로 발효 전 동기 대비 11.6% 증가하며 호조세를 보이고 있다. 수입은 4.4% 증가한 33.3억 달러로, 무역수지는 전년 동기 대비 1.5억 달러 개선된 5.4억 달러 적자를 기록했다.

이러한 수출 증가세는 최근 들어 더욱 두드러지고 있다. 올해 상반기 대페루 수출액은 전년 동기 대비 35.2% 증가하면서 우리나라 수출에서 차지하는 페루의 순위가 2008년 66위에서 올해 34위(2013년 상반기)로 상승했다. 수입상대국에서 차지하는 페루의 순위 역시 43위(2008년)에서 지난해 35위로 상승했다. 다만, 2013년 상반기 우리의 대페루 수입은 전년 동기 대비 1.2% 증가에 그쳐 46위로 하락한 상태다.

한·페루 FTA 발효 이후 한국 제품들의 가격경쟁력이 높아지면서 페루 수입 시장에서 한국산 제품의 점유율도 점차 높아지고 있다. 특히 한국산과 치열하게 경쟁을 벌이고 있는 일본산을 앞지르는 성과를 거

페루는 지난해 6.3%의 경제성장률을 달성할 정도로 급성장하는 중남미의 신흥국이다. 한·페루 FTA 발효 이후 한국의 대페루 주요 수출품인 승용차, 가전제품 등을 관세인하 혜택에 힘입어서 페루 수입시장에서 점유율을 올리고 있다. 사진은 페루의 한국자동차 판매점.

두고 있다. 한국무역협회에 따르면 한국산 점유율은 FTA 발효 1년 전(2010년 8월~2011년 7월) 3.64%에서 FTA 발효 후 1년차(2011년 8월~2012년 7월)에 3.87%, 2년차(2012년 8월~2013년 5월)에 3.88%로 상승세를 지속하고 있다. 반면 경쟁국인 일본은 한·페루 FTA 발효 전 1년차에 3.77%, 발효 후 1년차에 3.60%, 2년차에 3.45%로 점차 하락하는 추세다. 일본은 2012년 3월 1일 페루와 EPA(Economic Partnership Agreement: 느슨한 형태의 자유무역협정)를 발효했으나, 중국 및 한국의 시장선점 효과 등으로 인해 대페루 수출 증가율은 제한적인 것으로 분석된다.

FTA 관세인하 큰 공산품들이 수출 증가 견인

한국의 대페루 수출을 품목별로 보면, 한·페루 FTA 발효 이후 23개월간 승용차, 컬러TV, 철강 및 비합금형강, 석유화학제품 등 FTA 관세인하 폭이 큰 공산품의 수출이 크게 증가했다. 이 기간 동안 승용차는 25.2%, 합성수지는 30.9%, 컬러TV는 45.3%, 건설중장비는 26.4%, 정밀화학원료는 16.7%, 시멘트는 190.9%의 수출증가폭을 보였다. 대페루 수입은 금속광물(15.2%, 이하 증가 폭), 아연광(17.5%), 은(66.0%), 동광(89.1%), 오징어(23.8%), 과실류(216.7%) 등이 한·페루 FTA 발효 이후 뚜렷한 증가세를 보였다.

다만 페루가 한국의 경쟁국이라고 할 수 있는 멕시코, 일본과 2012년 FTA를 발효함에 따라 한국의 수출증가세는 점차 도전을 받게 될 것으로 예상된다. 또한 페루 정부는 2012년 1월 1일부로 기준세율을 인하함에 따라 낮아진 기준세율을 적용받는 것이 FTA 관세를 적용받는 것보다 유리한 품목도 발생했다. 그러나 한·페루 FTA 발효 이후 전체 기간 동안 높은 수출증가율을 보인 FTA 수혜품목들은 수출 호조가 지속될 것으로 기대된다. ■

FTA 활용 팁 – 중계무역에서 FTA 특혜관세 적용받기

인보이스와 원산지증명서 상 동일물품이면 'OK'



중계무역은 자체 공급 능력에 한계가 있는 국가가 제3국에서 상품을 수입하여 수출함으로써 해외시장을 공략하는 등의 이유로 널리 활용되어지고 있다. 뿐만 아니라 글로벌기업은 국제적인 법인세법 이슈(이전가격, Transfer Pricing)를 줄이기 위해 중국, 아세안과 같이 노무비, 제조경비가 저렴한 국가에 생산기지를 두고 본국의 본사와의 직접적인 물류흐름 없이 서류상 FTA 체결국 간 직접 운송을 하는 중계무역 사례가 빈번하게 이루어지고 있기 도 하다.

그런데 FTA가 체결되자 중계무역을 행하는 기업이나 여러 나라에 본사나 자회사가 있는 다국적 기업에게 문제가 발생했다. 즉, 인보이스(상업송장) 상의 수출자와 원산지증명서 상의 수출자가 상이함으로 인해 FTA를 활용하기 힘들 수 있는 상황이 일어난 것.

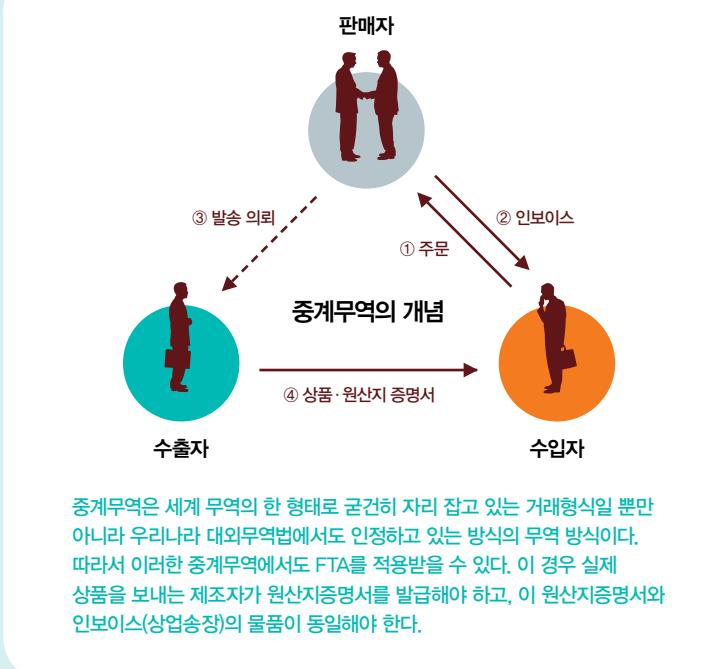
통상 무역에서 흔히 얘기하는 ‘거래계약당사자’, ‘해외 공급자’와 FTA에서의 ‘수출자’는 그 의미가 정확히 일치하지 않는다. FTA에서의 수출자라 함은 상품이 수출되는 체약당사국의 영역에 소재하면서 그 상품을 수출하는 법인 또는 자연인을 말한다. 이러한 수출자는 원산지증명서 발급 또는 발급신청의 주체이며, 자료보관의무를 부담하

므로, 자료보관 의무 대상자가 아닌 제3국에 소재하는 인(人)은 협정에서 검증대상이 아니기 때문에 수출자에서 제외하고 있다.

또한 FTA 혜택을 보기 위해서는 직접운송의 원칙이라는 것을 충족해야 한다. 이 원칙은 당해 물품이 생산 또는 제조되어 수출당사국을 출발한 뒤, 제3의 국가를 경유하여 운송되지 아니하고 곧바로 수입당사국으로 운송되는 경우에 한하여 원산지 특혜를 제공한다는 규정이다.

직접운송 원칙은 FTA를 적용하기 위해서는 물품이 체결국간 바로 이동하여야 할 것을 기본적으로 규정하고 있다. 이 점에서 중계무역과 충돌이 일어난다. 즉, FTA의 일반원칙인 직접운송원칙을 충족시키기 위하여 무역행위를 하게 되면, 자연스럽게 원산지증명서 상의 수출자는 실제 물건을 선적하여 보내는 FTA 체약국에 존재하는 사람이 되지만, 인보이스상의 수출자는 수입자와 계약을 체결한 제3국에 위치한 사람이 되므로 둘이 일치하지 않는 상황이 발생하게 되는 것이다.

그렇다면 인보이스는 미국에 있는 본사에서 발행되고 물품의 생산국 및 선적국은 태국 등 다른 나라일 경우의 거래에서는 FTA를 적용하지 못할 것인가? 만약 그렇다면



세계 무역의 한 형태로 굳건히 자리 잡고 있는 거래형식일 뿐만 아니라 우리나라 대외무역법에서도 인정하고 있는 방식의 무역 방식을 하지 말거나 FTA를 활용하지 못하도록 방지하는 것과 마찬가지일 것이다.

그래서 협정마다 조금씩 그 적용방법이 다르긴 하지만 이러한 거래형태를 인정하여 FTA를 활용하게끔 하고 있다. 다시 말해 제3국에서 인보이스가 발행됨으로써 인보이스에 적힌 물품과 실제 원산지증명서 상에 기입된 물품의 동일성이 확인되면 원산지로 인정을 해주고 협정세율을 적용하고 있는 것이다.

실제 적용을 하기 위해서 유의할 점은 한·아세안 FTA에서는 원산지증명서 제13번 항의 ‘Third Country Invoicing’에 체크를 하고 제7번 항에 제3국 발행 인보이스 발행 국가명, 상호와 주소를 기입하여야 하는 반면, 한·인도 FTA에서는 원산지증명서 제14번 항의 ‘Third Country Invoicing’에 체크를 하고 같은 항에 제3국 발행 인보이스 발행 국가명, 상호를 기입하여야 한다.

한·칠레 FTA와 한·페루 FTA에서는 원산지증명서 각각 제9번과 제5번 ‘Remark’항에 제3국 발행 인보이스의 작성자 이름, 회사명, 주소를 기재한다는 점에서 한·아세안 FTA 등과 다르다.

기타 한·미 FTA 등에 있어서는 협정문에서 따로 규정된 바가 없으므로 원산지증명서 상에는 따로 표기할 필요는 없지만, 수입국 세관 당국에서 요청할 것을 대비하여 FTA 적용신청 시 제3국 인보이스가 발행되는 거래관계 증빙자료를 잘 준비해 둔다면 문제없이 FTA 적용을 할 수 있다.

직접운송의 예외적 경우
환적 외 추가 행위 없으면 인정,
방식은 협정마다 달라

직접운송의 경우 물론 예외는 있다. 비원산지국을 경유하더라도 환적 등 운송에 필요한 작업 외에 추가 행위가 이루어지지 않은 경우에 한하여 일정조건 하에서 특혜를 인정하고 있다. 역내 무역 및 운송업 이용을 촉진함으로써 역내 국가의 배타적 이익을 극대화하고, 운송경로 복잡화에 따른 제3국 물품의 역내산 둔갑을 방지하기 위하여 본 원칙을 두고 있다.

그런데 같은 직접운송원칙이라 하더라도 경우에 따라 적용방식이 다르다. 한·EU FTA, 한·아세안 FTA 등에서는 수출자가 발송한 물품이 비원산지국을 경유하지 않고 수입자에게 직접적으로 운송될 것을 요구하고 있다. 예외적으로 운송 중 비원산지국에서 환적 등의 단순경우 행위만 이루어져야지만 비당사국을 경유하는 운송이 인정되는 비교적 엄격한 기준을 채택하고 있다. 반면 한·미 FTA, 한·칠레 FTA에서는 직접운송 요건이 따로 없고 ‘환적’에 대한 요건만 정의하여 그 요건을 대폭 완화했다.

전자의 것을 유라시아형이라고 하고 후자의 것을 아메리카형이라고 칭한다. 두 유형에 있어서의 실무적 차이는 전자의 경우 운송 과정이 단순히 경유하는 것이 아니라 어느 나라로 갈지 알 수 없는 상황이라면, 단순경우 특례 대상이 될 수 없다. 후자의 경우는 수출 당시 수입당사국을 최종목적지로 반드시 발송될 필요는 없고 수입자가 정해지지 않은 상태에서 수출당사국에서 수출하여 비당사국 보세구역에 장치하였다가 구매자가 나타나면 그때 비로소 계약하여 수입당사국으로 운송하는 경우에도 특혜대상이 될 수 있다.





속담으로 풀어보는 사후검증 준비 3단계 원산지 확실해도 형식 요건 틀리면 안 돼

글 손시영 뮤추얼 스탠다드 이사(공인회계사/세무사)

FTA 관련 강의가 많아지던 2009년, 강의를 마치면 꼭 한 두 명의 수강생들이 다가왔다. 강의를 잘 들었다는 인사로 시작한 그들의 이야기는 마지막에 거의 같은 이야기로 모아지곤 했다. 우리 회사에서 만드는 제품은 아무리 봐도 한국산일 것 같고, 수출도 많지 않은 중소기업인데 과연 검증을 받을 가능성이 있겠느냐는 것이었다. 전문인력이 부족한 중소기업에서 복잡한 규정을 적용하여 원산지를 판정하고 서류를 만들어 보관하는 부담이 만만치 않을 테니 검증 위험이 없다면 좀 쉬운 길로 가고 싶은 것이 그 분들의 마음이었으리라 생각한다.

그래도 원칙은 원칙이라는 말을 하며 뒤돌아서는 나 역시도 중소기업에까지 검증을 받을 일이 얼마나 될까 하는 생각을 했지만 최근의 추세를 보면 기업의 규모와 상관없이 정말 많은 검증이 진행되고 있으니 그 때 그 분들도 이제는 그런 생각을 하지 않으리라 생각된다. 다행히 이제는 FTA에 대한 기업들의 이해도가 높아지고 있어 예전과 같은 질문을 받지는 않지만 아직도 FTA를 적용하는 데 있어 중요한 부분을 간과하는 경우를 많이 볼 수 있다. 원산지 검증 대응이나 FTA 컨설팅을 하며 여러 기업을 보며 느낀 점 중 세 가지 사항을 이야기하려 한다.

1

첫 단추를 잘 뛰어라

품목별기준에 앞서
일반기준부터 제대로 확인하라



가장 먼저 짚어볼 부분은 바로 일반기준이다. 얼마 전 한 기업으로부터 원산지 사후검증에 대비하여 사전에 점검을 해달라는 컨설팅 의뢰를 받아 회사를 방문했다. 회사는 부가가치기준과 세번변경기준을 적용하기 위해 많은 노력을 들여 전문인력, 근거자료와 판정체계를 구축했고, 이를 확인받고자 하는 상황이었다. 하지만 몇 번의 질문만으로 그 회사는 FTA 적용을 받기 어렵다는 점을 발견했다. 그 이유는 회사의 생산공장이 개성공단에 위치하고 있다는 점이었다. 바로 일반기준 중 역내가공원칙을 위반한 것이다.

일반기준은 품목별기준을 적용하기 위한 전제조건이다. 즉, 일반기준을 충족하지 못하면 품목별기준(세번변경기준, 부가가치기준, 가공공정기준)을 아무리 만족한다고 하더라도 FTA 규정에 따른 역내산 적용을 받을 수가 없다. 그럼에도 많은 기업들은 HS코드에 따른 품목별기준을 찾아서 세번이 바뀌는지, 부가가치가 어느 정도인지를 계산하는 데 거의 모든 노력을 쏟고 있다. 일반기준은 한번만 제대로 확인해보면 계속 적용할 수 있다. 회사의 생산기지가 이전하거나 생산공정이 크게 바뀌는 등 회사의 프로세스가 크게 바뀌지 않는 한 일반기준은 한번만 따져보아도 충분하다. 별 것 아닌 것 같은 한 번의 확인이 큰 오류를 방지할 수 있다.

2

아는 길도 물어서 가라

HS코드는 관세사 등 전문기관에 반드시 확인하라



두번째는 HS코드에 대한 부분이다. HS코드는 품목별기준을 적용함에 있어 가장 중요한 정보다. HS코드에 따라 품목별기준이 달라지고 세번변경기준에 따라 판정하는 기초 자료가 된다. 즉, HS코드가 잘못 적용되면 아무리 많은 노력을 기울여도 모두 수포로 돌아갈 수 있는 것이다. 그런데 아직도 많은 기업들이 HS코드를 확인함에 있어 너무 안일하게 생각하는 경향이 있는 것을 심심치 않게 볼 수 있다. 실제로 A기업은 새로 개발한 제품의 HS코드를 이전에 생산하던 유사한 제품과 동일하게 적용해서 수출했다가 원산지 검증 과정에서 오류 사실을 발견했다. 이로 인해 양허관세 적용을 배제당하고 벌금까지 내야 하는 처벌을 받았다.

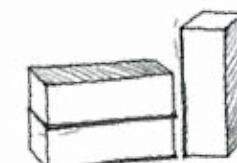
기업체에 방문해 FTA 담당자와 이야기를 나누면서 HS코드를 부여한 방법을 들어보면 너무도 용감한 그들의 선택에 놀랄 때가 한 두 번이 아니다. 거래 고객사로부터 받은 HS코드를 그대로 사용하거나, 수입면장에 있는 HS코드가 당연히 맞다고 생각하는 경우가 바로 그런 예다. 상대방이 알려준 것이니 본인에게는 책임이 없는 것 아니냐는 질문을 하기도 한다. 또는 HS코드 편람 등을 보고 담당자가 가장 그럴법한 것을 찾아서 아무런 확인도 없이 사용하기도 한다. 사실 HS코드를 부여하는 업무는 물품을 바라보는 시각에 따라 결과에 차이가 생기기도 한다. 따라서 같은 물품의 공급자와 구매자가 다른 번호를 부여하는 일도 종종 일어난다. 그러나 주의할 점은 HS코드와 관련된 모든 책임은 결국 그 HS코드를 사용한 기업에게 귀속된다는 점이다.

HS코드는 전문가인 관세사에게 확인받는 것이 확실하다. 더 나아가 관세평가분류원을 통해 확인 받는 것이 가장 좋은 방법이다. 시간과 비용이 소요된다 하더라도 HS코드를 부여하는 것은 절대 가볍게 넘기지 마시라는 당부를 꼭 드리고 싶다.

3

모난 돌이 정 맞는다

요건 어긋난 원산지증명서는
검증의 대상이 된다



원산지검증에 관한 강의를 할 때면 많은 분들이 다음과 같은 질문을 한다. “그런 준비도 좋지만 원산지 검증을 안 받는 것이 상책일 텐데 어떻게 하면 검증 대상에 선정되지 않을 수 있느냐”는 것이다. 각 국가마다 검증 대상 거래를 선정하는 방식이 다르겠지만 공통적으로 적용되는 것은 바로 ‘이상한’ 원산지증명서다.

이상하다는 것은 형식상 요건에 어긋나게 작성된 원산지서류라는 것이다. 원산지검증 대상에 선정된 증명서들을 보면 형식상 요건을 위배한 것들이 많다. 원산지 인증수출자 번호를 기재하지 않거나, 판정일과 상업송장 인보 이스 발행일이 다른데도 별도 기재하지 않는 것, ISO 국가표시를 잘못하거나 각종 약어의 사용에 있어 오류를 범하는 것, 심지어는 협정에 정해진 원산지증명서 양식을 임의로 수정하는 것들이 그 예다.

모난 돌이 정을 맞는다는 속담이 있듯이 잘못된 증명서는 아무래도 한 번 더 눈이 가게 마련이다. 열심히 노력해서 FTA를 적용받았는데 단순한 서류 오류로 괜한 오해를 사서 검증을 받아야 하는 수고를 들일 필요는 없을 것이다. 원산지 증명서 자율발급 대상 협정 국가에 수출하고 있다면 협정문 부록에 수록되어 있는 원산지증명서 기재 방법을 한 번쯤은 제대로 확인하시기 바란다.

알기 쉬운
원산지증명서
작성 따라잡기

원산지증명서 작성, 이것만 알면 끝!

FTA 협정에서 규정한 원산지결정기준을 충족했더라도 원산지증명서가 없으면 관세 인하 혜택을 받을 수 없다. FTA 협정세율을 적용받기 위해서는 반드시 협정에서 정한 원산지증명서(Certificate of Origin, C/O)를 구비해 선적서류들(Shipping Documents)과 함께 보내야 한다. 원산지증명서는 크게 기관발급과 자율발급이 있는데, 방식은 협정별로 상이하다.

FTA별 원산지 증명 방식 비교

구분	칠레	싱가포르	EFTA	아세안	인도	EU	페루	미국	터키
발급 방식	자율발급	기관발급	자율발급	기관발급	기관발급	자율발급	기관(5년)+자율발급	자율발급	자율발급
발급 주체	수출자	세관, 상공회의소, 자유무역관리원	수출자	세관, 상공회의소	수출자	세관·상공회의소(기관)+수출자(자율)	수출자, 생산자, 수입자	수출자	
서식	양국 간 통일 증명 서식	양국 간 각자 증명서식	송품장 신고방식	통일 증명서식	송품장 신고방식	통일 증명서식(기관) 또는 송품장 신고방식(기관)	양국 간 자율 증명서식	송품장 신고방식	
유효 기간	2년	1년	1년	6개월	1년	1년	4년	1년	
사용 언어	영어 사용 원칙			유럽 당사국 언어 및 한글	영어 사용 원칙	영어, 한글(요구시 번역본 제출)	영어 사용 원칙		
사용 회수	1회 사용 원칙 (다만, 한·미 FTA의 경우 증명일로부터 12개월 이내의 포괄증명 가능)								

*한·EU FTA는 건당 수출금액이 6,000유로 초과인 경우 원산지인증수출자만 발급 가능. 한·페루 FTA는 협정발호 이후 5년 동안 기관발급을 원칙으로 하되, 인증수출자 또는 미화 2천 달러 이하 수출자는 자율발급 가능. 발효 5년 이후(2016년부터) 모두 자율발급 방식으로 전환될 예정.

원산지증명서와 함께 필요한 서류들

서명카드

원산지증명서 작성 전 원산지증명서를 발급하고 관리하기 위한 서명권자를 지정하고 서명카드에 기재해야 한다. 이는 자율발급, 기관발급 모두 동일하다. 한 번 서명권자로 지정된 경우 이후 서명권자가 변경되지 않는 한 발급된 원산지증명서 상의 발급자는 서명권자와 동일해야 한다.

작성대장/발급대장

원산지증명서를 작성(자율발급) 또는 발급(기관발급)한 경우 반드시 작성대장(자율발급 시) 또는 발급대장(기관발급 시)에 기재해야 한다. 원산지증명서 서명카드와 작성대장/발급대장 작성은 원산지증명서 작성에 필요한 의무사항으로 사후검증을 위해 반드시 관리해야 하는 서류다. 원산지증명서 서명카드 및 작성대장/발급대장은 FTA무역종합지원센터 웹사이트(www.okfta.or.kr)의 '자료실→법령 및 서식→서식(탭)'에서 내려 받을 수 있다.

FTA 활용의 핵심은 원산지증명서 작성이다. 실제 수출입에서 원산지증명서 작성은 매우 간단한 과정이므로 겁을 먹을 필요는 없다. 물론 HS코드 확인부터 원산지결정기준을 만족하는지에 대한 절차적 정당성을 갖추는 사전 작업이 필요하고, 사후검증을 대비해 증빙서류들을 작성·보관하는 것이 필수다. 그렇지만 원산지증명서를 작성할 수만 있다면 FTA 활용의 절반 이상은 이룬 셈이다. 글 이민선 관세사

자율발급

한·EU FTA/한·EFTA FTA/한·터키 FTA

자율발급의 가장 간단한 예가 한·EU FTA다. 가장 간단한 이유는 별도의 서식이 존재하지 않고 협정에서 규정한 문구를 상업송장 또는 다른 상업서류 하단 공란의 적당한 곳에 기재하면 되기 때문이다. 문구는 다음과 같다.

The exporter of the products covered by this document declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of Korea preferential origin.

※해석: 이 서류에 제시된 제품의 수출자는 별다른 명시가 없는 한 이 물품들이 한국 원산지임을 밝힙니다.

단, 건당 수출금액이 6,000유로 초과인 경우 원산지인증수출자 인증번호를 적어야 한다. 이 경우 문구는 다음과 같다.

The exporter of the products covered by this document(customs authorization No. 012-34-567890) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of Korea preferential origin.

한·EFTA FTA, 한·터키 FTA도 한·EU FTA와 기재 방식은 동일하다. 단, 한·EFTA FTA, 한·터키 FTA에는 원산지인증수출자 제도가 없으므로 6,000유로 이상 수출의 경우라 하더라도 원산지인증수출자 인증번호를 기재할 필요는 없다. 그러나 원산지인증수출자 인증번호가 있다면 적어도 무방하다. 추가로 위 문구와 함께 시간·장소를 적고 서명을 하면 되는데, 인보이스 자체에 시간·장소·서명이 기재되어 있으므로 대개 생략하게 된다. 대개 인보이스의 서명권자는 대표이사 서명을 하는 경우가 많으나, 이를 위해 서명카드에 실무자와 대표이사 등 복수의 서명권자를 지정하는 사례가 많다.

대부분의 FTA 협정에서는 영어 사용을 원칙으로 하고 있으나, 한·EU FTA에서는 EU 회원 당사국의 언어도 사용이 가능하다. 그러나 대부분의 인보이스가 영어로 작성되다 보니 대개 협정 적용 문구도 영어를 사용하는 것이 일반적이다.

한·EU FTA 협정관세의 소급 적용

한·EU FTA에서 협정관세는 EU 현지에서 2년(대부분의 협정은 1년) 이내 소급적용이 가능하다. 따라서 인보이스 발급 시 원산지인증수출자 인증을 갖추지 못해 원산지신고문안을 작성하지 못했다 하더라도 추후에 원산지신고문안이 작성된 인보이스 등을 발급해 상대국 세관에 제출하면 협정관세를 적용받을 수 있다. 이 경우 ①기존의 인보이스와 발급번호가 다른 원산지신고문안을 기재한 새로운 인보이스 등을 추가발행하는 방법과 ②기존의 인보이스 등에 원산지신고문안을 추가 기재한 수정된 인보이스를 발행하는 방법이 있다. ②의 경우 협정 적용 문구 하단에 인보이스 날짜와는 별도의 원산지신고문안 작성일자를 기재해야 한다.

A sample commercial invoice form is shown, divided into sections for Shipment/Exporter, Consignee, Description of Goods, and Total Amount. A red dashed box highlights the section for 'Description of Goods' and 'Total Amount', which contains the text: 'The exporter of the products covered by this document declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of Korea preferential origin. No. 012-34-567890'.

▲한·EU FTA 원산지증명서는 별도의 서식이 존재하지 않고 협정에서 규정한 문구를 상업송장 (또는 다른 상업서류) 하단 공란의 적당한 곳에 기재하면 된다.

한·미 FTA

한·미 FTA에서의 원산지증명서는 말 그대로 자율이어서 어떤 형식을 사용해도 무방하다. 단 협정문에서 규정한 8가지 필수 항목이 기재되어야 한다.

한·미 FTA 원산지증명서 필수항목(협정문 제6.15조 2항)

- ①증명인의 성명(필요한 경우 연락처 또는 그 밖의 신원 확인 정보 포함) ②상품의 수입자(아는 경우에 한함)
- ③상품의 수출자(생산자와 다른 경우에 한함) ④상품의 생산자(아는 경우에 한함) ⑤물품의 HS품목번호 및 품명 ⑥상품이 원산지 상품임을 증명하는 정보 ⑦증명일자 ⑧증명서 유효기간(포괄증명의 경우)

통일서식이 없고 완전히 자율이다 보니 실무자 입장에서는 당황하게 되고 오히려 작성에 부담을 느낄 수 있다. 따라서 국내 관세청에서는 한·미 FTA 원산지증명서 권고서식을 제공하고 있다. 권고서식이 익숙하게 활용되다 보니 국내 수입자가 미국의 수출자에게 권고서식을 보내 작성토록 하는 경우도 빈번하다. 권고서식은 어디까지나 권고사항이므로 반드시 사용하지 않아도 되지만, 한국 및 미국 세관 담당자의 입장에서 통일된 서식을 볼 수 있도록 편의를 제공하는 의미가 있다.

포괄증명을 할 경우 원산지증명대상물품내역(5번 항목)에서 수량을 기재하지 않아도 된다. 또한 견별 발급일 경우 특이사항(6번 항목)란에 인보이스 발급번호를 표시해 주는 것이 좋다. 원산지증명서 상의 수출품과 실제 수출품은 동일해야 하는 것이 원칙인데, 인보이스 발급번호를 적어서 이를 확실하게 하자는 것이다.

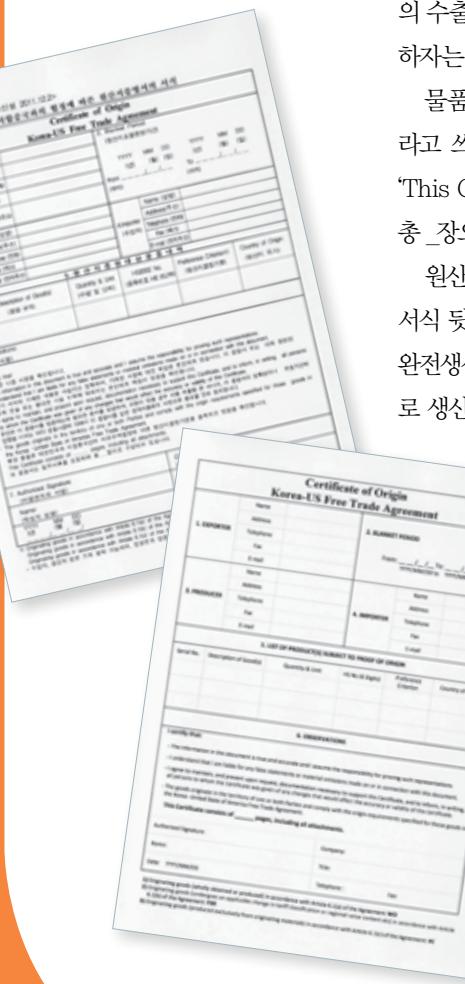
물품내역에 기재할 물품의 갯수가 많아서 간이 부족할 경우는 5번 항목에 'See attached sheet(s)'라고 쓰고, 별도의 품목리스트를 뒷면에 첨부하면 된다. 이 때 6번 항목과 7번 항복 사이 문구 중 'This Certificate consists of _ pages, including all attachments(이 증명서는 첨부서류를 포함해 총 _장으로 구성되어 있습니다.)'의 빈 칸에 총 몇 페이지인지를 써 넣으면 된다.

원산지증명대상물품내역(5번 항목)의 원산지결정기준을 어떻게 써야 하는가도 문의가 많은데, 권고서식 뒷면의 작성법(Instruction on Complete Certificate of Origin)에 따르면 WO(Wholly Obtained: 완전생산기준)/PSR(Product Specific Rule: 품목별기준)/PE(Produced Exclusively: 100% 역내산 재료로 생산)의 세 가지로 표기하게 되어 있다. 농산물처럼 국내 재배된 제품은 WO가 되지만, 공산품의 경우 대부분 PSR이 될 가능성이 크다. PE의 경우 한국에서 공산품을 100% 국내산 재료로 만들기는 거의 불가능에 가깝기 때문에 PE를 쓸 경우 세관의 의심을 살 가능성이 있다. PSR의 경우 'PSR'을 적은 뒤 (CC)·(CTH)·(CTSH)·(RVC) 등의 원산지결정 기준을 간략히 표시하는 것이 좋다.

수입자에게 생산자를 알리고 싶지 않은 경우가 있을 것이다(수입자는 생산자와 직접 거래하려고 할 것이므로). 이 경우 수출자가 정확히 기재되어 있다면 앞서 언급한 필수 기재항목 중 생산자(3번 항목)를 반드시 적을 필요는 없다. 또 생산자를 굳이 숨길 필요는 없지만 생산자가 2개 업체 이상일 경우 적을 곳이 없으므로 빈 칸으로 두어도 무방하다.

주의할 사항은 한·미 FTA 협상 당시 HS 2002년 버전을 사용했는데, 현재 개정된 2012년 버전과 다른 경우 HS 2012년 버전을 적되 2002년 버전을 별도로 표시해 주어야 한다. (예시: 리튬이온배터리 8507.60(HS2012), 8507.80(HS2002))

▼한·미 FTA 원산지증명서는 정해진 서식이 없으나, 일반적으로 관세청이 제공하는 권고서식을 사용하고 있다. 아래는 권고서식 국문본과 영문본.

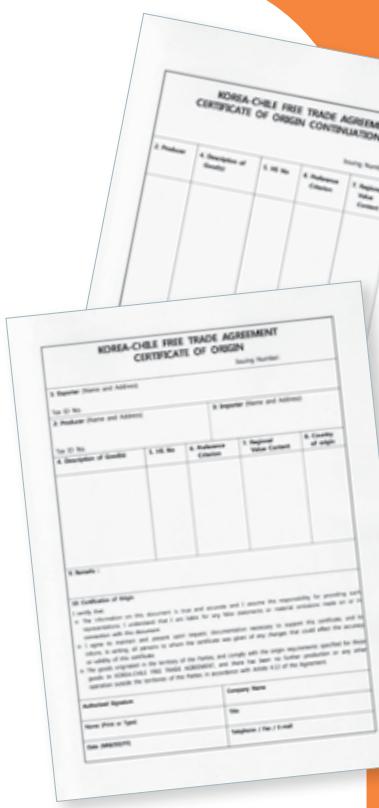


한·칠레 FTA

한·칠레 FTA 원산지증명서는 자율발급이지만 통일서식이 존재한다. 따라서 서식의 항목을 모두 기재해야 한다. 다만 생산자를 밝히고 싶지 않은 경우에는 생산자 항목에 'Available to Customs upon request(세관 요청 시 제출)'라고 기재하면 된다. 즉, 수입자에게는 생산자를 알리지 않되, 상대국 세관이 요청하면 입증하겠다는 의미다.

기관발급

기관발급의 경우 발급주체가 관세청 또는 상공회의소(상의)이다 보니 발급기관에서 요구하는 기재사항을 적고 소명서류를 첨부해 신청하면 된다. 관세청 또는 상의(무역인증서비스센터) 웹사이트에서 온라인 신청이 가능하고, 직접 세관 또는 상의를 방문해 신청할 수 있다. 관세청 원산지증명서는 UNIPASS에서 수출통관시스템에 접속해 작성할 수 있다. 기관증명의 경우 '납세자의 성실성 추정' 원칙에 따라 제출 서류는 일단 진실된 것으로 간주한다. 발급기관 또한 비밀 업수의 의무를 법률로 규정하고 있다. 세관 또는 상의의 승인을 받으면 원산지증명서를 출력할 수 있는데, 주의할 점은 원본은 인장 등의 색상 때문에 컬러 출력을 해야 하며, 1부만 출력이 가능하다. 따라서 여러 직원이 공동으로 사용하는 프린터에서 출력 명령을 내린 후 종이걸림이나 프린터 오류가 날 경우 원산지증명서 재발급신청을 해야 한다. 사본은 흑백 출력이 가능하며 여러 장 출력이 가능하다.



▲한·칠레 FTA 원산지증명서는 자율발급 방식이지만, 규정된 서식이 있다.

한·싱가포르 FTA

2006년 한·싱가포르 FTA가 발효되었으나 싱가포르가 회원국으로 포함된 아세안과 한국의 FTA가 2007년 6월 발효되면서 현재는 싱가포르와의 무역 시 필요한 경우 한·싱가포르 FTA의 원산지증명서보다는 한·아세안 FTA 원산지증명서를 대부분 사용하고 있다. 다만 특정 품목의 경우 한·싱가포르 FTA의 원산지증명서가 사용되기도 한다. 가끔 싱가포르와의 무역 시 원산지증명서를 요구받을 때 무심코 한·싱가포르 FTA 원산지증명서를 발급하는 경우가 있는데, 한·싱가포르 FTA 원산지증명서로 한·아세안 FTA 협정세율을 적용받을 수는 없으므로, 적용하는 협정이 한·싱가포르 FTA인지 한·아세안 FTA인지 확인하는 주의가 요구된다.

한·페루 FTA

한·페루 FTA(2011년 8월 발효)에서는 발효 이후 5년 동안 기관발급과 자율발급을 혼용한다. 원산지인증수출자일 경우는 자율발급을 하고 원산지인증수출자가 아닌 경우 2,000달러(USD) 이하 수출자는 자율발급, 2,000달러 초과 수출자는 기관발급이다.

한·아세안 FTA

한·아세안 FTA 원산지증명서 13번란에는 'Third Country Invoicing/Exhibition/Back to Back C/O'를 표시하는 란이 있다. 'Third Country Invoicing'은 3자무역에서 수출자(인보이스 작성자)와 생산자(원산지증명서 작성자)가 다를 경우 표시하는 곳이다. 이 항목을 표시할 경우 제3국에서 발행되는 인보이스 발급번호 및 업체명, 주소, 국가명을 적어야 한다. 'Exhibition'은 말 그대로 전시용품을 말한다. 'Back to Back C/O'는 연결원산지증명서 또는 재수출원산지증명서를 뜻하는데, 예를 들어 아세안 회원국인 말레이시아에서 생산된 반제품이 한국을 거쳐 싱가포르로 수출될 경우 중간 경유국인 한국에서 최초 수출국인 말레이시아의 원산지증명서 원본을 근거로 표시하여 발급하는 원산지증명서이다. ▲



▲한·싱가포르 FTA, 한·페루 FTA, 한·아세안 FTA의 원산지증명서는 기관발급 방식이다.

Q&A

원산지증명서에 대한 궁금증들

한·EU FTA 원산지증명서는 영어뿐만 아니라 회원 당시국 언어로도 가능하다고 하는데, 반드시 당시국 언어를 사용해야 하나요?

한·EU FTA의 원산지증명서는 상업서류(인보이스 등)에 협정 적용 문구만 적으면 되는데, 대부분의 인보이스가 영어로 작성되어 있기 때문에 원산지증명서 문구도 대개는 영어로 작성하는 것이 일반적입니다. 그러나 당시국 언어로 적혀 있다고 해도 규정에 어긋나지는 않습니다. 참고로 한국이 맺은 다른 FTA에서는 영어 사용을 원칙으로 하고 있으며, 한·미 FTA에서는 한글 작성도 무방하되 미국 세관이 요청할 경우 번역본을 제출해야 합니다. 그러나 미국 세관이 의심을 갖고 추가 서류를 요청하는 것을 되도록 피하려면 영어로 작성하는 것이 좋습니다.

세관에서 발급받은 한·아세안 FTA 원산지증명서가 반려되었습니다. 이유가 무엇일까요?

기관증명이라고 하더라도 수입국 세관에서 반려되는 사례가 생기는데, 한·아세안 FTA 원산지증명서의 경우 이면이 있을 경우 반드시 이면을 인쇄해야 원본으로 인정되어 관세특혜를 인정받을 수 있으며, 앞면의 위쪽과 뒷면의 위쪽에 일치하지 않으면 반려되기도 합니다.

원산지증명서와 함께 원산지증명 내역을 모두 보내야 하나요?

모든 협정에서 세관 수입신고 시 협정관세 적용을 위해 원산지증명서만 필요로 하고, 증빙 내역은 사후검증 시에만 제출하면 됩니다. 따라서 수출 시 수입자에게 원산지 판정 내용을 일일이 알려줄 필요는 없습니다. 다만 사후검증 시 수입자가 증빙 자료를 요구하는 경우가 있습니다. 이 때 원가정보 등 수입자가 알면 곤란한 정보가 포함될 경우 상대국 세관에 직접 제출을 하도록 사전에 수출계약서에 명기하는 것이 좋습니다.

자율발급 원산지증명서 서식은 어디서 구할 수 있나요?

한·EU FTA/한·EFTA FTA/한·터키 FTA는 자율발급으로 별도 서식이 없고 상업송장(commercial invoice) 또는 다른 상업서류에 협정을 적용하겠다는 규정 문구를 기재하기만 하면 됩니다. 한·미 FTA는 자율발급으로 규정된 서식은 없고 8가지 필수 기재항목을 자유롭게 작성하면 되지만, 실무 편의를 위해 관세청에서 권고서식을 만들었습니다. 한·칠레 FTA는 방식은 자율발급이나 규정된 통일서식을 사용합니다. 한·미 FTA의 권고서식과 한·칠레 FTA의 통일서식은 FTA무역종합지원센터 웹사이트(www.okfta.or.kr)의 '자료실→법령 및 서식→서식'에서 내려 받을 수 있습니다. 또한 원산지증명서 서명카드 및 작성대장/발급대장 서식도 여기서 내려 받을 수 있습니다.

한·EU FTA 원산지증명서 작성 시 협정 적용 문구는 상업서류(인보이스 등)의 어디에 적어야 하나요?

대개는 물품내역 적는 란 하단의 서명란 바로 위 적당한 곳에 기재되는 경우가 많습니다.

한·EFTA FTA의 원산지신고서 샘플을 보니 원산지인증수출자 번호를 적었는데, 반드시 이를 적어야 하나요?

한·EU FTA/한·EFTA FTA/한·터키 FTA의 원산지증명 방식이 동일하다 보니 동일한 샘플을 사용해 혼란을 주는 경우가 있습니다. 원산지인증수출자 번호는 한·EU FTA 협정을 활용해 건당 6,000유로 초과 수출자만 적을 의무가 있습니다. 한·EFTA FTA, 한·터키 FTA의 원산지증명서에는 원산지인증수출자 번호를 반드시 적을 필요는 없습니다. 그러나 원산지인증수출자 인증을 받았다면 인증번호를 적는 것이 상대국 세관에 믿음을 줄 수 있겠죠.

한·미 FTA 원산지증명서에서 원산지포괄기관은 작성자가 임의로 기간을 지정해도 되는지요?

한·미 FTA의 원산지증명서에서는 동일 물품이 반복적으로 수출되는 경우 원산지포괄증명기간(2번 항목)을 최대 1년까지 기재할 수 있습니다. 이 때 포괄증명기간은 원산지 증명일(7번 항목 서명란의 날짜)로부터 작성되어야 합니다. 포괄증명기간은 수출자가 1년 이내에 마음대로 정할 수 있지만, 수입자가 포괄증명을 원치 않을 수도 있으므로 수입자와 상의해 기간을 정하는 것이 좋습니다. 환율이나 원재료 가격의 변동으로 부가기차기준 등 원산지결정기준에 영향을 미칠 수 있다 보니 정확성을 위해 수입자가 견별 발급을 원하는 경우 있습니다.

원산지확인서 제3자 확인 시범사업 업무협약 체결

연말까지 도내 100개 협력사에 무료 서비스

산업통상자원부, 경기도, 경기도경제단체연합회 3개 기관은 지난 8월 27일 수출협력업체의 FTA 원산지확인서 발급부담 완화를 위해 제3자 확인 시범사업을 실시하기로 합의하고, 업무협약을 체결했다. 산업부와 경기도는 재정·행정적 지원을 하고, 경기FTA활용지원센터 주관으로 연말까지 도내 100여 개 협력사에게 원산지확인서 제3자 확인 서비스를 제공할 계획이다. 글 김보람 기자 사진 한국경제신문

그간 수출업계에서는 권위 있는 기관의 원산지확인서 제3자 확인 필요성이 꾸준히 제기되어 왔다. 협력사는 FTA로 인한 직접혜택은 없는 반면, 원산지확인서의 적합성 검증을 이유로 한 수출자의 과도한 정보요구에 대한 거부감과 영업비밀 유출 우려로 발급에 소극적이었다. 또한, 높은 수준의 전문성과 노력이 요구되는 원산지 관리 업무에 필요한 전문직원의 부족과 업무증가·비용 부담 등도 원인이다.

반면, 수출자는 협력사가 근거 서류에 대한 정확한 검토와 판단 없이 발급하는 확인서의 신뢰성에 대한 의심으로 추가적인 증빙자료를 요구하는 경향이 있었다. 이는 원산지 사후검증 시 잘못 작성된 원산지확인서로 인한 추징금과 수출기업의 대외 신인도 저하 등에 대한 우려 때문이다.

시범사업 결과 분석 후 전국 확대 검토 예정

원산지확인서 제3자 확인이란 공신력과 전문성을 갖춘 제3의 기관(경기FTA활용지원센터)이 협력사가 수출자에게 제공하는 원산지확인서의 정확성을 검토·확인하는 것으로, 확인기관(전문관세사)이 요청 기업의 원산지 확인서와 근거 서류를 검토해 원산지 판정이 적합하게 이루어졌다는 기관 명의의 확인결과서를 무료로 발급하게 된다.

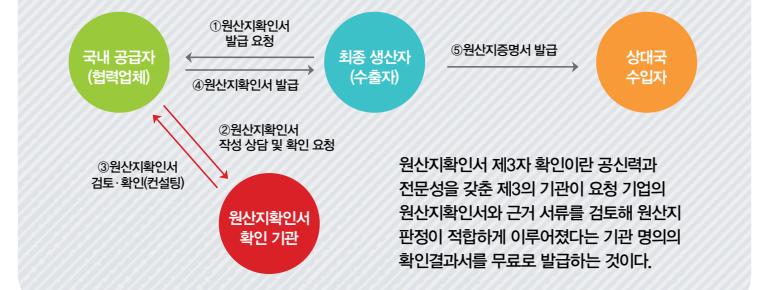
원산지확인서 유통 과정에서 제3의 전문기관이 보증(단, 법적증명이 아닌 확인기관의 공신력과 전문성에 기반한 사실상의 증명)함으로써 원산지확인서에 대한 대내외적 신뢰도를 제고할 수 있는 효과가 있다. 협력사는 전문가의 도움으로 보다 정확한 원산지 판정이 가능해지고, 이에 따라 수출자의 과도한 검증 요구가 완화될 것으로 기대되며, 수출자는 수출품에 대한 원산지 판정의 불



확실성 감소로 원산지 사후검증에 대한 리스크 관리가 가능해질 것으로 기대된다.

권평오 산업부 무역투자실장은 협약식 후 간담회에서 “제3자 확인 사업이 잘 정착되어 중소협력업체의 원산지 관리에 실질적 도움이 되기를 바라며, 정부도 제도 개선 등을 위해 적극 노력하겠다”고 얘기했다. 향후 정부는 이번 시범사업 실시결과를 분석하고 개선방안을 마련해, 제3자 확인서비스를 전국으로 확대하는 방안을 검토할 계획이다. ■

원산지확인서 제3자 확인 제도 개념도



인도 경제와 비즈니스 관행

시간 두고 꾸준히 공들이면 기회 열린다

우리와 인도는 서로를 얼마나 이해하고 있을까? 아마도 대부분의 사람들은 관심이 아예 없거나 적을 것이다. 하지만 2000년대 이후 인도시장 규모가 커지고 경제성장 속도가 빠르게 진행됨에 따라 많은 기업들과 투자가로부터 관심을 받고 있다. 이곳 인도인들도 마찬가지로 우리나라에 관심이 적고 이해도 높지 못하다. 그러나 2010년도 한·인도 CEPA가 체결된 이후 양국간 무역이 확대되고, 비즈니스 동반자로서 서로 간 이해를 높여가고 있다.

글 김용찬 KOTRA 인도 룸바이 무역관장 사진 한국경제신문



인도의 경제규모는 세계 11위이지만 구매력평가(PPP) 기준으로는 세계 4위를 차지하는 큰 시장이다. 빈부격차가 심한 편이지만 1990년대 이후 경제성장으로 하류층 인구는 크게 줄고, 중류층 인구는 증가하는 추세다. 이에 따라 소비패턴도 변화되어 과거 생활필수품 위주 소비에서 가전 등 내구재 소비 증가 등의 변화를 보이고 있다. 이러한 변화에 편승해 한국의 LG전자, 삼성전자가 점유율 1, 2위를 다투고 있으며, 한국기업의 휴대폰, 에어컨, TV, 냉장고

등이 현지 소비자로부터 높은 인기를 끌고 있다. 한편, 현대자동차 마루티스즈끼 자동차에 이어 시장점유율 2위를 기록하면서 성공신화를 써내려가고 있다.

세계에서 가장 사업하기 어려운 시장

인도는 현지 한국 상사주재원들의 평가에 따르면 사업하기 가장 어려운 시장이라고 한다. 실제 세계은행에서 조사한 바에도, 비즈니스하기 쉬운 나라 순위에서 132위로 하위권에 머무르고 있다. 하지만 인도는 잠재적 시

2010년도 한·인도 CEPA가 체결된 이후 양국의 무역이 확대되고, 비즈니스 동반자로서 서로 간 이해를 높여가고 있다. 사진은 인도 뉴델리 전자상가 네흘마켓 모습.



장가치가 높으므로 반드시 공략해야 할 시장으로 어렵다고 포기하기에는 너무 아까운 시장이다. 따라서 비즈니스 관행과 거래 시 유의할 사항, 품목별 사업 정보 등을 잘 파악하여 성공적인 비즈니스가 되도록 노력하여야 한다.

인도의 지배계급(카스트) 단계에 상인(바이시)이 명시되어 있듯이 인도 비즈니스맨들은 전통적으로 상업적 활동에 매우 익숙해 있고 부를 축적하는 것을 명예로 생각한다. 이들의 협상기술은 매우 뛰어나, 꼬질기게 가격인하를 요구하고, 서두르지 않고 충분한 시간을 가지고 협상에 임한다. 협상을 갑자기 지연시키기도 하고, 상세한 제품 정보를 요구하기도 하며, 최종 성약단계에서 다시 한 번 가격을 네go(negotiation)하는 등 현재의 이익을 실현하기에 최선을 다한다.

따라서 계약은 철저히 문서화하도록 하고, 문서가 아닌 구두약속은 신뢰를 해서는 안 된다. 계약내용에 대해 철저하게 의무를 따지고, 중요서류는 보관을 철저히 하여 향후 분쟁에 대비하는 것이 좋다. 의사결정권이 최상위권자에 집중되어 있으므로 중소기업의 경우에는 실무진과의 합의보다는 오너의 승인여부를 확인해야 한다. 계급의식이 뚜렷하여 실무진이 현지 사장과 상담이 어려우므로 계약을 성사시키기 위해서는 임원급 이상이 상담에 참가하는 것이 좋다. 인도인들은 정보공개에 관대한 편이므로, 회사의 매출액, 경쟁사동향 등을 직접 물어보아도 무방하다.

정부의 인허가 재량권한이 크고, 부패 문화가 만연해 있으며, 행정 절차가 불투명하고, 정책 변경도 자주 일어날 수 있으므로, 중소기업의 경우 현지에 직접 판매거점을 보유하는 것은 신중을 기해서 추진하여야 한다. 또한, 현지 법원에 해결을 기다리고 있는 소송이 3,000만 건이나 돼 분쟁해 결에 5~10년의 오랜 시간이 소요되므로, 중요한 계약은 합의사항을 명확히 하고, 분쟁 시 중재조항도 명시하는 것이 좋다.

수출 시에 서류미비나 사소한 실수를 빌미로 대금을 지불하지 않는 사례가 많고 정상적인 수출의 경우에도 통관지연 등 문제가 발생할 가능

성이 높으므로 이를 감안하여야 한다. 여러번 거래가 이뤄져 신뢰가 형성된 경우에도 결제조건에서 외상은 피하고 L/C(letter of credit: 신용장)나 T/T(telegraphic transfer: 전신환)로 하는 것이 좋다. 규모가 큰 대기업그룹이라고 해도 외상거래 후 장기간 결제를 회피하거나 지불하지 않는 경향이 있으니 조심해야 한다.

‘노 프라블럼’ 그대로 믿다간 낭패

인도인들은 시간을 잘 지키는 것을 좋아하지만 스스로는 실천하지 않는다. 약속이 언제든지 바뀔 가능성이 있다는 것을 염두에 두고, 제 2, 3의 스케줄도 준비해 두어야 한다. 방문 상담 시에는 현지의 종교적 공휴일을 잘 체크하여 이 시기를 피해야 한다. 인도인들은 사업 약속보다는 가족에 대한 의무를 우선시하는 경향이 있다. 인도인들은 면전에서 드러내놓고 반대 표시를 하는 것을 싫어하는 경향이 있다. 대화 중 고개를 살살 흔드는 것은 부정의 의미가 아니라 잘 알아듣고 있다는 의미로 받아들여야 한다. 종교에 대한 논쟁은 피해야 하고, 파키스탄에 대해서는 좋지 않은 감정을 가지고 있으므로 이에 대한 주제는 피하는 것이 좋다.

또한 인도인들은 체면을 중시하므로 직접적인 거절이나 충돌은 피하는 경향이 있어 “다음에 논의하자”, “회사에 확인해 보겠다”로 대답하면 “노(No)”라는 의미다. 또한 “노 프라블럼(No Problem)”이라는 말을 즐겨 사용하는데 이를 곧 이곧대로 해석해서는 안된다. “검토해 보겠다” 정도의 낮은 수준의 긍정으로 받아들이는 것이 좋다. 우스갯소리로 인도인들의 “노 프라블럼”에는 9가지 문제가 있다는 이야기도 있다.

인도 비즈니스맨들은 우리 제품과 중국제품을 자주 비교하면서 가격을 낮추도록 요구한다. 하지만 여기에 마냥 응할 수 없기 때문에 생산성, 제품교환주기, 애프터서비스 등 최종적으로 어떤 제품을 선택하는 것이 유리하며, 가격적으로도 우리 제품이 더 우수하다는 논리를 갖춰 그들을 설득하는 것이 필요하다. ■



알기 쉬운 FTA – FTA의 소비자혜택

소비자물가 낮아지고, 선택의 폭 넓어져

흔히들 FTA의 경제적 영향을 논할 때 생산자 입장만 고려하는 경향이 있다. 따라서 한·미 FTA나 한·칠레 FTA를 추진할 때도 많은 사람들은 자동차나 전자제품을 생산하는 대기업에만 이익이 돌아간다며 반대했다. 그러나 대다수의 국민들이 간과하고 있는 중요한 FTA의 이익이 있다. 바로 FTA가 소비자들에게 가져다주는 혜택이다. FTA는 다양한 경로를 통해 소비자들의 후생을 증진시키는데 크게 기여한다.

글 이경희 신세계그룹 미래정책연구소 수석연구원(국제경제학 박사)

01

관세 인하로 인한 수입가격 인하

FTA의 소비자 혜택은 어떤 것들이 있을까. 첫째, FTA를 체결하면 상대국과 교역되는 품목에 부과되던 관세가 철폐되어 수입품 가격이 하락한다. 한·미 FTA 발효로 우리나라가 미국으로부터 수입하는 품목의 80.5%에 해당하는 9,061개 품목에 대한 관세가 즉시철폐되었다. FTA 체결 이전에 부과되었던 미국상품에 대한 관세(제리 24%, 포도주스 45%, 와인 15%, 의류 13%, 가방류 8%)가 FTA 발효와 더불어 없어진 것이다. 덕분에 일반 소비자들은 이러한 미국산 수입품을 더 저렴한 가격에 소비할 수 있게 되었다. 또한 한·EU FTA 덕분에 유럽산 냉동삼겹살, 와인, 아이스크림 등에 대한 관세가 철폐되어 국내 시장에서 이러한 상품이 더 저렴하게 판매되고 있다. 이처럼 수입품 가격이 하락할 경우 소비자들은 동일한 급여수준으로 더 많은 상품을 구매할 수 있게 되어 실질소득이 증가한다.

02

수입품 간 가격 인하 경쟁 촉진

둘째, FTA는 수입선별화를 통해 수입품 간 경쟁을 심화시켜 국내 수입가격을 하락시킨다. 국내 시장에서 수입품들 간에 경쟁이 치열할 때는 수입품 가격이 하락하고 반대로 경쟁강도가 낮아질 때는 가격이 오르는 경향이 있다. 지난 2003년 미국산 쇠고기의 검역문제로 미국산 쇠고기 수입이 금지된 기간 동안 경쟁상품인 호주산 쇠고기의 수입가격이 상승한 사례가 있다. 2003년 당시 킬로그램 당 3.1달러 하던 호주산 쇠고기는 미국산 쇠고기의 수입금지로 경쟁이 느슨해지자 킬로그램 당 4.2달러로 인상되었다. 또한 칠레산 와인은 한·미 FTA와 한·EU FTA 이후 국내 와인시장에서 미국산, 이탈리아산, 프랑스산 와인과 경쟁이 치열해지자 가격이 인하됐다.

03

상품 종류가 늘어나 소비자 선택권 증진

셋째, FTA 체결은 소비자들이 선택할 수 있는 상품의 종류를 증가시킴으로써 소비자들의 후생을 증진시킨다. 정부가 다양한 국가와 FTA를 체결하게 되면 가격이 저렴하고 품질이 좋은 제품이 해외로부터 많이 수입되고 이러한 상품과 경쟁하기 위해 국내 생산자들은 새로운 제품을 출시하고 품질 향상과 가격인하를 위해 더욱 노력하게 된다. 이 경우 소비자들이 선택할 수 있는 가격, 품질 및 디자인 범위가 광범위하게 확대됨에 따라 소비자들의 구매 만족도가 증가하게 된다. 예를 들면 과거에는 고소득층만 즐겼던 와인을 이제는 일반 서민들도 다양한 종류와 가격대에서 구매에 맞게 선택하여 구입할 수 있다. 또한 다양한 수입차들이 수입됨에 따라 소비자가 선택할 수 있는 자동차의 종류가 크게 증가하였다.

04

수입품과의 경쟁을 통한 국산품의 가격·품질 향상

마지막으로, FTA는 장기적으로 국산품의 가격을 떨어뜨리고 품질을 향상시켜 소비자들에게 이익을 가져다준다. FTA로 다양한 수입품이 국내시장에 들어오게 되면, 국내기업들은 수입품과의 경쟁에서 살아남기 위해 지속적으로 혁신노력을 기울이게 된다. 수입품과의 가격경쟁에서 살아남기 위해 원가를 절감하고 새로운 생산 공정을 개발하는 한편, 품질경쟁에서 뒤지지 않기 위해 좋은 원료를 사용하고 디자인 등에도 더욱 신경 쓰게 된다. 소비자들은 FTA 체결 이전에 비해 품질이 더욱 향상된 제품을 더 저렴한 가격에 구입할 수 있는 기회가 증가하게 되는 것이다.

FTA의 소비자 혜택, 네 가지

개방 수위가 높을수록 물가수준 낮아

한마디로 FTA는 소비자물을 인하시키고 소비자 선택의 폭을 증가시킴으로써 직간접적으로 소비자들에게 상당한 이익을 가져다준다. 한·미 FTA만 하더라도 단기적으로 약 1조 6000억 원에 달하는 소비자 이익을 제공할 것으로 추정된다. 또한 빌효 이후 10~15년 동안 생산성 증대까지 고려할 경우 약 20조 원에 달하는 소비자 이익을 가져다 줄 것으로 예상된다. 장기 후생효과는 값싼 수입품과의 경쟁에서 살아남기 위한 국내기업의 생산성 증대 노력을 감안한 수치이다.

FTA의 소비자 혜택을 뒷받침하는 또 다른 연구가 있다. 헤리티지재단의 155개국 개방지수와 IMF 인플레이션 지수를 토대로 통계분석을 한 결과 개방순위가 높을수록 물가수준이 낮은 것으로 확인되었다. 또한 개방도가 낮은 품목(농축산물)에 비해 개방도가 높은 품목(스낵류, 오렌지주스 등)의 가격 수준이 낮은 것으로 나타났다. 한·칠레 FTA는

FTA 체결을 통해 국내 물가를 크게 안정시킨 성공적인 사례를 보여준다. 1991년부터 1995년까지 칠레의 연평균 소비자물가 상승률은 7.42%였으나, 칠레가 FTA를 적극적으로 추진한 결과 2001년부터 2005년간 연평균 소비자물가 상승률은 2.72%로 크게 낮아졌다.

이러한 FTA의 소비자 혜택은 서비스업에도 동일하게 나타날 수 있다. 상품과 마찬가지로 FTA를 체결하면 서비스 분야에서도 가격이 인하되고 소비자 선택의 폭이 넓어지며 서비스 이용 편의가 증대된다. 한·미 FTA 체결로 인해 미국 금융시장에서 적용되는 금융상품이나 미국법에 대한 자문서비스, 미국회계 자문서비스 등 보다 폭넓은 서비스 선택권이 국내 소비자들에게도 제공된다. 또한 방송서비스 시장도 일부 개방되어 방송채널이 다양해지고 다채로운 해외 방송콘텐츠를 국내 소비자들도 향유할 수 있게 된다.

FTA NEWS

정리 김보람 기자
사진 산업통상자원부, 한국경제신문

01



제1회 한·중 유통산업 협력 서밋 개최

“FTA 활용 애로 지속적으로 마련할 것”

지난 8월 29일 김재홍 산업통상자원부 제1차관 주재로 11개 관계부처 및 12개 유관기관이 참여하는 민관합동 협의체인 ‘제4차 FTA 활용촉진협의회’가 개최됐다. 이 자리에서는 △1380콜센터 온·오프라인 통합 창구 운영(온라인 상담 고도화) △원산지확인서 제3자 확인 제도(33페이지 참조) △FTA 사후검증 동향 및 대응방안 등이 논의됐다.

‘인터넷 포털 ‘FTA 1380’ 운영계획’ 보고에서는 현재 운영 중인 통합콜센터 ‘FTA 1380’을 인터넷 상으로도 확대 운영해 기업의 애로를 통합적으로 해소키로 했다. 이를 통해 인터넷 상에서 신속하고, 전문적인 상담을 제공하고 유관기관의 FTA 지원사업을 통합공지해 수요자의 편의성을 높이기로 했다. 또한 모바일 서비스도 제공해 접근성을 확대하고, 상대국의 시장정보 등 유용한 정보를 연계하여 제공할 계획이다.

관세청은 ‘사후검증 동향 및 대응방안’ 보고 후 FTA 활용과 검증은 동전의 양면과 같아 FTA 활용이 높을수록 원산지 검증 위험도가 증가하므로 기업이 철저히 대비할 수 있도록 지원해 나갈 것”이라며 “미국, EU 등의 사후검증에 대응할 수 있도록 검증 절차 등에 대한 설명회를 실시하는 한편, 자가검증 툴 제공 등 하반기 기업의 사후검증역량 강화에 집중해 나갈 방침”이라고 밝혔다. 이 자리에서 김재홍 차관은 “FTA 활용촉진협의회를 통해 중소기업의 FTA 활용 애로 해소를 위한 세부방안을 지속적으로 마련하고 기업현장에서 제대로 작동되는지 지속 점검해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

02



한·중 FTA 협상 수산업계 간담회 개최

해양수산부(장관 윤진숙)는 한·중 FTA 협상에 대한 수산업계 의견을 수렴하기 위해, 8월 27일 수협중앙회 대회의실에서 간담회를 개최했다. 이번 간담회는 지난 5월부터 통영, 목포, 제주 등 전국 주요수산도시에서 7차례에 걸쳐 개최된 ‘한·중 FTA 현장 설명회’에서 제기된 어업인들의 의견과 요구사항을 심도 있게 검토해 향후 협상 전략 및 국내대책에 반영하기 위해 마련되었다. 이 자리에서는 이종구 수협중앙회장을 비롯해 생산, 유통·가공 및 수출입 등 분야별 대표 10여 명이 참석해 한·중 FTA 협상에 대한 정보를 공유하고, 거제자는 시장개방 압력에 대응하기 위한 우리 수산업의 경쟁력 강화 방안을 모색했다. 해양수산부는 한·중 FTA 협상에 대한 이해관계인과의 협업 및 소통을 강화하기 위하여 앞으로도 부산, 인천 등 현장 순회설명회를 지속적으로 개최하여 현장의 목소리를 협상에 적극 담아 나갈 계획이다.

제1회 한·중 유통산업 협력 서밋 개최

제조업 있는 한·중 협력의 2단계는 유통산업

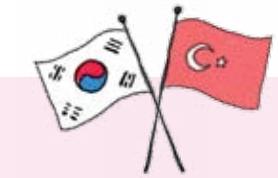
지난 8월 22일 삼성동 코엑스 인터컨티넨탈 호텔에서 열린 제1회 한·중 유통산업 협력 서밋은 양국의 유통업체들이 대거 참석해 FTA로 열릴 새로운 시장의 기회를 탐색하고 협력을 도모하는 자리가 되었다. 축사를 맡은 안현호 한국무역협회 부회장은 “지난 1992년 한·중 수교 이후 20년 넘게 양국의 산업협력은 상상할 수 없을 정도로 커졌다. 양국의 협력은 지금까지의 투자·수출에 초점을 맞췄다면 이제 한·중 FTA를 맞아 소비와 균형을 모색해야 할 때다. 그 핵심은 유통이다”라고 발언했다. 이어 장밍(姜明) 중국상업협회 부회장은 “양국 간 FTA 체결을 통해 산업·유통 분야에서 더 많은 발전을 도모하게 될 것을 믿어 의심치 않는다”고 말했다.



첫 발제를 맡은 송저(宋則) 중국사회과학원 재경전략연구원 연구원은 “머지않아 중국이 세계에서 손꼽히는 거대한 소비시장이 될 것을 대비해 한·중 양국은 상품교역을 계속 확대하면서 서비스 교역을 더욱 확대해야 한다”며 유통협력을 강조했다. 이어 정연승 단국대학교 경영학부 교수는 “양국의 제조·유통기업들의 상호 진출로 상품과 서비스의 다변화가 이뤄질 것으로 예상되며, 이를 충족할 수 있는 쇼핑 서비스와 인프라의 구축이 촉진될 것으로 보인다”고 전망했다.

04

한·터키 FTA 서비스·투자협정 제4차 협상 개최



한·터키 FTA 서비스·투자협정 제4차 협상이 8월 21~22일 터키 앙카라에서 개최됐다. 우리측은 산업통상자원부 김명준 FTA 서비스부 차관장을 수석대표로 기획재정부, 미래창조과학부, 문화체육관광부, 국토교통부 등 관계부처가 참석했고, 터키측은 경제부 아피치(Murat Yapiç) EU국장을 수석대표로 재무부, 문화관광부, 외교부, 금융감독원, 금융위원회, 중앙은행 등 관계부처가 참석했다. 금번 협상에서 양측은 서비스·투자협정 문안의 기본구조에 합의하고, 주요 쟁점들을 논의했다. 양국은 차기 회의부터 서비스 시장과 투자 분야 개방을 위한 양해안 협상을 금년 11월 중 서울에서 개최 예정인 제5차 협상에서 논의를 시작하기로 합의했다.

한·터키 FTA는 기본협정과 이에 부속된 상품무역협정, 여타 협정(서비스·투자협정 등)으로 구성되어 기본협정 및 상품 분야는 우선 타결, 올해 5월 1일 발효됐다. 서비스·투자 분야 협상은 2011년 3월 제3차 협상 후 중단돼, 상품무역협정 발효 후 협상을 재개하여 1년 내 타결 목표에 합의한 바 있다. 한·터키 FTA는 터기로서는 최초로 상품·서비스·투자 분야 등을 포함하는 포괄적 FTA를 체결하게 되는 것으로서, 서비스·투자협정 체결 시 한·터키 양국 간 경제협력관계가 더욱 심화될 것으로 기대된다.

한·중·일 FTA 제2차 협상 개최



한·중·일 FTA 제2차 협상이 7월 30일~8월 2일 간 중국 상하이에서 개최됐다. 이번 협상에는 우리측은 우태희 산업통상자원부 통상교섭실장을, 중국측은 위치엔화(俞建華) 상무부 부부장을, 일본은 야스마사 나가미네(長嶺安政) 외무성 경제담당 외무심의관을 수석대표로 한 각국 대표단이 참석했다. 금번 제2차 협상에서는 제1차 협상에서 채택된 협상운영세칙(TOR: Terms of Reference)을 기초로 양허방식 및 협상범위 등 주요 쟁점들을 위주로 논의했다. 그 결과 상품·서비스·경쟁·총칙 분야에서 작업반 회의(WG: Working Group)와 지자권·전자상거래 분야의 전문가 대화(ED: Expert Dialogue)를 개최했다. 특히 상품분야에서는 양해안 작성방식, 품목군별 분류 및 처리방안, 통계 교환 등에 대한 논의를 진행했다. 한·중·일 FTA는 아직 협상 초기여서 협상의 틀과 쟁점사항 등을 구체화하는 과정에 있다. 제3차 협상은 11~12월 경 일본에서 개최될 예정이며, 구체적인 일정은 3국 간 추후 협의하기로 했다.

중국 내 한류를 돌아본다

한류 스타에 대한 호감이 한국 제품으로 이어져

한류의 시작은 중국이었다. 1997년 드라마 '별은 내 가슴에'는 한류 스타 안재욱을 낳았고 이는 곧 다방면의 문화 영역에 침투했다. 한류의 바람을 타고 한국 제품의 판매도 급증했다. 현지에 맞춘 마케팅과 고품질이 중국 소비자들에게 크게 어필하며 프리미엄 제품이라는 인식을 주기도 했다. 하지만 한류의 인기가 언제까지나 보장되지 않는다. 지금 중국 내 한류를 짚었다.

글 양충모 객원기자 사진 한국경제신문



중국은 한류의 진원지다. 한·중 수교 이듬해인 1993년, 드라마 '질투' '여명의 눈동자'가 지역방송을 통해 방영되며 한국 문화가 중국에 정식으로 알려졌고 1997년에 '사랑이 뭐길래'가 외국 드라마 사상 최초로 시청률 1위 (16.6%)를 기록하며 광풍의 조짐을 알렸다. 다음 해인 1998년은 '별은 내 가슴에' '해바리기' '안녕 내 사랑' 등의 드라마가 방영되며 최초의 한류 스타인 안재욱이 탄생한 해다. '한류(韓流)'라는 단어가 중국어 사전에 등재되며 본격 확산된 것도 이 무렵이다.

드라마가 불을 지핀 한류의 열기는 다양한 장르로 퍼져나갔는데 N.R.G, 베이비복스, H.O.T 등 아이돌 그룹의 성공을 우선 꼽을 수 있다. 이들 그룹은 이전까지

중화권에서 보기 힘들었던 파워풀한 랩과 역동적인 댄스를 선보이며 중화권의 젊은층에게 신선한 충격을 줬고, 사회적 현상으로 대두되기도 했다.

스타 한류에서 '먹고, 입고, 마시는' 생활 한류로 발전

중국인들의 한류 스타에 대한 동경과 관심은 더 나아가 이들을 닮고 싶다는 심리로 발전했다. 이것은 이들이 입고(패션), 바르고(화장품), 먹는(식품) 것에 대한 소비로 이어지며 국내에 중국 대륙을 '도전해볼만한 곳'으로 인식시키는 계기가 됐다. 실제로 중국인들도 '먹고, 입고, 마시는' 한국 상품을 가장 많이 접했다. 한국무역협회 국제무역연구원의 조사에 따르면 '어떤 한국 상품

을 구입해보았는가'라는 질문에 화장품(18.4%), 의류(18.3%), 가공식품(17.3%)이 각각 1~3위로 꼽혔다.

대표적인 상품이 바나나맛 우유다. 바나나맛 우유는 드라마 '옥탑방 왕세자' 등 한국 드라마에 자주 등장하며 2008년 처음 중국 수출길이 열린 이래 중국에서 가장 인기 있는 한국 음료가 됐다. 특히 중국에서 큰 인기를 끌고 있는 배우 이민호가 바나나맛 우유의 광고 모델로 발탁되면서 최근 2년간 중국에서 바나나맛 우유의 매출액이 크게 증가했다. 한창 때는 상하이의 편의점 로손, 패밀리마트 등에서는 없어서 못 팔았을 정도. 빙그레의 경우 작년 중국 수출물량이 전년대비 10배 가까이 늘어나면서 대중 수출액이 100억 원을 넘길 것으로 예상하고 있다.

한류 드라마 속 꽃미남 배우들의 영향으로 남성 화장품 수요도 늘어나고 있다. 드라마를 시청하는 대다수는 여성이지만 여성 시청자들이 한류 드라마에 등장하는 꽃미남을 보며 남자친구나 남편에게 화장품을 선물하는 경우가 늘고 있는 것이다. 남성

화장품 시장은 성장 잠재력이 높아 한국 화장품 기업의 타깃이 되고 있기도 하다. 웃지 못 할 사례도 있다. 드라마 '신사의 품격'에서 극 중 주인공인 김하늘과 장동건이



중국인들의 한류 스타에 대한 동경과 관심은 더 나아가 이들을 닮고 싶다는 심리로 발전했다. 이것은 이들이 입고(패션), 바르고(화장품), 먹는(식품) 것에 대한 소비로 이어지며 국내에 중국 대륙을 '도전해볼만한 곳'으로 인식시키는 계기가 됐다.

큰 액정의 직사각형 디자인 휴대전화를 누르며 각종 기능을 사용하는 모습이 자주 노출됐는데 이 제품이 중국 시청자의 눈길을 끌었다. 하지만 이 드라마에 등장한 휴대폰은 LG 웹티머스 Vu로 당시에는 출시되지 않은 모델. 다수 중국 소비자들이 이 제품을 갤럭시 노트 라인의 제품으로 오해해 도리어 갤럭시 제품이 수혜를 보기도 했다.

국내 기업뿐만 아니라 중국 기업도 한류를 이용하며 크게 성과를 보고 있기도 하다. 중국 스마트폰 제조사인 OPPO는 류상욱, 사회 등의 한류 스타들을 모델로 채용해 '음악' 휴대전화라는 이미지를 구성해 마케팅을 진행했다. 여기에 모기업인 부부가오의 유통망을 활용한 판매점 구축 등이 주효해 2013년 6월 기준 중국산 스마트폰시장 점유율을 9.4%까지 끌어올리며 3위를 차지했다.

질적 경쟁력 강화 필요해

중국 내 한류의 인기가 지속되리라는 보장은 없다. 특히 그간 한류를 충분히 접한 중국 동부 지역을 중심으로 다소 주축인하고 있는 것이 아니냐는 견해가 많다. 질 높은 콘텐츠와 문화·정서적 공감대에 힘입어 강세를 보여 온 한류가 콘텐츠의 질적 하락과 다양성 부재 등으로 하향세를 보이는 것이 아니냐는 문제 제기다. 실제로 드라마의 경우 고소득층, 고학력층 일수록 미국 및 일본 드라마를 더 선호한다는 조사 결과도 있다. 이들은 한류 제품의 주요 소비자다. 여기에 TV 황금시간대인 오후 7~10시대 외국 방송 금지, 외국 드라마 방송시간 제한 등 한류에 대한 중국 당국의 규제까지 엄격해졌다. 문화 콘텐츠로서의 한류의 위기는 수출에 악영향을 줄 뿐만 아니라 거대 소비 시장 공략의 무기를 잃는 것에 다름 아니다.

중국에서 한류의 영향을 지속시키기 위해서는 한류 콘텐츠의 질적 경쟁력 강화를 우선 제고할 필요가 있다. 이는 한류 상품도 마찬가지다. 다기능 고품질 제품을 통한 차별화로 중국 소비자의 마음을 사로잡지 않으면 안 된다. 이와 함께 일방적 문화 전파가 아닌 상호 교류를 위해 한류(韓流)와 한풍(漢風)의 균형을 맞추는 지혜도 필요하다. ■



한류 최고 히트 상품의 전략은?
'고품질+현지 마케팅'
효과 톡톡

현재까지 중국에서 가장 히트한 한류 상품은 뭐니뭐니해도 오리온의 초코파이이다. 지난 2012년 한 해에만 50억 개가 팔렸으며 이는 13억 중국인이 4개 씩 먹은 셈이다. 초코파이는 2012년 오리온의 중국 매출 1조 원 달성을 일등공신이기도 하다. 덕분에 오리온은 삼성전자, 현대자동차 등 대기업과 함께 중국 시장 1조 클럽에 가입했다. 국내 식품업계에선 오리온이 유일하다. 성공의 바탕에는 현지에 맞춘 마케팅 전략이 주효했다. 오리온은 영어식 사명을 좋은 친구라는 뜻의 '하오리우(好麗友)'라는 중국식 이름으로 변경했다. 오리온의 다른 이름인 동양제과를 한자 그대로 쓸 수 있었지만, 중국에서 동양은 제국주의로 물들었던 2차 대전 시기의 일본을 상징하기 때문에 동양이란 이름을 버리고 새로운 이름을 지은 것이다. 또한 국내에선 '정(情)'으로 통했던 부제 또한 '어질 인(仁)'으로 변경했다. 중국에서 '情'이 남녀 간의 애정을 뜻하기 때문에, 현지에서 중히 여기는 '仁'으로 대체한 것이다.

2013년 상반기 커피원두 수입대상국 상위 10위 8% 관세 인하되며 수입 증가

이진원 기자



한국의 커피 수입량이 감소하고 있는 가운데, FTA 관세 인하 폭이 큰 커피원두는 수입량이 점차 늘고 있는 것으로 나타났다. 최근 커피(생두·원두·조제품 전체) 수입량은 10만7,000t(2008년), 10만5,000t(2009년), 11만7,000t(2010년), 13만t(2011년), 11만5,000t(2012년)으로 2011년을 정점으로 지난해부터 감소세에 들어섰다. 반면 커피원두(생두를 뺀 것)는 4,500t(2010년), 5,400t(2011년), 5,400t(2012년)으로 꾸준히 증가하고 있다. 올해 상반기 커피원두 수입량은 2,900t으로 전년 동기(2,600t)보다 11.3% 증가했다. 같은 기간 커피 전체 수입량은 1.3% 감소했다.

커피생두의 경우 한국의 수입관세는 2%(기준관세율)로 FTA를 맺은 국가와는 대부분 관세가 철폐됐다. 커피원두의 수입관세는 비교적 높은 8%(기준관세율)로, FTA 발효 이후 단계적으로 인하되고 있다. 한국과의 FTA를 일찍 발효한 국가인 칠레, 싱가포르, 아세안은 5년간 균등철폐를 통해 이미 수입 시 협정관세율 0%다. EFTA와는 올해 2.2% 세율로, 2016년부터 0% 세율이 된다(10년 균등철폐). EU로부터의 수입관세는 올해 4.0%로 2016년 7월 1일부터 0% 세율이 적용된다(6단계 균등철폐). 페루의 경우 올해 3.2%로 2015년부터 0% 세율이다(5단계 균등철폐).

한편 한국의 커피원두 수입국 1위인 미국으로부터의 수입관세는 현재 4.8%로 5단계 균등철폐를 통해 2016년부터 0% 세율이 적용된다. 올 상반기 미국으로부터의 원두 수입량은 1,462t으로 원두 수입량의 49.9%다. 2위는 535t을 수입한 이탈리아로 18.3%를 차지했다. 3위는 일본으로 225t(7.7%), 4위는 169t을 수입한 스위스(5.8%), 5위는 157t을 수입한 말레이시아(5.3%)였다. 현재 커피원두 수입 상위 10개국 중 일본(2위), 브라질(22위)을 제외한 8개 국가가 한국과 FTA를 맺은 상태다(단, 콜롬비아는 발효 전임). ■



Reader's Letters

독자의 소리

“기관별 FTA 활용지원제도 안내– 우리 회사에 맞는 FTA 활용지원제도, 뭐가 있을까? 참 알차게 읽었습니다. 기관별로 일목요연하게 정리해서 알려줘 많은 도움이 되었습니다. ‘함께하는 FTA’를 통해 FTA 활용과 관련, 대화의 폭이 넓어지는 것 같습니다. 배움의 즐거움이란 바로 이런 걸 두고 하는 말인가 봅니다.”

김종필(인천광역시 연수구 연수1동)

“FTA 즐기기를 통해 터키 비즈니스 필수상식에 대해 잘 배울 수 있었습니다. 터키의 지리적, 문화역사적, 민족적 특성을 고려한 장단점 분석 기사를 읽고 우리 기업들이 터키시장에 진출 시 유의점을 정확히 인식할 수 있으리라 생각됩니다. 동전의 양면과 같이 상대방의 서로 다른 특성을 잘 이해하여 글로벌 시장에서 성공하는 대한민국 기업들이 많이 탄생하길 바랍니다.”

조영민(경기도 의정부시 오목로)

“우리경제의 중국 의존도가 높아진 상황이다 보니 자연스럽게 ‘한·중 FTA’의 필요성과 과제’가 눈길을 끌었습니다. 한·중 FTA를 통해 관세와 비관세 철폐는 기존의 FTA보다 훨씬 큰 경제적 이익을 가져올 것이라고 예상할 수 있지만 경쟁력 갖춘 산업 중심의 구조조정에 대비해야 할 힘을 알았습니다.”

김정수(인천광역시 부평구 안남로)

“한·중 FTA는 중소기업들에게 한 단계 도약의 기회가 될 것”을 알고 대기업이 주축인 우리나라에서 우수한 기술력을 가진 중소기업에게 충분한 기회를 줘야 한다고 생각합니다. 특히 중소기업 기술을 개발·보호·활용해 대기업과 중소기업이 상생하여 발전하는 나라가 되었으면 합니다.”

안혜진(강원도 삼척시 원당동)

행복한
대한민국을 여는

정부 3.0

[개 방 · 공 유 · 소 통 · 협 力]

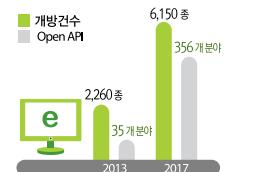
국민의 기대와 희망을 모아 새로운 변화를 시작합니다.
국민 한 분 한 분을 위해 특별한 내일을 준비합니다.
개인의 행복이 커질수록 함께 강해지는 새로운 대한민국
그 희망의 새 시대를 정부3.0이 함께 열어가겠습니다.



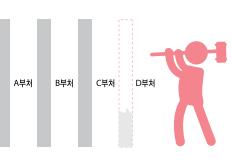
국민 모두가 행복해지는 정부3.0



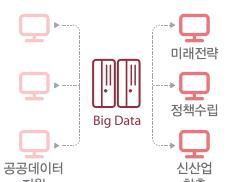
공공정보 공개확대로
「국민의 알권리」총족



국민의
정부정책
참여확대



정부 내
칸막이 제거로
통합적 행정서비스 제공



개인맞춤형 서비스 제공
정보 취약계층
서비스 접근 제고



정보 취약계층
서비스 접근 제고



공공데이터 민간활용으로
새로운 일자리창출

정보공유와 디지털협업으로
더 나은 행정서비스 제공

데이터에 기반한
과학적 행정구현

창업과 기업활동
지원 강화

새로운 정보기술을 활용한
맞춤형 서비스 제공

공유

협력

개방

소통

FTA 활용, 무엇이든 물어보세요!



전국 어디서나 FTA 콜센터 **1 3 8 0**

FTA 콜센터 1380에서는 중소기업의 FTA 활용 능력 향상과 경쟁력 강화를 위하여
전문기관 컨설팅, 정보제공, 교육 등의 다양한 서비스를 보다 빠르고 보다 편리하게 제공하고 있습니다.



▶ 정보제공

FTA 활용정보 통합제공
해외 전문가 초청 FTA 활용 비즈니스전략 정보 제공



▶ 교육 및 홍보

FTA 실무교육 제공 / 대기업 협력업체 맞춤식 교육프로그램 개발 운영
회사별 원산지관리시스템 Edu-suting(교육+컨설팅)



▶ 애로해소

FTA 활용 예로사항 해소 및 정책 건의 / 협정문 및 이행 관련법령 유권해석 지원
FTA 원산지 증명서 증빙서류의 간소화 및 표준화



▶ 컨설팅

FTA 활용 비즈니스 모델 컨설팅 / HS 품목분류, 인증수출자, 원산지증명 관리 컨설팅
FTA 원산지관리시스템 구축, 사후검증 대응 컨설팅