

중국 도매시장의 새로운 실험 B2R

리 웨이 CKGSB 경제학 교수 “유통시장에 혁명 가져올 것”

세계 최대의 도매시장으로 성장한 중국 저장성 이우시장이 새로운 실험에 나섰다. 중국 내 최고의 MBA로 평가 받는 CKGSB의 리 웨이 교수는 이우시장의 B2R(Business to Retail·제조업체와 소매상의 인터넷 거래)이 중국 도매 유통시장에 혁명을 가져올 것으로 평가했다. 유부혁 기자 yoo@hmgp.co.kr

“이 이우시장이 세계 최대 소비품 유통 시장이 된 것은 중국 경제의 기적입니다.” 2006년 시진핑 당시 저장성 당 서기가 한 말이다. 이우시는 저장성의 성도인 항저우 남쪽에 위치한 인구 123만 명의 소규모 도시에 불과하다. 이 작은 도시는 ‘전문시장’으로 인해 중국 내 가장 성공적인 도매시장으로 소개되고 있다. 또 발전단계와 함께 최근의 새로운 시도를 국내외 경제 학자들이 주목하고 있다.

포춘코리아는 이우시장 분석을 통해 중국 도매시장의 독특한 성공 사례 소개와 함께 새로운 시도들을 분석한다. 이를 위해 CKGSB의 리 웨이 교수를 서면 인터뷰했다. 세계은행 고문이기도 한 리 웨이 교수는 CKGSB 경제학 교수이자 사례연구센터 주임으로 최근 이우 지역의 B2R성장모델을 분석해 발표했다.

Q: 저장성은 경공업 중심으로 한 유통이 강점입니다. 전문시장이 형성된 배경이기도 할 텐데요. 저장성이 특히 경공업에 강점을 보이는 이유와 전문시장의 탄생 배경에 대해 말씀해 주십시오.

A: 저장성의 경공업 발달은 역사와 깊은 관련이 있습니다. 저장성은 대만 해협과 가까울 뿐만 아니라 경계 지역이기 때문에 1949년 이후 산업 지역으로 선정되지 않았던 곳입니다. 또 1949년부터 1979년까지는 내륙 지방에 산업 투자가 집중되어 투자를 많이 받지 못했죠. 이로 인해 농업을 주업으로 삼았던 저장성은 더욱 궁핍해졌습니다. 중국의 경제 개혁은 1970년 후반에서야 시작됐고, 비로소 저장성 사람들에게 새로운 기회가 왔습니다.



리웨이 교수는...

미국 미시간대학 경제학 박사, 미국 듀크대 경영대학원 교수
현 CKGSB 경제학 교수 겸 세계은행 고문

주요연구 분야: 전환경제학, 정치경제학, 이머징마켓 금융학, 실용경제학

저장성의 땅은 곡식을 경작하기에 알맞지 않았기 때문에, 소작농들은 생존을 위해 다른 일을 해야 했습니다. 대부분은 중국 전역을 돌아다니며 한 지역에서 제품을 값싸게 구입한 후 다른 지역에서 비싸게 되파는 식으로 이익을 취하는 개인상인이 되었습니다. 차익거래는 비시장 기반의 가격 결정으로 수익성이 높았습니다. 하지만 이런 차익거래는 불법이라 많은 사람들이 외부적으로 비난을 받거나 수감되기도 했습니다. 따라서 정부는 유통 시스템을 엄격히 관리했죠. 차익거래가 가로막힌 개인상인들은 소규모 민영기업들을 창업했어요. 더불어 노동집약적 산업이 발달하게 됐습니다. 지방정부는 지역마다 대표적인 제품을 집중적으로 생산하는 이른바 '일향일업(一鄉一業)' 경제를 육성했습니다. 저장성의 경제가 지역특화산업 중심으로 발전하게 된 것이죠.

경공업 제품을 생산하기 시작하자 지역 시장은 빠르게 도매 시장으로 바뀌기 시작했고 그 규모도 빠르게 성장했습니다. 지방 정부는 경공업의 성장이 지방 성장에 긍정적으로 작용함을 깨닫고 상인들을 보호하는 한편 시장 발전을 위한 인프라에 투자하기 시작했습니다. 이런 시

'전문시장'이라는 용어는 저장성의 시장들을 설명하기 위해 중국 학자들이 고안해 낸 말이다. 저장성에 소재한 각종 특정상품 도매시장을 '전문시장'으로 지칭한다.

도들은 저장성 내 정부와 기업 간의 관계를 돈독히 하는데 긍정적인 영향을 미쳤습니다.

한편 저장성 기업가들은 도매 유통 시장에서의 경쟁 심화가 영업 마진을 하락시킴을 깨닫게 됩니다. 제조업에서의 시장 경쟁이 치열해지자 수출 시장을 찾는 것이 가장 중요한 사안으로 떠올랐습니다. 그리고 민간 기업들과 지방 정부는 국내의 상인들을 위한 비즈니스 서비스 제공을 모색했습니다.

그중 이우시는 지방 정부가 나서 정부지배기업을 세우고 도매 시장 개선을 위한 투자에 집중했습니다. 시장을 관리하고 수출 시장을 위한 원스톱 구매 서비스를 제공하기 위해서였습니다. 도로 공사, 항만 진입로 건설, 국내 및 국제 바이어들을 위한 호텔 건설이 추진됐고 관세, 비자, 법무 등 국내외 교역을 활성화하기 위한 다양한 서

연간 거래액 100억 위안 이상의 저장성 전문시장

*는 2010년 통계

소재지	시장명	주요 취급품목	입주 점포/회사수	연간 거래액	인터넷 거래유무
	샤오산 강업성	철물, 건설자재, 식품, 식용유, 가구, 전기기계 등 15개 품목	3,400여 개	246억 위안	○
항저우	저장 샤오산 신스지 시장원구	자동차, 자동차 부품, 전동차, 자전거, 각종 철물 및 공구, 소방용품, 배관 파이프, 전기 및 전자기기, 건설재료 등	—	139억 위안	×
	항저우 윈허 철강재시장	건설 및 공업용 철강재	400개 이상	140억 위안	×
	항저우 청베이 금속재료시장	각종 철금속	600여 개	260억 위안	×
자싱	통상푸웬양모의 류시장	양모 등 단섬유, 의류	400개 이상	162억 위안	○
진화	이우 국제상무성	각종 소상공품	6만 5천 개	515억 위안	○
	융강 중국 경공업 방직성	각종 공구 및 기계	5,000여 개	439억 위안	○
사오싱	사오싱 중국 경공업 방직성	각종 화학섬유 원단	2만여 개	889억 위안	○
	사오싱 경공업 방직 제조 및 무역원구	와이셔츠, 폴리에스테르, 면 등 원단	2,500 / 1,200여 개	300억 위안	×
닝보	위야오 중국 플라스틱성	플라스틱 재료	1,930개	416억 위안	○
	닝보 중국 액체화학공업품 거래시장	메틸 알코올, 부틸 알코올, 다이메틸벤젠, 벤젠 등 21종	400여 개	293억 위안	○
후저우	후저우 쓰리중국아동복성	아동복, 아동신발, 완구	3,900여 개	100억 위안 이상*	○



비스가 제공됐습니다. 그 결과로 인터넷 기반 서비스를 통해 기업들의 비즈니스를 돕는 알리바바그룹(전 세계 온라인 전자상거래 1위 업체)이 이곳에서 탄생하게 됩니다. 이러한 과정을 통해 저장성은 중국에서 가장 부유하고, 가장 경쟁력 있는 경공업 지역으로 성장하게 되었습니다.

과거 저장성 당서기이기도 했던 시진핑 주석이 이우 지역에 상당히 관심을 가지고 있다고 알려져 있습니다. 이우 지역에 대한 중국의 정책적 지원을 소개해 주십시오. 그리고 한국 기업들이 이우 시장에 진출하기 위해선 어떤 점에 주목해야 할까요?

기업과 정부의 우호적인 관계는 저장성의 성장을 가능하게 한 중요한 요인입니다. 저장성은 시장 친화적으로 지방 정부가 매우 훌륭한 역할을 해냈지만 경제적인 측면에서는 제한적이었습니다. 경공업의 경쟁력은 보이지 않는 손에 의해 만들어졌고, 정부의 역할은 필요한 서비스 시설을 제공하고 투자 유치에 적절한 환경을 만드는 것이었습니다.

시진핑 주석이 당서기였을 때 이우 지역을 4번 정도 방문했습니다. 제 생각에 그는 보잘것없던 지역이 글로벌 상업의 중심지로 변한 것에 흥미를 느낀 것 같습니다.

이우 지역의 발전을 보며 우리가 배울 수 있는 점은 제

이우시장 전경. 세계 최대규모의 소상품 판매 시장으로 도시 전체가 10만여 개의 점포로 채워져 있다.

도적 혁신이 매우 중요하다는 것입니다. 다른 많은 지방 정부들이 상인들을 못마땅해할 때 저장성은 상인들을 보호하고자 했습니다. 중앙 정부의 정책을 어기지 않으면서 다른 지역의 시장을 선도한 것만으로도 시대를 앞서 가는 결정이었으며, 이는 흠 잡을 데 없는 해안이라고 볼 수 있습니다.

저장성 내 경공업 경쟁은 치열해지고 있으며 시장에 진입하는 누구나 이를 느낄 것입니다. 이러한 저장성 전문 시장의 성공은 다른 지역보다 더 높은 인건비와 임대료를 요구하지만 비즈니스를 위한 제반 비용은 반대로 다른 지역보다 낮은 편입니다.

이우시는 현재 수입을 장려하고 있습니다. 글로벌 기업들이 중국에서 제품을 판매하도록 장려함으로써 시장을 더욱 넓혀나가겠다는 생각입니다. 글로벌 기업들 역시 이우시장에서 제품을 구매하니까요. 그리고 이 정책은 한국을 비롯한 해외의 소규모 기업들이 중국 내에 물류 허브를 구축할 수 있는 좋은 기회가 될 것입니다.

이우시장을 도매 유통의 혁명적인 혁신으로 평가하던데 그 이유는 무엇입니까?

중국의 유통을 이해하면 알 수 있습니다. 우선 중국의 간접세는 판매가 아닌 생산을 기반으로 부과합니다. 즉 생산과 유통 단계에 이미 많은 세금을 거둬들입니다. 결과



적으로 중국 정부는 생산은 장려하는데 유통은 제한하는 형태를 가지게 된 거죠. 중국 내 제조품은 수입품보다 제조원가가 낮지만 복잡한 유통과 세 구조로 인해 결과적으로 판매가격은 수입품보다 비싼 경우가 많아요. 전통적으로 유통은 중국 경제에서 가장 취약한 연결 고리입니다.

미국에서는 대부분의 경우, 판매 시 간접세를 부과합니다. 그리고 제품들은 보통 2단계 이하의 유통과정을 거쳐 소비자에게 전달됩니다. 하지만 중국은 아직까지도 제품이 소비자에게 전달되기까지 세 번 이상의 유통 단계를 거치죠. 이는 두 가지 측면에서 비효율적입니다. 첫째, 여러 번 유통 마진이 붙으면서 소비자 가격이 생산 가격에 비해 크게 상승하게 됩니다. 둘째, 소비자와 생산자 간 유통 단계가 늘어날수록 정보 전달의 효율성이 떨어져 소비자의 요구에 가장 적합한 제품 개발에 필요한 사회적 비용을 증가시킵니다. 이우시장은 제조품과 상품거래가 동시에 발전했기 때문에 유통단계가 짧습니다. 게다가 지역 특화산업으로 인해 경공업이 세분화되고 전문화되어 있습니다. 국제무역과 인터넷 상거래 발달로 어떤 시장보다 거래가 활발하고요. 그리고 과거부터 유통에 대한 지방정부의 정책이 선진화 되어 있죠. 알리바바 그룹의 발전 역시 기업들의 비즈니스를 도왔고 그 과정에서 다른 큰 기업들도 생겨나게 됐습니다.

“이우시는 현재 수입을 장려하고 있습니다. 글로벌 기업들이 중국에서 제품을 판매하도록 장려함으로써 시장을 더욱 넓혀나가겠다는 생각입니다.”

중국 소비자들은 고품질, 브랜드 제품을 선호합니다. 내수 제품으로는 전문시장 성장에 한계가 있어 보입니다. 전문시장의 새로운 돌파구는 무엇입니까?

수출 시장을 발전시키려는 노력이 이러한 문제를 완화하는데 도움을 주고 있습니다. 중국 소비자 수요는 늘어나고, 수출 수요는 완화되면서 이우시장은 개혁을 필요로 하고 있습니다. 몇몇 기업들은 브랜드 구축에 투자하고 있는데, 흥미롭게도 이우 지역 역시 자체 브랜드를 론칭할 계획을 가지고 있습니다.

이우 지역의 전략적 움직임 중 하나는 제조업자들이 중국 내 소비자들에게 그들의 제품을 판매하고 중국 시장의 빠른 성장세를 활용할 수 있도록 돕는 것입니다. 중국의 중산층이 확대되고 중국 소비자들의 요구가 보다 복잡해짐에 따라 향후 중국 소비자들의 가치지향적 소비가 보다 확대될 것으로 보입니다. 이에 따라 제조품에 맞는 시장과 고객을 매칭시키는 작업을 하고 있는 것입니다.

이우지역만의 B2R 성장모델은 무엇입니까? 중국의 유통산업에 어떤 변화를 가져올 거라 분석하십니까?

이우지역의 B2R은 B2B의 일종입니다. 지난 30년간 구축해온 산업망을 통합하여 상부구조에서 중국과 그 외 지역에 분포한 공급업체의 자원을 통합, 선별한 후 물류를 저장하고 재유통해 하부 산업망인 전 세계 생산업체에 다시 공급하는 방식입니다. 저는 지난 5월, CKGSB 사례연구센터를 통해 B2R 성장모델 연구를 발표했습니다. 그 결론은 이우시장의 B2R 모델이 제조업자와 소비자 간 유통 단계를 줄여 중국 유통 산업에 혁명을 가져다 줄 것이라는 점입니다.

그 이유는 첫째, 유통 원가를 절감하여 기업이윤을 높인다는 것이고, 둘째, 기존 수출 위주의 기업이 내수시장으로 전환하여 제품품질이 향상된다는 점입니다. 마지막으로 빅데이터 분석을 기반으로 소비자의 니즈를 이해하



며 제품의 창의적 발전에 기여할 것이라는 점이죠. 이우 시장이 전통적인 유통 패러다임에서 B2R로 전환을 시도한 것은 이우의 지속적인 발전이 가능함을 의미합니다. 더불어 이우 지역이 중국 제조업의 유통 병목현상을 타개하고 제조업의 혁신에 중요한 역할을 하는 지역이 됐음을 뜻합니다.

중국 공산당이 이끌고 있습니다. 계획경제, 당주도로 발전해 온 중국에서 이와 같은 창의적인 민간경제의 질서가 계속 발전해 나갈 수 있습니까?

경공업에 중사하는 생산자는 대부분 민간기업입니다. 정부가 보호해야 하는 국유 기업(state-owned firms)은 몇 되지 않으므로 상대적으로 간섭이 적다고 할 수 있습니다. 그리고 이우시장은 정부와 기업 간의 우호적인 관계가 강점입니다. 정부의 충분한 인프라 제공이 제조와 유통이 활성화 된 계기였죠. 가장 빠르게 성장해 가고 있는 중국 내수 시장은 창의적인 아이디어를 가진 글로벌 기업들이 이우시장에 적극적으로 진출하는 이유입니다.

최근 문을 연 이우 국제상무성. 전 세계에서 유통되는 50만 종류의 소상공품 중 40만 종을 이곳에서 구할 수 있다.

이우시장이 직면한 도전과제와 극복방안을 말씀해주세요.

중국의 원가 상승 및 위안화 절상으로 이우지역의 산업 공급망이 내륙 및 해외지역으로 이탈하는 점입니다. 또 제품 소비가 해외에서 내수로 전이되면서 복잡 다양한 수요자의 욕구를 만족시켜야 한다는 부담이 있습니다. 마지막으로 지난 30년 동안 구축한 전 세계 219개 국가 및 지역 판매망을 적극 활용해 고객이 제품 선택에서부터 구매, 배송, A/S까지 더욱 편리한 구매체험을 할 수 있도록 해야 합니다. 이런 과제 해결을 위해서 산업망 상단의 공급업체들을 효과적으로 통합하고 객관적으로 평가하여 선별해야 합니다.

이를 통해 품질관리, 신용도, 생산량 등을 공정하게 평가하는 시스템 가동이 필요합니다. 또 제품 재고 관리 및 유통의 효율성을 높여 비용은 낮추고 경쟁력은 높여려는 노력이 필요합니다. 이런 노력은 질 높은 제품을 공급해 이우 지역 상인들이 슈퍼 대리상이 되도록 할 것입니다. 민간이 주축이 된 차이나 드림이 펼쳐지길 기대합니다. ■

이우시장은...

중국 경공업의 허브인 저장성은 전국에서 시장이 가장 많아 '시장대성 市場大省'으로 불린다. 그 중 가장 대표적인 전문시장이 이우시장이다. '음식점 외에는 전부 도매상점'이우에 없으면 세계에 없다'는 말은 이우시가 도시가 아닌 거대한 하나의 도매시장임을 잘 설명해 준다. 세계최대의 도매시장인 이우시장은 화물 수송인원 21만여 명이 하루 거래량 3,000만 톤을 실어 나르며 중국 내수제품의 70%, 전세계 잡화용품의 30%를 담당하고 있다. 취급품목은 170만 개에 달하며 219개 국가와 거래하고 있다. 몇 해 전부터 우리나라에 유행하고 있는 1,000원 스타일 이우시장이 있기에 가능하다. 이우시장은 저장성 최대의 소비도시인 상하이 시장에 제품을 공급하고 있으며 온화한 기후와 값싼 제품 시장 덕분에 쇼핑을 겸한 관광지로도 각광을 받고 있다. 중국 내 항공노선 중 외국인 이용률이 가장 높은 노선은 베이징이나 상하이보다 이우노선이며 외국인 탑승률이 최소 40%에 달한다.